



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Facultad de Bellas Artes

Del (des) amor al arte. Ilustración y diseño de un disco de
música

Trabajo Fin de Grado

Grado en Bellas Artes

AUTOR/A: Burriel Gea, Noemi

Tutor/a: Espi Cerda, Emilio

CURSO ACADÉMICO: 2021/2022

TFG

DEL (DES)AMOR AL ARTE.

ILUSTRACIÓN Y DISEÑO DE UN DISCO DE MÚSICA

Presentado por Noemi Burriel Gea

Tutor: Emilio Espí

Facultat de Belles Arts de Sant Carles

Grado en Bellas Artes

Curso 2021-2022



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

RESUMEN

La necesidad principal que motiva este trabajo de fin de grado es materializar un EP musical en un formato visual que lo represente mediante la ilustración y el diseño. Con el objetivo de crear un elemento físico que conforme estas canciones, y tras realizar un estudio del panorama musical a lo largo de la historia, se busca la manera de convertir las melodías y letras en colores, formas y conceptos.

Tras el análisis de algunos referentes se procede, mediante fases de tiempo, a la elaboración de esta creación artística. Para la fase temprana de la producción de la obra, se realiza el estudio de cada una de las letras aportadas por el cantante Uve-T y posteriormente la preparación de los bocetos.

Una vez claros los conceptos y las ideas principales a representar, se avanza creando las ilustraciones principales que forman la imagen del proyecto. Seguido de esto se realizan las demás ilustraciones y se adaptan a los diferentes formatos físicos elegidos que conforman este disco musical.

Con ello, damos paso a la fase final del trabajo, en la que tratamos la publicidad y la visualización de este mediante la creación de *merchandising*, dos videoclips y contenido para redes sociales, que sirven como campaña de *marketing*.

En definitiva, *Del desamor al arte*, que parte de una base puramente musical, es un proyecto que sufre una transformación visual. Deja de existir como un EP de cinco canciones y evoluciona a todo un propósito musical que se asienta sobre la ilustración, el diseño y la producción audiovisual.

PALABRAS CLAVE: PORTADA MUSICAL, MÚSICA, DISEÑO, ILUSTRACIÓN, PROYECTO AUDIOVISUAL, PUBLICIDAD.

SUMMARY

The main need that motivates this end-of-degree project is to materialize a musical EP in a visual format that represents it through illustration and design. With the aim of creating a physical element that conforms these songs, and after carrying out a study of the musical panorama throughout history, a way is sought to convert the melodies and lyrics into colors, shapes and concepts.

After the analysis of some referents, we proceed, through time phases, to the elaboration of this artistic creation. For the early phase of the production of the work, the study of each of the lyrics contributed by the singer Uve-T is carried out and later the preparation of the sketches.

Once the concepts and main ideas to be represented are clear, progress is made by creating the main illustrations that form the image of the project. Following this, the other illustrations are made and adapted to the different chosen physical formats that make up this musical disc.

With this, we give way to the final phase of the work, in which we deal with advertising and its visualization through the creation of merchandising, two video clips and content for social networks, which serve as a marketing campaign.

In short, From heartbreak to art, which starts from a purely musical base, is a project that undergoes a visual transformation. It ceases to exist as a five-song EP and evolves into a whole musical purpose that is based on illustration, design and audiovisual production.

KEY WORDS: MUSICAL COVER, MUSIC, DESIGN, ILLUSTRATION, AUDIOVISUAL PROJECT, ADVERTISING.

AGRADECIMIENTOS

A mi familia, por apoyarme y animarme en todas las decisiones importantes.

A mis amigos, por estar dispuestos a ayudarme cada vez que los he necesitado.

A Javi, por prestarme ayuda con el manejo de las herramientas de los programas de maquetación y diseño.

A mi madre, por supervisar todo mi trabajo y contribuir a mejorarlo.

A Emilio, por guiarme con sus pautas constructivas e invitarme a investigar el mundo del diseño gráfico y su historia.

A mi amigo Vicente, por dejarme formar parte de su viaje.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	6
2. OBJETIVOS	7
3. METODOLOGÍA	8
4. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	9
4.1. EL DISEÑO EN EL PANORAMA MUSICAL A LO LARGO DE LA HISTORIA	9
4.2. EL DISEÑO EN EL PANORAMA MUSICAL ACTUAL	12
5. DESARROLLO Y RESULTADOS DEL TRABAJO	13
5.1 REFERENTES	13
5.1.1. <i>EL PRINCIPITO</i>	13
5.1.2. BANG SANGHO	15
5.2. ILUSTRACIONES PRINCIPALES	16
5.3. RESTO DE ILUSTRACIONES	22
5.4. DISEÑO Y TIPOGRAFÍAS	27
5.5. SOPORTE FÍSICO	28
6. LANZAMIENTO MUSICAL	30
6.1. <i>MERCHANDISING</i>	30
6.2. VIDEOCLIPS	31
6.3. CONTENIDO PARA REDES	33
7. CONCLUSIONES	34
8. REFERENCIAS	35
9. ÍNDICE DE FIGURAS	36
10. ANEXOS	39

1.INTRODUCCIÓN

En este proyecto se investiga el uso de la ilustración, sus técnicas y herramientas como elemento pictórico y medio de representación de un mensaje, unas emociones, unas sensaciones y una historia.

Como base del trabajo partimos de cinco canciones que forman un EP musical del cantante Uve-T. Ha sido elegido este artista pop-rock para la ideación de sus portadas por dos razones: por la estrecha relación con él (amigo mío de toda la vida) y por su necesidad de materializar con portadas sus canciones. Por lo tanto, esta producción se lleva a cabo con la opinión del autor. Con estos diseños se acompaña al artista en este viaje, complementándolo, de manera que canciones e ilustraciones van de la mano.

Con el EP musical, se llega a una forma de expresión en la cual las melodías se tornan colores y las líricas formas, conceptos y metáforas ilustradas. En general, las canciones se transforman en ilustraciones, que acaban siendo protagonistas en la obra al mismo nivel que la música.

El TFG consta de dos partes. La primera es la investigación del uso de la ilustración y el diseño en el mundo de las portadas de música a lo largo de la historia y cómo ha sido su relación con los diferentes géneros musicales a lo largo de los años. En la segunda, tenemos la ejecución de la obra física principal, el soporte del lanzamiento. Este se diseña desde cero, tanto sus ilustraciones como los formatos en sí. Las canciones aportadas por el autor, sirven de inspiración y las se utilizan para crear unas ilustraciones base que definirán la estética visual del álbum musical. A partir de estas se crean el resto de imágenes y se adaptan a las necesidades de los diferentes formatos con distintos tamaños.

Finalmente, cuando están los elementos principales diseñados, se pasa a generar un proyecto de lanzamiento que se compone de dos videoclips, *merchandising* y contenido para publicitar el lanzamiento en redes sociales.

Se puede decir que los conceptos que articulan esta obra son: un viaje por la ilustración y el diseño y la experimentación con ella. Todo esto conlleva a la ampliación de las soluciones visuales con el fin de encontrar nuevos caminos y direcciones. Todo conseguido gracias a la aplicación de los conocimientos adquiridos en el grado, tanto de técnicas como fundamentos del diseño, ilustración, fotografía y vídeo y otras técnicas más metodológicas como de gestión del tiempo.

En resumen, se aborda la gestión del lanzamiento de un álbum musical y sus consecuentes proyectos para su publicidad, intentando mantener una línea visual coherente y homogénea entre ellos.

2. OBJETIVOS

Es necesario advertir que el proceso de elaboración de este trabajo se desarrolla con un constante feedback por parte del autor, aportando opiniones y correcciones para que el diseño sea lo más fiel al concepto que él ha escrito en sus canciones. Para esto se hace una lista de objetivos generales y específicos:

Se definen como objetivos generales:

- Analizar y estudiar el trabajo de posibles referentes para adquirir más conocimientos.
- Conocer y relacionar los artistas precedentes para tener una base de conocimientos mediante una investigación sobre los movimientos y tendencias artísticas y musicales a lo largo de la historia.
- Dominar las distintas herramientas necesarias como son las aplicaciones y programas para agrandar el abanico de técnicas y recursos visuales con el fin de aumentar las capacidades personales como diseñadora gráfica para poder afrontar cualquier proyecto profesional.
- Mantener una buena relación comunicativa con el músico, que permita experimentar relaciones con futuros clientes de cara al mundo laboral.
- La experimentación de la comunicación musical. La música se compone principalmente de conceptos y metáforas, no tiene límites en cuanto a nivel de expresión y no está extremadamente constuida ni tiene un modelo específico a seguir.
- Realizar un proyecto individual que refleje todo el trabajo de producción e investigación previa al mismo.

Por otro lado, tratando como objetivos específicos:

- Transmitir las sensaciones y sentimientos experimentados que hacen sentir las canciones, tal como lo intenta hacer llegar el autor.
- Se pretende buscar una representación gráfica muy fiel, es decir, se convierten las melodías en colores y formas conceptuales. De manera que una persona con dificultades para escuchar, mediante las ilustraciones, entenderá al completo las canciones.
- Trasladar la interrelación entre la música y el género musical del autor con el diseño del CD.
- Formar parte del proyecto del artista, trabajar en estos diseños con y para él, ya que es una forma de aportar mi granito de arena en su sueño de artista.
- Plasmar en las ilustraciones su crecimiento y evolución, ya que para él son una manera de autoayuda y de desarrollo personal, sobre todo en cuanto a temas de amor.

3. METODOLOGÍA

Para crear este proyecto se necesitan dos cosas fundamentales: conocer la historia del diseño en el mundo de la música para tener una base sólida por la que guiarse y algo sobre lo que trabajar, las canciones. El trabajo se divide en las siguientes fases:

FASE 0

En primer lugar es importante conocer el panorama musical, cómo surge la necesidad de ligar el diseño a la música. Se estudia a los principales diseñadores e ilustradores de las primeras compañías musicales en trabajar con ellos, y de las primeras carátulas y de cómo han ido evolucionando a lo largo de la historia. Analizamos también las portadas más relevantes en mundo de la música y de su evolución a lo largo de los años.

Una vez finalizada esta investigación, llega la siguiente fase.

FASE 1

Tras todo el proceso de investigación, se procede a analizar una a una cada canción aportada por el autor, generando los primeros bocetos e ideas borrosas que sugieren. Estando en constante contacto con él para que apruebe o corrija (si lo cree conveniente) estos primeros trabajos.

Dadas las formas principales y las primeras pinceladas sobre las ilustraciones, damos lugar a la siguiente fase.

FASE 2

En ella se crean las primeras portadas que marcarán el estilo y ambiente de cada canción, así como sus colores y formas.

Con estas ilustraciones guía podemos continuar a la tercera fase.

FASE 3

De estas primeras portadas nacerán el resto de ilustraciones, adaptándolas a los diferentes formatos que vamos utilizados. Concretando el formato del soporte físico y dándole forma con ellas.

Una vez este trabajo está finalizado, es posible adentrarse en la última fase que acabará de dar forma al proyecto.

FASE 4

Después de la creación del soporte físico se elaboran de forma proyectual los elementos que componen la campaña de lanzamiento. Estos son: dos videoclips, *merchandising* de camisetas, sudaderas, pósteres, etc., y contenido para redes sociales. Todos estos elementos tienen una finalidad publicitaria y de difusión para el artista.

4. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

Como primer paso del proyecto, se comienza con la fase cero para dar forma a este trabajo. Se inicia una configuración de una base sólida de conocimientos sobre el diseño de portadas en la historia.

Hasta los años 40, los discos se embalaban en una funda de papel que carecía de diseño. Esto cambió a partir del momento cuando Columbia Records a manos de Alex Steinweiss, creó la primera portada musical con la que creó un nuevo apartado en el mundo del diseño: la creación de portadas musicales. La aparición del diseño en el panorama musical conllevó a un gran aumento de ventas ya que el resto de discográficas imitó esta conducta. En los años 60 y 70 tuvo la edad de oro del pop. Los diseños comenzaron a cuidarse tanto que una canción no se concebía sin una portada. La crisis del petróleo, que reajustó los presupuestos, y la aparición del punk, trajeron una nueva estética, que en los años 80 se vió minada por la aparición del videoclip. Este se colocó como elemento principal quedando la portada como refuerzo publicitario. La aparición del CD, un soporte poco atractivo, y la edición digital accesible, desvalorizaron el diseño de portadas musicales.

Quién nos precede, qué diseños son los protagonistas de cada época, los estilos, las tipografías, sus funcionalidades, su evolución, etc., sirven de ejemplo y modelo a seguir y a través de ellos se configura nuestro propio estilo y diseño.

