



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES
ARTS DE SANT CARLES

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Facultad de Bellas Artes

FALLA ALGO
EL DISEÑO COMO PARODIA EN LAS FALLAS

Trabajo Fin de Máster

Máster Universitario en Producción Artística

AUTOR/A: Piris González, Moisés

Tutor/a: Martínez Barragán, Carlos

CURSO ACADÉMICO: 2022/2023

FALLA

ugly design ::= ['vaporwave'] ['90's'].*

(ALGO)

El diseño

como parodia en las fallas.

EL PROYECTO EXPLORA
LA FRONTERA ENTRE LA
REALIDAD Y LA FICCIÓN,
YA QUE EL DISEÑO
PUEDE SER PARA UNA
PARODIA O UNA IMITACIÓN
DE LA REALIDAD EN EL
MARCO DE LAS FALLAS

proyecto ::= ['fake'] ['fallas'].* ["diseño"]

PRESENTADO POR
MOISÉS PIRIS GONZÁLEZ
TUTOR: CARLOS MARTÍNEZ
BARRAGÁN
FACULTAT DE BELLES ARTS
DE SANT CARLES
TRABAJO FINAL DE MÁSTER
CURSO 2022-2023

imágenes ::= ['identidad'] ['empresa familiar'].*

22 / 23

(TFM)

Título: **Derribos Carmen**
Diseñador: **González Piris**
Artista: **Miguel Huelve**
Año: **2023**
Áreas: **Escultura + Diseño**
Materiales: **Madera, papel y cartón**
Emplazamiento: **Plaza del Árbol, Valencia**
Asociación Cultural: **Falla Plaça de l'Arbre**

Título del proyecto **FALLA ALGO**
Subtítulo **El diseño como parodia en las fallas**

TFM Máster de Producción Artística
Año 2022/2023

PRESENTADO POR MOISÉS PIRIS GONZÁLEZ
TUTOR CARLOS M. BARRAGÁN
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES
TRABAJO FINAL DE MÁSTER
CURSO 2022-2023

+ info@falla-algo

derribos carmen ::= ['gentrificación'] ['ciudad genérica'].*

AGRADECIMIENTOS

Siempre he tenido dificultades para hacer los agradecimientos adecuados, pero en esta ocasión quiero expresar mi gratitud por su inquebrantable apoyo y dedicación a lo largo de todo el proceso de este trabajo a Miguel Hache. Él siempre es el que me ha regalado su visión del mundo, haciéndome formar parte de él.

También agradecer a Carlos Martínez Barragán y a Sara Vilar.

Por supuesto mencionar un gracias a todas las personas que han ayudado directamente en la producción de este proyecto como a todo el equipo de la escuela de adultos Vicent Ventura, a Georgina Torres, y a la *Asociación Cultural Falla Plaza del Àrbol*.

Por último, me gustaría añadir que “**Derribos Carmen**” es un proyecto vivo, el cual seguramente tras esta presentación siga evolucionando y encontrado nuevos modos de expresión artística, (*principalmente porque me gustaría terminar la tipografía completa*), pero además cierra un ciclo y marca un final.

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

Este trabajo recoge el proceso de creación de una marca de demolición ficticia para una falla experimental encargada por la *Asociación Cultural Falla Plaza del Árbol*. Esta marca “Derribos Carmen” se utilizará en una intervención escultórica *site-specific* que busca rescatar la memoria y la huella del paso del tiempo en los restos de los edificios del barrio de Ciutat Vella. Para este propósito, se propone elaborar un diseño que refleje el concepto principal de la falla, teniendo en cuenta el cliente que encarga el trabajo y el entorno en el que se presentará la obra. El proyecto se titula “Falla Algo” y explora la frontera entre la realidad y la ficción, ya que el diseño representará una parodia o una imitación de la realidad en el marco de las fallas, lo que ofrece una oportunidad cultural para enriquecer el proyecto.

* Palabras claves:

Falla, identidad visual, memoria, falso, solar, diseño.

English: This work documents the process of creating a fictional demolition brand for an experimental falla commissioned by the Cultural Association Falla Plaza del Árbol. This brand, “Derribos Carmen,” will be used in a site-specific sculptural intervention that aims to rescue the memory and traces of time in the remains of the buildings in the Ciutat Vella neighborhood. To achieve this purpose, a design that reflects the main concept of the falla will be developed, taking into account the client who commissions the work and the environment in which the artwork will be presented. The project is titled “Falla Algo” and explores the boundary between reality and fiction, as the design will represent a parody or imitation of reality within the context of the fallas, which offers a cultural opportunity to enrich the project.

**** Keywords:**

Falla, visual identity, memory, fake, vacant lot, design.

Valenciá: Aquest treball recull el procés de creació d’una marca de demolició fictícia per a una falla experimental encarregada per l’Associació Cultural Falla Plaça de l’Arbre. Aquesta marca “Derribos Carmen” s’utilitzarà en una intervenció escultòrica site-específic que busca rescatar la memòria i la petjada del pas del temps en les restes dels edificis del barri de Ciutat Vella. Per a aquest propòsit, es proposa elaborar un disseny que reflectisca el concepte principal de la falla, tenint en compte el client que encarrega el treball i l’entorn en el qual es presentarà l’obra. El projecte es titula “Falla Algo” i explora la frontera entre la realitat i la ficció, ja que el disseny representarà una paròdia o una imitació de la realitat en el marc de les falles, el que ofereix una oportunitat cultural per enriquir el projecte.

***** Paraules clau:**

Falla, identitat visual, memòria, fals, solar, disseny.

ÍNDICE

2 — 3	AGRADECIMIENTOS
4 — 5	RESUMEN Y PALABRAS CLAVE
	FALLA ALGO. El diseño como parodia en las fallas.
8 —	1. INTRODUCCIÓN
9 -	1.2 JUSTIFICACIÓN
10 -	1.3 OBJETIVOS
12 -	1.4 METODLOGÍA
13 —	2. EL DISEÑO EN LAS FALLAS
15 -	2.1 CONTEXTO Y REFERENTES
17 -	2.1.1 #FALLESUNESCO
22 -	2.1.2 CAPITAL MUNDIAL DEL DISEÑO
25 —	3. ANTECEDENTES PERSONALES
26 -	3.1 EL XICOTET PRÍNCEP
28 -	3.2 MANUAL D'INSTRUCCIONS
38 -	3.3 L'IN100DI
42 -	3.4 FALLES I+E
44 -	3.5 OTROS PROYECTOS
48—	4. EL DISEÑADOR EN LAS FALLAS
49 -	4.1 LO BARROCO
50 -	4.2 EL FURGÓN PROSEGUR
52 -	4.3 UN SÍMIL VANDÁLICO
54—	5. DESARROLLO Y RESULTADOS DEL TRABAJO
55 -	5.1 CREACIÓN DE UNA MARCA
60 - 76	5.2 COHERENCIA GRÁFICA Y VISUAL
	5.3 ELEMENTOS DE MARCA
	5.3.1 EL SÍMBOLO O ISOTIPO. EL FUEGO
	5.3.1 EL LOGOTIPO. EL BARRIO
	5.3.1 TIPOGRAFÍA INÉDITA PARA LA MARCA
	5.3.1 LA INFLUENCIA ESTÉTICA PRINCIPAL
77 —	5.4 INTERACCIÓN. UN MAPA DE RUTA
82 —	5.5 EL LLIBRET DE LA FALLA
86 —	5.6 ESTRATEGIAS Y ACCIONES GUERRILLA
99 —	6. CONCLUSIONES
102 — 119	7. BIBLIOGRAFÍA Y RELACIÓN DE IMÁGENES
120 —	8. ANEXO

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo corresponde a la tipología 4 del Trabajo Final del Máster en Producción Artística (a continuación TFM) de la Facultad de Bellas Artes de San Carlos de la Universidad Politécnica de Valencia, que requiere la presentación de una producción artística inédita y su respaldo teórico.

“**Derribos Carmen**” es una marca ficticia de demoliciones utilizada en una intervención escultórica diseñada específicamente para su implementación en el distrito histórico del Carmen, un proyecto *site-specific* pensado para este lugar en particular. La producción artística presentada se encuentra principalmente enmarcada en el contexto de las fallas y el diseño, otorgando especial importancia a los sucesos relacionados con las transformaciones suscitadas en el barrio del Carmen, ubicado en el casco histórico de la ciudad de Valencia.

La identidad y comunicación visual pretende hablar de la memoria a través del archivo de las baldosas hidráulicas distintivas de Valencia encontradas en cada uno de los solares del barrio, destacar el uso del fuego como elemento clave dentro del discurso artístico y dejar una huella a través del diseño ya que es lo único que queda tras la cremà de la falla.

FIG-1



1.2. JUSTIFICACIÓN

El propósito principal de este proyecto es concienciar sobre el problema habitacional en el barrio del Carmen, incluyendo la gentrificación y la eliminación de la identidad local que acompaña a la construcción de alojamientos turísticos, lo que resulta en un paisaje urbano genérico y poco característico. Este acto artístico está relacionado con aquellos lugares que han perdido su identidad, convertidos en una ciudad genérica.¹

Desafortunadamente la especulación inmobiliaria puede dar lugar a una ciudad que solo está diseñada para unos pocos, en lugar de para el beneficio y el bienestar de toda la comunidad. Es importante que se implementen políticas y estrategias que tengan en cuenta los derechos y las necesidades de todos los habitantes de la ciudad, así como la preservación de su patrimonio cultural y ambiental.

Se podrían remarcar diversas motivaciones más que condujeron a la realización de este trabajo, como el interés personal en las nuevas prácticas de diseño relacionadas con el arte fallero y las inquietudes personales que se experimentaron en primera persona acerca de estos temas.

Las fases del proyecto incluyen:

- Creación de una marca.
- Tipografía inédita para la marca.
- Archivo y registro de los azulejos encontrados.
- Mapa de ruta con los solares del barrio.
- Edición impresa del llibret de la falla.
- Acciones guerrillas y performativas.
- Comunicación gráfica (web, merchandising, redes sociales).

1. Koolhaas, Rem, *La ciudad genérica*, Barcelona, Gustavo Gili, 2006.

1.3 OBJETIVOS

Con el propósito de alcanzar el objetivo principal de este proyecto artístico, se llevará a cabo la construcción de una falla, utilizando materiales tradicionales como la madera, el cartón y el papel, cumpliendo con algunos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.² La obra será destinada a la *Asociación Cultural Falla Plaça de l'Arbre* del ejercicio 2022/2023.

La realización de este proyecto será responsabilidad de un equipo de dos personas, cada una asignada a una tarea específica dentro del proyecto que permita alcanzar su ejecución. El artista de la falla, Miguel Hache, será el encargado del proyecto, construcción y creación de la estructura principal de la obra, mientras que González Piris, el diseñador del trabajo, será el encargado de elaborar diversos elementos que conforman y dan unidad a la obra, contribuyendo mediante la creación de soportes y piezas creativas.

Después de definir el objetivo general del presente TFM, procedemos a describir los objetivos concretos que serán responsabilidad de González Piris, el diseñador de este trabajo:

- Identidad gráfica y comunicación gráfica de la falla.
- Rescatar la memoria del barrio a través de los azulejos.
- Poner en relieve las situaciones problemáticas del barrio.
- Fomentar la interacción con el público y el entorno.

FIG-2

FIG-3



2. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2023), Objetivos de Desarrollo Sostenible, *Objetivo 12 + Objetivo 17*.

A continuación se mencionan los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible:

1. Fin de la pobreza.; 2. Hambre cero.; 3. Salud y bienestar.;4. Educación de calidad.;5. Igualdad de género.; 6. Agua limpia y saneamiento.; 7. Energía asequible y no contaminante.; 8. Trabajo decente y crecimiento económico.; 9. Industria, innovación e infraestructura.; 10. Reducción de las desigualdades.; 11. Ciudades y comunidades sostenibles.; 12. Producción y consumo responsables. 13. Acción por el clima.; 14. Vida submarina.; Vida de ecosistemas terrestres.; 15. Paz, justicia e instituciones sólidas.; 16. Alianzas para lograr los objetivos.

En este trabajo conjunto se examinan principalmente **los objetivos 12, 10 y 17 de Desarrollo Sostenible (ODS)**, relacionados con la producción y consumo responsables, la reducción de desigualdades y las alianzas para lograr los objetivos, respectivamente.

El *objetivo 12* propone el logro de una producción y consumo sostenibles mediante el uso eficiente de los recursos, la disminución de los residuos y la aplicación de prácticas sostenibles en los procesos productivos. Una forma de alcanzar esto es a través de la producción en tiradas cortas y exclusivas utilizando papeles reciclados y limitando la cantidad de piezas gráficas impresas.

Por otro lado, el *objetivo 17* busca fomentar una alianza global para el desarrollo sostenible, fomentando la colaboración entre los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil. En este proyecto artístico, se cuenta con la participación de la *Escuela Vicent Ventura*,³ un centro educativo especializado en la población migrante y sectores vulnerables. Al incluir a esta escuela, *el objetivo 10* también formaría parte del proyecto. De esta manera, se genera una oportunidad para integrar a estos grupos en la sociedad y trabajar juntos para crear un futuro más equitativo y justo para todos. Además, se puede abordar la expulsión del barrio a través de las experiencias de personas que, por diversas circunstancias, han tenido menos o ningún acceso al mismo.

3. CFPA Vicent Ventura, Centro de referencia para la población migrante y otra ciudadanía vulnerable.

1.4. METODOLOGÍA

Este trabajo se incluye en la tipología 4 de TFM, que corresponde a la creación de una obra artística original junto a su justificación teórica. Para ello, se realiza una evaluación y análisis de los objetivos, expectativas y limitaciones del mismo.

La base de este “briefing” es un enfoque cualitativo que implica la observación del contexto social en el que se enmarca el proyecto. Teniendo esto en cuenta, el diseño debe reflejar el concepto principal de la falla, el cliente que encarga el trabajo y el entorno en el que se presentará la obra.

Por lo tanto, necesitamos crear una identidad gráfica coherente que se relacione con el objetivo principal del proyecto artístico. La producción se divide en conceptualización de la identidad y creación de marca “Derribos Carmen”, en elementos de comunicación gráfica y en acciones guerrilla, presentación y promoción de la marca en medios digitales.

2. EL DISEÑO EN LAS FALLAS

La fiesta de las fallas ha sobrevivido a lo largo de los años gracias a su carácter intergeneracional. Por esta razón, la información se transmite principalmente de manera oral más que escrita. Algunos historiadores se han dedicado a recopilar y ordenar los hallazgos obtenidos tanto de documentos antiguos como de las escuchas, con el propósito de conocer más acerca de la historia de la celebración.

La evolución de la profesión de artista fallero también ha seguido una línea similar en su enseñanza de técnicas durante muchos años. Sin embargo, en la actualidad todo ha cambiado, y existen diversas maneras de formarse como artista fallero, incluso se ha ampliado a nuevos ámbitos artísticos que no están necesariamente vinculados con la artesanía gracias a la incorporación de diseñadores, ilustradores o arquitectos en los proyectos.

Ciertamente, esta situación representa un nuevo paradigma en el contexto y ámbito de las fallas. Cada vez más, permite que los diseñadores puedan contribuir y enriquecer los proyectos con una comunicación que, a largo plazo, será lo que perdure de estas monumentales y espectaculares obras tras el paso de los años.

FIG-4



FIG-5



2.1 CONTEXTO Y REFERENTES

Las Fallas son una de las festividades más importantes de España, en especial en la ciudad de Valencia. Se celebra cada año durante el mes de marzo y consiste en la elaboración y quema de monumentos falleros y la realización de diversas actividades culturales y lúdicas.

Las Fallas tienen una larga historia en la que se fusionan tradiciones, creencias y costumbres que han sido transmitidas de generación en generación. El arte de las fallas supone un gran desafío para los artistas falleros que trabajan durante todo el año para lograr monumentos espectaculares.

Un arte efímero que inunda las calles, muestra la cultura y la identidad de Valencia ante los ojos de todo el mundo, y su reconocimiento como patrimonio inmaterial por parte de la UNESCO resalta su importancia como legado cultural que debe ser preservado y valorado.

En la actualidad, la creación de las Fallas ha incorporado nuevas disciplinas artísticas como el diseño, la ilustración y la arquitectura, dando lugar a monumentos más innovadores y contemporáneos que mantienen la esencia de la fiesta.

Podríamos destacar dos eventos clave en este nuevo panorama que han impulsado la presencia de diseñadores en la escena fallera, así como la influencia tanto en el desarrollo del presente trabajo, como en el desempeño de mi propia práctica profesional. El primero sería la declaración de las Fallas como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO y en segundo lugar, la designación de Valencia como Capital Mundial del Diseño.

FIG-6



2.1.1 #FALLESUNESCO

En el año 2016, Raquel Alario en la Crida⁴ proclamaba:

^{VAL/} «Valencians i valencianes, fallers i falleres. A les Torres dels Serrans ens convoquen cada any per a la Crida de les falles, per a començar el mes més màgic del calendari. Però hui, en ple desembre i després d'una tradicional plantà al tomb fa pocs dies, ens retrobem ací per a celebrar una fita històrica: la festa de les falles ja es Patrimoni Inmaterial de la Humanitat.» — Raquel Alario (diciembre 2016)

^{CAS/} «Valencianos y valencianas, falleros y falleras. En las Torres de los Serranos [...] nos reencontramos aquí para celebrar un hito histórico: la fiesta de las fallas ya es Patrimonio Inmaterial de la Humanidad.»

Después de esperar durante meses, las Fallas finalmente fueron declaradas Patrimonio Inmaterial de la Humanidad el 30 de noviembre de 2016. Esta nominación fue un largo camino que empezó en 2011 cuando Francisco Lledó asumió la presidencia de la Junta Central Fallera.

La selección de esta fiesta valenciana tuvo gran importancia ya que proporcionó nuevas formas de crear los monumentos, incluyendo la figura del diseñador para tener una comunicación visual coherente con todo el proyecto. Además, esta elección se convierte en una fuente de inspiración para el patrimonio cultural inmaterial en el mundo contemporáneo.

Ese año, Ibán Ramón lideró una iniciativa para planificar una estrategia de comunicación para promover las fallas, incluso más allá de Valencia. En ese entonces, él afirmó que el diseño era una herramienta efectiva⁵ para este propósito. Su visión se convirtió en un referente para repensar las prácticas del diseño gráfico en este ámbito, lo cual sigue siendo relevante en la actualidad.

4. *Las Fallas, declaradas Patrimonio Inmaterial de la Humanidad*, Universidad de Valencia (UV), diciembre 2016.

5. *Campaña promocional de fallas* de Ibán Ramón, Gràffica, febrero 2016.

FIG-7



FIG-8



FALLES DE VALÈNCIA 2016

**De l'1 al 19
de març**
—
**Candidates
a patrimoni
de la humanitat
(UNESCO)**

FIG-9



FIG-10



FALLES DE VALÈNCIA 2016

De l'1 al 19
de març
—
Candidates
a patrimoni
de la humanitat
(UNESCO)

2.1.2 LA CAPITAL MUNDIAL DEL DISEÑO 2022

En octubre del 2019, la ciudad de Valencia fue elegida como la capital mundial del diseño. Suponiendo un gran logro y un reconocimiento para la ciudad. El nombramiento es un testimonio de la creatividad y la innovación de los diseñadores de la ciudad, que han estado transformando la industria del diseño con su enfoque fresco y original en los últimos años. Como capital mundial del diseño, Valencia tuvo la oportunidad de mostrar al mundo sus habilidades y talentos. Hubo una serie de eventos, exposiciones y actividades que se llevaron a cabo en la ciudad para celebrar esta designación durante todo el 2022.

El autor de la comunicación gráfica para la World Design Capital Valencia⁶ vuelve a ser el reconocido diseñador Ibán Ramón.

