



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Escuela Politécnica Superior de Gandia

Diseño gráfico para la portada de un EP

Trabajo Fin de Grado

Grado en Comunicación Audiovisual

AUTOR/A: Gámez Castellar, Lourdes

Tutor/a: Pastor Castillo, Francisco Javier

CURSO ACADÉMICO: 2022/2023

RESUMEN:

Diseño gráfico para la portada de un *EP* de 4 canciones.

Para lograr el objetivo nos centraremos en los principales elementos del diseño gráfico, tomando de referencia la escena *indie* de los 90, en concreto, el *tontipop*, que llega hasta nuestro días, y está relacionado con algunas corrientes artísticas como el arte naïf.

PALABRAS CLAVE: Diseño gráfico, Diseño discográfico, Música *indie*, CD, Portada

ABSTRACT:

Graphic design for the cover of a 4-song *EP*.

To achieve the objective we will focus on the main elements of graphic design, taking as a reference the indie scene of the 90s, in particular, the *tontipop*, which reaches our days, and is related to some artistic currents such as naive art.

KEY WORDS: Graphic design, Record design, Indie music, CD, Cover

ÍNDICE:

1. Introducción.

- 1.1. Presentación
- 1.2. Objetivos
- 1.3. Metodología

2. Definiciones diseño gráfico

- 2.1. Tipografía
- 2.2. Fuente
- 3.3. Colores
- 3.4. Composición
- 3.5. Fotografía/ Ilustración (Figuración y Abstracción)

3. Contextualización del artista y su música

- 3.1. Biografía artística
- 3.2. Ideación del EP y canciones
- 3.3. Indie, *tontipop* y autoproducción.

4. Proceso de diseño

- 4.1. Referentes visuales y musicales
 - 4.1.1. Musicales
 - 4.1.2. Visuales
- 4.2. Investigación y documentación
- 4.3. Mapas conceptuales
- 4.4. Moodboard
- 4.5. Lluvia de ideas
- 4.6. Descarte de ideas
- 4.7. Desarrollo del producto final
- 4.8. Resultado final

5. Conclusiones.

6. Bibliografía y referencias bibliográficas

7. Índice de figuras

8. Anexos

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Presentación

La música es una parte tan integrada en la vida cotidiana que a menudo no se es consciente de ello. Desde que una persona se despierta con la alarma de su teléfono móvil hasta que se acuesta con la sintonía de su pódcast favorito, escucha, según la Federación Internacional de la Industria Fonográfica, alrededor de 3 horas diarias de música.

Por esta razón, no es de extrañar que cada vez más jóvenes decidan probar suerte en la industria musical y conseguir que escuchen una de sus canciones en esos 180 minutos que pasan en plataformas como Spotify, Apple Music o SoundCloud.

Para lograrlo, muchos artistas independientes se han visto obligados a encargarse de todo el proceso creativo, desde la composición y producción hasta la distribución en las plataformas y la promoción en las redes sociales, así como la creación del arte visual, como la realización de un videoclip o la portada.

Es por eso que este proyecto se centrará en la creación del diseño gráfico de la portada de un *Extended Play* (a partir de este momento *EP*), llamado *Diario de una desgraciada en el amor* de Lourdes Gámez Castellar, de nombre artístico *Louser:))*¹, que se puede clasificar dentro del subgénero *indie* del *tontipop*.

Este *EP* es una autoproducción, ya que ha sido compuesto y financiado por la propia artista, y producido y grabado en un pequeño estudio valenciano llamado One Heat Studio, con la supervisión del productor Nicky Shard.

Por lo que, con el objetivo de llamar la atención de sus futuros oyentes y destacarse en un mercado saturado, se diseñará una portada llamativa y original, tomando en cuenta los referentes del género musical y creando así una portada auténtica y natural.

1.2. Objetivos

Objetivos generales:

Realizar el diseño gráfico para la portada de un EP

Objetivos específicos:

1. Descripción del artista y las respectivas canciones y motivos del EP.
2. Exposición de los diferentes elementos del diseño gráfico.
3. Recorrido y análisis de los distintos referentes musicales y visuales.
4. Realización de las propuestas visuales y la maquetación final.

¹Nota del autor: dado que en este caso, yo sería al mismo tiempo el cliente y la diseñadora, cuando hable de Louser:)) como artista y su música, lo haré en tercera persona desde este momento.

El objetivo principal es crear el diseño gráfico para la portada de un EP. Para ello, primero se contextualizará al propio artista y su obra, observando el tono general de sus canciones. Además, se creará un marco teórico acorde a las necesidades del proyecto para más tarde analizar a los diferentes referentes, y presentar las propuestas hasta llegar al diseño final.

1.3. Metodología

Para llevar a cabo el proceso de diseño gráfico, es importante contar con una metodología clara y bien definida. En este trabajo, se seguirá el enfoque propuesto por Ellen Lupton² en su libro *Interacción, acción y creación: graphic design thinking* (2011) el cual, se centra en tres etapas fundamentales: definir el problema, generar ideas y definir la forma.