4.1. EL DISEÑO EN EL PANORAMA MUSICAL A LO LARGO DE LA HISTORIA

Siguiendo el consejo del historietista Ricardo Liniers que dice que: “lo que que más recomiendo a alguien que quiere hacer cualquier tipo de arte es aprender primero las reglas de su disciplina; leer la historia y entender por qué eso fue importante en su momento.” (Ricardo Liniers, 2018), Se estudia la historia de la creación de las portadas musicales.

“Los discos de 78 revoluciones por minuto se vendían en fundas de papel con una perforación circular en el centro, o bien recopilados en álbumes cuya única identificación era un rótulo o un dibujo genérico” (Jorge García, 1999), cosa que ocurrió hasta finales de los años 30.

Eran productos fabricados en serie y distribuidos en comercios, por lo tanto, este embalaje era funcional, distaba completamente de un diseño o mejor dicho, de un elemento que formara parte de la obra.

No fue hasta 1939 que Columbia Records decidió ilustrar sus álbumes mediante portadas de la mano del diseñador Alex Steinweiss, que confesó que le parecía que “aquello no era forma de envolver algo tan hermoso como la música. Yo me imaginaba carteles a todo color que se relacionaran con el espíritu e la música que llenaba el disco” (E. C., 2021).

Con la evolución de la música y con la aparición de los primeros LP (Long Play) de 33 revoluciones, también llegaron estas primeras carátulas (realizadas por Alex Steinweiss para Columbia Records) que rápidamente fueron imitadas por el resto de discográficas. Dichas portadas tenían un diseño compuesto por ilustración y tipografía. El disco escogido fue *Smash Song Hits* de Rodgers and Hart.

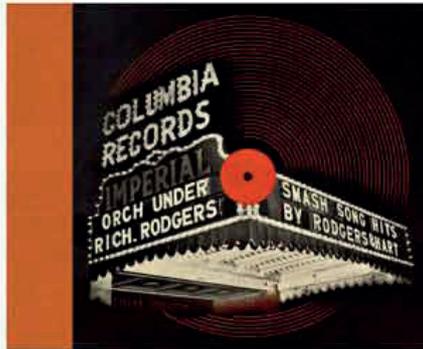


Fig. 1
Alex Steinweiss. 1939. *Smash Songs Hits por Rodgers and Hart*. Ilustración.

Steinweiss plasmó el protagonismo de las letras luminosas de la fachada de un teatro de Broadway que el mismo artista se encargó de preparar y posteriormente fotografiar. En la postproducción lo coloreó y reprodujo. (Fig. 1)

Este acto conllevó un aumento de ventas vertiginoso.

Es por eso que no se puede hablar del diseño en el mundo de la música sin nombrarle a él, ya que Alex Steinweiss hizo más de mil portadas de discos en los más de 25 años que estuvo trabajando para esta compañía. Realizaba todos sus trabajos a mano, ilustraciones y tipografías, tanto que surgió la familia tipográfica Steinweiss Scrawl en 1951. Diseñó portadas de varios géneros como de música clásica, de comedia musical, de jazz, etc.

Heredó el estilo del modernismo y de los vanguardistas gráficos visuales de las primeras décadas del siglo XX y del Art Decó. Su estilo e influencia en el diseño de las portadas musicales fue desapareciendo con la incorporación del rock&roll de los años 60 y la incorporación de la fotografía como herramienta gráfica.

A partir de aquí sucedieron dos cosas importantes. Por un lado, el sector del jazz desarrolló un lenguaje gráfico con más personalidad propia, más innovación, creatividad y sofisticación. Por otro lado, comenzó la edad de oro del pop, que conllevó a nuevos diseños que se grabaron en la memoria de la humanidad.

Así pues, el jazz obtuvo mayor personalidad y un carácter más definido. Las discográficas como Prestige, Impulsive o Blue Note (Fig. 1 y 2) dieron un giro a su imagen gráfica con sus estilos innovadores. Todo esto fue gracias a algunos artistas como el diseñador gráfico Reid Miles, el fotógrafo conceptual Francis Wolfy las colaboraciones del artista plástico Andy Warhol. Se abrió un abanico de recursos ya establecidos, añadiendo algunos como tipografías cromáticas y otras maneras de conocer la fotografía. Así integraban al músico con su instrumento en la creación de la carátula.



Fig. 2
Andy Warhol, 1956. *Kenny Burrell*. *Blue Note 1543*. Ilustración.

Fig. 3
Andy Warhol, 1958. *Johnny Griffin*. *The Congregation*. *Blue Note 1580*. Ilustración.

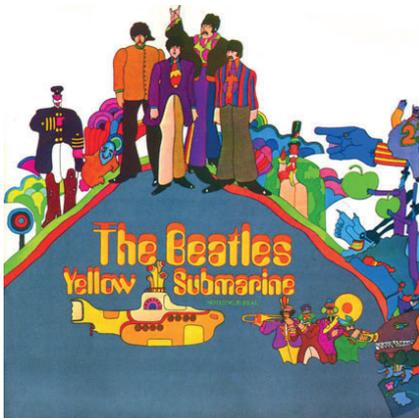


Fig. 4
The Beatles, 1966. *Yellow Submarine*.
Portada de canción.

A finales de los 60 y principios de los 70, los diseños para la industria musical empezaron a cuidarse tanto que uno de los diseñadores de la CTI, una discográfica entonces pequeña, Bob Ciano, logró que las ilustraciones y diseños se vendieran hasta sin el disco. Se imprimían carátulas independientes que se exponían e incluso se coleccionaban.

Durante los 70 y 80, la referencia del jazz de moda fue el sello ECM en Alemania, creado por Manfred Eicher que trabajó en este género musical con músicos como Keith Jarrett, Pat Methery, Jan Gabbarek o Jack DeJohnette. Su música sofisticada y avanzada se enlazaba con un estilo gráfico limpio, elegante y a veces frío pero evocador. Se volvió inconfundible.

Quien sí transformó el diseño de portadas de discos y álbumes fue la música pop. Lo convirtió en algo tan potente que generaba una necesidad a los consumidores. Unió el poder de la música con el poder de la imagen (que fue el elemento más clave de la cultura pop) poniéndolos al mismo nivel.

Nacen aquí portadas emblemáticas e icónicas: las de las canciones de los Beatles como *Revólver*, *Abbey Road* (Fig. 5) o *Yellow Submarine* (Fig. 4); también las de Pink Floyd con diseños de Andy Warhol, como *The Other Side Of The Moon* (Fig. 6) o *Velvet Underground*; o las de Clash como el *London Calling* (Fig. 7), etc.

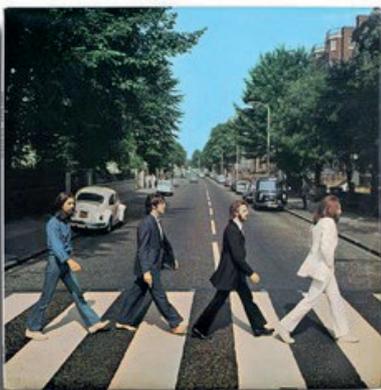


Fig. 5
The Beatles, 1969. *Abbey Road*. Portada
de álbum musical.

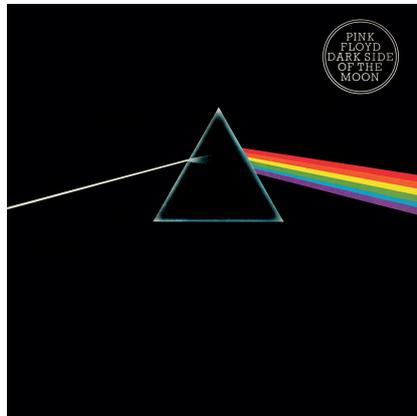


Fig. 6
The Clash, 1973. *The Other Side Of The
Moon*. Portada de álbum musical.

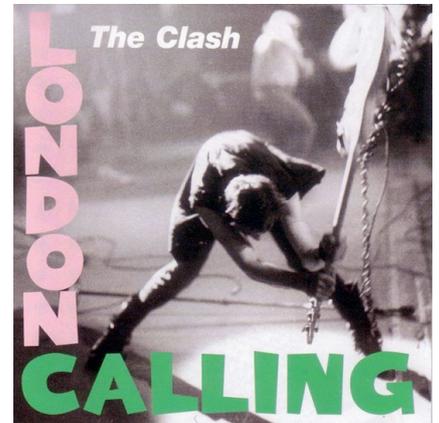


Fig. 7
The Clash, 1979. *London Calling*. Portada
de álbum musical.

Los 60 y 70 fueron años de pura creatividad para la música y para su diseño gráfico. Se dejan atrás las normas establecidas que habían regido y se investiga y experimentan nuevos territorios, nuevas técnicas y herramientas. Dibujos como los de la portada de *Yellow Submarine* o del disco de *Velvet Underground* permanecen en las memorias de la sociedad.

La crisis del petróleo en 1973, que vino después de la gran explosión de las portadas de discos, cambió y reajustó los presupuestos. Tiró abajo la vida del diseño de estas. Apareció una nueva estética que llegó con el punk, que iba de la mano de una nueva filosofía.

La industria de la música de los años 80 quedó transformada completamente con la aparición del videoclip. Eran imágenes en movimiento cuya portada se convirtió en su lanzamiento publicitario.

Además el Machintosh de Apple trajo la autoedición y así el diseño se volvió más accesible y barato.

Sin olvidarnos del lanzamiento del soporte CD, más pequeño y menos atractivo ya que era una caja de plástico.

En la actualidad, la música se basa en archivos musicales que se distribuyen y reproducen en plataformas digitales móviles y de una forma más accesible y fácil. El diseño de portadas musicales, comparado con otros momentos de la historia, está en crisis. “La industria discográfica se ha transformado radicalmente” (E. C., 2021).

4.2. EL DISEÑO EN EL PANORAMA MUSICAL ACTUAL

En la actualidad, tras estos años de decadencia, el vinilo ha resurgido. Según la revista El Confidencial “El fenómeno fan ha hecho que el *merchandising* sea una de las fuentes de ingresos más importantes para los artistas y la industria ha aprovechado para sacar a la venta LP’s, creando tendencia de una manera u otra. Además vivir la experiencia de sentarse y escuchar un vinilo no tiene precio”. (E. C., 2021)

En los últimos 5 años, la industria musical ha vendido una cantidad de discos de vinilo similar a los años 80. “El vinilo ofrece una calidad de sonido natural y sin editar con el que se permite notar matices insuperables que en formatos digitales más editadas y comprimidas no son perceptibles” (E. C., 2021).

El pasado 2020 las ventas de vinilo superaron las ventas del CD por primera vez en el panorama musical.

Los vinilos, además de que a gran parte de esta sociedad le provoca recuerdos de su infancia o adolescencia por pura nostalgia, se han convertido en objetos de coleccionismo.

Es por ello que es muy posible el resurgimiento del diseño en la industria musical. En estos años ha crecido y va seguir haciéndolo, ya que el fenómeno fan consume mucho *merchandising* y además es una de las mayores fuentes de ingresos para los artistas. Estos son algunos de los vinilos más vendidos (Fig. 8 y 9).

Por ello el diseño gráfico musical se expande a otros formatos. La portada o carátula pasa a ser uno de los elementos clave, pero no el elemento principal, si no que comparte el protagonismo junto con los demás elementos del *merchandising* como camisetas, pósteres, ilustraciones, etc. formando una estética característica. Creando así un conjunto que da forma a la campaña publicitaria del lanzamiento.

“El *merchandising* musical es un interesante aparato promocional que, por un lado, materializa la identificación de los fans permitiendo mostrar a los demás su afición por las bandas y por otro lado [...] es una fuente alternativa de ingresos para los artistas, al mismo tiempo que proporciona artículos con una estética con la que los seguidores de las bandas se identifican fácilmente, lo cual promueve sus ventas.” (The Imagos, 2021).



Fig. 8
Rosalía, 2020. *El mal querer*. Portada de álbum musical.



Fig. 9
La oreja de Van Gogh, 2003. *Lo que te conté mientras te hacías la dormida*. Portada de álbum musical.

5. DESARROLLO Y RESULTADOS DEL TRABAJO

Para llevar a cabo el presente trabajo final se organizan diferentes fases teniendo en cuenta las prioridades y los tiempos de trabajo necesarios para cada una.