«La imagen de la capitalidad se anticipa a usos futuros. Se han interpretado las letras WDCV a partir de formas geométricas simples, sobre una retícula de módulo cuadrado que permite infinidad de composiciones. De hecho, el carácter abstracto de la identidad, al no leerse como ilustración o texto, facilita que en el futuro pueda convivir con una gran variedad de imágenes y títulos. Además, su color evoca el Mediterráneo: la arena, el mar, el sol. Las tipografías empleadas en el dossier se muestran suficientemente formales sin renunciar a contemporaneidad y frescura» — Ibán Ramón (2016).

Dentro del panorama del diseño valenciano, Ibán Ramón es considerado como uno de los referentes más destacados gracias a su contribución a la incorporación del diseño en las Fallas. Como él mismo afirmó, la declaración de las Fallas como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO supuso un gran avance para él a nivel profesional, pero también para el colectivo de diseñadores valencianos en general⁷. Su trabajo ha sido fundamental para que el diseño sea una parte importante de estas festividades.

6. *Capital Mundial del Diseño 2022*, Formas y servicios, blog de contenidos, abril 2020.

7. *Punto de Encuentro con Ibán Ramón*, Valencia Plaza, diciembre 2016.

Para entender plenamente el alcance de este trabajo, era fundamental contextualizar la trayectoria que ha influido en mi enfoque personal en las fallas. El origen estaría en la evolución estética y estratégica que estas festividades han experimentado desde su declaración como por parte de la UNESCO, también en gran parte al trabajo de Ibán Ramón como diseñador y su contribución en la promoción de este contexto.

FIG-11



FIG-12

FIG-13



FIG-14

Amb quin material construïm les il·lusions?



3. LOS ANTECEDENTES PERSONALES EN EL ÁMBITO DEL DISEÑO EN LAS FALLAS.

En la actualidad, el diseño se está convirtiendo en una práctica cada vez más común en las fallas, pero los diseñadores todavía trabajan desde los márgenes. Esto significa que hay una gran oportunidad para explorar todo lo que se puede hacer en este campo.

Como alguien nuevo en este ámbito, estoy trabajando con prudencia para poder hacer una contribución significativa al mundo del diseño de fallas.

En cuanto a mi experiencia, como mencioné anteriormente, el catalizador fue el quinto cartel que fue exhibido en la calle durante una semana antes de la presentación pública de la campaña gráfica de Iban Ramón para las fallas de 2016, las cuales serían proclamadas como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad. Así como mi encuentro con Miguel Hache, un artista que lleva desde los 14 años en este mundo creando obras con una estética personal, propia y cada vez más totalmente disidente.

3.1 EL XICOTET PRÍNCEP

Conocí a Miguel Hache cuando se enfrentaba a uno de sus grandes retos que era realizar la falla municipal infantil para el ejercicio 2017/2018 de Valencia. La temática escogida era “El principito”.

En esta falla, Miguel empieza a introducir la interacción en sus proyectos, así como el uso de la madera y la tela. Lo que lleva a buscar materiales reciclados, lo cual dotan la estética de una marca más personal. El motivo principal de la elección del tema era celebrar los 75 años de la edición del libro más leído de todos los tiempos después de la Biblia «*El principito*» de Saint-Exupery.

Con este proyecto, creamos una edición renovada de la novela en la que Miguel se encargó de todas las ilustraciones, mientras que fui responsable del diseño editorial. Aunque nuestro diseño mostraba ciertas áreas en las que nos faltaba experiencia, también reveló el gran potencial de trabajar juntos.

FIG-15

FIG-16

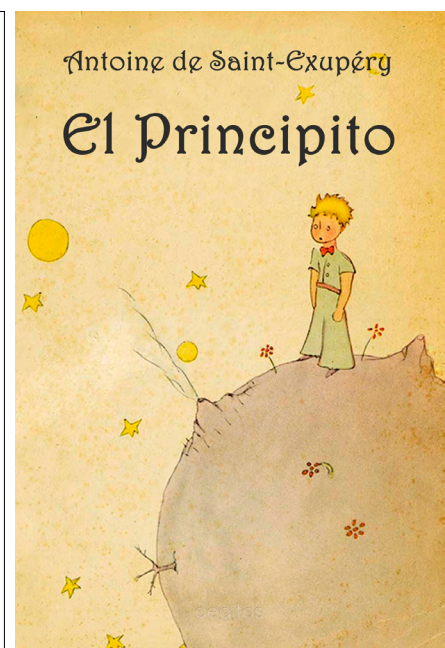
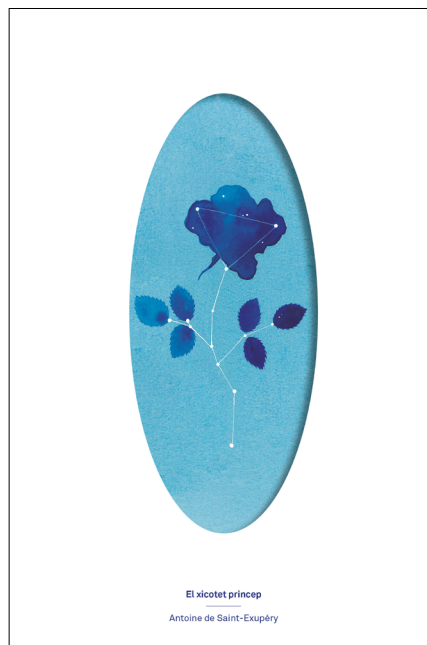


FIG-17

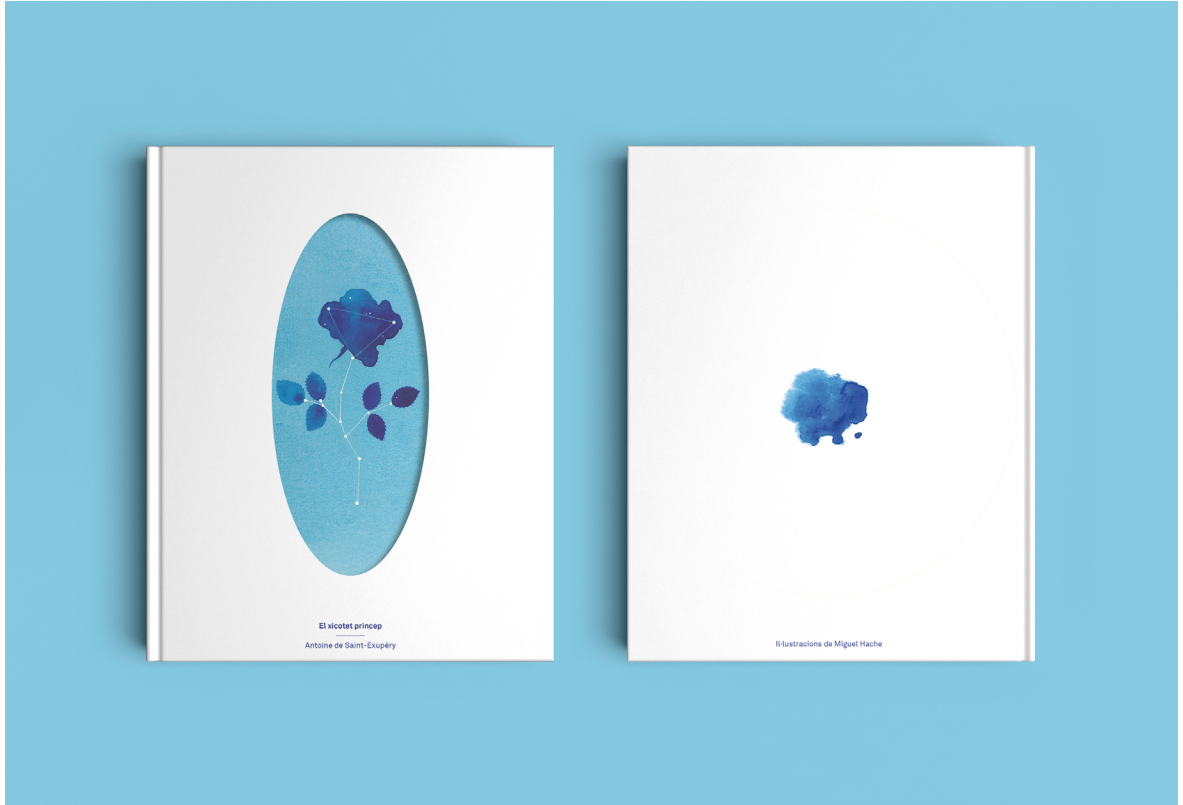


FIG-18



3.2 MANUAL D'INSTRUCCIONS

En el año 2021, se llevó a cabo el proyecto “Manual de instrucciones” en la falla *Na Jordana*, el cual consistió en la creación a escala de la finca número dos de la Calle de Caixers en Valencia, parecida a una casa de muñecas, con el fin de demostrar cómo los fondos buitres manipulan propiedades como si fueran juguetes.

El propósito era que el público pudiera experimentar ser un fondo buitre y jugar con la casa y las figuras. Cabe destacar que la finca reproducida fue la residencia personal de ambos, hasta que un fondo buitre la compró en el año 2018. En ese momento, recibimos una carta fría y sin empatía que nos ordenaba desalojar nuestro hogar.

El proyecto pretendía reflexionar sobre el desahucio del edificio y visibilizar la problemática de los barrios céntricos de Valencia, además del mecanismo empleado por los fondos buitres en estos lugares.

Actualmente, se están informando cada vez con mayor frecuencia casos relacionados con fondos buitres en diferentes partes del mundo, especialmente en contextos de crisis económica. La definición de un fondo buitre,⁸ según la Real Academia Española, es clara: se trata de un fondo de inversión especulativo que adquiere la deuda o activos de compañías o instituciones en dificultades financieras graves. Empleando una metáfora, podríamos compararlos con los buitres, aves carroñeras de gran tamaño que acechan a animales moribundos y aguardan el momento preciso para alimentarse, lo que resulta muy visual.

FIG-19



FIG-20



En septiembre de 2019, *Good Capital Investments* compró un edificio en el centro de Valencia, concretamente Caixers 2, lo que provocó protestas por parte de los inquilinos por la falta de renovación de alquileres a precios asequibles. A pesar de los esfuerzos de los vecinos, entre los cuales estábamos nosotros, para lograr un alquiler a precios razonables, todos los habitantes fueron expulsados del edificio, con excepción de una anciana de 84 años con una situación vulnerable.

Se acusó al fondo de inversión de usar tácticas que ahora están sancionadas por la ley contra el acoso inmobiliario, tales como emitir órdenes de desalojo de manera informal mediante cartas amenazantes, y solicitar a los inquilinos que desalojen sin proporcionar ninguna licencia para reformas estructurales.

Tras el desalojo de los residentes del edificio, en febrero del 2022 se inaugura el bajo social ocupado bajo el nombre de Ca La Caixeta.⁹ En el evento se reunieron cerca de un centenar de personas como manifestación “contra la gentrificación, la turistificación y los fondos buitres que expulsan a las vecinas”.¹⁰

La falla nos permitió dar lugar a la exploración de nuevas ideas de diseño y comunicación gráfica. Una de las piezas resultantes fue un libro presentado en el Museo Valencia de la Ilustración y la Modernidad.¹¹ Este álbum ilustrado, creado en conjunto, fue escrito y dibujado por Miguel Hache e incorpora diversas técnicas artísticas, como el origami y el pop-up, que exploran el significado del hogar y su influencia en la formación de la infancia y el comportamiento individual.¹² El diseño del libro es excepcional y se enfoca en los detalles bajo el sello de Osadía Ediciones.

9. Baix Social Okupat Anarquista Ca la Caixeta, un nuevo centro social.

10. Cúneo, M. (2022). El nuevo centro social Ca La Caixeta comienza sus andaduras en una de las zonas más gentrificadas de València. *El Salto*.

11. Presentación del álbum ilustrado de Miguel Hache en el MuVIM, artículo de Lola Soriano para Las Provincias, junio 2021.

12. Miguel Hache publica su “manual de instrucciones”, julio 2021.

FIG-21



FIG-22



FIG-23



FIG-24



FIG-25



FIG-26



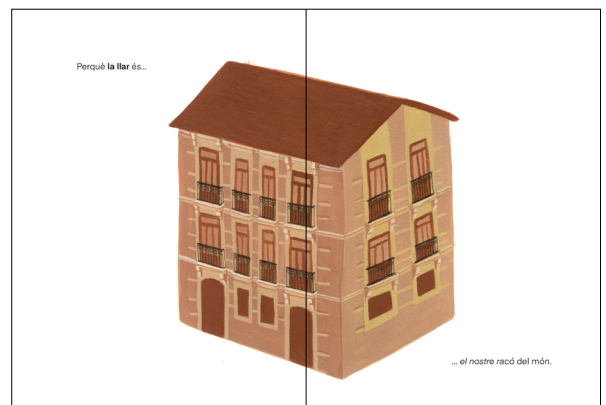
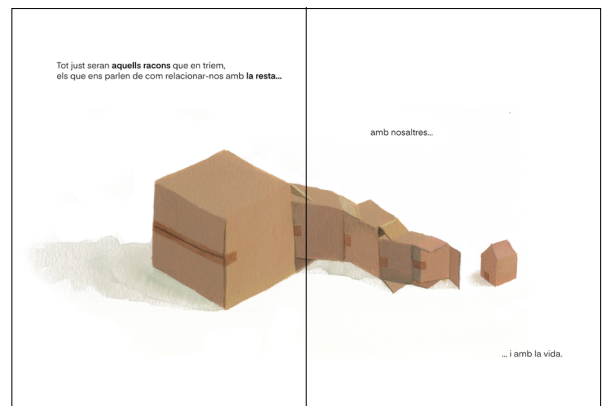
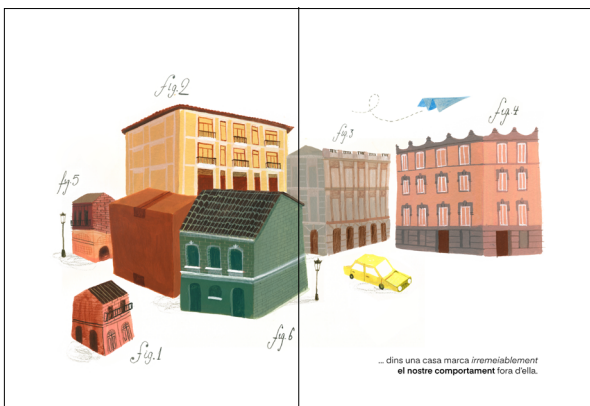
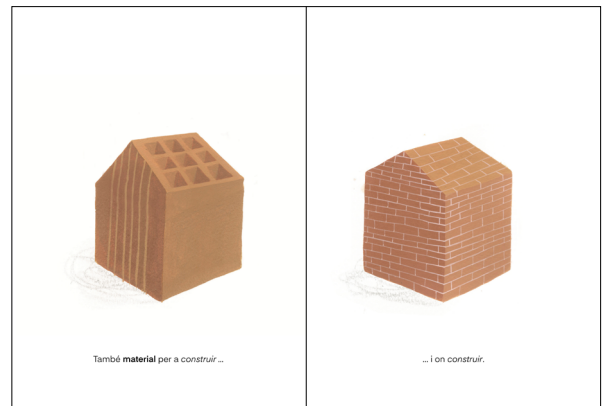
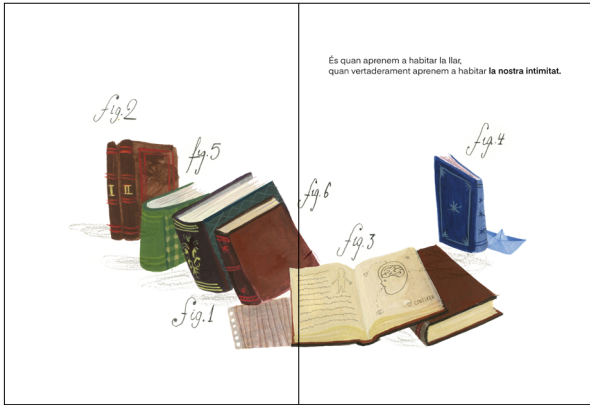


FIG-27

FIG-28

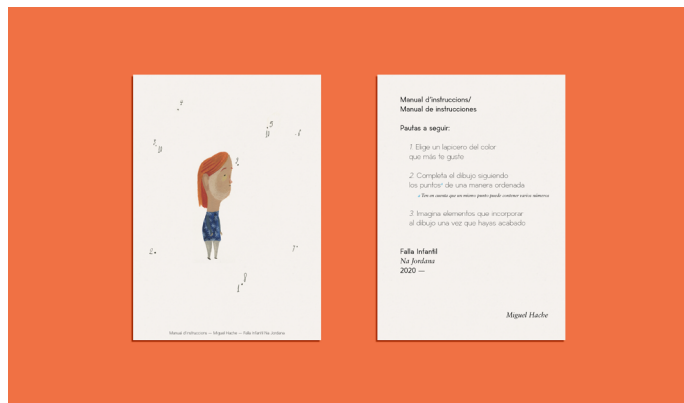
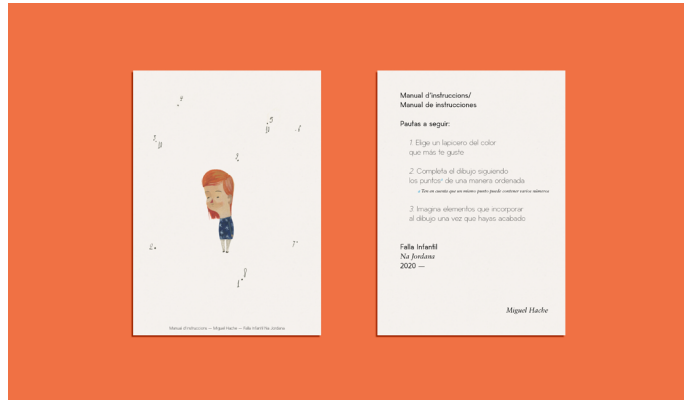