En la primera etapa, es esencial comprender y definir bien el problema que se quiere resolver. En este caso, como el cliente y el diseñador son la misma persona, nos limitaremos a describir con detalle el *EP* y encontrar puntos en común en las canciones para conseguir un tono general sobre el que comenzar a trabajar. Además, es importante analizar a diversos referentes a nivel musical y visual para identificar su discurso tipográfico, cromático, verbal y simbólico, y así sacar unas conclusiones sobre las que empezar a cercar mejor las ideas.

Es ahí cuando empezará el proceso de generación de ideas. En esta etapa, se pueden utilizar diferentes herramientas como los mapas conceptuales, en el que se parte de un concepto y se va descomponiendo. La lluvia de ideas, que consiste en soltar enunciados y conceptos sin filtro alguno, o el moodboard que permitirá visualizar y definir la estética general del proyecto con imágenes y colores. Todas estas herramientas sirven como juegos para empezar a mover la creatividad y explorar términos de forma rápida e intuitiva. Se busca llegar al concepto básico del problema, para poder ir construyendo poco a poco.

Para ello, el bocetado supondrá de gran ayuda, ya que es cuando visualizarán las diferentes posibilidades del diseño y las variaciones que se pueden generar a partir de un mismo punto inicial.

Hay que ser conscientes de que las canciones dan un amplio abanico de posibilidades, y podrá llegar a ser abrumador el recorrido hasta llegar a ideas fijas. De primeras, todo puede parecer útil para empezar, pero ahí es cuando entra el papel del diseñador de saber descartar ideas y elegir otras. Por lo que una vez tengamos una idea final, será el momento de definir la forma.

En esta etapa final, es cuando se materializa el concepto y se convierte en una realidad tangible. En esta fase, es cuando los diseñadores demuestran su habilidad y destreza técnica, seleccionando y utilizando adecuadamente las herramientas que tengan a su disposición. Que en este caso bien puede ser una ilustración, una fotografía, una imagen vectorial hecha en programas como Illustrator, o una combinación de varias.

² Diseñadora gráfica, profesora y comisaria de diseño contemporáneo en el Cooper-Hewitt National Design Museum de Nueva York.

Así pues, una vez que ya hayamos terminado el diseño y este se encuentre maquetado, impreso y con posibilidad de reproducción, es cuando daremos por terminado nuestro papel como diseñadores.

2. DEFINICIONES DEL DISEÑO GRÁFICO

En este apartado, se explorarán los conceptos fundamentales y términos clave que son necesarios para llevar a cabo la creación de una portada efectiva. A través de breves definiciones, se abordarán elementos importantes del diseño gráfico, tales como la tipografía y su distinción respecto a fuente, el color, la composición y la imagen. Este conocimiento proporcionará las bases necesarias para plasmar las ideas de forma correcta en el diseño final.

2.1. Tipografía

“La organización de las letras en una página en blanco - o una pantalla - es el desafío más básico de un diseñador” (Ellen Lupton, 2004). La tipografía es un elemento esencial en el diseño, siendo así el arte y la técnica de seleccionar, combinar y utilizar las diferentes fuentes y tipos de letra para transmitir un mensaje o expresar una idea.

La tipografía implica el estudio y la manipulación de la forma, el estilo y la estructura de las letras para conseguir expresar la personalidad de una persona, una organización o un producto. Es por ello que abarca aspectos como la anatomía de las letras, el espaciado, la jerarquía visual y la legibilidad.

2.2. Fuente

No se debe confundir tipografía con fuente tipográfica, pues son términos distintos. La fuente es el estilo o apariencia de un conjunto completo de caracteres que comparten características comunes. Estas marcan la diferencia entre lo que podría transmitir una fuente Arial, de una Times New Roman, de una Calibri.

Se pueden dividir en cuatro grandes familias, establecidas por la ATyPI³ (Association Typographique Internationale): Romanas, Palo Seco, Rotuladas y Decorativas

2.3. Colores

El color es una representación de la luz compuesta por diferentes longitudes de onda, lo que le otorga infinitas posibilidades de interpretación por el ojo humano. Este órgano cuenta con tres receptores que son sensibles a los colores primarios (rojo, verde y azul), y a partir de la combinación de estos, se forman todos los demás colores.

Esta característica fisiológica se convierte en una poderosa herramienta para los diseñadores gráficos, ya que el color no solo aporta dinamismo y atrae la atención, sino que también tiene la capacidad de evocar sentimientos y emociones en el público.

³ ATyPI (*Association Typographique Internationale*) es un organismo internacional sin fines de lucro dedicado a la tipografía, los cuales se describen como "un grupo global de personas que aman la tipografía"

El uso del color en pantallas y medios digitales ha abierto grandes posibilidades de manipulación. Jugar con los valores de tono, saturación y brillo, permite lograr un buen resultado según lo que se quiera representar y en relación con el resto del diseño.

Su versatilidad y potencial para la comunicación visual hacen que sea un elemento fundamental para la creación de contenido visualmente atractivo y significativo.