5.1. REFERENTES

Acabada la fase cero y entrando en la uno se realiza un estudio de dos referente que influyen de gran manera en este trabajo. Uno forma parte de la manera de realizar el trabajo, de los colores utilizados, de las técnicas. Forma también parte de las formas, figuras y conceptos. Y otro principal por el que comenzamos, que influye en la obra de manera conceptual y metafórica, en la manera de narrar las ilustraciones y constituir una historia que forma el hilo conductor del proyecto.

5.1.1. EL PRINCIPITO

Como dice Fabián Coelho en uno de sus artículos, es uno de los mejores libros de la historia. Su breve relato escrito por el autor francés Antoine de Saint-Exupéry, narra la historia de un pequeño príncipe que sale del asteroide en el que vive para viajar por el universo (Fig. 10). Viaja de planeta en planeta, va descubriendo la mentalidad, la forma de pensar y ver la vida de las personas adultas. En ese viaje aprende el valor de la amistad y el amor.

“Debido a su estilo sencillo y directo se lo ha considerado un libro para niños; no obstante, su profundo carácter reflexivo sobre la vida, la sociedad y el amor, lo convierte en una narración de interés para todos.” (Fabián Coelho)

El libro se publicó por primera vez en Estados Unidos, en abril de 1943 y no se pudo imprimir en Francia a causa de la Segunda Guerra Mundial. Se ha traducido a muchas lenguas y adaptado a diferentes formatos como obras de teatro, cine (Fig. 11), serie animada, ópera y ballet.

Nada más pensar en el concepto para este proyecto de “un viaje por el espacio” se piensa en este libro. A pesar de haberlo leído varias veces, cada vez, de alguna manera, se aprende algo nuevo, y es que dependiendo del momento de la vida en que uno se encuentra, se comprenden mejor ciertos mensajes que la historia nos aporta.

Analizando las canciones y manteniendo una gran comunicación con el artista, se entiende el mensaje que quiere transmitir con su disco, pudiendo relacionarlo con el libro.

El concepto general del disco, de las cinco canciones en conjunto, es la evolución de una persona en cuanto al amor, tanto propio como hacia otra persona. Comienza con una canción de total desamor, en la cual habla del dolor de un fracaso amoroso, de una manera incorrecta de querer y de la dependencia hacia otra persona. En la siguiente ya se ha desprendido de esa persona que no aportaba nada bueno a su vida, solo un amor tóxico. Además ha comenzado una nueva etapa en otro país y ha conocido gente nueva con la que compartirla, entre ellos una nueva persona que le hace volver a empezar. Estos nuevos sentimientos de amor, atracción y deseo, son muy diferentes a

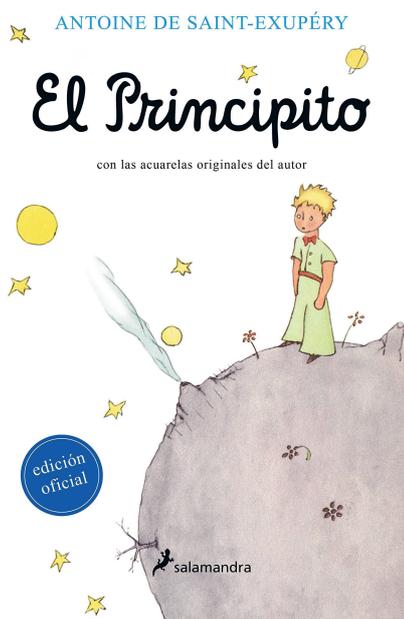


Fig. 10
Antoine De Saint-Exupéry, 1943. *El Principito*. Editorial Salamandra.

los de la canción anterior, ya que le hacen sentirse bien consigo mismo.

La tercera canción nos cuenta que ha analizado las anteriores situaciones y se ha dado cuenta de lo que no quiere volver a sentir, de lo que siente, y cómo se quiere seguir sintiendo en un futuro. Ayudado por sus nuevos compañeros, pero sobre todo su nueva pareja, que le enseña un amor sano y correcto. En la canción siguiente, el protagonista se entrega completamente al amor, dejando atrás esos miedos que le han creado las relaciones anteriores. En su última composición, habla de su nueva vida con una total confianza en sí mismo y una gran actitud frente a la vida, dándole importancia a todo lo que le hace ser feliz, como componer y escribir canciones. Aparta de su vida todo aquello que le estorba, que no le hace sentirse cómodo consigo mismo y dándole la bienvenida todo aquel que le hace poder ser quien es y como es.

Tras este análisis de su obra se perciben muchas similitudes con *El Principito*, ya que este deja su asteroide, cansado de su monótona vida y de su rosa caprichosa y se va a buscar un amigo por el universo. Es decir, deja su casa y sus antiguas relaciones como el cantante, para encontrar nuevas sensaciones y nuevas personas. Además, el pequeño príncipe va de asteroide en asteroide conociendo nuevos puntos de vista, que le dan nuevas lecciones de vida como “Lo esencial es invisible a los ojos”, “Eres responsable para siempre de lo que has domesticado” o “Solo hay que pedir a cada uno lo que cada uno puede dar” (Antoine de Saint-Exupéry, 1943). Estas lecciones le enseñan que lo esencial puede no ser algo que veas de forma visual, pero sí que sientas en el corazón. También la importancia de la responsabilidad afectiva hacia otras personas y el derecho que tienes a que la tengan hacia ti. Finalmente aprender a conocer los límites de cada persona.

Entre todas las lecciones que *El Principito* nos da, estas tres son fundamentales y son aprendidas por el cantante en este disco, que las va asimilando canción a canción.

En ambas historias los protagonistas al final tienen claro lo que quieren y sus sentimientos. Tras toda su aventura, uno decide volver a su asteroide con su rosa porque ha descubierto mediante aprendizajes y lecciones lo importante que es y el valor que tiene para él. El otro, también después de aprendizajes y golpes, tiene clara su propia prioridad que es su salud mental, quedándose donde es él mismo y es feliz.



Fig. 11

Mark Osborne, 2015. *El Principito*. Frame de la película basada en el libro *El Principito* de Antoine De Saint-Exupéry

5.1.2. BANG SANGHO

Bang Sangho es un ilustrador y diseñador gráfico coreano, que reside en la ciudad de Daegu.

Ha trabajado para clientes internacionales de diferentes ámbitos como revistas, festivales, músicos, etc. Es por eso que sus ilustraciones se pueden ver en carteles y portadas de álbumes.

Sus obras llenas de colores vibrantes nos introducen a un universo psicodélico con formas extrañas y conceptos metafóricos. Son obras repletas de elementos descontextualizados como ríos de neón, agujeros negros, cráteres, meteoritos, etc., alejándose de las formas tradicionales y de los colores que solemos asociar a estas para crear una sensación de fantasía irreal en la que emergerse.

Sangho admira la belleza de la selva, el universo y las células.

Este artista es un gran referente ya que su forma de representar los conceptos ayuda a crear las ilustraciones yendo un paso más allá de las formas y conceptos tradicionales. Estudiando sus obras he ido construyendo las propias para este trabajo y esto me ha servido para darle personalidad a mi obra. Que la cabeza del astronauta fuera el planeta tierra y no una cabeza normal, que los meteoritos fueran las albóndigas de un plato de espaguetis, o que la extraterrestre protagonista absorba a un diminuto astronauta, son alteraciones de la realidad han hecho que se pueda unir una estética espacial con el contexto racional del cantante para crear unas ilustraciones con una personalidad galáctica y distantes de una verdad real.

Además también influye el tratamiento del color que utiliza el artista. Utiliza colores estridentes y fuera de lo común, que crean una estética y un universo de fantasía. Colores no reales que también sirven para dar esa descontextualización de las obras, que aportan ese toque galáctico y mágico del espacio. Sobre todo los azules verdosos, morados y lilas luminosos que nos sacan de la realidad y nos transportan a un mundo extraterrestre onírico y surrealista (Fig. 12, 13, 14 y 15).



Fig. 12
Bang Sangho. *PHISH—MSG*. Póster de concierto.



Fig. 13
Bang Sangho. *FENDER—MARINE LAYER REVERB*. Ilustración.



Fig. 14
Bang Sangho. *TFO (Subliminal)*. Portada de álbum.



Fig. 15
Bang Sangho. *AXOO agency—AGENT89*. Ilustración.



Fig. 16
Noemi Burriel, 2021. Moodboard “viaje en el tiempo”. Moodboard de la idea descartada.

5.2. ILUSTRACIONES PRINCIPALES

Una vez dejada atrás la fase cero, con esta búsqueda de referentes, se dan paso a las siguientes, las cuales dan forma visual al trabajo. Estas fases se ven influidas en muchas ocasiones por la disponibilidad del artista, ya que está en Italia de Erasmus durante casi todo el periodo de elaboración. Aún así hay mucha comunicación entre ambos y sobre todo organización.

Dicho todo esto, partiendo de las canciones y comenzando la fase uno, se realiza un estudio de cada una de ellas, palabra por palabra, con pequeños dibujos y bocetos para escoger el concepto más adecuado. Al estar en constante contacto con el autor de las letras, se presta especial atención a cada uno de los detalles, desvelando el porqué de cada palabra. Cobrando sentido simbolismos y metáforas.

Tras analizarlas y con las aportaciones del artista, el concepto del disco toma forma: un trabajo de evolución como persona, un viaje de experiencias y aprendizaje.

Surgen dos ideas borrosas. La primera puede denominarse “un viaje por el tiempo”. Cada portada sería ambientada en una época distinta para así plasmar ese recorrido y esa evolución. Pero fue descartada.

La segunda, que es la elegida, es “un viaje por el espacio” (Fig. 16). Cada portada conforma una aventura en el espacio. Hay un personaje principal, un astronauta, que hace referencia al autor. Su viaje por el espacio dejando atrás el planeta Tierra, da forma a su experiencia de Erasmus, alejándose de su país, su familia y amigos y zona de confort (ya que las canciones las escribió en dicho momento). He aquí la referencia a *El Principito*, que en cada planeta aprende algo nuevo.

Teniendo claro el concepto principal y tras varias ideas y bocetos (Fig. 17), comienza la fase dos. Creando las ilustraciones principales que dan personalidad estética al proyecto.

Fueron necesarias gran cantidad de fotografías en diferentes ángulos y poses porque quería que él mismo fuese el personaje principal y al estar en Italia, esa fue durante toda esta fase la manera de trabajar.



Fig. 17
Noemi Burriel, 2021. Primeros bocetos. Boceto general e inicial del concepto “un viaje por el espacio”.

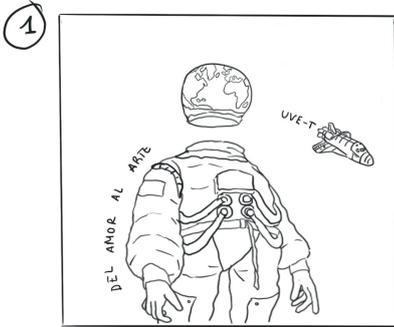


Fig. 18
Noemi Burriel, 2021. *Boceto final de la portada Del amor al arte.*

DEL AMOR AL ARTE

El primer reto es la portada principal, que debe representar de alguna manera el concepto del disco entero, del conjunto de todas las canciones. Esta obra en su conjunto, escrita desde la experiencia del Erasmus, representa la evolución en cuanto a la manera de percibir y entender el amor del escritor y su evolución como persona que esto conlleva.

Mediante la aplicación Procreate fse crea esta primera carátula que, por lo general, es la imagen del disco (Fig. 18).

Con el principal referente Bang Shango, se elige el concepto de un astronauta (el protagonista) que tiene por cabeza el planeta Tierra pero separada de su cuerpo, queriendo plasmar el sentimiento de no estar cómodo consigo mismo, en su casa, con lo que está sintiendo o viviendo. Por eso nuestro personaje se marcha en su cohete de manera optimista (representando este sentimiento con colores alegres tras él) a explorar nuevos planetas, vivir nuevas aventuras y experimentar nuevos sentimientos y nuevas sensaciones.

La idea de espacio es elegida tanto por su concepto como por su estética. El propósito de adentrarse en la inmensidad del universo y la soledad que eso conlleva sugiere pensar en la añoranza que debió sentir el cantante al marcharse fuera de su país y dejar toda su vida atrás. La estética de los colores fríos, los azules y morados te representan muy bien esta sensación.

Mediante los colores alegres que desprende el cohete, se plasman las ganas y la energía positiva de este ante vivir la experiencia del Erasmus (Fig. 19).



Fig. 19
Noemi Burriel, 2022. *Del amor al arte.* Portada de álbum para el artista Uve-t. 125x125mm.