FIG-29



FIG-30

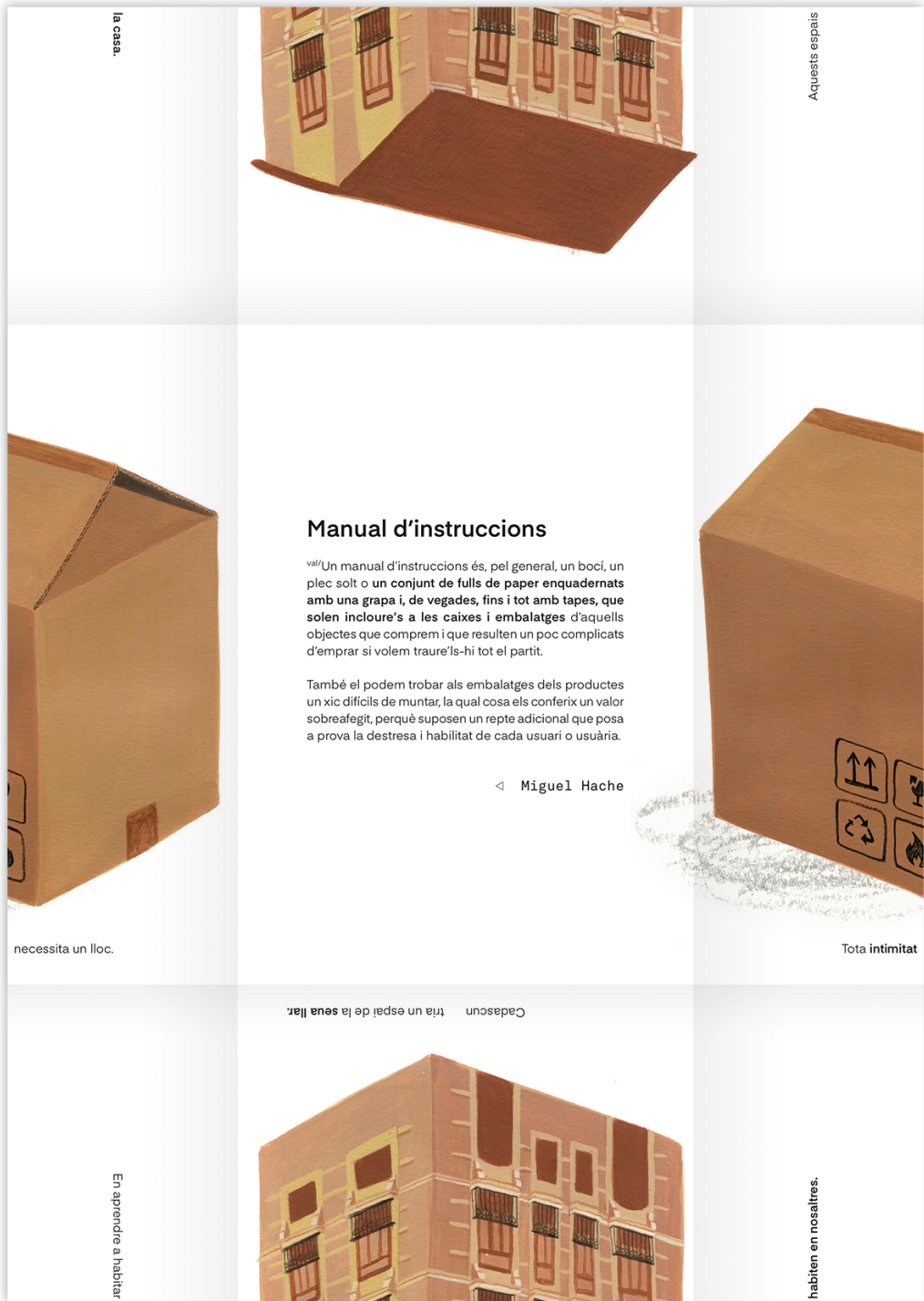
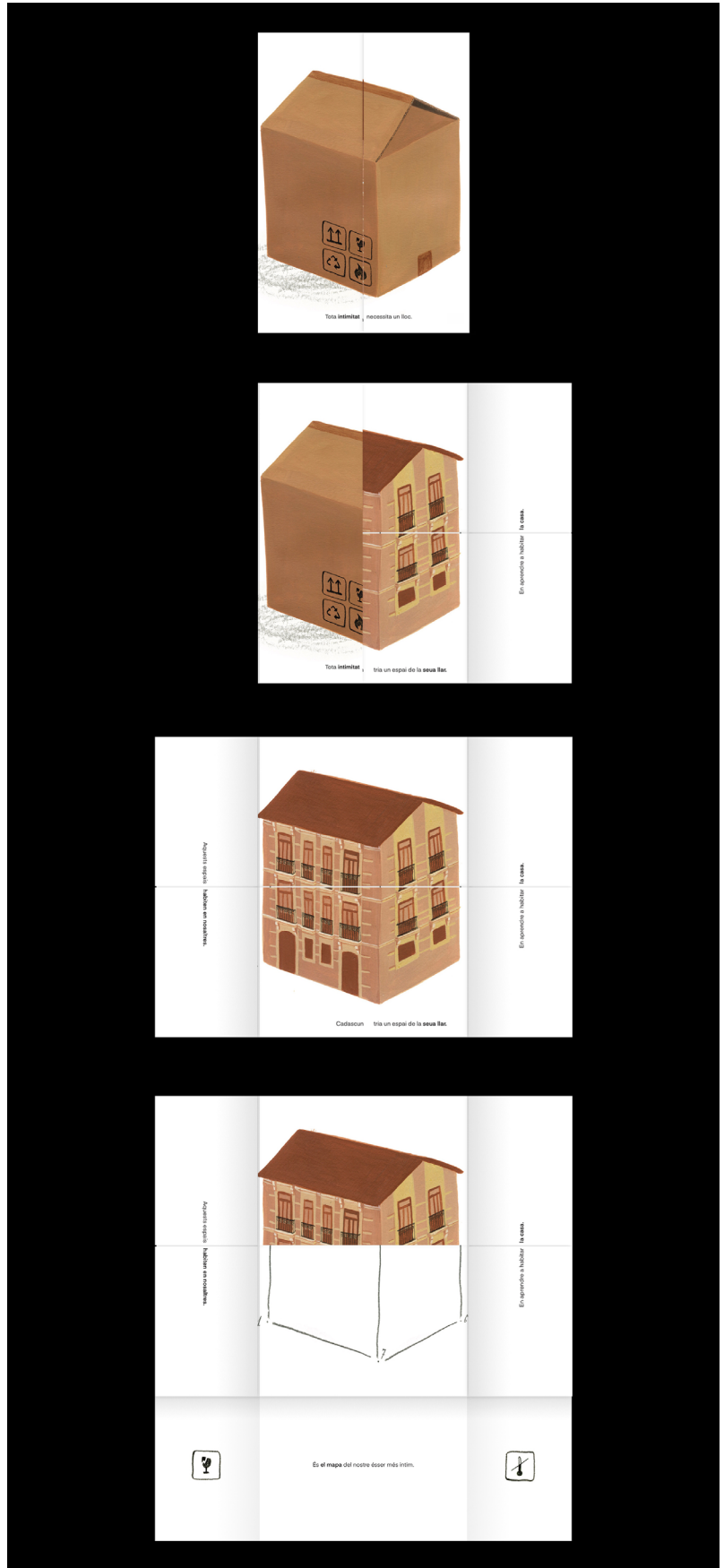


FIG-31



3.3 L'IN100DI

El proyecto consistió en la construcción de la falla “L'in100di” para la comisión de *Borrull Socors* en el ejercicio 2021/2022, coincidiendo con su centenario. Este monumento nuevamente incluyó la interacción del espectador, mediante la estrategia de la escala y la incorporación del fuego. La temática del monumento se centró en los cambios que se realizaron en la fiesta debido a las restricciones sanitarias, mostrando qué elementos eran necesarios y cuáles podían ser eliminados.¹³

Finalmente, se llegó a la conclusión de que el fuego era el elemento más importante de las fallas, ya que las restricciones sanitarias provocaron la reducción de la cantidad de gente en los eventos, lo que hizo que no vinieran muchos visitantes a ver los monumentos. Además, se eliminaron algunas actividades relacionadas con la corte de falleras y las falleras mayores de cada comisión. Sin olvidar el uso estrictamente necesario de mascarilla.

En cuanto al diseño del llibret, que recibió el segundo premio por el uso del valenciano,¹⁴ se utilizó una temática relacionada con la idea de un archivador en el que se guardan únicamente los elementos que son considerados imprescindibles. Tras muchos debates con la comisión y otras comisiones, se llegó a la conclusión de que, tras la explicación del monumento fallero y sus bocetos, el resto era prescindible.

El monumento fallero estaba representado por 100 cerillas que formaban una estructura tipo Jenga. Para el formato físico se utilizó una caja de cerillas típica llamada “Golondrina”. Hubo dos ediciones disponibles para el llibret: una que incluía la caja para guardar el archivador y otra que solo contenía el archivador.

13. Valencia quema por fin sus Fallas de la pandemia y sueña ya con marzo de 2022, RTVE, 2021.

14. Borrull Socors presenta L'In100di, el periodoc, marzo 2022.

FIG-32



FIG-33



FIG-34



218 Mistos de Fusta M 219 Mistos de Fusta M

FIG-35



FIG-36

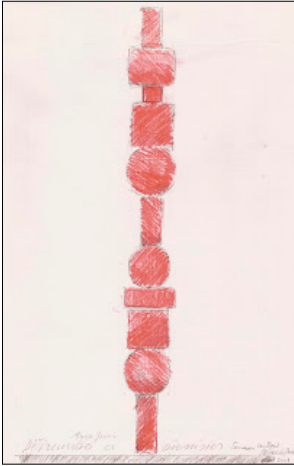


FIG-37



FIG-38





3.4 FALLES I+E

Por último, uno de los encargos más significativos a nivel personal fue diseñar la imagen de la Federación de Falles I+E, presentado en Poppyns Store.¹⁵ Estas fallas apuestan por la innovación y la experimentación, alejadas del estilo de Disney¹⁶ y épocas pasadas.

Uno de los primeros artistas que rompió con esta estética fue Alfredo Ruiz,¹⁷ quien supuso una novedad tanto en la temática, introduciendo la falla didáctica, como en su labor artística. En sus monumentos nos acercaba a un mundo más real, a sus propios problemas y sus temores. De sus propuestas podemos destacar muchas significativas, aunque una de las más sonadas fue su falla para la comisión *Mosén Sorell - Corona* del 2008.

En el desarrollo del proyecto, busqué conexiones con la obra conceptual de Ruiz, como en "Ditirambe" del 2001, en la escuela de diseño de la Bauhaus (que 2019 celebraba su centenario) y el logo de PlayStation, para hacer referencia al cambio de la tradición a la innovación.

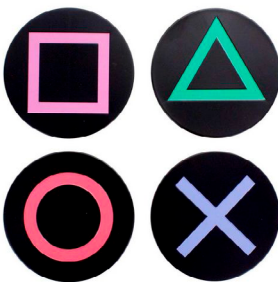


FIG-39
FIG-40
FIG-41

15. Falles I+E = (+logo) + 17 proyectos, Distrito Fallas, noviembre 2019

16. CASTELLÓ, JOAN. *Fallas infantiles. Tradición y juego*. Ajuntament de València. Valencia, 2001. (P. 165)

17. Ruiz Ferrer, Alfredo, Realizaciones Efímeras. (2011). Blog personal.

FIG-42

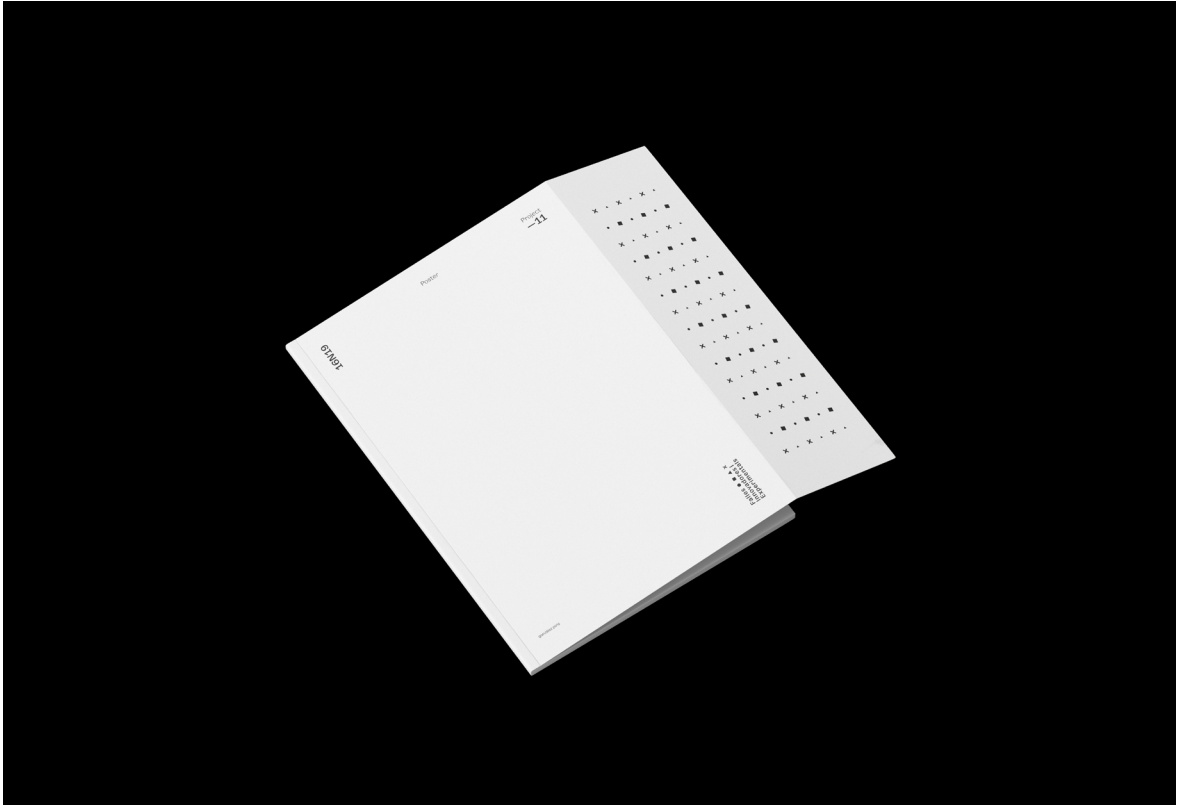
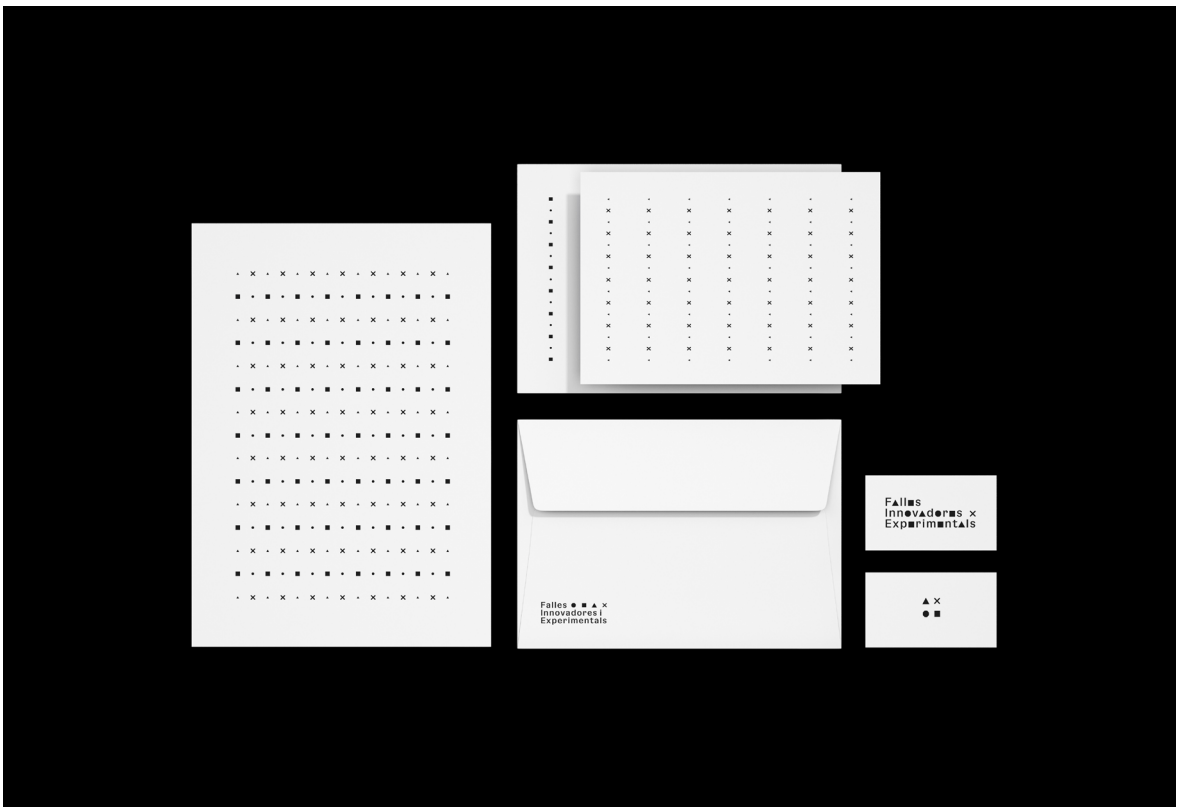


FIG-43



3.5 OTROS PROYECTOS

Miguel y yo también hemos desarrollado otras aportaciones al mundo del diseño en las fallas, trabajando juntos campañas gráficas para fallas durante los años 2019, 2020 y 2022.

FIG-44



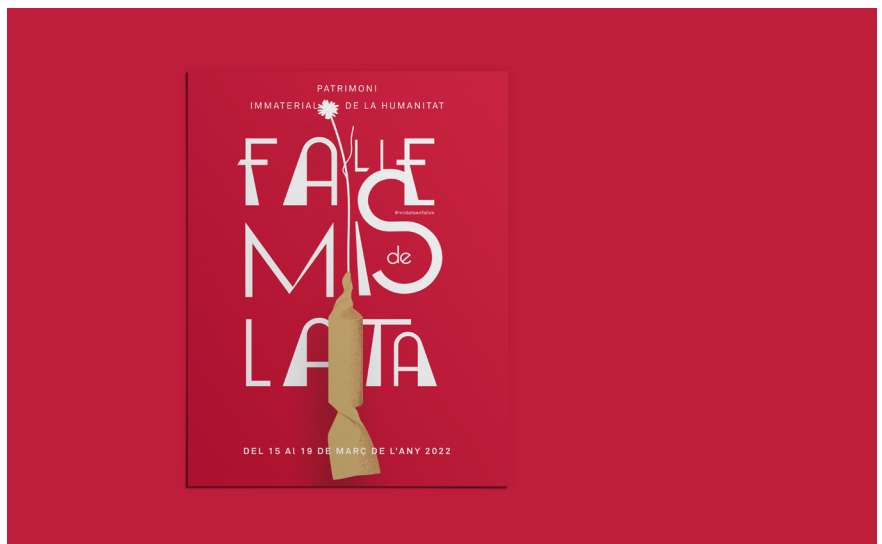
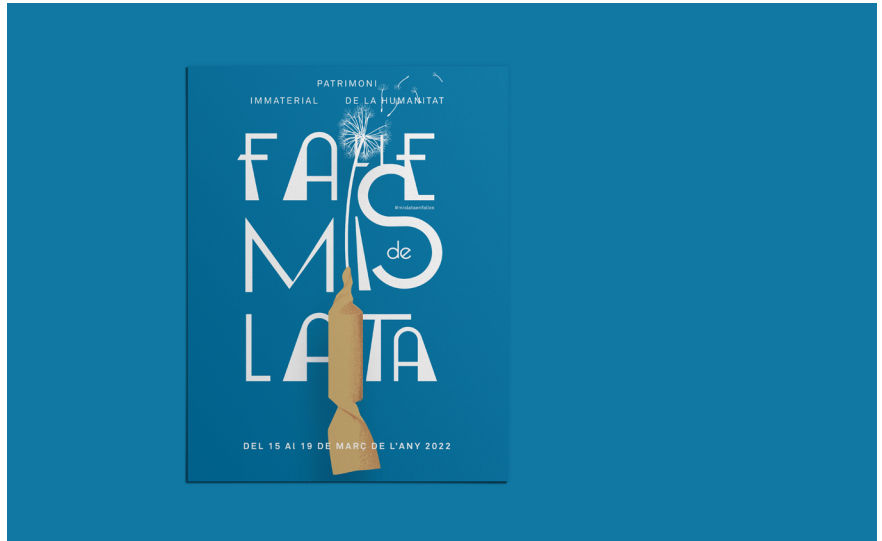
FIG-45



FIG-46



FIG-47



4. LAS PRÁCTICAS DEL DISEÑADOR EN LAS FALLAS

El diseño es algo omnipresente en nuestra vida, desde los objetos simples que usamos todos los días hasta las ciudades en las que vivimos. Las aplicaciones y plataformas en línea también han sido diseñadas para satisfacer nuestras necesidades y expectativas. El diseño se ha vuelto necesario ya que es una necesidad creada por la economía de consumo y es necesario en nuestra vida cotidiana.

Históricamente, las personas han entendido el diseño de diferentes maneras, algunos lo ven como un proceso técnico y funcional, otros lo ven como una actividad artística, y otros más como una expresión social y cultural. El diseño no se limita a su función utilitaria, sino que también es una expresión creativa y estética que transmite valores, creencias e ideas, por lo que la crítica y la reflexión parecen ser necesarias.