2.4. Composición

Cuando hablamos de composición en el diseño gráfico nos referimos a la organización de los diferentes elementos visuales, como imágenes, texto, formas y colores, dentro de un espacio determinado, tanto soportes físicos como digitales. El objetivo principal es crear un diseño equilibrado y armónico que comunique el mensaje que queremos transmitir de manera efectiva.

Una buena disposición de los componentes facilita la navegación y la legibilidad del contenido. Establecer una jerarquía visual que guíe de forma correcta la mirada del espectador a través del diseño, le permite comprender rápidamente la información presentada. Algunos de los factores clave que influyen en la composición incluyen el tamaño, la posición, el contraste y la proximidad de los elementos entre sí. Aunque también se suelen utilizar algunas herramientas propias de la fotografía, como la regla de los tres tercios, la balanza visual, las formas geométricas y los sistemas modulares y reticulares.

2.5. Imagen

La imagen juega un papel crucial en la comunicación efectiva de un mensaje y es fundamental en la construcción de la identidad visual de una obra. Timothy Samara la describe como “un espacio simbólico y emocional que reemplaza a la experiencia física (o a su recuerdo) en la mente de quien lo contempla” (p. 166, 2008)

El uso de imágenes influye en el mensaje que se transmite y es vital para dar personalidad a los diseños. Disponemos de diversos modos de representación, como ilustraciones, fotografías y formatos híbridos, para seleccionar la mejor opción y expresar los sentimientos que deseamos comunicar al público.

Como diseñadores, tenemos la libertad creativa de crear representaciones propias, alejándolas más o menos de una imagen literal, según las necesidades creativas. Esta medición permite transitar desde imágenes más realistas o figurativas hasta otras más abstractas, enriqueciendo la comunicación visual de las obras.

3. CONTEXTUALIZACIÓN DEL ARTISTA

3.1. Biografía artística:

Lourdes Gámez Castellar, cuyo nombre artístico es Louser:)), combinación de Lourdes y *Loser* (perdedor en inglés), es la compositora de este EP, y la diseñadora gráfica de este proyecto.

Lourdes empezó a estudiar violín a los 8 años en Ibi (Alicante). Más tarde, decidió entrar en el conservatorio de San Vicente del Raspeig para continuar con sus estudios, aunque dos años más tarde se trasladó al conservatorio Joan Cantó en Alcoy, donde terminaría sus estudios profesionales y empezaría a componer sus primeras canciones a piano y guitarra. Entre tanto, realizó un bachillerato social y se matriculó en la Universidad Politécnica de Valencia para estudiar Comunicación Audiovisual en el campus de Gandía.

Durante los 2 primeros años de carrera decidió alejarse de la música para poder centrarse en otras competencias artísticas como la edición, la fotografía o el diseño gráfico. No es hasta tercero que se vuelve a enfrentar a un reto más relacionado con lo que venía haciendo desde pequeña, realizando varias composiciones para cortos y trabajos del propio grado.

Todos estos trabajos le motivaron a aprender a producir con programas como *Ableton Live* y *Logic Pro X*⁴, y sobre todo, le devolvieron la ilusión necesaria para empezar a sacar sus propias canciones e intentar hacerse un hueco en el mundo de la música, su sueño desde pequeña.

3.2. Idea del EP y canciones:

La primera idea para este *EP* era crear un álbum inspirado en *La Ley de Murphy*⁵, pero ambientado en problemas actuales de los jóvenes como las dudas sobre el futuro o las consecuencias de algunas fiestas. Sin embargo, esta idea terminó descartada una vez se empezaron a componer y seleccionar los primeros temas, ya que en su mayoría eran historias de amor fallidas; por lo que se decidió darle una vuelta a este concepto, para acabar llamándose *Diario de una desgraciada en el amor*.

Manteniendo el mismo tono irónico del primer concepto, el propósito de este es representar varias situaciones en las que el amor no es correspondido o no acaba triunfando. Por ello, se toman diferentes géneros y estilos musicales para simbolizar la variedad de emociones y puntos de vista que puede existir hacia un mismo concepto, y en cierta manera, las diferentes formas en las que una persona puede interpretar el desamor.

Es por eso que el *EP* consta de cuatro canciones: *La rumba del amor evitativo*⁶, *Siempre habrá alguien mejor q yo (SHAMQY)*, *Quiero ir a Radio 3*⁷ y *Soy una pesada*.

⁴ Estaciones de trabajo de audio digital (DAW, Digital Audio Workstation)

⁵ Es un principio empírico pesimista que parte de la expresión “Todo lo que tiene que salir mal, saldrá”, enunciado por primera vez por el ingeniero Ed Murphy.

⁶ Referente al estilo de apego inseguro evitativo descrito por los psicoanalistas John Bowlby y Mary Ainsworth.

⁷ Emisora de radio española perteneciente a RTVE (Radiotelevisión Española)

Cada una de estas canciones es diferente a la anterior, pues no se buscaba la homogeneidad, sino más bien representar diferentes formas de reaccionar ante un desamor. Es por eso que se han tomado diferentes referentes para su creación, aunque con bastantes similitudes entre ellos, como las letras irónicas y superficiales, y la simplicidad armónica.