Fig. 20
Noemi Burriel, 2022. *Del amor al arte*.
Portada de álbum para el artista Uve-t.
125x125mm.

DEL DESAMOR AL ARTE

Considerada esta como la canción principal y de la que parte el artista para contarnos donde empezó todo. En su letra habla de una relación amorosa fallida y tóxica de la que ha conseguido salir tras varios intentos. Se da cuenta de que eso no es amor y quiere volver a encontrar la paz de las cosas simples que antes le hacían feliz “quiero salir con mis amigos, quiero recuperar el tiempo perdido, quiero pasear a mi perro, quiero abrazar a mamá y a papá”.

La canción se nos presenta con un tono triste y sombrío, nos hace sentir el dolor y sus ganas de huir, además de su rabia al decir la palabra “vuelves” constantemente.

Como es la canción que origina todo este viaje, se utiliza la misma portada que al disco general (Fig. 20) para darle un tono de importancia pero haciendo una pequeña variación. Alterando los colores a unos tonos más azules, más blue, que hacen la ilustración más frías y triste, que nos hace empatizar con el autor en su momento de dolor (Fig. 21).



Fig. 21
Noemi Burriel, 2022. *Del desamor al arte*. Portada decanción para el artista Uve-t.125x125mm.

ASTRONAUTA

El protagonista se ha alejado de su planeta en busca de aventuras y por el espacio ha conocido a alguien que le hace volver a sentir algo donde creía que todo estaba apagado.

En esta canción el autor cuenta como es el proceso de atracción y posterior enamoramiento inevitable y espontáneo que siente durante su experiencia en Italia.

Habla de una fascinación incontrolable y de forma inesperada que siente cuando no quería volver a hacerlo en mucho tiempo. Le hace volver a percibir ese amor adolescente “Las primeras veces mirando de reojo, he vuelto a los 13 y si me miras me sonrojo” que endiosa e idolatra y tras sus anteriores

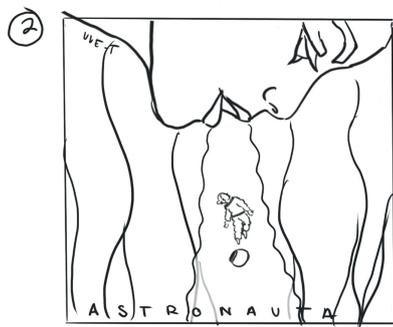


Fig. 22
Noemi Burriel, 2021. *Boceto final de la portada Astronauta.*



Fig. 23
Vicente Trinidad, 2021. *Fotografía guía de Julieta I.*

Fig. 24
Vicente Trinidad, 2021. *Fotografía guía de Vicente I.*

experiencias negativas, podríamos decir que se siente inferior, que no merece ese nuevo amor (Fig. 22).

En la canción constantemente hace referencias al espacio en frases como: “como un astronauta recorrerme la galaxia, quiero ver Orión de cerca, sentir mi propia ataraxia” o “llévame al espacio” que hace que todo tenga más sentido de forma conjunta.

A la hora de representar esta carátula, se ha necesitado documentación visual, fotografías para que el personaje fuese igual a la chica que le da vida, Julieta, pareja del artista, de la que habla en la canción (Fig. 23 y 24). Ha sido ilustrada de forma humana pero alterando los colores de su cuerpo para darle ese toque extraterrestre, ya que la ha conocido en Italia y no en España. En la portada, ella absorbe a nuestro personaje principal, que pierde protagonismo y por eso es representando con un color plano y en forma de silueta. Así hacemos referencia a esa atracción que siente hacia ella y que lo absorbe completamente.

Los colores elegidos que más destacan son unos tonos azules verdosos bastante luminosos para evocar esa idea galáctica de sensaciones mágicas, abrumadoras y únicas que se sienten en las primeras fases del enamoramiento.



Fig. 25
Noemi Burriel, 2022. *Astronauta.* Portada decancción para el artista Uve-t. 125x125mm

TU VOZ

La letra de esta canción empieza dirigiéndose al amor tóxico del pasado que ya ha dejado atrás gracias a este nuevo bonito y joven romance que le está enseñado a querer bien. El artista le hace saber que ahora sí disfruta del amor, que no tiene nada que ver con el que tuvo, “cuanto más lejos mejor, ya he conocido el amor”.

El resto de la canción se la dedica a esta nueva persona que ha aparecido y le ha devuelto las ganas de luchar por el amor, dándole un subidón de sensaciones positivas “quiero bailar, he vuelto a cantar, he vuelto a escribir

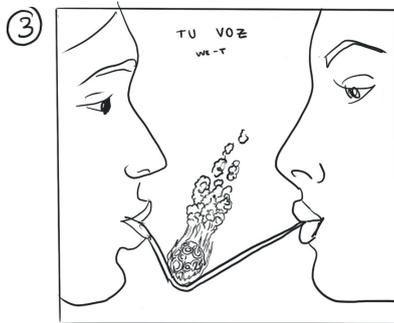


Fig. 26
Noemi Burriel, 2021. *Boceto final de la portada Tu voz.*



Fig. 27
Vicente Trinidad, 2021. *Fotografía guía de Julieta II.*

Fig. 28
Vicente Trinidad, 2021. *Fotografía guía de Vicente II.*

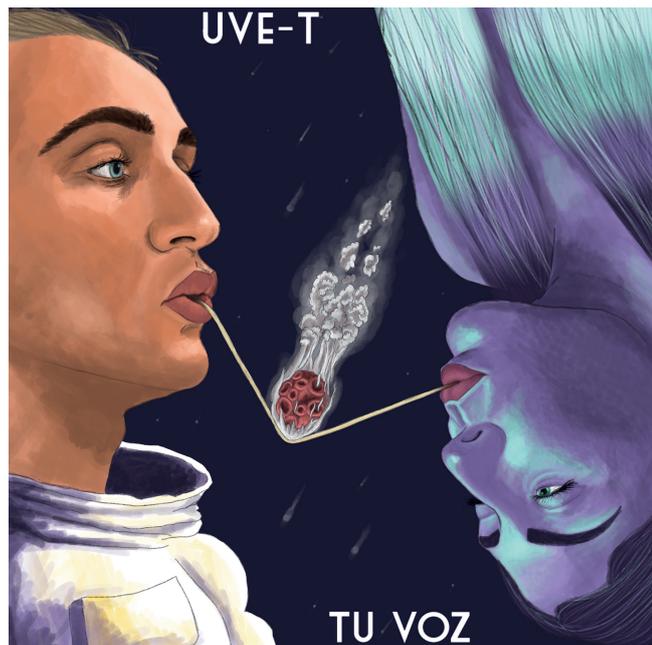


Fig. 29
Noemi Burriel, 2022. *Tu voz.* Portada decanción para el artista Uve-t. 125x125mm.

mi realidad". El artista vuelve a hacer las cosas que le hacían ser feliz y en agradecimiento la incluye en esta canción a modo de homenaje con su voz en la frase "¿De verdad quieres que lleve mi voz?" (Fig. 26).

Para esta ilustración se ha requerido también material gráfico para poder representar a los personajes de manera fiel (Fig 27 y 28).

El astronauta y la extraterrestre comparten un espagueti que está en tensión por el impacto de un meteorito representando una albóndiga. Ambos alimentos hacen referencia a Italia por ser productos emblemáticos del país y su vida allí juntos, evocando la famosa y romántica escena de la película *La dama y el vagabundo*.

Él es representado con colores normales acorde a su convicción de ser humano del planeta Tierra y ella sigue con los colores de la ilustración anterior para no perder la estética ni la personalidad.

En el fondo he dibujado meteoritos cayendo por el espacio con el fin de ilustrar el mensaje de "juntos ante la adversidad" (Fig. 29).

MANÍAS

Elegir los colores en este diseño fue todo un reto. La canción tiene un ritmo lento y pausado y está escrita sobre una base de guitarra. La melodía es tranquila y la letra describe su momento más íntimo. El artista quiere entregarse al completo a su nuevo romance, al nuevo sentimiento de amor y a ella, pero siente miedo a causa de los fracasos amorosos anteriormente vividos: "Quiero confiar en ti, se que fue eres sincera, heridas abiertas no me dejan ser feliz..."

El concepto, se aclara bastante desde el principio, un sol y una luna simbolizando a cada uno de ellos "yo tu luna, tu mi sol". Ambos símbolos ilustrados con detalle y color. En un segundo lugar se representan a los protagonistas en colores lisos de nuevo para pasarlos a ese segundo plano.

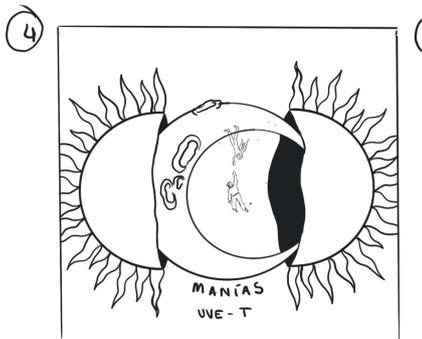


Fig. 30
Noemi Burriel, 2021. *Boceto final de la portada Manías.*

Ella está con los pies en la luna, ayudando al astronauta que anda flotando por el espacio, para llevarla con ella, simbolizando un mensaje de “confía en mí” (Fig. 30).

Y ahora lo más importante: el color. Al tratarse de una canción íntima que evoca a los miedos y sentimientos más personales del autor, no se utilizan tonos fríos como azules o morados. Se busca un equilibrio entre la actual estética del disco ya realizado y unos tonos más cálidos y tranquilos.

Mediante tonos rojizos, marrones y amarillos, para darle un poco de luminosidad, se crea esta portada en la que el autor abre su corazón (Fig. 30).



Fig. 31
Noemi Burriel, 2022. *Manías.* Portada decancción para el artista Uve-t. 125x125mm.

SÚBETE

Aunque en esta canción el autor también habla de su enamorada, la portada está centrada en el mensaje principal de crecimiento personal, de evolución mental y sentimental. Ahora, tras todas sus vivencias y gracias a personas que lo han valorado y querido como es debido, y sobre todo, le han enseñado a querer, el protagonista se da cuenta de su valor infinito e invita a todo el que quiera vivir esta experiencia musical con él. Como metáfora, nos invita a subir con él a su cohete y agradece el apoyo de las personas que están a su lado (Fig. 32).

El ritmo de la canción junto con su letra evoca al pop de los 2000, como el de *El Canto Del Loco* o *Pignoise*, y hace imaginar un concierto con luces de colores y focos.

La portada está llena de estrellas y de colores amarillos que dejan rastro por toda la ilustración tanto para iluminarla y aportar luz, como para crear una especie de aura de estrella del pop (Fig. 33).

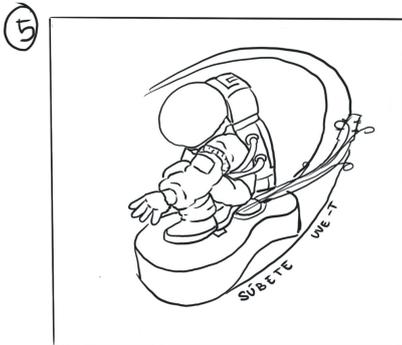


Fig. 32
Noemi Burriel, 2021. *Boceto final de la portada Súbete.*



Fig. 33
Noemi Burriel, 2022. *Tu voz.* Portada decanación para el artista Uve-t. 125x125mm.

5.3. RESTO DE ILUSTRACIONES

Continuando con la fase tres, y una vez creadas las ilustraciones principales que definen la estética, los personajes principales, el estilo de ilustración y diseño, los conceptos clave y colores, es posible dibujar el resto de ilustraciones que irán en cada libro, dando vida a las canciones.

Siguiendo la estética de la imágenes principales, diseñamos todas las canciones en cuatro ilustraciones dobles que narraran de manera visual cada letra.

Para ello se analiza párrafo por párrafo y se dividen y reparten de manera coherente para que siga la historia de cada canción de manera correcta.

Por lo general, la mayoría de las ilustraciones son conceptuales, ya que no se representa una realidad fiel para dar vida a esas metáforas y a esos simbolismos.

DEL DESAMOR AL ARTE

- Ilustración 1 y 2: El planeta Tierra simboliza su antigua vida, su hogar, en el que están todos sus problemas (Fig. 35).

- Ilustración 3 y 4: El personaje se da cuenta de todo lo que quiere cambiar en su vida y huye alejándose en su cohete (Fig. 36).

- Ilustración 5 y 6: El astronauta, en forma de silueta (porque está un segundo plano), merodea alrededor de su inmenso corazón roto que flota en el espacio perdido (Fig. 37).