El diseño es una actividad multidisciplinaria que se encuentra en todas las áreas de la vida humana, y cada vez más se está integrando en ámbitos inesperados, como en el de las fallas. Dídac Ballester, Ibán Ramón o el dúo Yinsen son diseñadores que han dejado su huella en este campo y son claves para comprender las nuevas prácticas del diseñador en el ámbito de las fallas.

FIG-48



4.1 LO BARROCO

A pesar de que las fallas de Valencia se caracterizan por tener decoraciones extravagantes y ostentosas que adornan las calles del 14 al 19 de marzo, hay una comisión que busca alejarse de esa imagen. La asociación cultural de la falla *Mossen Sorell—Corona* lidera la integración de nuevas estéticas, materiales y perfiles creativos en el diseño de estos monumentos. De esta manera, buscan renovar y diversificar las formas de expresión artística dentro de las fallas.

“Las fallas que no dicen nada son fallas-florero, solo decoran” — Vicente Almela, 2020.¹⁸

La incursión de diseñadores y nuevas disciplinas en el ámbito de las fallas, representa una revolución, lo que ha llevado a la creación de monumentos más didácticos e interactivos con una gran variedad de estilos y enfoques. Esto les permite transmitir y enseñar conocimientos y valores de manera efectiva.

Ibán Ramón y Dídac Ballester presentaron una propuesta innovadora en su falla para la comisión *Mossen Sorell-Corona* de 2013. Su obra “Ornamento y Delito” tenía como objetivo cuestionar la preferencia por lo barroco y la ornamentación, al acercar el mundo del diseño para la creación de fallas y fomentar la reflexión y la opinión de otros. El título de la obra hace referencia al texto que publicó en 1908 el arquitecto austriaco Adolf Loos.¹⁹

FIG-49



18. Plantà de diseño fallero con Ibán Ramón y Dídac Ballester por Gràffica, marzo 2013

19. El Turista Fallero 2020. Entrevista a Vicente Almela, p. 22.

4.2 EL FURGÓN PROSEGUR

En 2020, debido a circunstancias excepcionales, los espectaculares monumentos falleros no fueron quemados ya que se suspendieron las festividades. Entre estos, se encontraba el diseño de un furgón de la *Falla Mosen Sorell-Corona*, realizado por el estudio Yinsen, que está compuesto por Lorena Sayavera y María Pradera.²⁰

“Otra definición de ironía dice que ironía es la forma de dar a entender algo, expresando lo contrario de lo que se quiere decir o se piensa. Ok, ¿cómo hacemos para que nuestra falla se convierta en una ironía de la falsa felicidad diciendo lo contrario de lo que queremos decir?” — Yinsen Estudio (2022).

El monumento fallero destacaba por su esmerada comunicación gráfica, su llibret editado con gran detalle y las impactantes acciones performativas que tenían lugar durante las verbenas celebradas en la comisión. Entre estas acciones, se destacaba la distribución, a modo de confeti, de cientos de billetes de 100 euros personalizados con las torres de Serranos de Valencia.

FIG-50



²⁰. Yinsen, a la espera de quemar su diseño para la falla Corona por Gràffica, marzo 2021

FIG-51



FIG-52



4.3 UN SÍMIL VANDÁLICO

Escif, el reconocido artista urbano internacional que ha dejado su huella en muchas calles de Valencia, aceptó crear la Falla para la *comisión de Mossén Sorell-Corona* en el 2015. Bajo el lema 'Todo lo que sobra', el artista reunió vallas, automóviles, ruedas, bicicletas y todos los elementos que se eliminan de las calles para dar paso a los monumentos de las Fallas durante el festival de las Fallas.

En este caso particular, la falla era una deconstrucción de piezas separadas, que incluía tres vehículos, uno de los cuales era una réplica del automóvil privado de Rita Barberà que había estado estacionado durante 23 años en el Ayuntamiento de Valencia. El resultado de la cremà es una mezcla de vandalismo y un mensaje sobre la conexión entre la ciudad, el fuego y la tradición de las fallas²¹.

21. Así ardió la falla de Escif, Culturplaza, marzo 2015.

FIG-53



FIG-54



5. DESARROLLO Y RESULTADOS DEL TRABAJO

Este trabajo recoge el proceso de creación de una marca de demolición ficticia para una falla experimental encargada por la *Asociación Cultural Falla Plaza del Árbol* del ejercicio 2022/2023.

La realización de este proyecto, como se comentaba con anterioridad, será responsabilidad de un equipo de dos personas, cada una asignada a una tarea específica dentro del proyecto que permita alcanzar su ejecución. El artista de la falla, Miguel Hache, será el encargado del proyecto, construcción y creación de la estructura principal de la obra, mientras que González Piris, el diseñador del trabajo, será el encargado de elaborar diversos elementos que conforman y dan unidad a la obra, contribuyendo mediante la creación de soportes y piezas creativas.

En este documento procedemos a detallar los apartados pertenecientes y bajo la responsabilidad de González Piris, el diseñador del trabajo enmarcado en la tipología 4 del Máster de Producción Artística.

FIG-55



5.1 CREACIÓN DE UNA MARCA

La marca en diseño gráfico se utiliza para representar la identidad visual de una empresa o producto y puede estar compuesta de elementos como logotipos, eslogans, tipografías y colores que la hacen única y fácilmente reconocible. Actualmente, asociamos el concepto de marca principalmente con productos, ya que reconocemos al instante símbolos como Nike, Apple o Zara y los relacionamos con sus respectivos productos.²²

El propósito principal de una marca es identificar y diferenciar, algo que se pretendía desde el inicio del proyecto de “Derribos Carmen”. La idea surgió después de encontrar un mural con el nombre “Extintores Soler” mientras se daba un paseo y se observaban los solares vacíos del barrio del Carmen.

De una manera sorprendente, la marca representa un sol naciente con una línea que simula el horizonte y una tipografía completamente hecha a mano. La palabra “Soler” se diferencia con trazos de gran grosor, mientras que “Extintores” tiene una tipografía más seria y legible, con un cuidado en su interlineado, posiblemente creada con una plantilla. Más adelante, se investigó sobre la empresa de extintores²³ y se descubrió que sus productos se encuentran en toda la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Politécnica de Valencia.

En resumen, decidimos apropiarnos de la marca y hacer una réplica de la misma. Era curioso ubicar la marca en un solar con el “Soler” que finalmente cambiaríamos por “Carmen” para potenciar el nombre del barrio donde estamos trabajando, y lo usamos como nombre para nuestra empresa ficticia. También eliminamos “extintores” y lo reemplazamos con “derribos” para criticar a las empresas buitre que perjudican a los residentes del barrio. Su forma se mantiene, que se asemeja al sol, la asociamos con las fallas concretamente con el fuego.

22. Llasera, J. P. (2021) Manual de identidad: Qué es y cómo realizar uno de forma correcta. Imborrable. Consulta en línea.

23. Soler Prevención, Extintores Soler, Página web de la empresa familiar. Consulta en: <https://www.solerprevencion.com>



FIG-56

FIG-57



FIG-58



FIG-59



FIG-60



5.2 COHERENCIA GRÁFICA Y VISUAL

La comunicación gráfica del proyecto engloba la marca, la tipografía, las imágenes, la web y otras acciones performativas que se realizaron durante los meses previos y posteriores a la instalación en la calle de la falla. El objetivo de la misma es seleccionar y transmitir información visual de manera efectiva y atractiva, para crear una comunicación clara y coherente, principalmente para el público objetivo y otros nuevos públicos no tan asociados a la festividad. Se utilizan elementos gráficos que mejoren la comprensión, la retención y el impacto del mensaje transmitido.

Para ello, es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. Definir el mensaje y la personalidad de la marca, así como los elementos que la componen.
2. Escoger una tipografía adecuada: Una tipografía que se ajuste a la personalidad y el mensaje de la marca.
3. Utilizar una paleta de colores coherente.
4. Utilizar un estilo de fotografía e ilustración acorde a la estética.
5. Utilizar una estética concreta para dar uniformidad al conjunto.

Para dar coherencia al proyecto, se definen las reglas y guías para el uso de la marca en diferentes soportes y medios. Se utiliza el concepto de obra y toda su implementación, apropiándose de los iconos de las señales, de los carteles de obra, de los formatos y de la estética. De esta manera, se aporta un plus al concepto de derribos y demoliciones de esta ficticia empresa familiar.

Es importante tener en cuenta que la coherencia visual no se limita a la apariencia física de los elementos del proyecto, sino que también se extiende a la tipografía, los colores, la forma en que se presenta la información, entre otros aspectos.

En lo que respecta a la paleta de colores se ha optado por el uso del verde, también el rojo y el azul, colores típicos de la señalética de obra.

El verde que potencia la identidad de la *Asociación Cultural Falla Plaza del Árbol* y es además representativo de la mayoría de los contenedores de obra presentes en la zona. Este mismo tono de verde será utilizado en la creación del monumento de la falla, para mantener así la coherencia visual del proyecto.

FIG-61



FIG-62



FIG-63



5.3 ELEMENTOS DE LA MARCA

La identidad corporativa o marca ficticia presenta 2 elementos concretos. Como primer elemento, pretende hablar de la memoria a través del archivo de las baldosas hidráulicas distintivas de Valencia encontradas en cada uno de los solares del barrio del Carmen, mediante la utilización del nombre. En segundo lugar, destacar el uso del fuego como elemento clave a través del dibujo del sol naciente, y dejar una huella a través del diseño mediante una estrategia de guerrilla apoyada principalmente en soportes digitales (web, redes sociales, publicidad).

Es fundamental tener en cuenta los elementos que forman parte de una marca o identidad corporativa en diseño y comunicación visual, entre los que se encuentran el isotipo, imagotipo, isologo y logotipo.²⁴

- Isotipo: Es una técnica de diseño en la que se utilizan formas o elementos visuales similares para representar una misma idea o concepto, creando una conexión visual entre ellos.

- Imagotipo: Es una combinación de un icono o símbolo visual con un texto que forma parte de un logotipo. A diferencia del isotipo, el imagotipo combina elementos visuales y texto.

- Isologo: Un isologo es un tipo de logotipo en el que el símbolo y el texto están integrados en una única unidad visual, creando un diseño distintivo y fácilmente reconocible.

- Logotipo: Es la representación gráfica del nombre de una marca o empresa. Se compone de letras, tipografía y/o símbolos específicos para crear una identidad visual única que represente a la organización.

24. Diferencias entre logotipo, imagotipo, isotipo e isologo., Plan A/B, (2020).

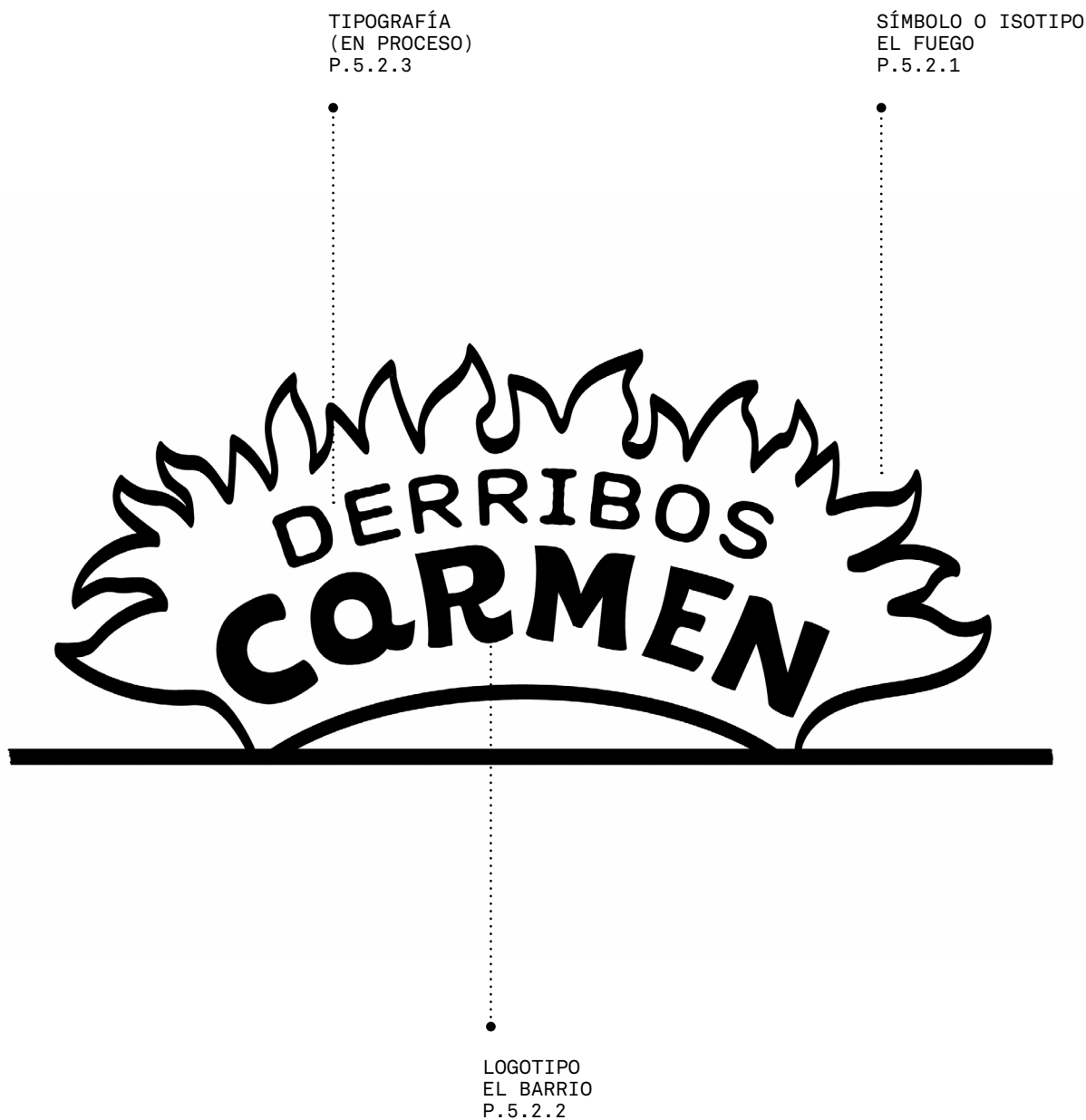


FIG-64

5.2.1 EL SÍMBOLO O ISOTIPO. EL FUEGO

La inclusión del fuego en la marca no es un detalle al azar. En realidad, es el elemento central de la festividad de las Fallas, la cual culmina con la impresionante cremà de las estructuras en una espectacular exhibición de llamas y pirotecnia.

La tradición de las Fallas tiene su origen en la antigua costumbre de los carpinteros de la ciudad, que quemaban los restos de las piezas de madera que ya no les servían. A partir de ahí, se convirtió en una fiesta popular que se celebra cada año y que atrae a miles de turistas a la ciudad de Valencia.

El fuego, en este contexto, simboliza la purificación de lo antiguo y la llegada de lo nuevo, en un evento que coincide con la primavera. Es el instrumento que da fin a una obra de arte única, creada tras meses de trabajo. El uso del fuego es esencial en esta celebración cultural, que tiene una capacidad notoria para unir personas y fomentar relaciones humanas.

En resumen, la inclusión del sol naciente convertido en llamas es uno de los distintivos principales de la marca. Es un símbolo poderoso que, si se utiliza adecuadamente, nos hará recordar constantemente la importancia del fuego y, a su vez, el significado de las fallas, creando una coherencia única que transmite el proyecto.

5.2.2 EL LOGOTIPO. EL BARRIO

La memoria histórica juega un papel importante ya que se busca preservar la identidad del barrio para luchar contra el despojo cultural que sufre. Al valorar la memoria histórica del barrio, se busca recordar la historia del lugar, la cultura y la tradición de sus habitantes, y la importancia de preservarla en el contexto de las transformaciones urbanas que están sucediendo. Es por ello, que este proyecto, mediante un proceso inédito, trata de entender estas cuestiones dentro del contexto actual.

Para lograr una identificación y diferenciación con la marca, esta recibe el nombre de Carmen que es el nombre de la ubicación del proyecto, y a la vez, el lugar donde se realiza la tradicional falla. Además, el Carmen es el barrio más pintoresco y distintivo de Valencia. En este lugar se encuentran todos los sitios donde se han rescatado los azulejos que se usan como referencia en el proyecto.

5.2.3 TIPOGRAFÍA INÉDITA PARA LA MARCA

Hacer una tipografía es un proceso complejo que implica diseñar cada uno de los caracteres que conforman una fuente, incluyendo letras, números, signos de puntuación y otros símbolos. Luego, se deben crear las variantes de peso, ancho y estilo. También se deben considerar aspectos como la legibilidad, la coherencia y la armonía entre los caracteres.

En el caso específico de la tipografía de la marca fue el resultado de la experimentación durante el proceso de creación y debido a la necesidad de usar textos en algunas piezas gráficas de la identidad visual del proyecto.

Finalmente, se optó por crear una tipografía completa con algunos aportes en sus pictogramas y caracteres kitsch. Para crear la fuente “Derribos” se empleó el programa Glyphs, la cual sigue actualmente en proceso.

La tipografía resultante es sin serifas, con un trazo quebrado que recuerda elementos en demolición o derrumbe. Los contornos de la tipografía parecen escritos a mano. Esta tipografía es inédita y personalizada solamente para este trabajo, la cual destaca su originalidad y singularidad. Esta fuente se recomienda para titulares y textos breves.