- **La rumba del amor evitativo**

Esta primera canción, como el nombre indica, es una rumba que parte de la teoría del apego de Bowlby⁸ y Ainsworth⁹ en la que estudiaron cómo la relación con los padres en la infancia temprana afecta a las relaciones futuras.

Debido a las redes sociales, estos términos se han vuelto muy populares, asociando el apego evitativo a las personas con dificultades para crear vínculos profundos con sus parejas y que tienden incluso a evitar ese tipo de relaciones.

Esta canción es una declaración de intereses que juega con este significado. Se puede observar en el primer verso de la canción:

“Tengo la certeza de que me he vuelto a enamorar,
pero pasan días y no sé ni cómo estás.
Me pierdo en canciones de amor que no me hacen vibrar.
No tengo remedio, a mí me cuesta amar.”

Lo que se busca con la letra es justificar a la otra persona por qué no pueden seguir conociéndose a pesar del interés amoroso que se han demostrado previamente. Se utiliza el concepto de amor evitativo como excusa para no tener que enfrentarse a las inseguridades reales que hay detrás de ese problema. En la parte rápida de la canción es cuando se dejan de lado esas barreras y se dice la verdad “del tirón”.

“Solo me repito cuando digo:
que maté las mariposas que quedaban en mi ombligo.
Me creo más ilusiones cuando menos necesito,
con personas irreales que me quieren como amigo.
Pa’ jugar de entrenadora, nunca entrando en el partido.”

“Me da miedo el compromiso, nunca ser lo suficiente
Tendiendo a lo imprudente, jugando con mi mente.
No quiero ni aceptar lo que el *cora*’ siente,
para eso no me pidas que me quede siempre.”

Se eligió este estilo de música debido a su carácter festivo, ya que en este caso, se buscaba quitarle peso a la situación y dejarle claro a la otra persona el mensaje de “lo

⁸John Bowlby fue un psiquiatra y psicoanalista del siglo XX que desarrolló la Teoría del Apego en la que exponía la importancia de los primeros vínculos y sus consecuencias en el desarrollo de un niño.

⁹Mary Ainsworth es una psicoanalista del siglo XX que trabajó con Bowlby en el desarrollo de las teorías sobre el apego enfocada a los niños, aunque en los 80 las amplió a los adultos, describiendo varios tipos: apego inseguro (evitativo, ambivalente y desorganizado) y apego seguro.

siento mucho, me gustaría que fuera diferente, pero como no lo es, habrá que alegrarse”. Para ello se han tenido en cuenta las características de una rumba tradicional como son las palmas, el rasgueo de guitarra, en este caso en Sol menor, y el cajón flamenco.

- ***Siempre habrá alguien mejor q yo (SHAMQY)***

Esta es la única colaboración del *EP*, y se realiza junto al grupo madrileño *Bechamel*.

La idea inicial era que todas las canciones fueran en solitario, pero una vez terminada la primera maqueta, se vio la necesidad de una segunda voz, ya que el género musical utilizado en este tema se acerca a un *rock* clásico, tocado generalmente por bandas.

Se pensó en ellos para formar parte de esta canción por dos motivos: en primer lugar, la experiencia en el sector, contando con varios conciertos y temas sacados, y en segundo lugar, por el estilo de música de sus temas, tratándose de un *pop rock* bastante dulce, con sintetizadores y letras sencillas.

En este caso, la intención no era disminuir la importancia de un sentimiento sino, desahogarse y gritarlo. Así que se emplea un estilo más agresivo, con guitarras eléctricas y una batería potente, aunque algo suavizado gracias a los coros del estribillo.

“Siempre habrá alguien mejor que yo.

Siempre habrá alguien mejor que yo.

Si fuera con dos o tres al final se pasaría,
pero con esta humillación me he tirado toda la vida
y al llegar el mes, se me pasa la alegría,
toca otra humillación, siempre acabo dolorida.”

En cuanto a la temática, se presenta una situación de amor no correspondido, en la que una persona va detrás de alguien, pero no le llega a hacer caso, dándole a entender que podría salir con cualquier otra persona. Llegando incluso a sentir que podría enamorarse de personas inexistentes, como se ejemplifica en la frase final de la canción:

“Aunque sea un espíritu volátil.
O solo exista en tu imaginación.
Está perdido con un tal Wally
y aun así siempre será mejor que yo.”

- ***Quiero ir a Radio 3***

Radio 3 es una emisora perteneciente al grupo RTVE (Radiotelevisión Española) que centra gran parte de sus emisiones en la reproducción de música alejada de las tendencias

y las listas de éxitos, con programas como *Capitán Demo*¹⁰, y el clásico *Disco Grande*, con Julio Ruiz. En este último, en emisión desde 1984 a 2021, se empezó a emplear el término *indie* para los artistas y las bandas que creaban y distribuían su música sin una discográfica detrás, llegando a descubrir a grupos como *Los Planetas* gracias a sus concursos de maquetas.