- Ilustración 7 y 8: Nuestro protagonista, cansado y harto de esta situación, decide pensar en él y en su salud mental y da el importante paso de colocarse el corazón otra vez en su lugar a modo de sanación (Fig. 38).

- Ilustración 0: Estas son las que separarán la portada del resto. Será un diseño sencillo, pero característico de este, donde figurará un cohete (Fig. 34).



Fig. 34
Noemi Burriel, 2022. *Ilustración 0 de Del desamor al arte.* 125x125mm.



Fig. 35
Noemi Burriel, 2022. *Ilustraciones 1 y 2 de Del desamor al arte.*
125x250mm.

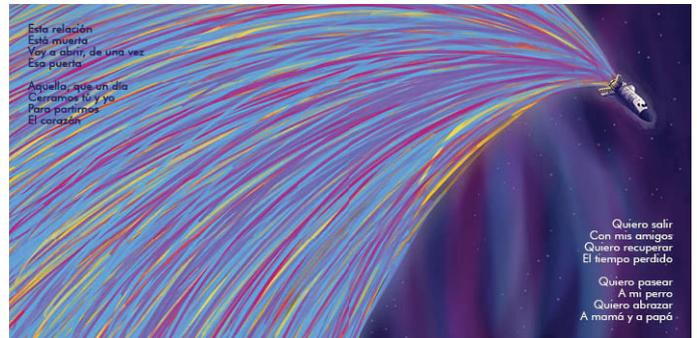


Fig. 36
Noemi Burriel, 2022. *Ilustraciones 3 y 4 de Del desamor al arte.*
125x250mm.



Fig. 37
Noemi Burriel, 2022. *Ilustraciones 5 y 6 de Del desamor al arte.*
125x250mm.



Fig. 38
Noemi Burriel, 2022. *Ilustraciones 7 y 8 de Del desamor al arte.*
125x250mm.

ASTRONAUTA

- Ilustración 1 y 2: Aquí está la misma figura de la ilustración principal, pero alterada con nuevos elementos. La extraterrestre sigue siendo la protagonista y el astronauta está rendido a las sensaciones que le provoca. Aparecen mariposas (por la expresión de “mariposas en el estómago” de los enamoramientos) y polvo espacial con colores azules verdosos luminosos para darle ese toque galáctico y mágico que evocan esas sensaciones (Fig. 40).

- Ilustración 3 y 4: El personaje se siente embelesado y se representa esa absorción que simula esa admiración y esa atracción por esa persona. El polvo y las mariposas galácticas siguen presentes como en todo este libro ilustrado (Fig. 41).

- Ilustración 5 y 6: En forma de siluetas y dándole así la total importancia a la figura creamos una galaxia que une a ambos (Fig. 42).

- Ilustración 7 y 8: Un gran ojo de la extraterrestre del que pende de un cable el astronauta, para evocar, como en todas las canciones, el enamoramiento que siente hacia ella (Fig. 43).

- Ilustración 0: De nuevo, estas son las que separarán la portada del resto de páginas. También con un diseño sencillo y característico de este libro aparece una mariposa (Fig. 39).

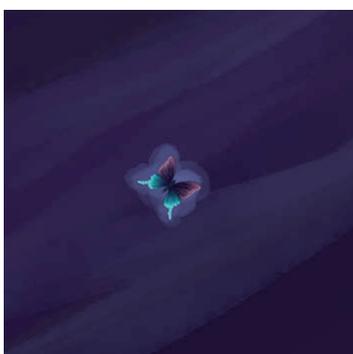


Fig. 39
Noemi Burriel, 2022. *Ilustración 0 de Astronauta.* 125x125mm.



Fig. 40
Noemi Burriel, 2022. *Ilustraciones 1 y 2 de Astronauta*. 125x250mm.



Fig. 41
Noemi Burriel, 2022. *Ilustraciones 3 y 4 de Astronauta*. 125x250mm.



Fig. 42
Noemi Burriel, 2022. *Ilustraciones 5 y 6 de Astronauta*. 125x250mm.



Fig. 43
Noemi Burriel, 2022. *Ilustraciones 7 y 8 de Astronauta*. 125x250mm.

MANÍAS

- Ilustración 1 y 2: En este libro, son los fundamentales protagonistas el sol y la luna. Se crea un efecto espejo con el sol para representar la confusión que el artista sufre a la hora de decidir si dejarse llevar o cerrarse de nuevo al amor. Los personajes siguen en un segundo plano en forma de siluetas y el color continúa siendo el mismo (Fig. 45).

- Ilustración 3 y 4: Cada uno de los personajes corresponde a un elemento. Ella es el sol, por eso la he colocada en forma de silueta delante de él. Crea un aura misteriosa, pero cálida a la vez. Su figura da identidad y simbolismo al sol (Fig. 46).

- Ilustración 5 y 6: Es el turno de la luna. Se rescata la figura de la ilustración principal y colocamos a los protagonistas sentados en ella. El astronauta se rinde al amor se entrega a ella (Fig. 47).

- Ilustración 7 y 8: Se da cierre a esta balada con nuestra luna y la silueta del cantante, para hacer referencia que son el mismo elemento, de la misma manera que con el sol, para seguir con la misma estética (Fig. 48).

- Ilustración 0: Otra vez son las que separan la portada del resto de páginas. Siempre con un diseño sencillo y característico se representan el sol y la luna (Fig. 44).

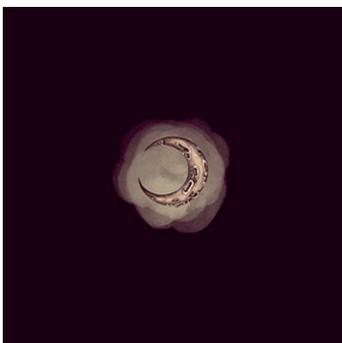


Fig. 44
Noemi Burriel, 2022. *Ilustración 0 de Manías*. 125x125mm.



Fig. 45
Noemi Burriel, 2022. *Ilustraciones 1 y 2 de Manías*. 125x250mm.



Fig. 46
Noemi Burriel, 2022. *Ilustraciones 3 y 4 de Manías*. 125x250mm.



Fig. 47
Noemi Burriel, 2022. *Ilustraciones 5 y 6 de Manías*. 125x250mm.



Fig. 48
Noemi Burriel, 2022. *Ilustraciones 7 y 8 de Manías*. 125x250mm.

SÚBETE

- Ilustración 1 y 2: Da comienzo con la imagen de nuestra primera ilustración. Es la mejor representación para esta canción, el astronauta surfear con su guitarra invita a subirse a ella (Fig. 50).

- Ilustración 3 y 4: Sobre una galaxia se encuentran tendidos nuestros personajes como si de un campo de flores de la pradera se tratase. Disfrutando cada uno de la compañía del otro, son representados en siluetas para convertir el universo como algo inmenso y ellos algo mucho más pequeño e insignificante (Fig. 51).

- Ilustración 5 y 6: El peso de esta ilustración se encuentra en el medio, donde el protagonista abrazado a la extraterrestre, flotan por el espacio. Ella se materializa en todos los sentimientos que le hace sentir, en el amor propio que le enseña a trabajar y adquirir y en todas las sensaciones positivas, en forma de galaxia (Fig. 52).

- Ilustración 7 y 8:

Aparece un primer plano del astronauta, como si estuviese siendo fotografiado. Las fotografías suelen hacerse para recordar buenos momentos, y esto es lo que ha pretendido el protagonista. En su casco se refleja la nave espacial con la que ha viajado por todo este universo con toda la gente que se ha subido para compartirle este viaje (Fig. 53).

- Ilustración 0: Nuevamente, estas separarán la portada del resto de páginas. Una vez más con un diseño sencillo y característico de este libro se representan unas estrellas (Fig. 49).



Fig. 49
Noemi Burriel, 2022. *Ilustración 0 de Súbete*. 125x125mm.



Fig. 50
Noemi Burriel, 2022. *Ilustraciones 5 y 6 de Súbete*. 125x250mm.



Fig. 51
Noemi Burriel, 2022. *Ilustraciones 5 y 6 de Súbete*. 125x250mm.



Fig. 52
Noemi Burriel, 2022. *Ilustraciones 5 y 6 de Súbete*. 125x250mm.



Fig. 53
Noemi Burriel, 2022. *Ilustraciones 5 y 6 de Súbete*. 125x250mm.



Fig. 54
Noemi Burriel, 2022. *Ilustración 0 de Tu voz*. 125x125mm.

TU VOZ

Las ilustraciones de este conjunto se han realizado como las demás, de dos en dos, pero teniendo en cuenta la idea de soporte que se quería diseñar.

Los personajes principales de la portada reutilizados y colocados uno a cada extremo de la ilustración, unidos por un espagueti a lo largo del cual se coloca la letra de la canción y alrededor otros elementos como el bol de pasta de albóndigas que evocan a Italia. También están las siluetas de ambos en varias posiciones colocados para darle dinamismo a la obra (Fig. 55, 56, 57 y 58).

Se realiza una ilustración para colocar en la parte trasera del desplegable, la cual será la imagen de una albóndiga meteorito (Fig. 54).



Fig. 55
Noemi Burriel, 2022. *Ilustraciones 1 y 2 de Tu voz*. 125x250mm.



Fig. 56
Noemi Burriel, 2022. *Ilustraciones 3 y 4 de Tu voz*. 125x250mm.



Fig. 57
Noemi Burriel, 2022. *Ilustraciones 5 y 6 de Tu voz*. 125x250mm.

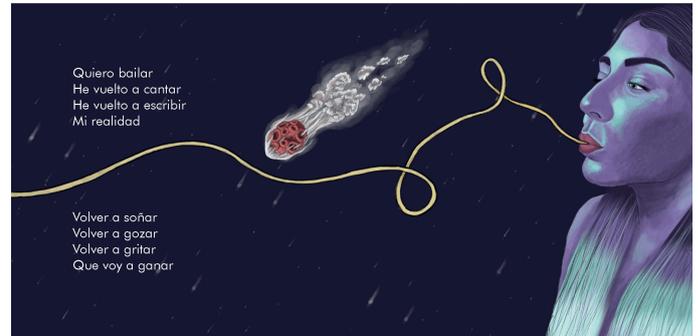


Fig. 58
Noemi Burriel, 2022. *Ilustraciones 7 y 8 de Tu voz*. 125x250mm.

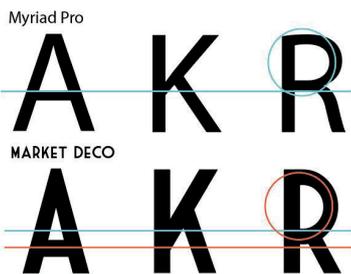


Fig. 59
Steve Ferrera, 2006. *Tipografía Market Deco*.

5.4. DISEÑO Y TIPOGRAFÍAS

Todavía en la fase tres se realiza la combinación de ilustración y tipografías de las que nace nuestro diseño. Tras la realización de las ilustraciones se eligen las tipografías.

La principal, que caracteriza y da personalidad a este disco, es *Market Deco* (Fig. 59). Tras varias pruebas con diversas de diferentes estilos es la elegida y considerada la más adecuada para las portadas.

Esta es una tipografía sin remate. Los remates, pues estos pueden distraer la atención de la ilustración principal ya que estas están cargadas de trazos y elementos. Colocar una tipografía con remates muy decorada sería recargar el diseño.

La tipografía de palo seco es más sencilla a la vista, pero con esto no se pretende decir que sea menos compleja, ya que en este modelo de tipografías. “Las partes finales de sus astas pueden cortarse o moderarse de muy diversos modos. Esta sencilla alteración permite cambiar por completo la personalidad.”(Karen Cheng, 2006)

Además, son más versátiles, ya que “como son más sencillas y están menos condicionadas por las prácticas históricas, constituyen un estilo tipográfico con mayor potencial para la abstracción formal y la exploración creativa”. (Karen Cheng, 2006).

Market Deco, se caracteriza por su arquitectura recta, tanto en sus líneas verticales como horizontales. Sin inclinaciones marcadas (salvo en las letras que lo requieren como por ejemplo la R o la K) y su centro bajo (es decir, su centro horizontal está más bajo que en otras tipografías) hacen que las letras tengan más peso, por lo tanto que estén más asentadas en la línea de tierra. Otra de sus características principales son sus curvas semicirculares casi perfectas sin deformaciones.

La elección de la tipografía de los textos del interior de los libros es un poco más compleja, ya que debemos tener en cuenta su legibilidad además de su aspecto y su buena integración con las ilustraciones ya que esta se utiliza en un tamaño pequeño.