FIG-65

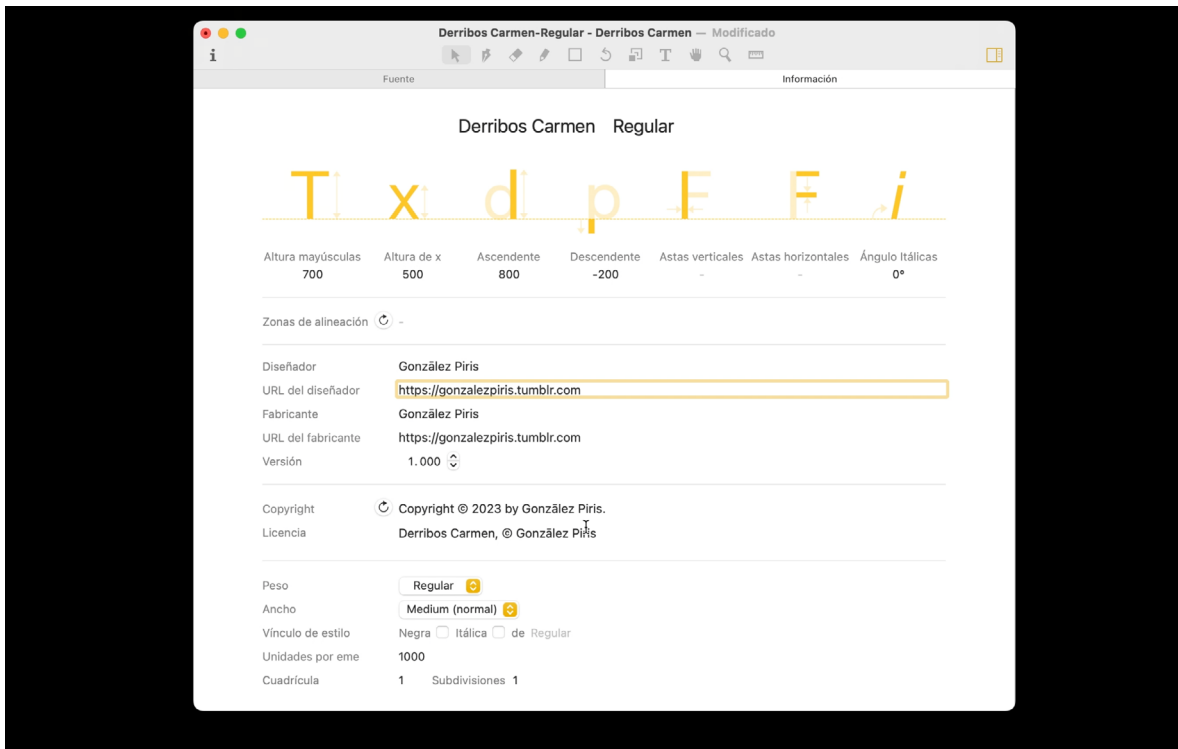
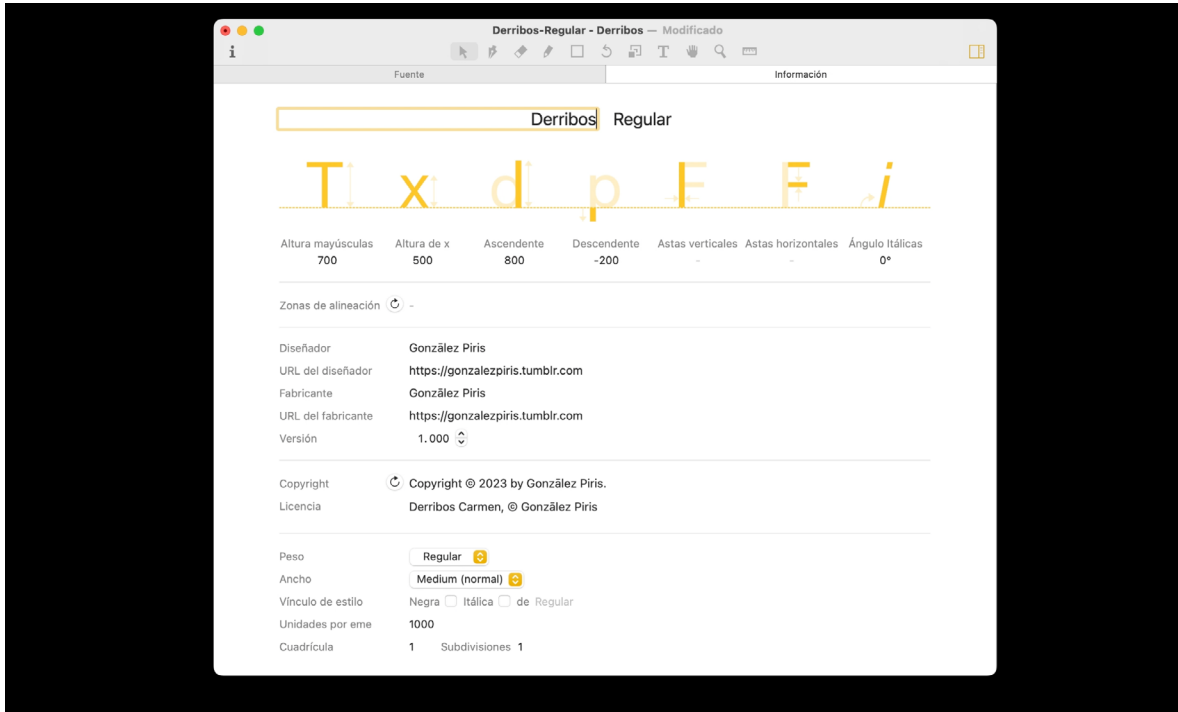


FIG-66

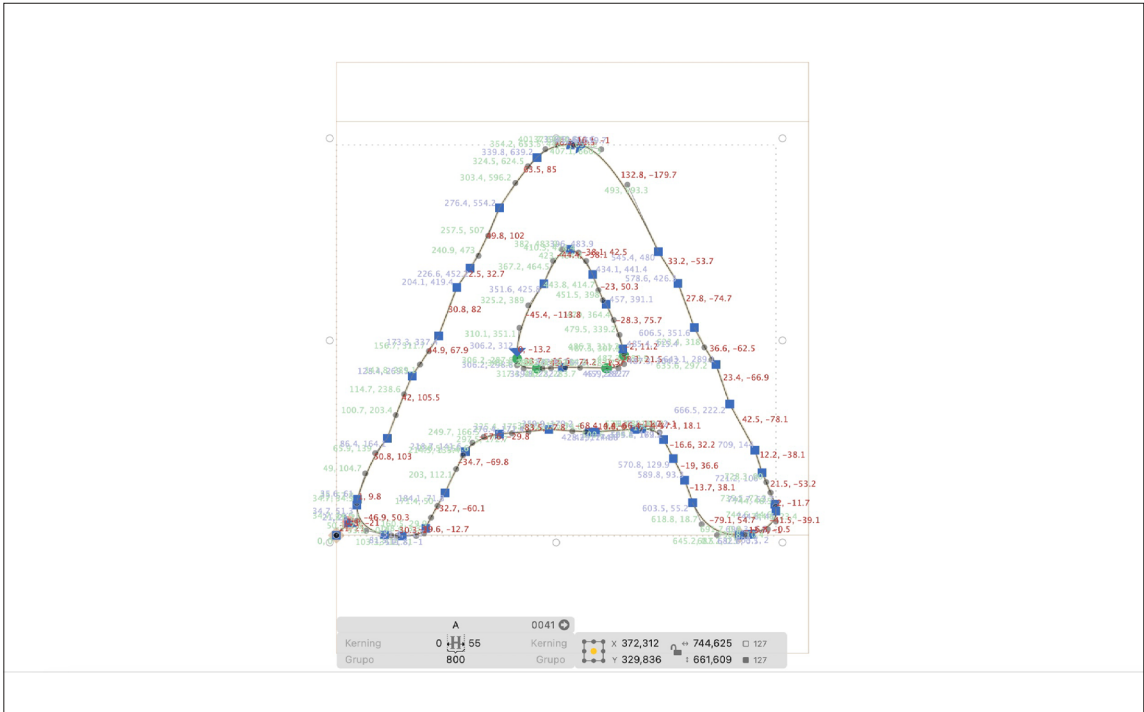


FIG-67

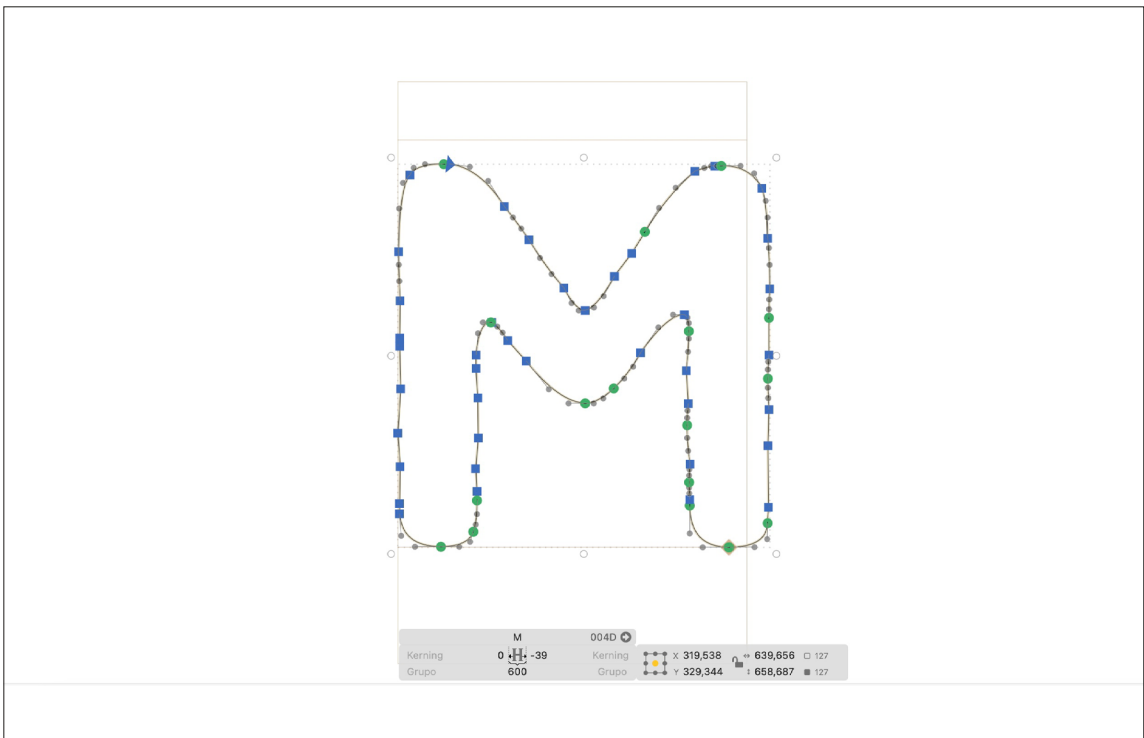


FIG-68



FIG-69



5.2.4 LA INFLUENCIA ESTÉTICA PRINCIPAL

La estética feísta en diseño es una tendencia que va en contra de la minimalista y busca romper los moldes de lo considerado estéticamente agradable. Se trata de utilizar elementos gráficos fuera de lo convencional, como colores fuertes y brillantes, tipografías estridentes y formas exageradas. El diseñador Jae Ee²⁵ es uno de los exponentes de esta tendencia y sugiere que debemos explorar todas las posibilidades gráficas, incluso aquellas que consideramos “mal gusto”.

En el manifiesto TYPOUND²⁶ emite 10 mandamientos:

CAS/ 1. ¡Elogiarás al ready-made!; 2. Ugly no es un pecado; 3. Te acordarás de tu infancia; 4. Mientras miras al presente; 5. Las tipografías compradas no son aceptables; 6. Seguirás la cuadrícula y la destruirás; 7. La falta de textura es un pecado; 8. Copiar y pegar; 9. No perderás la estética contemporánea; 10. Te acordarás de la audiencia.

EN/ 1. Praise to be ready-made!; 2. Ugly is no sin; 3. Remember your childhood; 4. At the same time, look around the present; 5. Purchased typefaces are not acceptable; 6. Follow grid and destroy it; 7. No texture is a sin; 8. Copy & Paste; 9. Do not lose contemporary aesthetics; 10. Must remind the audience of some specific eras or places.

Otro de los estilos actuales es el *vaporwave*,²⁷ que posee una actitud y mensaje muy diversos y ambiguos. Según la visión del artista, diseñador o creativo, se puede interpretar como una crítica y parodia enfocada en el capitalismo, creado dentro de una realidad alternativa, imaginativa y progresista con cierto cinismo. Es considerado como un micro-género y como una tendencia de diseño que se caracteriza por su aire nostálgico.

25. Jae Ee, página web personal

26. Fedel, A. *Ugly Design, la revancha de lo feo*, tendencias en Gráfica, octubre 2018

27. *Optimismo y rebeldía: tendencias actuales del 2022*, tendencias en Gráfica, enero 2022.

La tendencia está estrechamente ligada a la cultura pop de las décadas de los 80 y 90, y se centra en una crítica hacia la cultura Yuppie norteamericana. A través del *Glitch Art*,²⁸ se utilizan elementos actuales para crear una corriente artística que plasma “el error en la era digital”. Esta técnica se expresa en diferentes formatos, tales como cuadros, tejidos, vídeos, música y sonidos. La gráfica de *vaporwave* toma inspiración de los diseños web de los años 90, junto con un estilo estético cyberpunk, caracterizado por fusionar la ciencia avanzada como la informática y la cibernética, con una alteración radical del orden social y cultural.

La estética de la marca y su identidad visual se basarán en estas nuevas formas de expresión gráfica, que se caracterizan por la ironía y la libertad experimental sin reglas. Al igual que en el siglo XX el movimiento Dada respondió al caos de la Primera Guerra Mundial celebrando lo absurdo y lo irracional, hoy en día el *ugly design* inyecta ironía y fantasía en un paisaje visual ansioso y sociopolítico. Esta tendencia desafía las normas estéticas y permite experimentar con total libertad, lo cual sacude y a la vez, se acerca al bizarrismo característico de la cultura fallera.

FIG-70



28. Grande Real, Mercedes. *El estilo gráfico Vaporwave como movimiento moderno y actual*, Creativos Online.

FIG-71



FIG-72

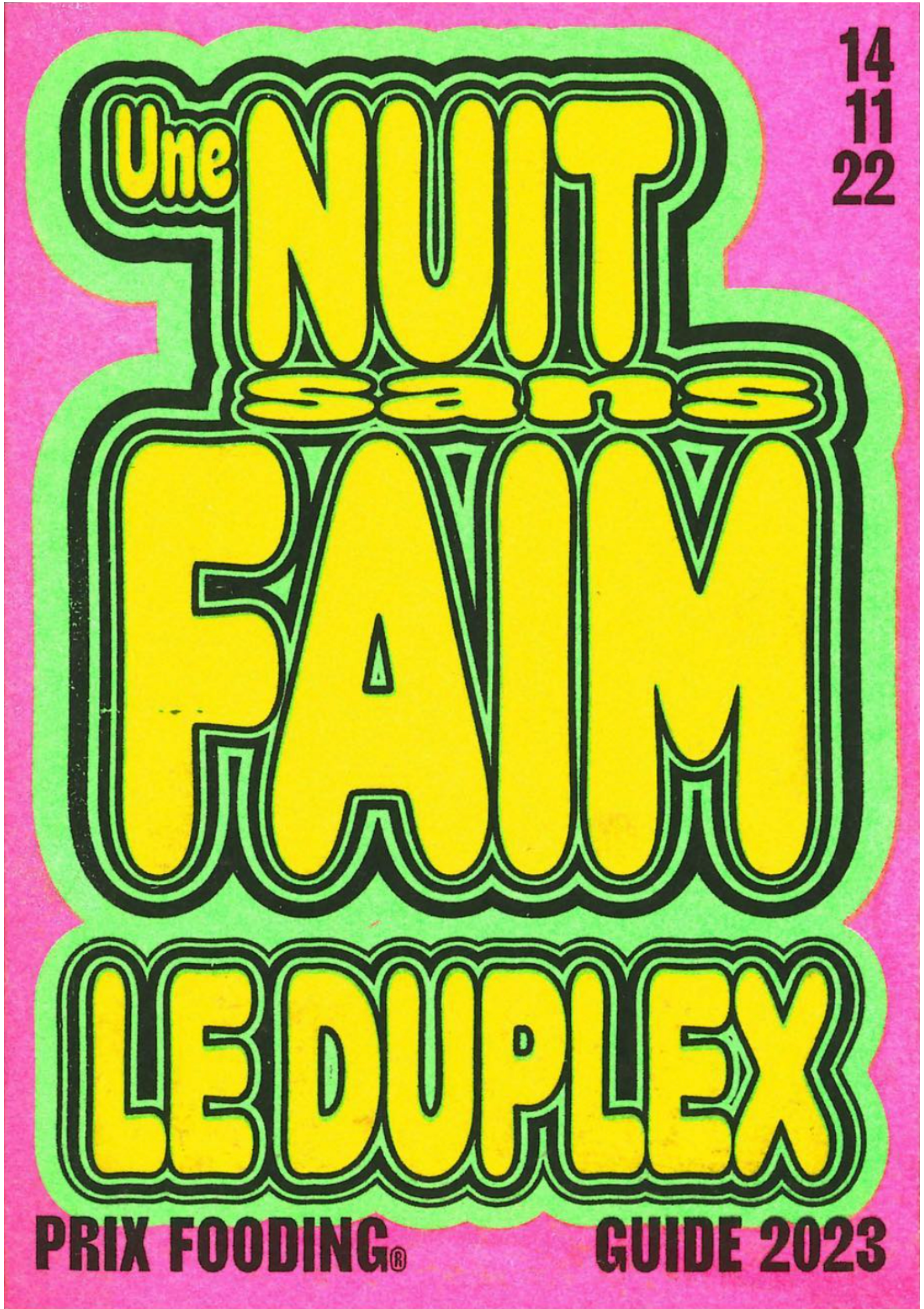


FIG-73



FIG-74



FIG-75

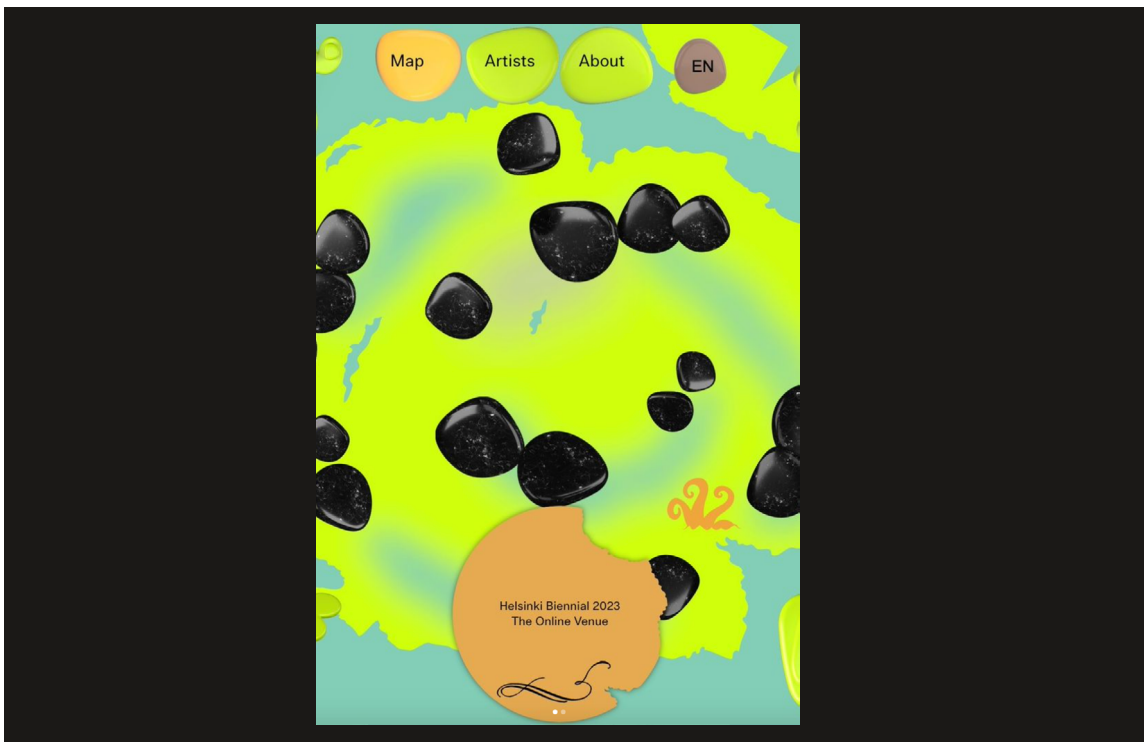
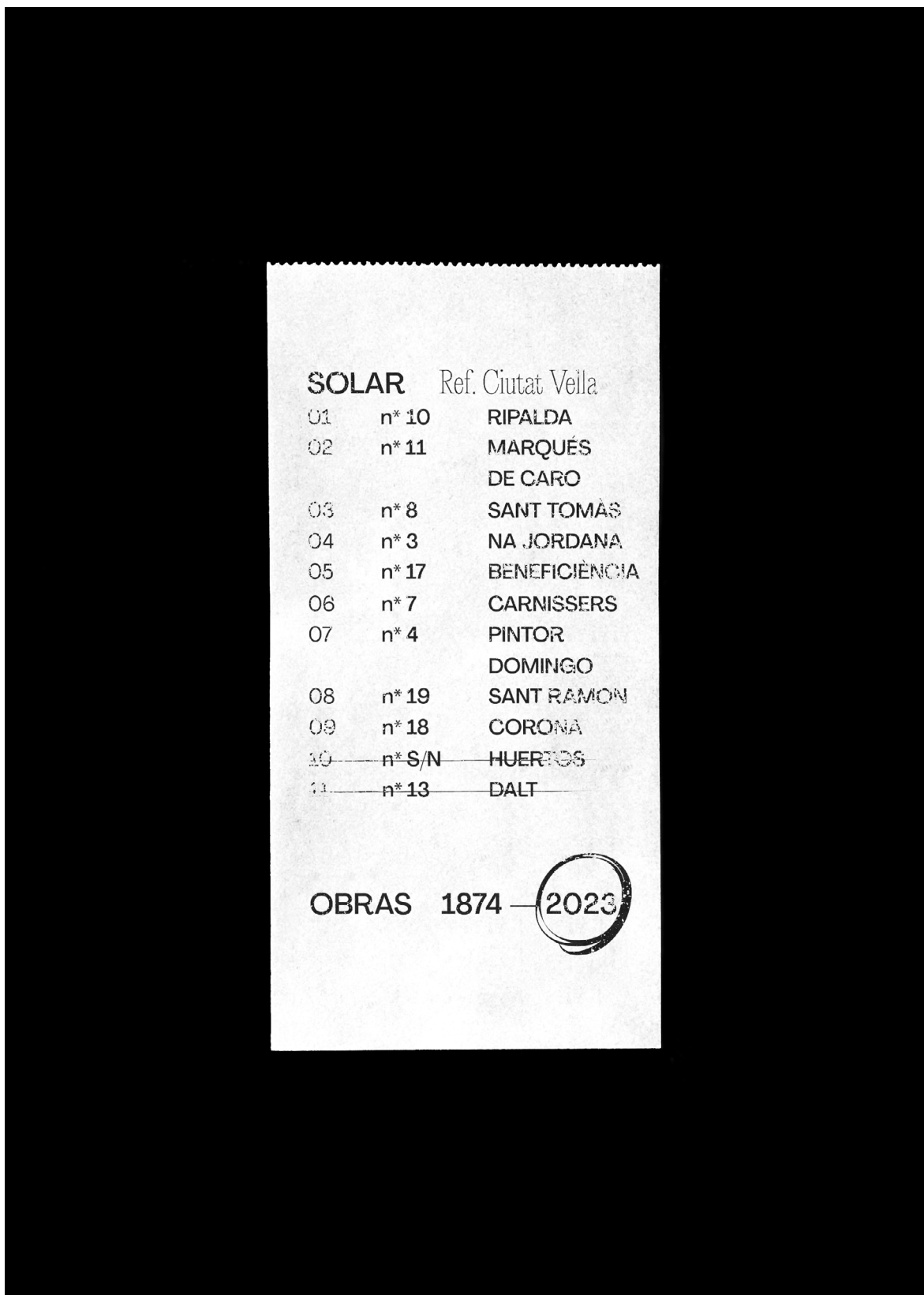