Es por eso que esta canción tiene dos motivos, el primero dirigido a la faceta principal del *EP* en la que se hablan de problemas amorosos, y el segundo, referido al significado literal del título: querer ir a Radio 3. Para ello nos centramos en el momento del enamoramiento en el que quieres llamar la atención de esa persona, o en su defecto tratar de olvidarla:

“Qué quiero enamorarme del cantante
y no pensar en volverte a ver.”

Al igual que pasa con *La Rumba del amor evitativo*, esta parte de un concepto bastante claro, por lo que se optó por hacer referencias al propio medio radiofónico utilizando términos como los pódcasts, Los 40, las escaletas, las cuñas, etc.

“Que se perdió la señal
no tengo duda.
He seguido las pautas
y no estoy a tu altura.

Todavía me pierdo en la escaleta,
estar en retransmisión me estresa.”

Además, tiene dos características destacables respecto al resto: la primera, son los coros modificados del estribillo para darle una sensación más mecánica, y la segunda, los sintetizadores, para conseguir un tono más ochentero.

- **Soy una pesada**

Por último, *Soy una pesada* sería la canción más tranquila del *EP*. En esta se habla de los pensamientos intrusivos que se tienen cuando se está conociendo a alguien como “¿seguro que no le estoy agobiando?”, “¿me contesta por compromiso?”, o “¿estaré siendo pesada?”. Además, en cuanto a la letra, demuestra esa intención de querer saber más de la otra persona, jugando con preguntas y con la regla de las cinco W¹¹ (*who, what, where, when* y *why*).

“¿cómo con esa mirada
no te paras de juzgar?
¿Por qué te da miedo el agua
si te encanta ver el mar?

¹⁰ Programa de Radio 3 presentado por Paula Quintana y destinado a la promoción de artistas y grupos emergentes con poca visibilidad.

¹¹ Técnica utilizada en el periodismo para construir un mensaje potente a partir de estas 5 preguntas.

¿Cuándo tienes pensado
terminar la universidad?
¿Qué es lo que te apasiona?
¿Quién te hizo tanto mal?”

De nuevo, se trata de una conversación tanto con la otra persona como con uno mismo, en la que las inseguridades están presentes. Tiene un papel importante el imperativo en el estribillo, que a modo de súplica pide sinceridad a la otra persona al no creer que esté interesada realmente, volviéndose todo un lamento:

“Dime si soy una pesada.
Dime si te quieres ir.
Que ya estoy cansada
de ir siempre tras de ti.

Dime si soy una pesada.
Dime si quieres huir.
No me cojas las llamadas
si lo haces solo por mí.

Ay ya ya ya yay que pesada soy.
Ay ya ya ya yay no me soporto ni yo.”

Musicalmente, esta canción es la más alejada del estilo alegre e irónico de las otras, busca profundizar más en el sentimiento, aunque sin perder la cercanía y sencillez en las letras, haciendo preguntas y comentarios ciertamente intrusivos. Para ello, cambiamos las guitarras eléctricas por acústicas que tocan acordes en séptima, más cercanos al *jazz* y la *bossa nova* que al *rock*. Además, se añaden nuevos instrumentos como los violines, los violonchelos y un ukelele distorsionado, que unidos a unos coros suaves y melódicos, crean un ambiente más íntimo y tranquilo.

3.3. Indie, tontipop y autoproducción:

El EP podría englobarse dentro de la escena indie, en la que se encuentran los músicos y bandas que producen y distribuyen su música de forma independiente o en discográficas más pequeñas, como eran en sus inicios Elephant Records y Subterfuge Records. El término empezó a utilizarse en los años 50 para las discográficas que publicaban a artistas pequeños de *jazz*, *rhythm and blues* y *rock*, aunque realmente se popularizó con el movimiento punk de *do it yourself* o *DIY*.

Este concepto empezó en Inglaterra como respuesta a las discográficas y al *mainstream*¹² por parte de algunos grupos del género *punk* como los *Sex Pistols*¹³, los cuales empezaron a producir,

¹² “El anglicismo *mainstream* puede ser traducido en español por corriente o tendencia mayoritaria, (cultura) de masas o popular, que arrasa o que causa furor, en función del contexto” (FundéuRAE, Fundación del español urgente)

¹³ Grupo musical inglés de género punk formado en 1975 por Steve Jones (guitarrista), Paul Cook (batería), Sid Vicious (bajista) y Johnny Rotten (vocalista).

distribuir y promocionar sus canciones de forma independiente. Más tarde, esta idea se popularizó a nivel mundial, y actualmente se ha vuelto tendencia gracias a las facilidades de las nuevas tecnologías y sobre todo, de Internet, lo que también permite un mayor control de la obra.

Así pues, volviendo al pasado, el término indie no empezó a utilizarse en España hasta el programa *Discogrande* de Radio 3, presentado por Julio Ruiz, en el que se ponían maquetas de grupos desconocidos. Es en este tipo de emisiones donde empezaría el subgénero *tontipop*, con el que podríamos relacionar de forma más específica a las canciones del EP. Surgió por primera vez en los años 90 con grupos como Los Fresones Rebeldes, TCR y Vacaciones, y ha resurgido en los últimos años con bandas como Cariño, Ginebras o Axolotes Mexicanos, que han aportado un toque fresco y actual al género.