FUTURA
FUTURA
FUTURA

ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
0123456789

Fig. 60
Paul Renner, 1927. *Tipografía Futura*.



Fig. 61
Noemi Burriel, 2022. Tipografía manuscrita en *Del desamor al arte*.



Fig. 62
Noemi Burriel, 2022. Tipografía manuscrita en *Tu voz*.

Tras varias pruebas se elige la tipografía *Futura* (Fig. 60), todo un clásico del diseño. “Es una fuente tipográfica de palo seco, basada en formas geométricas básicas como el cuadrado, el círculo o el triángulo” (Jordi Blasi, 2018).

Realizando varias pruebas de impresión para adecuar el tamaño y el color a cada ilustración se garantiza su correcta legibilidad.

Se añaden dos tipografías secundarias en dos diseños concretos.

Una en la portada de la primera canción *Del desamor al arte*, para crear el efecto de posterior corrección utilizando el título del disco con su tipografía natural, al que se tacha la palabra “amor” y se coloca con una tipografía manuscrita la palabra “desamor” que da título a la obra (Fig. 61).

La segunda es en una de las ilustraciones de la tercera canción, *Tu voz*, en la que la frase “¿De verdad quieres que lleve mi voz?”, la colocamos con otra tipografía manuscrita para darle un toque más personal (Fig. 62).

Un registro manuscrito que las dota de sentimientos y les da una caracterización especial.

La configuración del diseño de estas portadas se lleva cabo teniendo en cuenta las necesidades de cada canción, es decir, de cada texto y de cada ilustración, moviendo, editando y cambiando los elementos necesarios para un resultado óptimo.

5.5. SOPORTE FÍSICO

Una vez creada la estética principal, y teniendo claro desde el principio el formato del soporte, se realizan unas ilustraciones en tamaño cuadrado, relación 1:1, que también llevan los libros. Se lleva a cabo la ideación del soporte físico donde van el CD y los libros ilustrados.

Tras ver ejemplos de otros artistas e ideas diferentes, se concreta el siguiente formato (Fig. 63 y 64).

Una caja de cartón que protege y contiene todos los elementos en su interior, donde se encuentra un desplegable de un cartón más fino que se divide en dos. Por un lado aparece un índice con las canciones y a su lado el CD a reproducir encajado en una pestaña circular en la pared vertical. En el otro lado, está en el otro lado de la pared vertical los cinco libros que hacen referencia a las cinco canciones encajados en una ranura para garantizar su conservación (Fig. 65).

Adaptando el diseño a una necesidad funcional, se cambian algunos elementos para una mayor y mejor producción. Así se garantiza un formato óptimo y a la vez diferente a lo que se ha hecho anteriormente. Se busca, mediante pruebas de impresión del texto en diferentes tamaños, el diseño que mejor se adapte para una completa legibilidad de la información y se diseña gráficamente para quedar totalmente satisfechos con el resultado (Fig. 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71 y 72).



Fig. 63
Noemi Burriel, 2022. Bocetos soporte físico I.

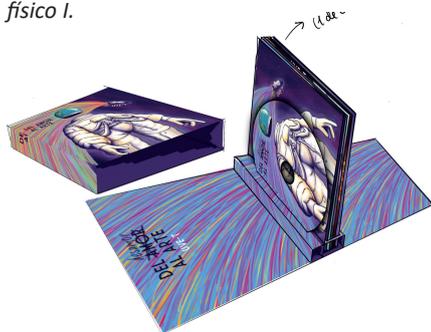


Fig. 64
Noemi Burriel, 2022. Bocetos soporte físico II.

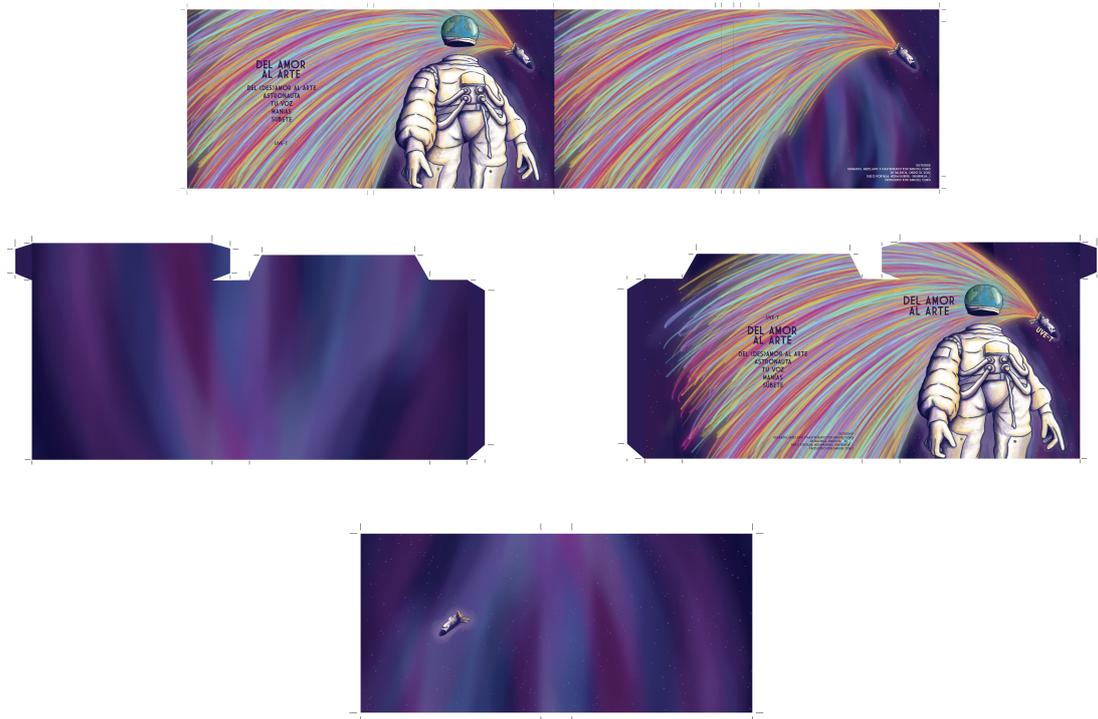


Fig. 65
Noemi Burriel, 2022. *Matrices soporte físico*. Diseños adaptados al formato de la caja del CD.



Fig. 66
Noemi Burriel, 2022. *Resultado final del soporte físico I*. Soporte general.

Fig. 67
Noemi Burriel, 2022. *Resultado final del soporte físico II*. Soporte general con los cinco libros de las cinco canciones.

Fig. 68
Noemi Burriel, 2022. *Resultado final del soporte físico III*. Soporte desplegado con CD.

Fig. 69
Noemi Burriel, 2022. *Resultado final del soporte físico IV*. Soporte interior desplegado.

Fig. 70
Noemi Burriel, 2022. *Desplegable individual de la canción Tu voz*.





Fig. 71
Noemi Burriel, 2022. *Mock-up del CD.*

Fig. 72
Noemi Burriel, 2022. *Mock-up del libro Astronauta.*

6. LANZAMIENTO MUSICAL

Una vez creado el soporte físico, finaliza la fase tres y se llega a la cuatro, en la que el objetivo es crear contenido para promocionar y crear una pequeña campaña de publicidad del lanzamiento de ambos productos.

En primer lugar se diseña el *merchandising* que acompañará de manera física al CD para hacer más atractiva su compra. Se crean camisetas, bolsas de tela y pósteres que se venden junto a este como estrategia de marketing. Para todo ello se crean *mock-ups* de lanzamiento en los que el producto queda perfectamente mostrado. Se utiliza tanto como para la venta del producto en web como para su publicidad en redes sociales.

En segundo lugar se producen dos videoclips. Se representan en formato de vídeo las dos canciones que resumen este EP. El primero es el videoclip de *Del desamor al arte* ya que es la canción que da nombre al disco y es el inicio de este viaje para el artista. El segundo, a pesar de la carencia del material necesario para producirlo, trata la última canción que da cierre al disco y representa el mensaje final de su proyecto, *Súbete*.

Por último, y de forma simultánea a la producción de los videoclips, se aprovecha para tomar algunas fotos y combinarlas con el resto de contenido. Este se utiliza en las redes sociales (nos centramos en Instagram) para hacer publicidad de los productos. También se aprovechan los *mock-ups* de lanzamiento.



Fig. 73
Noemi Burriel, 2022. *Diseño para merchandising I.*

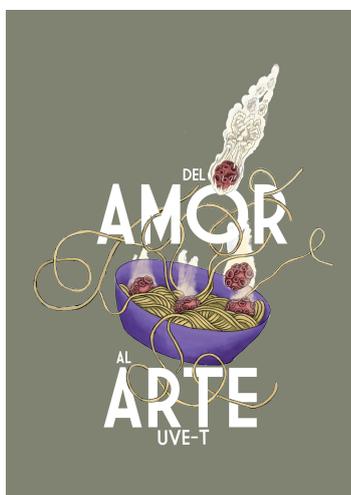


Fig. 74
Noemi Burriel, 2022. *Diseño para merchandising II.*

6.1. MERCHANDISING

Como ha sido mencionado anteriormente, el *merchandising* sirve para crear más visibilidad del producto. Se aprovecha el "fenómeno fan", pues el público quiere coleccionar todo tipo de elementos que hagan referencia a su grupo o cantante favoritos.

Los productos que se crean deben seguir la misma línea de diseño para no romper la estética del disco. Se elige crear camisetas, bolsas de tela y pósteres. El formato de estos cuatro elementos es similar, vertical, así que se realizan varios modelos que se adaptan a este nuevo marco de diseño. Eligiendo las ilustraciones de dos canciones de manera conjunta para adaptarlas al *merchandising*. Una de ellas es de la quinta canción, *Súbete* y la otra es la ilustración genera que da imagen al diseño de la canción *Tu Voz*. Esta última se ha tenido que remodelar para un resultado perfecto en cuanto a formato y diseño. Como texto solamente se añade el título del disco y el nombre del autor (Fig. 73 y 74).

Una vez creados los diseños adaptados a estos nuevos formatos, se

colocan en diferentes *mock-ups* para la visualización final del producto. En este proceso se han ido alterando tanto las ilustraciones como el diseño en general para un mejor resultado del proyecto, redibujando, rediseñando y moviendo los elementos hasta encontrar la sintonía perfecta entre ellos. A continuación se muestran las imágenes finales (Fig. 75, 76, 77 y 78).

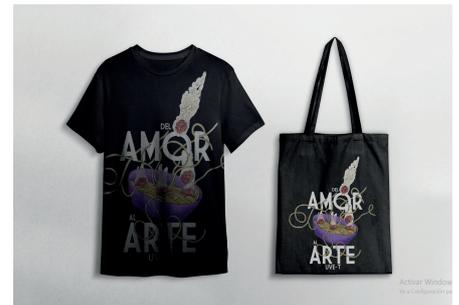


Fig. 75

Noemi Burriel, 2022. *Mock-up merchandising I*. Camiseta con diseño I.

Fig. 76

Noemi Burriel, 2022. *Mock-up merchandising II*. Camiseta y bolsa de tela con diseño I.

Fig. 77

Noemi Burriel, 2022. *Mock-up merchandising III*. Camiseta y bolsa de tela con diseño II.

Fig. 78

Noemi Burriel, 2022. *Mock-up merchandising IV*. Pósteres.

6.2. VIDEOCLIPS

Un videoclip es un conjunto de imágenes en movimiento que sirven para hacer promoción de una canción. Se considera que los videoclips crean en las personas curiosidad por cómo es representada una canción de manera visual. Esa necesidad de ver y materializar la canción genera nuevas escuchas y por lo tanto es un motor excelente para su publicidad.

Se realizan dos videoclips:

El primero reproduce la canción que inicia el disco, *Del amor al arte*, que forzosamente debía ser representada de manera audiovisual, pues es la que da comienzo al proyecto del artista. Es la base del disco; el origen del problema que genera la necesidad al autor de escribir el resto de canciones.

Con muy poca disponibilidad del cantante y poco tiempo para realizarlo, se consigue grabar el videoclip principal.

A pesar de una organización bastante improvisada y unas herramientas de trabajo (cámaras, iluminación, etc.) no demasiado óptimas, se han cuidado todos y cada uno de los detalles para la producción de este cortometraje.