FIG-76



5.4 INTERACCIÓN. UN MAPA DE RUTA CON LOS SOLARES DEL BARRIO

La segunda fase es ubicar los principales solares y obras en el barrio del Carmen. Después examinar cuidadosamente el área del casco antiguo, se determina que los posibles emplazamientos adecuados serían los siguientes:

C/Ripalda 10; C/Marqués de Caro, 11; C/Santo Tomas 8; C/Na Jordana 3; C/Beneficencia 17; C/Carniceros 7; Calle Pintor Domingo 4; Calle San Ramón 19; Calle Corona 18.

Una vez que se han ubicado los solares, el principal problema es encontrar la manera de acceder a ellos, a excepción de los azulejos que se encuentran directamente en el contenedor o que se pueden ver desde la calle, los cuales sólo se fotografiarán. Afortunadamente, la mayoría de los solares son de fácil acceso, excepto el de la calle Ripalda, donde se logra acceder gracias a la mediación con los obreros ya que se encontraba en obras.

Después de recolectar los azulejos y catalogarlos, se utilizará la aplicación de Google Maps para marcar las ubicaciones precisas. Estas ubicaciones se incorporarán en una página web específica para crear una ruta interactiva.

Cada azulejo tendrá un código QR que dirigirá a los visitantes al espacio donde originalmente se encontraba el azulejo. Además, se creará un mapa impreso en papel reciclado que simula un recorrido ilustrado que incluirá los 9 solares definitivos. Este paso apoyará los objetivos de desarrollo sostenible mencionados anteriormente.

FIG-77

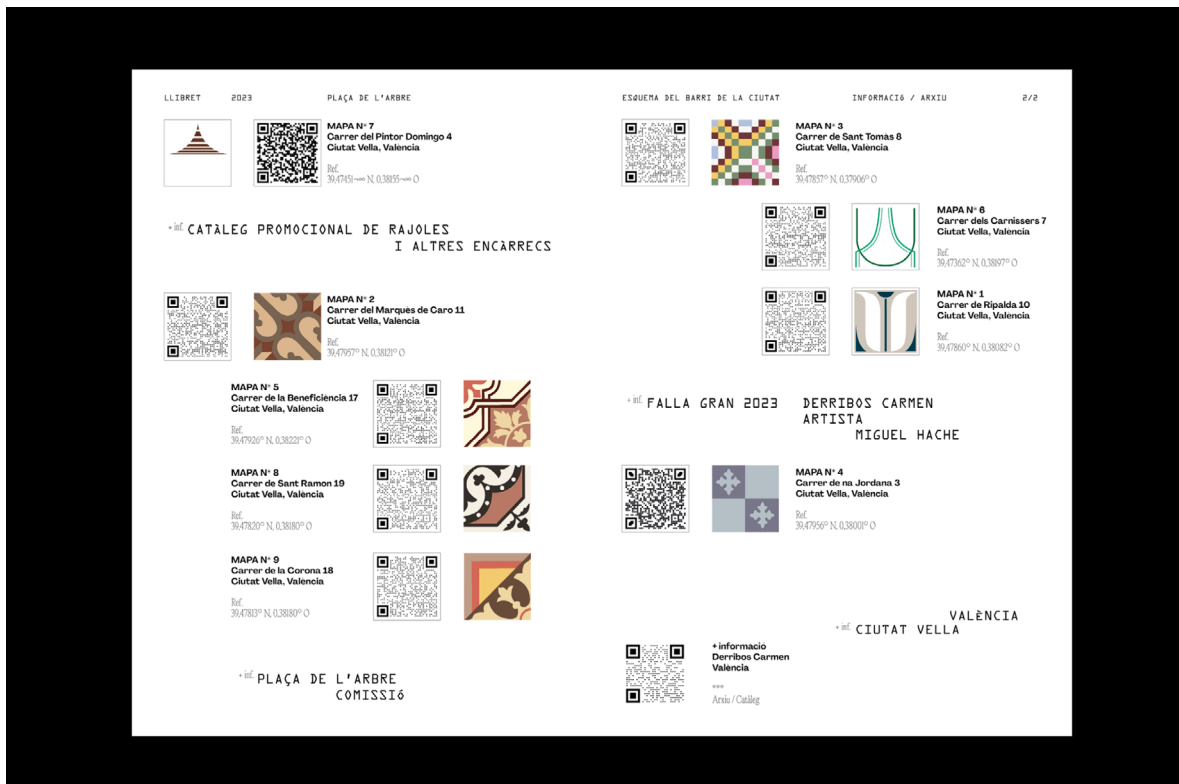


FIG-78



FIG-79



FIG-80

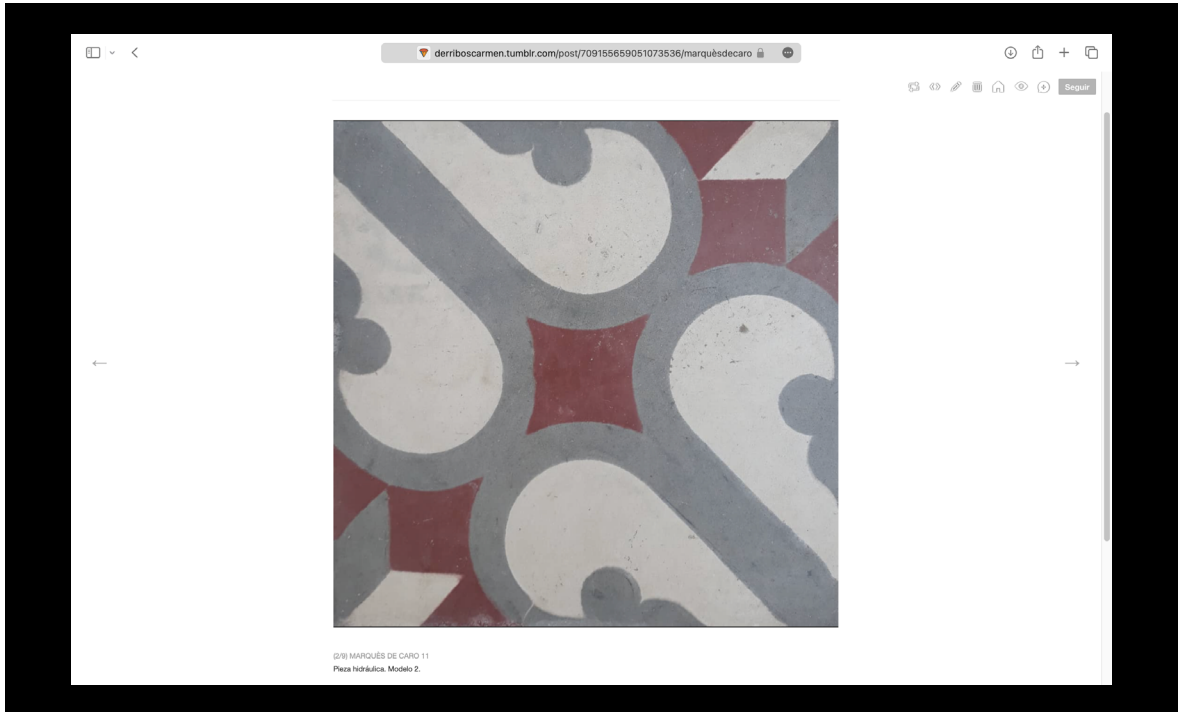
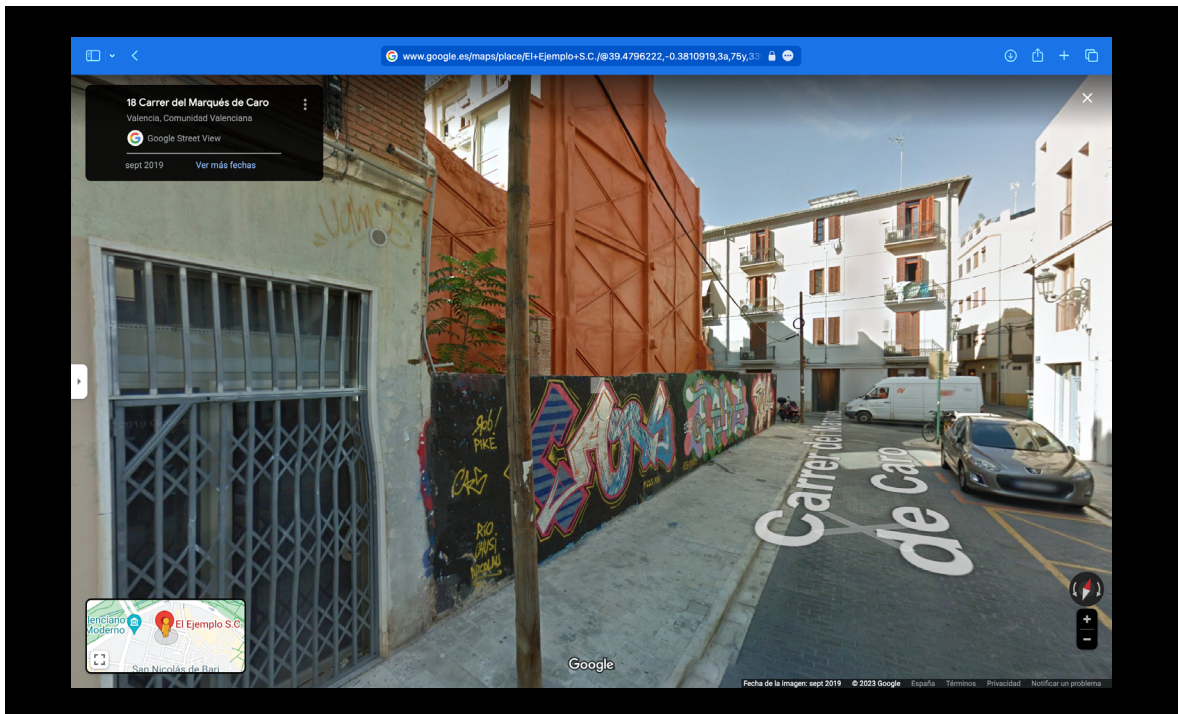


FIG-81



5.5. EL LLIBRET DE LA FALLA

El llibret es una publicación que documenta los esfuerzos de la comisión durante todo el año fallero y es el único respaldo que preserva la historia del monumento de dicho año. Es crucial presentar artículos relevantes a la temática de la falla y también contenido interesante para el público en general. Lamentablemente, pocas comisiones dedican recursos a un buen diseño para esta edición por falta de presupuesto, desconocimiento o falta de un diseñador.

Uno de los principales desafíos al que enfrentarse era el bajo presupuesto limitado, había que crear algo de calidad que reflejara la esencia del proyecto, mantuviera la coherencia de su identidad global y, al mismo tiempo, se ajustara al presupuesto. Para abordar esto, se ha considerado utilizar el formato de periódico antiguo que permite diferentes tipos de fuentes, titulares y diseños gráficos. Este diseño también permite una combinación perfecta entre imágenes y texto, y puede ser impreso en blanco y negro para reducir costos.

En definitiva, la presentación de la edición muestra una estética que organiza los artículos de una manera estructurada jerarquizándolos. La paleta de colores es limitada y las fuentes utilizadas son serias y legibles. Las columnas, titulares y encabezados son típicos de un periódico, además de reservar espacio para gráficos, fotos e infografías en blanco y negro. Finalmente, se añaden detalles como números de página, cintillos de noticias y otros elementos para imitar la apariencia de un periódico antiguo.

FIG-82



FIG-83

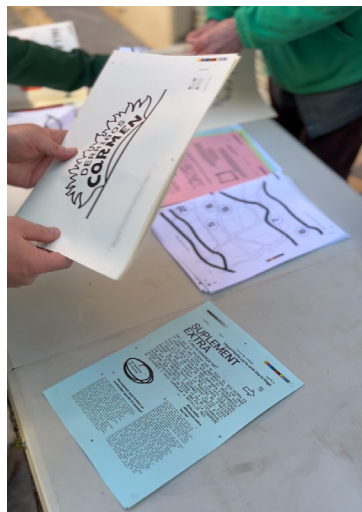
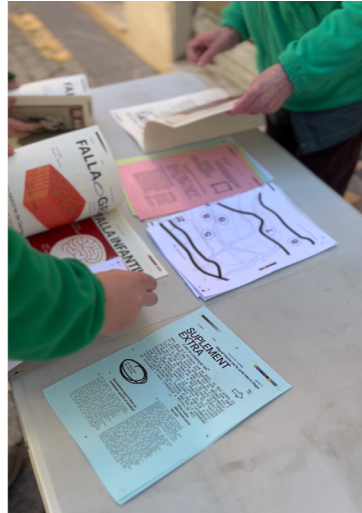
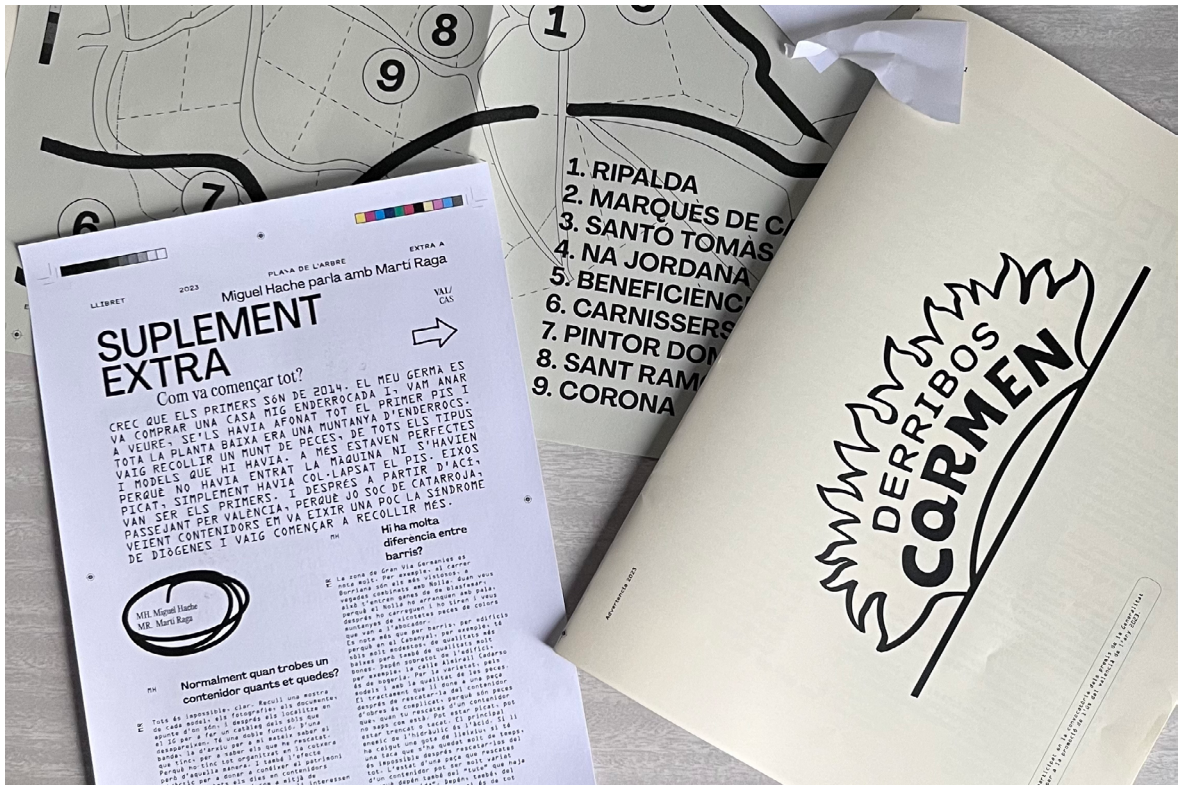


FIG-84



FIG-85



5.6 ACCIONES PERFORMATIVAS Y ESTRATEGIAS GUERRILLA

El proyecto también cuenta con las denominadas “acciones guerrillas”. Estas estrategias publicitarias creativas y no convencionales buscan llamar la atención del público mediante acciones impactantes y originales. Estas acciones suelen tener un bajo costo y pueden ser implementadas en diferentes lugares públicos, eventos, redes sociales o medios de comunicación tradicionales. El objetivo principal de estas acciones es crear una experiencia memorable y generar un impacto emocional en la audiencia para aumentar la visibilidad y popularidad de una marca o producto.

Durante los meses previos a la plantà de la falla, se realizaron diversas acciones, como la distribución de octavillas promocionales de la empresa ficticia durante el evento de presentación de bocetos de la falla en el casal de la comisión. Además, se llevó a cabo una campaña de pegada de carteles publicitarios con la marca en los 9 solares donde se ubicaran los azulejos que serían reproducidos en la falla.

También se realizaron varias acciones promocionales en las redes sociales, como filtrar un vídeo de alguien desconocido recogiendo un palet de ladrillos durante la exposición del Ninot, y la venta de tazas promocionales durante la presentación del llibret, con cada uno de los diseños de azulejos que se utilizarían en la falla.

El primer día de la plantà, se filtró un anuncio de la marca “Derribos Carmen” realizado por Isabel Preysler²⁹. Aunque el anuncio oficial data de noviembre de 1986 para Porcelanosa y se difundió en varios canales para promocionar el proyecto artístico en redes sociales.