Este se caracteriza por tener una instrumentación clásica del *rock*, con guitarras, bajo y batería, así como letras y armonías sencillas. Además, se consigue un característico tono amateur y distendido al producirse generalmente en casas y estudios pequeños.

Nació como respuesta a anteriores corrientes como el *noise pop* y el *post-rock*, en las que se primaba una instrumentación más agresiva. Esta es una combinación entre influencias del pop de los 60 y la actitud más irreverente de La Movida de los 80, destacando sobre todo voces femeninas. También se considera que podría haber sido influenciado por el movimiento *Donosti Sound* de años anteriores, al que la crítica tildaba de ñoño y sencillo.

4. PROCESO DE DISEÑO

4.1. Referencias musicales y visuales:

Encontrar unos referentes potentes y bien posicionados a la hora de empezar un proyecto musical y audiovisual, es una parte muy importante de todo el proceso. Observar a artistas ya establecidos puede ayudar a ver los pasos a seguir o ayudar en los bloqueos creativos. Esto permitirá conseguir un producto innovador y llamativo, pero que pueda seguir dentro de unos estándares establecidos.

Para ello, se seguirá el siguiente proceso: se recopilará toda la información necesaria de los artistas y las portadas, escogiendo a referentes que consigan dar una idea general de las tendencias pasadas y presentes, para después analizar sus elementos.

Para los musicales nos centraremos en aspectos como la instrumentación, la letra y la armonía, mientras que para las portadas, fundamentalmente será en los rasgos verbales, tipográficos, cromáticos e iconográficos, sobre los que haremos un detallado análisis para poder encontrar así algunas similitudes y patrones recurrentes. Gracias a todo este proceso, tendremos una visión más específica sobre la que poder empezar a diseñar el proyecto.

4.1.1. Musicales:

TéCanela (referencia para *Rumba de amor evitativo*):

El referente más claro para esta canción es *La Rumba del Tartamudo* de *TéCanela* y *Tomasico*. Esta canción forma parte del primer disco de este grupo formado por Jano Fernández y Ariadna Rubio, procedentes de Santander y Zaragoza respectivamente, aunque se conocieron en Barcelona. Su música se caracteriza por el humor y optimismo que transmiten sus letras y melodías, las cuales pasan por varios géneros, desde la *rumba*, al *pop* y al *flamenco*.

Al igual que en *La Rumba del Amor Evitativo*, también se parte de un concepto, en este caso, el tartamudeo. Toda la letra juega con esta condición, repitiendo las primeras sílabas de las palabras en los diferentes versos, o incluso reforzando el significado de la canción (y si tartamudeo al decir "te quiero", será que te- te quiero).

Además, posee las características más clásicas de este género como son el ritmo de 4 pulsos conformado por las palmas y el cajón, el rasgueo fuerte de guitarra y las diferentes interjecciones como *olé* y *trá trá*. Cabe destacar el cambio de tiempo al final de la canción en la que la melodía pasa a estar a disposición del pulso de la guitarra, que suena como única base musical.

Aiko El Grupo (referencia para *Alguien mejor que yo*):

Esta banda está formada por Teresa Iñesta (guitarra y voces), Lara Miera (guitarra y voces), Bárbara López (teclado y voces) y Jaime Acosta (batería y voces). Lo que empezó como un trabajo de fin de grado de periodismo, acabó convirtiéndose en un contrato discográfico con Elephant Records, con el que no paran de crecer gracias a su característico sonido *punk* con letras frescas, desenfadadas y actuales.

Generalmente, no destacan por una gran dificultad armónica en sus canciones. Podemos apreciarlo en *Quiero conocer (por tu actitud)*, en la que utilizan solo dos acordes (I - IV) en gran parte de la canción, añadiendo sólo el VI y el V en el puente. Por otro lado, los ritmos de la batería son rápidos y tienen un gran peso en el resultado final, al igual que el descenso que realizan los sintetizadores.

Los cantantes tampoco tienen un gran rango vocal, convirtiéndose en canciones bastante gritadas, más que cantadas, además es un recurso que suelen usar en los coros (un integrante canta la letra melódica y el otro la grita). Al cantar varias personas a la vez también se consigue una sensación de multitud que dota al conjunto de bastante volumen y color.

Cariño (referencia para *Quiero ir a Radio 3*):

Cariño es un grupo formado por Paola Rivero a la guitarra, Alicia Ros al bajo y María Talaverano al teclado, siendo las dos últimas, las cantantes principales. Desde sus inicios en 2018 con la discográfica Elephant Records, al último disco homónimo con la discográfica Sonido Muchacho, han conseguido desarrollar un sonido propio con un gran número de adeptos. Destacan generalmente por el uso de sintetizadores y ritmos *ochenteros*, acompañados de letras claras y actuales.