El concepto de este proyecto es mostrar el dolor y el vacío que siente una persona cuando está atrapada en un lugar dañino del que no puede escapar, en este caso, una relación amorosa nociva. Para ello se ha pensado en las posibilidades y teniéndolas en cuenta se elige el espacio en el que se graba el videoclip. Este es un lugar amplio y vacío con buena iluminación natural y una estética de colores blancos y grises, unos colores fríos perfectos para la representación de este tema.



Fig. 79
Noemi Burriel, 2022. *Frame I de Del desamor al arte*. Espacio, vestuario, iluminación y planos.



Fig. 80
Noemi Burriel, 2022. *Frame II de Del desamor al arte*. Espacio, vestuario, iluminación y planos.



Fig. 81
Noemi Burriel, 2022. *Frame III de Del desamor al arte*. Garabatos añadidos en postproducción.



Fig. 82
Noemi Burriel, 2022. *Frame IV de Del desamor al arte*. Garabatos añadidos en postproducción.

En cuanto al vestuario, se eligen prendas de colores neutros y apagados, similares a la estética del lugar y para fundirse con el y crear un ambiente solitario y vacío.

El actor principal, en este caso el cantante, adquiere una actitud afligida y apenada que represente el dolor del que habla en la letra de dicha canción.

Como la producción de este videoclip ha sido algo improvisado y espontáneo, no se ha llegado a crear ningún guion de grabación ni ningún *storyboard*, solo se han tenido en cuenta los diferentes planos que se han querido usar. Se decide hacer una grabación simple con unos cuantos tipos de planos para complementarlo con una postproducción algo más compleja. Por lo tanto, se graban tomas completas en primerísimos primeros planos, primeros planos, planos medio corto y medio largo, planos enteros y planos generales (Fig. 79 y 80). Estos se realizan con grabaciones estáticas con una cámara réflex (Canon 1200D), ya que no hay posibilidad de un enfoque en movimiento de esta, y grabaciones con ligeros movimientos de cámara con el móvil (iPhone 12 PRO).

Son tomas completas de una duración aproximada de 2:30 minutos que en la postproducción se recortan, editan y arman para crear un vídeo más complejo utilizando el programa de edición de vídeo de Adobe Premiere Pro. Se monta el proyecto teniendo en cuenta el ritmo de la música y buscando la mejor de las formas de composición audiovisual.

Una vez acabado este trabajo de edición y montaje se añaden los efectos especiales mediante el programa After Effects de Adobe. Estos efectos están a lo largo de todo el videoclip y son una especie de garabatos animados, creados *frame por frame* con una tableta gráfica que hacen que la obra sea más entretenida y menos monótona. Tras varias pruebas con otros colores, se elige el blanco para representar estos garabatos ya que es el color que más se integra en el videoclip (Fig. 81 y 82).

Finalmente se añade, tanto al inicio como al final, los créditos con la tipografía elegida para el diseño del CD y continuar con la misma estética, además del logo del artista.

Enlace del videoclip en el apartado de anexos.

Casi al mismo tiempo y con la misma manera improvisada de trabajar, se idea el otro videoclip.

La siguiente canción elegida es la última del disco, *Súbete*, que es también fundamental para el proyecto, ya que ambas resumen, siendo la fase inicial y la fase final de este viaje, el mensaje del EP del artista.

En este videoclip se muestra la alegría del cantante por haber llegado a la última etapa de su recorrido en la que se encuentra feliz consigo mismo y lo quiere compartir con todo aquel que quiera formar parte de su proyecto y de su vida. Para eso, en el videoclip, se intenta representar una fiesta a modo de concierto en el que todo el mundo disfruta del momento de manera amistosa y cariñosa.

El espacio elegido ha sido, bajo también las escasas oportunidades fugaces, una casa apartada rodeada de campos en la que se aprecian los colores del atardecer en el horizonte. Además de esos tonos de colores, el lugar aporta otros tonos verdes por la vegetación y amarillos por el edificio. En definitiva, el espacio proporciona una estética colorida y alegre que es ideal para el videoclip de esta canción.



Fig. 83
Noemi Burriel, 2022. *Frame I de Súbete*.
Espacio, vestuario, iluminación y planos.



Fig. 84
Noemi Burriel, 2022. *Frame II de Súbete*.
Espacio, vestuario, iluminación y planos.

Se pide ayuda a un grupo de personas cercanas para interpretar el papel de banda musical, ya que la canción con su ritmo y letra, recuerda a la estética pop de los años 2000 en conciertos de grupos como *Pignoise*, *Pereza* o *El Canto del Loco*. Estos amigos serán los músicos y el público divirtiéndose con su actuación, que es lo que se quiere representar.

Tanto el cantante como el resto de elenco deben mostrar una actitud divertida y amistosa.

Esta producción se graba, al igual que el otro, con tomas largas que luego se editan, montan y reparten en la postproducción (Fig. 83 y 84). Estas se graban en planos similares a los del vídeo anterior: primeros planos, planos medios cortos y medios largos, planos enteros y planos generales.

Una vez grabadas las tomas, se realiza el trabajo de postproducción con el programa Adobe Premiere Pro, con el que se utiliza el ritmo de la canción como guía de la composición del montaje.

Posterior a esto se añaden los créditos iniciales y finales con la tipografía *Market Deco* para continuar con la estética del disco.

Enlace del videoclip en el apartado de anexos.

6.3. CONTENIDO PARA REDES

De manera simultánea a la grabación de los videoclips, se van tomando fotografías que se aprovecharán para promocionar el disco o los videoclips en redes sociales. Estas fotografías se someten a una edición mediante varias herramientas. Con Photoshop se alteran los colores, las luces y las imperfecciones para lograr una mejor calidad de las imágenes y una estética similar al videoclip y al diseño del disco. Con Procreate, se añaden elementos decorativos que hagan referencia a dicha estética (Fig. 85, 86, 87, 88 y 89).

Se aprovechan los *mock-ups* realizados anteriormente y, de la misma manera que las fotografías anteriores, se alteran y se añaden elementos para crear una homogénea campaña de publicidad (Fig. 90, 91 y 92).

Por último, se realizan vídeos cortos en formato de *reel* (publicaciones propias de la red social Instagram) que sirven para publicitar tanto el videoclip como el disco. Se crean de manera similar a las producciones musicales anteriores con el programa Adobe Premiere Pro y se configuran recortando los clips ya grabados creando un montaje similar pero alternativo (Fig. 93 y 94).



Fig. 85
Noemi Burriel, 2022.
Contenido para redes I.



Fig. 86
Noemi Burriel, 2022.
Contenido para redes II.



Fig. 87
Noemi Burriel, 2022.
Contenido para redes III.



Fig. 88
Noemi Burriel, 2022.
Contenido para redes IV.



Fig. 89
Noemi Burriel, 2022.
Contenido para redes V.

Enlace de los dos *reels* de Instagram publicitarios en el apartado de anexos.

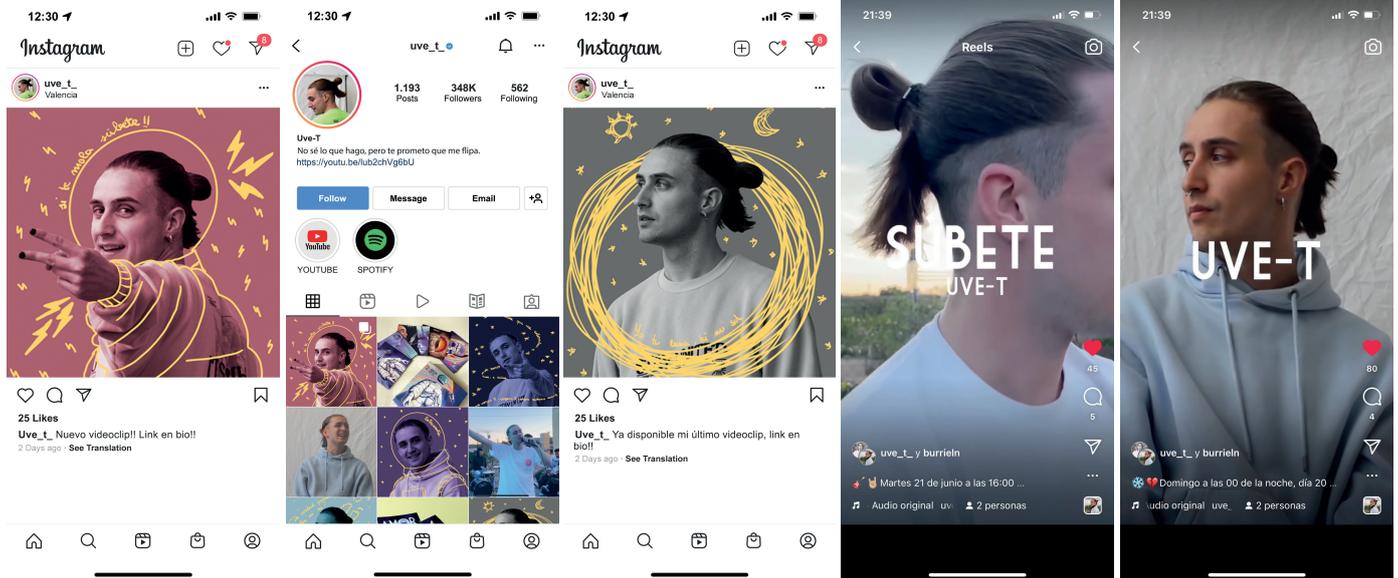


Fig. 90
Noemi Burriel, 2022. *Mock-ups redes I*. Publicación.

Fig. 91
Noemi Burriel, 2022. *Mock-ups redes II*. Perfil.

Fig. 92
Noemi Burriel, 2022. *Mock-ups redes III*. Publicación.

Fig. 93
Noemi Burriel, 2022. *Mock-ups redes IV*. Reel de publicidad de videoclip.

Fig. 94
Noemi Burriel, 2022. *Mock-ups redes V*. Reel de publicidad de videoclip.

7. CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta los objetivos planteados al inicio de este proyecto, se considera que se han cumplido de manera correcta tanto los objetivos generales como los específicos.

Se han analizado, por un lado, los referentes que han influido en la obra y, por otro lado, la historia predecesora respecto al diseño musical. Se han sabido utilizar las herramientas y programas logrando así unos resultados exitosos.

A pesar de los problemas que han surgido durante cada fase de proyecto, como la ausencia del autor de las canciones, ya que no se encuentra en España sino en Italia de Erasmus, se ha conseguido practicar una buena relación comunicativa. A consecuencia de esto, se han tenido que reprogramar en varias ocasiones las fases y trabajar de manera improvisada en alguno de los casos. No obstante, se consigue transmitir con cada elemento que conforma el proyecto las sensaciones y sentimientos que el autor experimenta en sus obras. En resumen, se consiguen convertir las canciones en ilustraciones y diseños.

Con el desarrollo de este trabajo de fin de grado, se valora el haber hallado la forma correcta de resolver las cuestiones planteadas al inicio del proyecto y se evalúa de modo satisfactorio el presente resultado final.

8. REFERENCIAS

Blasi, J. (2018). *Futura, de Paul Renner. 90 años de una tipografía conquistó el mundo*. Experimenta. [Consulta: Mayo 27, 2022]. Recuperado en: [WVhttps://www.experimenta.es/noticias/grafica-y-comunicacion/futura-de-paul-renner-90-anos-de-una-tipografia-conquisto-el-mundo/#:~:text=La%20Futura%20es%20una%20fuente,versiones%20normal%2C%20ancha%20y%20estrecha](https://www.experimenta.es/noticias/grafica-y-comunicacion/futura-de-paul-renner-90-anos-de-una-tipografia-conquisto-el-mundo/#:~:text=La%20Futura%20es%20una%20fuente,versiones%20normal%2C%20ancha%20y%20estrecha)

Cheng, K. (2006). *Diseñar Tipografías*. Barcelona, Gustavo Gili.

Coelho, F. *El Principito: Análisis y resumen del libro*. Cultura Genial. [Consulta: Junio 6, 2022]. Recuperado en: <https://www.culturagenial.com/es/libro-el-principito/>

E. C. (2021). *La vuelta del vinilo: dónde encontrar los discos de vinilo más codiciados*. El Confidencial. [Consulta: Mayo 27, 2022]. Recuperado en: https://www.elconfidencial.com/cultura/2021-08-11/vuelta-del-disco-vinilo-tendencia-moda-postrero_3207455/

García, J. (1999). *Jazz gráfico. Diseño y fotografía en el disco de jazz, 1940 – 1968*. Valencia, Ivam Centro Julio González.