29. Decora tus mejores suelos por Isabel Preysler, anuncio publicitario de Porcelanosa, 1986

Para concluir, es importante mencionar que las tazas conmemorativas fueron producidas en una cantidad muy limitada y algunas de ellas están disponibles en el Colegio de Arquitectos de la Comunidad Valenciana. Estas tazas fueron seleccionadas como producto autoproducido, con el objetivo de promover nuevos talentos en el campo del diseño y la arquitectura a través de la exhibición y venta de sus propios artículos.

FIG-86



FIG-87



FIG-88



FIG-89



FIG-90



FIG-91



FIG-92



FIG-93

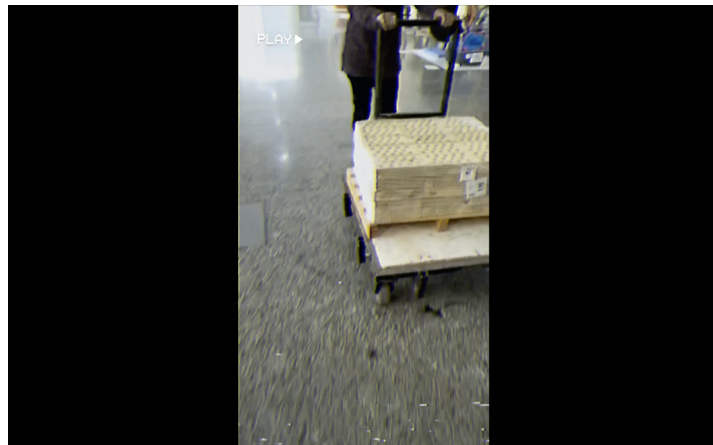


FIG-94



FIG-95



FIG-96



FIG-97



FIG-98

FIG-99

6. CONCLUSIONES

El proyecto ha tenido una gran repercusión en diversos medios de comunicación, tanto digitales como prensa escrita. Artículos y reportajes se han publicado en diferentes medios. Algunos de estos han reflejado adecuadamente cómo el concepto de la falla se ha transmitido.

Otra reacción destacada ante el proyecto ha sido la creación de memes a partir de la falla en sí misma. Los memes surgieron de intervenciones en contenedores del barrio que partían de la frase *emosido engañado*³⁰ pintada en ellos. Estas intervenciones fueron fotografiadas y compartidas en redes sociales como memes. Cabe destacar que ciertos sectores conservadores de la fiesta han criticado duramente el reconocimiento que ha recibido el proyecto, y sus comentarios han durado semanas, lo que ha generado más debate que la falla ganadora del primer premio de sección especial, aunque no era el objetivo del proyecto.

A nivel personal, junto con Miguel, nos resulta sorprendente como este proyecto conjunto a llegado más allá de donde podríamos imaginar obteniendo los siguientes galardones por parte diferentes entidades:

- 1^o Premio fallas experimentales otorgado por el *Ayuntamiento de Valencia*.
- 2^o Premio sección 6^aC otorgado por *Junta Central Fallera*
- 1^o Premio Ingenio y gracia 6^aC otorgado por *Junta Central Fallera*
- Premio mejor ninot experimental de la exposición otorgado por *Federación de Fallas Innovadoras y Experimentales*.
- Mención d'Honor a la defensa del Veïnat Ciutat Vella otorgado por la *Asociación de Veïnat en Perill d'Extinció*.
- 8^o Premi Llibret de la Falla Infantil de la comisión.

30. Cantó, Pablo (2020) De una pared sevillana a meme internacional: la historia tras la pintada de "emosido engañado" España: Lo mejor de Verne.





7. BIBLIOGRAFÍA

> Aires, S., & Cúneo, M. (2022, September 5). Desahucios | Caixers, 2 aguanta la primera embestida judicial. El Salto. Recuperado 2023. Disponible en <https://www.elsaltodiario.com/desahucios/caixers-2-aguanta-primera-embestida-judicial-desahucio>

> Borrull Socors presenta "L'In1oodi", segon premi de llibret a València. (2022, March 3). Elperiodic.com. Recuperado 2023. Disponible en https://www.elperiodic.com/val/valencia/borrull-socors-presenta-lin1oodi-segon-premi-llibret-valencia_806625

> Castelló, Joan., *Fallas infantiles. Tradición y juego*. Ajuntament de València. Valencia, 2001. (P. 165).

> Cela, C. J., & Duarte, P. (n.d.). Feísmo. Wikipedia. Recuperado 2023. Disponible en <https://es.wikipedia.org/wiki/Fe%C3%ADsmo>

> Cúneo, M. (2022, Febrero 6). El nuevo centro social Ca La Caixeta comienza sus andaduras en una de las zonas más gentrificadas de València. El Salto. Recuperado 2023. Disponible en <https://www.elsaltodiario.com/ocupacion/nuevo-centro-social-ca-la-caixeta-comienza-andaduras-zonas-mas-gentrificadas-valencia>

> El veïnat del bloc 2 del carrer dels Caixers de València denuncia que una empresa l'expulsa del barri. (2019, September 30). Diari La Veu. Recuperado 2023. Disponible en <https://www.diarilaveu.com/veinat-bloc-carrer-caixers-2-valencia-denuncia-empresa-expulsa-barri>

> Estudio Yinsen y Manolo Martin fichan por la Falla Mosen Sorell – Corona. (2019, July 18). Locos por las Fallas. Disponible en <https://www.locosporlasfallas.com/estudio-yinsen-y-manolo-martin-fichan-por-la-falla-mosen-sorell-corona/>

> Eyre, P. (2014, December 20). 1989 Isabel Preysler Porcelanosa Decora Tus Mejores Sueños Gatos. YouTube. Recuperado 2023. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=NLGvarTXMdl>

> #FallesUNESCO Un punto de encuentro, por Ibán Ramón. (2016, December 1). Valencia Plaza. Recuperado 2023. Disponible en <https://valenciaplaza.com/un-punto-de-encuentro>

> Fedel, A. (2018, October 23). Ugly Design: nuevas expresiones gráficas que defienden “lo feo”. Gràffica. Recuperado 2023. Disponible en <https://graffica.info/ugly-design-la-revancha-de-lo-feo/>

> Fondo buitres compra edificio Valencia familias calle. (2019, October 3). NIUS. Recuperado 2023. Disponible en https://www.niusdiario.es/economia/vivienda/fondo-buitre-compra-edificio-valencia-ciutat-vella-deja-siete-familias-calle_18_2828445184.html

> Fotheringham, A., & Cantó, P. (2020, February 13). De una pared sevillana a meme internacional: la historia tras la pintada de “emosido engañado”. Verne. Recuperado 2023. Disponible en https://verne.elpais.com/verne/2020/02/12/articulo/1581533769_341780.html

> Gusto artístico. (n.d.). Wikipedia. Recuperado 2023. Disponible en https://es.wikipedia.org/wiki/Gusto_art%C3%ADstico

> Gosling, E., & Patton, K. (2020, September 30). Vaporwave is Dead, Long Live Vaporwave – Eye on Design. AIGA Eye on Design. Recuperado 2023. Disponible en <https://eyeondesign.aiga.org/vaporwave-is-dead-long-live-vaporwave/>

> Hassan, N. (n.d.). El estilo gráfico Vaporwave como movimiento moderno y actual. Creativos Online. Recuperado 2023. Disponible en <https://www.creativosonline.org/el-estilo-grafico-vaporwave-como-movimiento-moderno-y-actual.html>

> Ibán Ramón: «Ahora se ha entendido que el diseño es una buena herramienta y se está utilizando». (2016, February 10). Gràffica. Recuperado 2023. Disponible en <https://graffica.info/iban-ramon-campana-promocional-fallas-2016/>

> Ibán Ramón + Dídac Ballester han realizado la falla para la comisión Mossen Sorell – Corona de 2013. (2013, March 15). Gràffica. Recuperado 2023. Disponible en <https://graffica.info/hoy-es-dia-de-diseno-y-planta-fallera/>

> Ibán Ramón diseña los carteles de las Fallas de 2016. (2016, January 20). Gràffica. Recuperado 2023. Disponible en <https://graffica.info/iban-ramon-carteles-fallas-2016/>

> Ibán Ramón diseñará el cartel de Fallas 2016. (2015, October 15). Las Provincias. Recuperado 2023. Disponible en <https://www.lasprovincias.es/fallas-valencia/201510/15/iban-ramon-disenara-cartel-20151015104027.html>

> Jamieson, R. (2016, May 11). The New Wave of Anti-design Magazines Will Question Your Sense of Taste—and That’s a Good Thing. AIGA Eye on Design. Recuperado 2023. Disponible en <https://eyeondesign.aiga.org/the-new-wave-of-anti-design-magazines-will-question-your-sense-of-taste-and-thats-a-good-thing/>

> John Waters: el arte de tener mal gusto. (2012, September 28). EL PAÍS. Recuperado 2023. Disponible en https://elpais.com/cultura/2012/09/27/actualidad/1348731996_234712.html

> Koons, J. (n.d.). Kitsch. Wikipedia. Recuperado 2023. Disponible en <https://es.wikipedia.org/wiki/Kitsch>

> Kostenko, M. (n.d.). Valencia Capital Mundial del Diseño 2022. Formas y Servicios del Norte. Recuperado 2023. Disponible en <https://formasyservicios.com/valencia-capital-mundial-del-diseno-2022/>

> La mascarilla será obligatoria en las Fallas y la ‘Cremà’ se avanzará por el toque de queda. (2021, August 17). EL PAÍS. Recuperado 2023. Disponible en <https://elpais.com/sociedad/2021-08-17/la-mascarilla-sera-obligatoria-en-las-fallas-y-la-crema-se-avanzara-por-el-toque-de-queda.html>

> Las cuatro caras del diseñador Ibán Ramón para el cartel de Fallas 2016. (2016, January 20). EL PAÍS. Recuperado 2023. Disponible en https://elpais.com/ccaa/2016/01/20/valencia/1453305892_587097.html

> Llasera, J. P. (2021, April 15). Manual de identidad: Qué es y cómo realizar uno de forma correcta. Imborrable. Recuperado 2023. Disponible en <https://imborrable.com/blog/manual-de-identidad/#que-es-manual-de-identidad-corporativa>

> Martín, M., & RAMIREZ, J. V. (2022, March 16). Generación F(allera): Miguel Hache - Cultur Plaza. Valencia Plaza. Recuperado 2023. Disponible en <https://valenciaplaza.com/generacion-fallera-miguel-hache>

> Miguel Hache plasma la lluita contra els desnonaments en el llibre il·lustrat 'Manual d'instruccions'. (2021, July 5). À Punt. Recuperado 2023. Disponible en https://www.apuntmedia.es/noticies/cultura/miguel-hache-plasma-lluita-desnonaments-llibre-il-lustrat-manual-d-instruccions_1_1433992.html

> Miguel Hache presenta su álbum ilustrado con la historia personal de su desahucio en Caixers. (2021, June 17). Las Provincias. Recuperado 2023. Disponible en <https://www.lasprovincias.es/fallas-valencia/miguel-hache-presenta-20210617184632-nt.html>

> Molinari, C. (2018, February 8). Ugly Design: cuando lo feo se vuelve bello -. Yorokobu. Recuperado 2023. Disponible en <https://www.yorokobu.es/ugly-design/>

> Morante, J. (2019, November 19). Falles I+E = (+logo) + 17·proyectos. Distrito Fallas. Recuperado 2023. Disponible en <https://www.districtofallas.com/2019/11/19/falles-ie-logo-17%E2%80%A2proyectos/>

> Optimismo y rebeldía: la previsión de tendencias creativas de Adobe para 2022. (2022, January 14). Gráfica. Recuperado 2023. Disponible en <https://grafica.info/optimismo-y-rebeldia-la-prevision-de-tendencias-creativas-de-adobe-para-2022/>

> Profusión y economía en el diseño gráfico contemporáneo: los carteles del movimiento New Ugly. (2014, October 1). ARTE Y CIUDAD. Revista de Investigación. Recuperado 2023. Disponible en <https://doi.org/10.22530/ayc.2015.N6.245>

> Raquel Alario, fallera mayor: "La declaración de la UNESCO no es la meta sino un camino para seguir trabajando". (2016, November 30). Valencia Plaza. Recuperado 2023. Disponible en <https://valenciaplaza.com/raquel-alario-fallera-mayor-esto-no-es-la-meta-sino-un-camino-para-seguir-trabajando>

> Realizaciones Efimeras. (2011, April 8). Alfredo Ruiz Ferrer 2-1-1944. Recuperado 2023. Disponible en <http://alfredoruizferrer.blogspot.com/p/realizaciones-efimeras.html>

> Romero, Á. (2021, June 14). Alfredo Ruiz Ferrer. Cendra Digital. Recuperado 2023. Disponible en <http://www.cendradigital.com/2021/06/14/alfredo-ruiz-ferrer>

> Sánchez, G. (2022, September 15). Un fondo buitres desaloja a dos jóvenes de una vivienda ocupada del centro de València. Levante-EMV. Recuperado 2023. Disponible en <https://www.levante-emv.com/comunitat-valenciana/2022/09/15/caixers-fondo-buitre-desaloja-jovenes-vivienda-75454833.html>

> Valencia quema por fin sus Fallas de la pandemia y sueña ya con marzo de 2022. (2021, September 5). RTVE.es. Recuperado 2023. Disponible en <https://www.rtve.es/noticias/20210905/valencia-quema-fallas-covid-suena-marzo-2022/2168921.shtml>

> Valencia será la capital mundial del diseño en 2022. (2019, September 9). EL PAÍS. Recuperado 2023. Disponible en https://elpais.com/ccaa/2019/09/09/valencia/1568052177_476102.html

> Valle, M. (2017, January 19). Publicidad 10-11-1986 TVE2 - Incluye Isabel Preysler. YouTube. Recuperado 2023. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=y7amGEwVwY8>

> Veïns del Carme a València protesten pels més de 1.000 apartaments turístics de Ciutat Vella. (2021, March 2). El Diario. Recuperado 2023. Disponible en https://www.eldiario.es/comunitat-valenciana/val/valencia/veins-carme-valencia-protesten-pels-mes-1-000-apartaments-turistics-ciutat-vella_1_7268168.html

> Wilson, J. C. (2019, April 29). “Ugly Design” + Imposter Syndrome as an Illustrated Coping Strategy. AIGA Eye on Design. Recuperado 2023. Disponible en <https://eyeondesign.aiga.org/ugly-design-imposter-syndrome-as-an-illustrated-coping-strategy/>

> Yinsen, a la espera de quemar su diseño para la Falla Corona 2020. (2021, March 24). Gráfica. Recuperado 2023. Disponible en <https://grafica.info/yinsen-a-la-espera-de-quemar-su-diseno-para-la-falla-corona-2020/>

> (n.d.). Jae Ee. Recuperado 2023. Disponible en <https://jae.ee>

> (n.d.). Soler Prevención y Seguridad, S.A. – Fire & Security Systems. Recuperado 2023. Disponible en <https://www.solerprevencion.com>

> (n.d.). Definición de fondo buitres - Diccionario panhispánico del español jurídico - RAE. Recuperado 2023. Disponible en <https://dej-enclave2.rae.es/lema/fondo-buitre>

> (n.d.). B.S.O.A Ca la Caixeta – Baix Social Okupat Anarquista Ca la Caixeta. Recuperado 2023. Disponible en <https://bsoacalacaixeta.wordpress.com>

> (n.d.). Jae Ee. Recuperado 2023. Disponible en <https://jae.ee>

> (n.d.). Soler Prevención y Seguridad, S.A. – Fire & Security Systems. Recuperado 2023. Disponible en <https://www.solerprevencion.com>

> (n.d.). Objetivos de Desarrollo Sostenible | Programa De Las Naciones Unidas Para El Desarrollo. Recuperado 2023. Disponible en <https://www.undp.org/es/sustainable-development-goals>

> (n.d.). La fiesta de las Fallas de Valencia - patrimonio inmaterial - Sector de Cultura - UNESCO. Recuperado 2023. Disponible en <https://ich.unesco.org/es/RL/la-fiesta-de-las-fallas-de-valencia-00859>

> (2016, December 15). Las Fallas, declaradas Patrimonio Inmaterial de la Humanidad. Recuperado 2023. Disponible en <https://www.uv.es/uvweb/master-patrimonio-cultural-identificacion-analisis-gestion/es/blog/fallas-declaradas-patrimonio-inmaterial-humanidad-1285958508938/GasetaRecerca.html?id=1285989084669>

> (2020, May 25). Diferencias entre logotipo, imagotipo, isotipo e isologo. Recuperado 2023. Disponible en <https://www.plan-ab.es/diferencias-logotipo-imagotipo-isotipo-isologo/>

> (2020, June 19). enredrat2 | CFPV Vicent Ventura. Recuperado 2023. Disponible en <https://enredrat2.wordpress.com>

> // (n.d.). // - Wiktionary. Recuperado 2023. Disponible en https://www.actualidadfallera.es/es/fallasdevalencia/%20cap-i-casal/4911-el-coche-de-rita-barbera-protagoniza-el-proyecto-%20de-escif-para-corona?i=2014_11_15_19.26.25

> // (n.d.). // - Wiktionary. Recuperado 2023. Disponible en https://www.youtube.com/watch?v=-n3SMXEPWKg&embeds_referring_euri=http%3A%2F%2Fepoca1.valenciaplaza.com%2F&source_ve_path=OTY3MTQ&feature=emb_imp_woyt

> // (n.d.). // - Wiktionary. Recuperado 2023. Disponible en <https://amicsdelcarme.com/es/caixers-es-queda/>

FIG-100



7.2 RELACIÓN DE IMÁGENES

FIG-1

Edición: Bruce Mau, Rem Koolhaas, S, M, L, XL., octubre 1995.
Autoría: desconocida. Fotografía extraída de buscador general.

FIG-2 . FIG-3

Imagen: Objetivo 12 + Objetivo 17. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2023), Objetivos de Desarrollo Sostenible, consultar página web.

FIG-4

Imagen: Dídac Ballester, Postales pop-up de la Campaña de Fallas 2020. Autoría: Fotografía extraída de Gràffica.

FIG-5

Imagen: Democracia Estudio., Cartel de Fallas 2023, Autoría: Fotografía extraída de Gràffica.

FIG-6

Imagen: Raquel Alario, Discurso de la Cridà de 2016, Torres de Serrano, Valencia. Diciembre 2016 Autoría: desconocida.

FIG-7 . FIG-8 . FIG-9 . FIG-10

Imagen: Ibán Ramón, Campaña de Fallas del 2016. Autoría: Imágenes extraídas de Gràffica.

FIG-7 . *Imagen de cartel 1*

FIG-8 . *Imagen de cartel 2*

FIG-9 . *Imagen de cartel 3*

FIG-10 . *Imagen de cartel 4*

FIG-11

Imagen: Ibán Ramón, Campaña de Fallas del 2016. Autoría: Imágenes extraídas de Gràffica. Diseño de la imagen utilizada para la portada del llibret tras su resultado como Patrocinio Inmaterial de la Humanidad a la ciudad de Valencia.

FIG-12 . FIG-13

Imagen: Ibán Ramón, Polvora a la Vespra, 2020-2022. Autoría: Imágenes extraídas de la web del diseñador.

FIG-12 . *Imagen de cartel del 2020*

FIG-13 . *Imagen de cartel del 2022*

FIG-14

Imagen: Ibán Ramón, Campaña de Fallas del 2016. Autoría: Imágenes extraídas de Gràffica. Diseño del 5º cartel de la presentación pública de la campaña gráfica de Iban Ramón para las fallas de 2016.

FIG-15

Imagen: El xicotet príncep., Valencia, 2018. Diseño editorial de González Piris. Novela de Antoine Saint-Exupéry con ilustraciones de Miguel Hache. Edición completa en valenciano.

FIG-16

Imagen: Antonie Saint-Exupéry. Portada oficial del libro “Le petit prince”. Abril 1943. Autoría: desconocida, extraída en página de consulta.