Si nos focalizamos en la canción *Te Brillan* podemos observar todos estos elementos, que coinciden en parte con *Quiero ir a Radio 3*. Se trata de una canción en Si Mayor, con una progresión de acordes I - II - IV - V en la guitarra, que sirve como base para la construcción del resto de elementos.

Destacan los sintetizadores que se utilizan como acordes largos y arpeggios en la introducción y las estrofas, y que más tarde, imitan a la melodía del estribillo en varias ocasiones, solo con unas pequeñas variaciones. Por último, la voz dulce y suave de la cantante contrasta con el ritmo fuerte de la percusión que se encuentra casi al mismo nivel, por lo que se regula el significado romántico y empalagoso de la letra.

Irenegarry (referencia para *Soy una pesada*):

Procedente de Elda, Irene Garrido se sacó el título profesional de guitarra y empezó a estudiar el doble grado de Periodismo y Comunicación Audiovisual, y Derecho. Gracias a la pandemia y su cover de *Norman Fucking Rockwell* de Lana del Rey consiguió hacerse un hueco en la industria musical.

Su primer y único disco fue producido por Jamal Hadaway con el que buscó producir un álbum experimental con armonías sencillas y temas bastante cotidianos. El uso de acordes en séptima en la guitarra, las líneas de bajo potentes y los coros armónicos son propios de su sonido.

En *Dime que me calle* utiliza mucho el recurso de coros en *falsete*¹⁴ para acompañar a la melodía principal, dando más cuerpo a todo el conjunto, haciendo también varios cánones con el título de la canción en el estribillo. Además, juega con instrumentos variados como un saxofón, un teclado y lo que parece ser un conjunto de flautas, sin perder los instrumentos clásicos como la batería y el bajo que proporcionan ritmo a la canción.

4.1.2. Visuales:

Los Fresones Rebeldes. *Al Amanecer*

Los Fresones Rebeldes marcaron un cambio en la escena indie española de los 90, llenando el espacio *post-punk* presente, con melodías alegres y letras directas. Esta banda editó su primer álbum llamado *¡Es que no hay manera!*, en 1997 junto a la discográfica *Subterfuge Records*, en él se encuentran temas como *Soy inocente* o *Bola de cristal*. Su canción con mayor difusión y popularidad fue *Al amanecer* (1997), sonando por primera vez en el programa *Flor de pasión* de Radio 3 presentado por Juan de Pablos, convirtiéndose en un himno para el *tontipop*.

La portada que analizaremos pertenece a un vinilo de edición limitada de 7" que salió en 2019 con las canciones *Al amanecer* (reeditada) y *¡Llama! (Call me)*, un nuevo tema de la banda. En ella, observamos a una fresa con un antifaz de ladrón despertándose con el ruido del despertador que lleva en la mano, utilizando el recurso literario de la prosopopeya, donde se otorgan características humanas a un objeto u animal. En este caso, se le asignan expresiones faciales a la fresa, e incluso una personalidad, gracias al antifaz con el que popularmente se relaciona a los ladrones y delincuentes.

Como podemos observar en la *Figura 1*, compositivamente el peso visual está muy igualado. Aunque debería pesar más el lado izquierdo por la magnitud del objeto, el lado derecho, cuenta tanto con el nombre de la canción como de la banda. Además, también destaca el color rojo de la viñeta exclamativa y las líneas de movimiento presentes en el reloj, dando a entender que está sonando, generando también así unas líneas de fuerza que llevan directamente a él.

En cuanto a los colores, destacan principalmente el azul y el rojo, siendo el primero de estos el color dominante y el subordinado, el rojo, utilizando también un tono crema y un tono negro como colores de acento.

La relación que se genera con la utilización de estos colores es bastante armónica, ya que tanto el azul como el rojo están a una misma distancia dentro del círculo cromático, generando una analogía por complementariedad cromática. Además, se crea también contraste al usar un color

¹⁴ Técnica vocal de canto que produce un tono agudo, ligero y aireado al no cerrarse los pliegues de las cuerdas vocales con el paso del aire.

frío, relacionado psicológicamente con la calma, la confianza y la amistad, con un color cálido, que produce más exaltación, y que nos recuerda al amor y la alegría. Este uso ayuda a terminar de entender el significado de la ilustración, ya que, el reloj envuelto por una viñeta de exclamación roja, despierta a la fresa, que está pintada mayormente por azul al estar durmiendo o en un estado de calma.

Por último, en cuanto a las tipografías, utiliza las llamadas de palo seco, de tipo lineal para el nombre del grupo, y de tipo grotesco para el nombre de la canción. Este tipo de tipografías se utilizan para dotar al diseño de más legibilidad, dinamismo y modernidad, además al no tener ningún tipo de ornamentación, se vuelven bastante directas y claras. Cabe destacar, que la tipografía de *Al amanecer* se presenta de forma bastante orgánica, como podría ser un tipo de letra rotulada, ya que presenta un *tracking*¹⁵ diferente entre las letras. Esto le da más personalidad y frescura.