Impure. *Bang Sangho: realidad sicodélica y universo no apto para triptofóbicos*. Impure. [Consulta: Junio 6, 2022]. Recuperado en: <https://www.impuremag.com/la-realidad-sicodelica-bang-sangho-universo-no-aptotriptofobicos/>

L. Alonso, R. *Portadas de discos: “packaging” para la música*. Blogspot. [Consulta: Mayo 26, 2022]. Recuperado en: <https://estudio-grafico.blogspot.com/2016/03/portadas-discos.html>

Liniers, R. (2018). *Entrevista: Cómo ilustrar música según Liniers*. [Consulta: Mayo 27, 2022]. Recuperado en: <https://www.radionica.rocks/libros/entrevista-como-ilustrar-musica-segun-liniers>

Saint-Exupéry, A. (1943). *El Principito*. Nueva York, Reynal & Hitchcock.

The Imagos. (2021). *Merchandising musical: Ideas y novedades*. The Imagos. [Consulta: Mayo 27, 2022]. Recuperado en: <https://theimagos.com/merchandising-musical/#:~:text=El%20merchandising%20musical%20es%20un,adicionales%20para%20los%20propios%20grupos.>

9. ÍNDICE DE FIGURAS

Fig. 1. Aleix Steinweiss, 1939. <i>Smash Songs Hits de Rodgers And Hart</i> . Ilustración.	10
Fig. 2. Andy Warhol, 1956. <i>Kenny Burrell. Blue Note 1543</i> . Ilustración.....	10
Fig. 3. Andy Warhol, 1958. <i>Johnny Griffin. The Congregation. Blue Note 1580</i> . Ilustración.	10
Fig. 4. The Beatles, 1966. <i>Yellow Submarine</i> . Portada de canción.	11
Fig. 5. The Beatles, 1969. <i>Abbey Road</i> . Portada de álbum musical.....	11
Fig. 6. The Clash, 1973. <i>The Other Side Of The Moon</i> . Portada de álbum musical.....	11
Fig. 7. The Clash, 1979. <i>London Calling</i> . Portada de álbum musical.	11
Fig. 8. Rosalía, 2020. <i>El mal querer</i> . Portada de álbum musical.....	12
Fig. 9. La oreja de Van Gogh, 2003. <i>Lo que te conté mientras te hacías la dormida</i> . Portada de álbum musical.	12
Fig. 10. Antoine De Saint-Exupéry, 1943. <i>El Principito</i> . Salamandra.....	13
Fig. 11. Mark Osborne, 2015. <i>El Principito</i> . Frame de la película basada en el libro <i>El Principito</i> de Antoine De Saint-Exupéry.	14
Fig. 12. Bang Sangho. <i>PHISH—MSG</i> . Póster de concierto.	15
Fig. 13. Bang Sangho. <i>FENDER—MARINE LAYER REVERB</i> . Ilustración.....	15
Fig. 14. Bang Sangho. <i>TFO (Subliminal)</i> . Portada de álbum.	15
Fig. 15. Bang Sangho. <i>AXOO agency—AGENT89</i> . Ilustración.	15
Fig. 16. Noemi Burriel, 2021. <i>Moodboard “viaje en el tiempo”</i> . Moodboard de la idea descartada.	16
Fig. 17. Noemi Burriel, 2021. <i>Primeros bocetos</i> . Boceto general e inicial. del concepto “un viaje por el espacio”.....	16
Fig. 18. Noemi Burriel, 2022. <i>Boceto final de la portada Del amor al arte...</i>	17
Fig. 19. Noemi Burriel, 2022. <i>Del amor al arte</i> . Portada de álbum para el artista Uve-t. 125x125mm.....	17
Fig. 20. Noemi Burriel, 2022. <i>Del amor al arte</i> . Portada de álbum para el artista Uve-t. 125x125mm.....	18
Fig. 21. Noemi Burriel, 2022. <i>Del desamor al arte</i> . Portada de canción para el artista Uve-t. 125x125mm.....	18
Fig. 22. NNoemi Burriel, 2022. <i>Boceto final de la portada Astronauta</i>	19
Fig. 23. Vicente Trinidad, 2021. Fotografía guía de Julieta I.	19
Fig. 24. Vicente Trinidad, 2021. Fotografía guía de Vicente I.	19
Fig. 25. Noemi Burriel, 2022. <i>Astronauta</i> . Portada de canción para el artista Uve-t. Ilustración. 125x125mm.....	19
Fig. 26. Noemi Burriel, 2021. <i>Boceto de la portada Tu voz</i> . Ilustración.....	20
Fig. 27. Vicente Trinidad, 2021. Fotografía guía de Julieta II.	20
Fig. 28. Vicente Trinidad, 2021. Fotografía guía de Vicente II.	20
Fig. 29. Noemi Burriel, 2022. <i>Tu voz</i> . Portada de canción para el artista Uve-t. Ilustración. 125x125mm.	20
Fig. 30. Noemi Burriel, 2021. <i>Boceto de la portada Manías</i> . Ilustración.....	21
Fig. 31. Noemi Burriel, 2022. <i>Manías</i> . Portada decanción para el artista Uve-t. Ilustración. 125x125mm.....	21
Fig. 32. Noemi Burriel, 2021. <i>Boceto de la portada Súbete</i> . Ilustración.....	22
Fig. 33. Noemi Burriel, 2022. <i>Súbete</i> . Portada de canción para el artista Uve-t. Ilustración. 125x125mm.....	22

Fig. 34. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustración 0 de Del desamor al arte.</i> 125x125mm.	22
Fig. 35. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustraciones 1 y 2 de Del desamor al arte.</i> 125x250mm.	23
Fig. 36. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustraciones 3 y 4 de Del desamor al arte.</i> 125x250mm.	23
Fig. 37. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustraciones 6 y 5 de Del desamor al arte.</i> 125x250mm.	23
Fig. 38. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustracones 7 y 8 de Del desamor al arte.</i> 125x250mm. 125x250mm.	23
Fig. 39. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustración 0 de Astronauta.</i> 125x125mm.	23
Fig. 40. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustraciones 1 y 2 de Astronauta.</i> 125x250mm. ...	24
Fig. 41. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustraciones 3 y 4 de Astronauta.</i> 125x250mm. ...	24
Fig. 42. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustraciones 5 y 6 de Astronauta.</i> 125x250mm. ...	24
Fig. 43. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustraciones 7 y 8 de Astronauta.</i> 125x250mm. ...	24
Fig. 44. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustración 0 de Manías.</i> 125x125mm.	24
Fig. 45. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustraciones 1 y 2 de Manías.</i> 125x250mm.	25
Fig. 46. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustraciones 3 y 4 de Manías.</i> 125x250mm.	25
Fig. 47. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustraciones 5 y 6 de Manías.</i> 125x250mm.	25
Fig. 48. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustraciones 7 y 8 de Manías.</i> 125x250mm.	25
Fig. 49. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustración 0 de Súbete.</i> 125x125mm.	25
Fig. 50. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustraciones 1 y 2 de Súbete.</i> 125x250mm.	26
Fig. 51. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustraciones 3 y 4 de Súbete.</i> 125x250mm.	26
Fig. 52. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustraciones 5 y 6 de Súbete.</i> 125x250mm.	26
Fig. 53. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustraciones 7 y 8 de Súbete.</i> 125x250mm.	26
Fig. 54. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustración 0 de Tu voz.</i> 125x125mm.	26
Fig. 55. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustraciones 1 y 2 de Tu voz.</i> 125x250mm.	26
Fig. 56. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustraciones 3 y 4 de Tu voz.</i> 125x250mm.	26
Fig. 57. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustraciones 5 y 6 de Tu voz.</i> 125x250mm.	27
Fig. 58. Noemi Burriel, 2022. <i>Ilustraciones 7 y 8 de Tu voz.</i> 125x250mm.	27
Fig. 59. Steve Ferrera, 2006. <i>Tipografía Market Deco.</i>	27
Fig. 60. Paul Renner, 1927. <i>Tipografía Futura.</i>	27
Fig. 61. Noemi Burriel, 2022. <i>Tipografía manuscrita en Del desamor al arte.</i> ..	28
Fig. 62. Noemi Burriel, 2022. <i>Tipografía.</i>	28
Fig. 63. Noemi Burriel, 2022. <i>Bocetos soporte físico I.</i>	28
Fig. 64. Noemi Burriel, 2022. <i>Bocetos soporte físico II.</i>	28
Fig. 65. Noemi Burriel, 2022. <i>Matrices soporte físico.</i> Diseños adaptados al formato de la caja del CD.	29
Fig. 66. Noemi Burriel, 2022. <i>Resultado final del soporte físico I.</i> Soporte general.	29
Fig. 67. Noemi Burriel, 2022. <i>Resultado final del soporte físico II.</i> Soporte general con los cinco libros de las cinco canciones.	29
Fig. 68. Noemi Burriel, 2022. <i>Resultado final del soporte físico III.</i> Soporte desplegado con CD.	29
Fig. 69. Noemi Burriel, 2022. <i>Resultado final del soporte físico IV.</i> Soporte interior desplegado.	29
Fig. 70. Noemi Burriel, 2022. <i>Desplegable individual de la canción Tu voz.</i> ...	29
Fig. 71. Noemi Burriel, 2022. <i>Mock-up del CD.</i>	30
Fig. 72. Noemi Burriel, 2022. <i>Mock-up del libro Astronauta.</i>	30
Fig. 73. Noemi Burriel, 2022. <i>Diseño para merchandising I.</i>	30

Fig. 74. Noemi Burriel, 2022. <i>Diseño para merchandising I</i>	30
Fig. 75. Noemi Burriel, 2022. <i>Mock-up merchandising I</i> . Camiseta con diseño I.....	31
Fig. 76. Noemi Burriel, 2022. <i>Mock-up merchandising II</i> . Camiseta y bolsa de tela con diseño I.....	31
Fig. 77. Noemi Burriel, 2022. <i>Mock-up merchandising III</i> . Camiseta y bolsa de tela con diseño II.....	31
Fig. 78. Noemi Burriel, 2022. <i>Mock-up merchandising IV</i> . Pósteres.....	31
Fig. 79. Noemi Burriel, 2022. <i>Frame I de Del desamor al arte</i> . Espacio, vestuario, iluminación y planos.....	32
Fig. 80. Noemi Burriel, 2022. <i>Frame II de Del desamor al arte</i> . Espacio, vestuario, iluminación y planos.....	32
Fig. 81. Noemi Burriel, 2022. <i>Frame III de Del desamor al arte</i> . Garabatos añadidos en postproducción.....	32
Fig. 82. Noemi Burriel, 2022. <i>Frame IV de Del desamor al arte</i> . Garabatos añadidos en postproducción.....	32
Fig. 83. Noemi Burriel, 2022. <i>Frame I de Súbete</i> . Espacio, vestuario, iluminación y planos.....	33
Fig. 84. Noemi Burriel, 2022. <i>Frame II de Súbete</i>	33
Fig. 85. Noemi Burriel, 2022. <i>Contenido para redes I</i>	33
Fig. 86. Noemi Burriel, 2022. <i>Contenido para redes II</i>	33
Fig. 87. Noemi Burriel, 2022. <i>Contenido para redes III</i>	33
Fig. 88. Noemi Burriel, 2022. <i>Contenido para redes IV</i>	33
Fig. 89. Noemi Burriel, 2022. <i>Contenido para redes V</i>	33
Fig. 90. Noemi Burriel, 2022. <i>Mock-ups redes I</i> . Publicación.....	34
Fig. 91. Noemi Burriel, 2022. <i>Mock-ups redes II</i> . Perfil.....	34
Fig. 92. Noemi Burriel, 2022. <i>Mock-ups redes III</i> . Publicación.....	34
Fig. 93. Noemi Burriel, 2022. <i>Mock-ups redes IV</i> . Reel de publicidad de videoclip.....	34
Fig. 94. Noemi Burriel, 2022. <i>Mock-ups redes V</i> . Reel de publicidad de videoclip.....	34

10. ANEXOS

Enlace al reel de publicidad del videoclip *Del desamor al arte*:

https://www.instagram.com/reel/Ce6Pcl4gYIS/?utm_source=ig_web_copy_link

Enlace al videoclip de *Del desamor al arte* del artista Uve-T:

<https://youtu.be/lub2chVg6bU>

Enlace al reel de publicidad del videoclip *Súbete*:

https://www.instagram.com/reel/CfB_SpkKgNq/?utm_source=ig_web_copy_link

Enlace al videoclip de *Súbete* del artista Uve-t:

<https://youtu.be/RF7EvzadnQ8>