FIG-17. FIG-18

Imagen: El xicotet príncep., Valencia, 2018. Diseño editorial por González Piris. Novela de Antoine Saint-Exupéry con ilustraciones de Miguel Hache. Edición completa en valenciano.

FIG-17. *Propuesta de formato físico. Portada y contraportada.*

FIG-18 *Propuesta de formato físico. Portada.*

FIG-19. FIG-20

Imagen: Manual d'instruccions., Valencia, 2021. Dossier de presentación de bocetos y proyectos para la falla Na Jornada 2020. Diseño editorial de González Piris. Imágenes y contenido por Miguel Hache.

FIG-21. FIG-22. FIG-23. FIG-24

Fotografías: Prensa., Manifestación contra los desahucios y desalojos de la finca Caixers 2 en Valencia. Durante el verano del 2019-2020. Autoría: diferentes medios de prensa en línea.

FIG-21. FIG-22 *Vecinos y residentes de la finca.*

FIG-24 *Miguel Hache explicando la situación.*

FIG-25

Imagen: Manual d'instruccions., Valencia, 2021. Diseño editorial de González Piris. Álbum ilustrado por Miguel Hache en una edición completa en valenciano. Portada.

FIG-26

Imagen: Manual d'instruccions., Valencia, 2021. Diseño editorial de González Piris. Álbum ilustrado por Miguel Hache en una edición completa en valenciano. Interior.

FIG-27

Imagen: Manual d'instruccions., Valencia, 2021. Diseño editorial de González Piris. Álbum ilustrado por Miguel Hache en una edición completa en valenciano. Estructura con interiores del libro.

FIG-28

Imagen: Manual d'instruccions., Valencia, 2021. Caja de juegos con el diseño de González Piris e ilustración por Miguel Hache, formato con postales de personajes y desplegable. Postales de personajes del proyecto, los caules "imitaban" a los vecinos y residentes de la finca Caixers 2.

FIG-29

Imagen: Manual d'instruccions., Valencia, 2021. Caja de juegos con el diseño de González Piris e ilustración por Miguel Hache, formato con postales de personajes y desplegable. Fotografía de estudio de la caja.

FIG-30

Imagen: Manual d'instruccions., Valencia, 2021. Caja de juegos con el diseño de González Piris e ilustración por Miguel Hache, formato con postales de personajes y desplegable. Desplegable interactivo.

FIG-31

Imagen: Manual d'instruccions., Valencia, 2021. Caja de juegos con el diseño de González Piris e ilustración por Miguel Hache, formato con postales de personajes y desplegable. Desplegable, simulación de la apertura del mismo.

FIG-32

Imagen: L'IN100DI. Jugant amb foc., Valencia, 2022. Edición experimental por González Piris. Llibret Borrull-Socors. 2º Premio por el uso del valenciano. Proyecto para la Falla de Miguel Hache. Autoría: elaboración propia. Embalaje, portada de versión exclusiva (caja de cerillas). Presentado a Edición Experimental del Máster de Producción Artística.

FIG-33

Imagen: L'IN100DI. Jugant amb foc., Valencia, 2022. Edición experimental por González Piris. Llibret Borrull-Socors. 2º Premio por el uso del valenciano. Proyecto para la Falla de Miguel Hache. Autoría: elaboración propia. Embalaje, contraportada de versión exclusiva (caja de cerillas).

FIG-34

Imagen: L'IN100DI. Jugant amb foc., Valencia, 2022. Edición experimental por González Piris. Llibret Borrull-Socors. 2º Premio por el uso del valenciano. Proyecto para la Falla de Miguel Hache. Autoría: elaboración propia. *Página interior, fotografía con especial cariño, resumen del trabajo conjunto con Miguel Hache.*

FIG-35. FIG-36. FIG-37. FIG-38.

Imagen: L'IN100DI. Jugant amb foc., Valencia, 2022. Edición experimental por González Piris. Llibret Borrull-Socors. 2º Premio por el uso del valenciano. Proyecto para la Falla de Miguel Hache. Autoría: elaboración propia. Prototipo y pruebas antes del acabado final. Fotografías en taller de imprenta. Presentado a Edición Experimental del Máster de Producción Artística.

FIG-39

Boceto: Alfredo Ruiz, Ditirambe, Falla Quart-Ditirambe. Valencia, 2001., Autoría: extraída de página de Cendra Digital. Boceto de referencia para la creación de la marca Falles I+E.

FIG-40

Edición: Llibret El Joc de la Reinvenió, de Dídac Ballester e Ibán Ramón, para FallaMosen Sorell-Corona. Valencia, 2014., Autoría: extraída de página Gràffica. Portada de referencia para la creación de la marca Falles I+E.

FIG-41

Imagen: PlayStation, imagen de los botones y anuncios comerciales durante la década de los 2000., Autoría: extraída de buscador. Imagen de referencia para la creación de la marca Falles I+E.

FIG-42. FIG-43

Imagen: González Piris, proyecto de renovación de la identidad y marca de la Federación de Falles innovadores i experimentals, Valencia, 2019. Identidad gráfica. Proyecto para Falles i+e. Presentación en Poppyns Store. Presentación de la papelería de la identidad.

FIG-44

Imagen: Mislata en Falles., Comunicación gráfica., Valencia, 2019. Proyecto realizado por Miguel Hache y González Piris. Fotografía del poster del imagen principal de la campaña.

FIG-45

Imagen: Falles de Torrent., Valencia, 2022. Comunicación gráfica. Proyecto realizado por Miguel Hache y González Piris. Fotografía de las pruebas de los carteles y mockup de presentación.

FIG-46

Imagen: Falles de Torrent., Valencia, 2020. Comunicación gráfica. Proyecto realizado por Miguel Hache y González Piris. Fotografía de las postales con el dúo de imágenes principal de la campaña.

FIG-47

Imagen: Mislata en Falles., Comunicación gráfica., Valencia, 2022. Proyecto realizado por Miguel Hache y González Piris. Presentación de los 3/4 carteles promocionales.

FIG-48

Imagen: Ornamento y delicto, Ibán Ramón y Dídac Ballester, Falla Mosen Sorell-Corona. Valencia, 2023. Autoría: fotografía extraída de Gràffica. Falla en construcción en el taller de Manolo Martín.

FIG-48

Imagen: Ornamento y delicto, Ibán Ramón y Dídac Ballester, Falla Mosen Sorell-Corona. Valencia, 2013. Autoría: fotografía extraída de Gràffica. Páginas interiores del llibret de falla.

FIG-49

Imagen: Ornamento y delicto, Ibán Ramón y Dídac Ballester, Falla Mosen Sorell-Corona. Valencia, 2013. Autoría: fotografía extraída de Gràffica. Páginas interiores del llibret de falla.

FIG-50

Imagen: Jo per a ser feliç vull un camió., Yinsen Estudio., Falla Mosen Sorell-Corona. Valencia, 2020-2022. Autoría: fotografía extraída de Gràffica. Boceto de presentación en blanco y negro.

FIG-51

Imagen: Jo per a ser feliç vull un camió., Yinsen Estudio., Falla Mosen Sorell-Corona. Valencia, 2020-2022. Autoría: fotografía extraída de Gràffica. Imagen de la propaganda publicitaria de la cremà de billetes.

FIG-52

Imagen: Jo per a ser feliç vull un camió., Yinsen Estudio., Falla Mosen Sorell-Corona. Valencia, 2020-2022. Autoría: fotografía extraída de Gràffica. Falla en construcción en un garaje reservado hasta la espera de la plantà.

FIG-53

Imagen: Todo lo que sobra., Escif, Falla Mosen Sorell-Corona. Valencia, 2015. Autoría: fotografía extraída de Gràffica. Boceto de presentación para la falla, imagen también portada de llibret.

FIG-54

Imagen: Todo lo que sobra., Escif, Falla Mosen Sorell-Corona. Valencia, 2015. Autoría: desconocida, en línea. Falla durante los días 16-17 de marzo en la calle.

FIG-55.

Imagen: Extintores soler, Empresa familiar de prevención contraincendios, Valencia, 1974-2023. Autoría: desconocida. Pintura mural en solar de la Calle Balmes en Valencia.

FIG-56 . FIG-57

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, 2022-2023. Autoría: elaboración propia. Proceso de creación de la marca del proyecto. Secuencia completa de retoques y adaptaciones. Modificaciones y ajustes ópticos en la tipografía. Cambios constantes en el trazo de las llamas.

FIG-56 . *Propuesta de marca intentando alejarse de la existente, simulando ciertos parecidos.*

FIG-57 *Apropiacionismo de la marca existente. Propuesta de "fake" para desarrollo de la marca definitiva.*

FIG-58

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, 2023. Autoría: fotografía realizada por Bendito Mockup para su posterior manipulación mediante licencia de pago. Presentación de tarjetas de visita de la empresa ficticia.

FIG-59 . FIG-60

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, 2023. Autoría: fotografía realizada por Bendito Mockup para su posterior manipulación mediante licencia de pago. Presentación de tarjetas de visita. Formato 85×50mm en soporte rígido de 300gr. Imagen de ambas caras.

FIG-61 . FIG-62 . FIG-63

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, 2022. Presentación de pantonera principal para la marca. Desarrollo mediante la señalética de construcciones de obra.

FIG-64

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, 2023. Autoría: elaboración propia. Análisis de los elementos de la marca definitiva.

FIG-65

Imagen: Derribos Font Speciment., Propuesta tipográfica para la marca de Derribos Carmen., Valencia, 2023 (en construcción). Ventana de app de Glyphs mediante el proceso de bautismo de la familia tipográfica.

FIG-68.

Imagen: Derribos Font Speciment., Propuesta tipográfica para la marca de Derribos Carmen., Valencia, 2023 (en construcción). Ventana de app de Glyphs con los pictogramas y caracteres realizados hasta el momento de presentar el trabajo final de Máster.

FIG-69.

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, 2023. Autoría: fotografía realizada por Bendito Mockup para su posterior manipulación mediante licencia de pago. Presentación del cartel promocional e instrucciones de uso tras la plantà en la calle de la falla para la comisión Plaça de l'Arbre.

FIG-70.

Imagen: SOFA: Issue 2. Cyberlove. Autoría: fotografía extraída de Gràffica. Referencia estética de la nueva tendencia “ugly design”.

FIG-71

Imagen: BB Bureau., Imagen de portada del catálogo de fuentes disponibles del estudio, Autoría: fotografía extraída de Specimen Font de BB Bureau Font. Referencia estética de la nueva tendencia “ugly design”. Consulta en <https://www.bb-bureau.fr>

FIG-72

Imagen: Atelier Choque Le Goff., Une nuit sans faim le duplex., Poster de colección personal del estudio. Autoría: fotografía extraída de la web Atelier Choque Le Goff. Referencia estética de la nueva tendencia “ugly design”.

FIG-73

Imagen: Alex Marco., Pepet, Pa sec i bon oli., Poster promocional de presentación. 2023, Autoría: fotografía extraída de redes sociales de @pepet.cc. Referencia estética de la nueva tendencia a nivel tipográfico. Texturas y estética de impresión offset.

FIG-74

Imagen: Gina Guasch., Folleto de presentación de fiesta de regreso de @maricxsmxricxs. Febrero, 2023, Autoría: fotografía extraída de redes sociales de @ginaguaschteam. Referencia estética de la nueva tendencia a nivel tipográfico. La utilización de la poca legibilidad, texturas y estética de impresión offset.

FIG-76

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, 2023. Autoría: fotografía realizada por Bendito Mockup para su posterior manipulación mediante licencia de pago. Listado definitivo del mapa de ruta de los azulejos encontrados en el barrio del Carmen. Presentación mediante un ticket de pago. Símil como especulan y pagan los fondos buitres con los emplazamientos.

FIG-77

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, 2023. Autoría: elaboración propia. Presentación del mapa de ruta de los azulejos encontrados en el barrio del Carmen. Ambas caras. Formato A3 (21×29,7cm). Papel reciclado y reutilizado. Impresión combinada en color y blanco y negro.

FIG-78

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, 2023. Autoría: fotografía realizada por Bendito Mockup para su posterior manipulación mediante licencia de pago. Presentación del mapa de ruta de los azulejos encontrados en el barrio del Carmen.

FIG-79

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, 2023. Autoría: fotografía realizada por Bendito Mockup para su posterior manipulación mediante licencia de pago. Página web elaborada con el listado definitivo del mapa de ruta de los azulejos encontrados en el barrio del Carmen. Registro de ubicaciones exactas a través de Google Maps.

FIG-80. FIG-81

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, 2023. Autoría: elaboración propia mediante captura de pantalla de la página web elaborada para la marca. Ventana de web con consulta de uno de los modelos de azulejos reproducidos para la página web. Registro de ubicaciones exactas a través de Google Maps.

FIG-80. *Ventana con azulejo de Marqués de Caro.*

FIG-81. *Ubicación del mismo al pulsar sobre él, o mediante escanear el código QR del mapa.*

FIG-82.

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, 2023. Representación gráfica del llibret de la falla Plaza del Árbol del 2023. Recreación de un periódico de tirada corta. Formato impreso en blanco negro excepto 3 pliegos a color. Uso de papel reciclado y reutilizado.

FIG-83.

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, 2023. Autoría: Fotografías personales extraídas de un vídeo durante la presentación del llibret y el montaje de las tres ediciones disponibles: una edición limitada de llibret con suplemento extra que contenía una entrevista de Martí Raga (@hidralic) y mapa de ruta, la segunda sin el suplemento extra, y por último, solo el llibret.

FIG-84.

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, 2023. Autoría: Fotografías personales durante la presentación oficial del Llibret en la comisión.

FIG-85.

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, 2022. Autoría: Fotografías personales durante las pruebas y el desarrollo personal del mismo.

FIG-86. FIG-87.

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, 2022. Autoría: elaboración propia. Cartel de presentación de la marca con motivo de la presentación de los bocetos realizados por Miguel Hache para la falla 2023.

FIG-88. FIG-89.

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, 2022. Autoría: Fotografías personales con las octavillas durante la presentación de los bocetos realizados por Miguel Hache para la falla 2023. Primera aparición pública de la marca en medios.

FIG-90. FIG-91.

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, 2022. Autoría: Fotografías personales con las pegatinas que aparecieron el día 27 de noviembre del 2022, día que se presentaban los bocetos de Miguel Hache para la falla 2023. Primera aparición pública de la marca mediante una acción silenciosa por el barrio.

FIG-92

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, 2022-2023. Autoría: Fotografías personales con el Ninot de la Exposición realizado por Miguel Hache, celebrado en La Ciudad de las Artes y Las Ciencias.

FIG-93

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, 2022-2023. Autoría: procedencia desconocida. Vídeo recibido mediante redes personales de la marca cuando llega el palet de ladrillos como Ninot de la Exposición celebrado en La Ciudad de las Artes y Las Ciencias. En él, se puede ver a alguien llevando en carro el palet de formato pequeño que no superaba 800×1200 mm hasta su sitio específico de presentación.

FIG-94. FIG-95.

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, 2022-2023. Autoría: Fotografías personales de las tazas (a modo de souvenir) presentadas al Concurso de Producto Autoproducido celebrado por Colegio de Arquitectos de Valencia.

FIG-96.

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, febrero 2023. Autoría: Fotografías personales durante la acción de pegada de carteles en los 9 solares del barrio. Emplazamientos seleccionados y representados mediante un azulejo en el proyecto.

FIG-97.

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, febrero 2023. Autoría: Clip versionado como a ununcio promocional de la marca Derribos Carmen. Texto original de elaboración propia y voz de Gema, fallera mayor de la comisión 2023.

FIG-98. FIG-99.

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, febrero 2023. Autoría: Fotografías realizadas durante la cremà. En ella, aparecen Miguel Hache, el autor de la falla y González Piris, el diseñador de este trabajo.

FIG-100.

Imagen: Derribos Carmen., Empresa familiar de derribos, demoliciones y otros encargos en el barrio del Carmen., Valencia, febrero 2023. Autoría: Fotografías realizadas por Miguel Hache durante la construcción de la falla. El objetivo principal del proyecto. Podréis encontrar esta parte del proceso en el TFM "Algo Falla" presentado por Miguel Hache durante el mes de junio 2023.

8. ANEXO



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

**ANEXO I.
RELACIÓN DEL TRABAJO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
DE LA AGENDA 2030**

Anexo al Trabajo de Fin de Grado y Trabajo de Fin de Máster: Relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la agenda 2030.

Grado de relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Objetivos de Desarrollo Sostenible	Alto	Medio	Bajo	No procede
ODS 1. Fin de la pobreza.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ODS 2. Hambre cero.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ODS 3. Salud y bienestar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ODS 4. Educación de calidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ODS 5. Igualdad de género.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ODS 6. Agua limpia y saneamiento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ODS 7. Energía asequible y no contaminante.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ODS 9. Industria, innovación e infraestructuras.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ODS 10. Reducción de las desigualdades.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ODS 12. Producción y consumo responsables.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ODS 13. Acción por el clima.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ODS 14. Vida submarina.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ODS 15. Vida de ecosistemas terrestres.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ODS 17. Alianzas para lograr objetivos.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Descripción de la alineación del TFG/TFM con los ODS con un grado de relación más alto.



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

**Anexo al Trabajo de Fin de Grado y Trabajo de Fin de Máster:
Relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la agenda 2030.**

Con el propósito de cumplir con algunos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. A continuación adjuntamos este anexo, en él, se mencionan:

1. Fin de la pobreza.; 2. Hambre cero.; 3. Salud y bienestar.; 4. Educación de calidad.; 5. Igualdad de género.; 6. Agua limpia y saneamiento.; 7. Energía asequible y no contaminante.; 8. Trabajo decente y crecimiento económico.; 9. Industria, innovación e infraestructura.; 10. Reducción de las desigualdades.; 11. Ciudades y comunidades sostenibles.; 12. Producción y consumo responsables. 13. Acción por el clima.; 14. Vida submarina.; Vida de ecosistemas terrestres.; 15. Paz, justicia e instituciones sólidas.; 16. Alianzas para lograr los objetivos.

En este trabajo conjunto se examinan principalmente los objetivos 12, 10 y 17 de Desarrollo Sostenible (ODS), relacionados con la producción y consumo responsables, la reducción de desigualdades y las alianzas para lograr los objetivos, respectivamente.

El objetivo 12 propone el logro de una producción y consumo sostenibles mediante el uso eficiente de los recursos, la disminución de los residuos y la aplicación de prácticas sostenibles en los procesos productivos. Una forma de alcanzar esto es a través de la producción en tiradas cortas y exclusivas utilizando papeles reciclados y limitando la cantidad de piezas gráficas impresas.

Por otro lado, el objetivo 17 busca fomentar una alianza global para el desarrollo sostenible, fomentando la colaboración entre los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil. En este proyecto artístico, se cuenta con la participación de la Escuela Vicent Ventura, un centro educativo especializado en la población migrante y sectores vulnerables. Al incluir a esta escuela, el objetivo 10 también formaría parte del proyecto. De esta manera, se genera una oportunidad para integrar a estos grupos en la sociedad y trabajar juntos para crear un futuro más equitativo y justo para todos. Además, se puede abordar la expulsión del barrio a través de las experiencias de personas que, por diversas circunstancias, han tenido menos o ningún acceso al mismo.

explicación ::= ['escultura'] ['diseño'].*

ugly design ::= ['vaporwave'] ['90's'].*

proyecto ::= ['fake'] ['fallas'].* ["diseño"]

urbanismen ::= ['gentrificación'] ['ciudad genérica'].*

genes ::= ['identidad'] ['empresa familiar'].*

FALLA ALGO
EL DISEÑO COMO PARODIA EN LAS FALLAS

PRESENTADO POR MOISÉS PIRIS GONZÁLEZ
TUTOR CARLOS M. BARRAGÁN
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES
TRABAJO FINAL DE MÁSTER
CURSO 2022-2023