 <h2 style="text-align: center;">Al amanecer</h2> <h3 style="text-align: center;">Los Fresones Rebeldes (2019)</h3>			
DISCURSO VERBAL	DISCURSO ICONOGRÁFICO	DISCURSO TIPOGRÁFICO	DISCURSO CROMÁTICO
<ul style="list-style-type: none"> - <i>Al amanecer</i> - Los Fresones Rebeldes <p>SIGNO LINGÜÍSTICO</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Al amanecer</i>: Derminante + Sustantivo (nombre del "single") - Los Fresones Rebeldes: unión de palabras (nombre del grupo) <p>EVOCACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fresones: frutas relacionadas con la dulzura y el amor. - Rebeldes: personas en contra de la autoridad. 	 <p>SIGNO ICONOGRÁFICO</p> <p>Una fresa humanizada con un antifaz de ladrón despertándose con el sonido de un despertador.</p> <p>EVOCACIÓN</p> <p>La fresa con antifaz hace referencia al propio nombre del grupo: Los Fresones Rebeldes.</p> <p>El despertador y la acción de levantarse, en cambio, están relacionados con el nombre de la canción: "Al amanecer".</p> 	<p>SIGNO TIPOGRÁFICO</p> <p>Los Fresones Rebeldes</p>  <p>SIGNO TIPOGRÁFICO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los Fresones Rebeldes: Palo Seco/ Lineales (Neue Helvetica Paneuropean 83 Extended Heavy). Sin serifas y tracking reducido - <i>Al amanecer</i>: Palo Seco/ Grotescas (similar a Naive Line Sans Extra Black). Sin serifas, estilo typewriter <p>EVOCACIÓN</p> <p>La helvetica es una tipografía limpia y moderna, de fácil lectura. Mientras que la tipografía de "Al amanecer", al ser un poco typewriter, se vuelve bastante natural y juega bien con lo que parece una cinta.</p> 	 <p>SIGNO CROMÁTICO</p> <p>Azul cerúleo Rojo Beige Negro</p> <p>EVOCACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> - Azul: color dominante. Simpatía, armonía, amistad y confianza. - Rojo: color subdominado. Amor, alegría y cercanía. - Beige: color acento. Simplicidad, la comodidad y la elegancia. Funciona como color de fondo. - Negro: elegancia y sofisticación, se utiliza como trazado en este caso.

Figura 1: Análisis de la portada "Al amanecer" de Los Fresones Rebeldes (2019)

Fuente: Elaboración propia

TCR, TCR

TCR (Total Control Racing) no es solo un juego de coches teledirigidos, sino también una banda barcelonesa formada por: Susi Wong, Svereva, El General Óptica, Kim Philby, Junior y Saturn-9.

¹⁵ *Tracking* (interlineado o interletraje) es la alteración de espacio que podemos encontrar entre caracteres consecutivos de una tipografía.

Con un sonido algo más *punk* que los Fresones Rebeldes, con los que compartían algunos integrantes, sus letras se relacionaban con lo malo de hacerse mayor, las relaciones, el amor y la fiesta.

La portada que analizaremos es el primer disco de la banda, llamado como esta: *TCR* (1999). Se publicó junto a la discográfica Subterfuge Records, con la que ya habían publicado anteriormente un *EP* llamado *... A la parrilla!* (1998), y con la que posteriormente sacarían un último disco llamado *Paro, Siesta, Días de fiesta* (2001).

En la portada podemos observar un marco azul sobre el que se disponen el dibujo de una niña relamiéndose, el nombre de la banda y una foto de un mantel de cuadros con varios dulces, galletas y golosinas con el propio nombre del grupo.



		<p>tcr Tcr (1999)</p>	
<p>DISCURSO VERBAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - tcr - subterfuge records 21.159 CD <p>SIGNO LINGÜÍSTICO</p> <ul style="list-style-type: none"> - tcr: siglas de Total Control Racing (nombre del grupo y del disco) - Subterfuge Records: nombre propio de la discográfica <p>EVOCACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> - TCR (Total Control Racing): juego de coches de los 70. Circulaban en un circuito cerrado mediante tiras de metal. 	<p>DISCURSO ICONOGRÁFICO</p>  <p>SIGNO ICONOGRÁFICO</p> <p>Niña relamiéndose con los ojos cerrados</p> <p>EVOCACIÓN</p> <p>La ilustración de la chica relamiéndose hace referencia a la imagen de los dulces, que ocupa gran parte de la portada. Todos los envoltorios llevan el nombre del disco y de la banda.</p>  <p>Dulce, apetecible, juvenil.</p>	<p>DISCURSO TIPOGRÁFICO</p>  <p>SIGNO TIPOGRÁFICO</p> <ul style="list-style-type: none"> - tcr: decorativas/ fantasía (similar a Estro MN). Bold con trazo exterior, algunas letras ocupan más que otras. <p>EVOCACIÓN</p> <p>Es una tipografía original y creativa. Bastante caricaturesca y con aires infantiles, parecida a envoltorios de dulces antiguos. Se conecta bien con la niña y los dulces de la portada.</p> 	<p>DISCURSO CROMÁTICO</p>  <p>SIGNO CROMÁTICO</p> <ul style="list-style-type: none"> Rojo escarlata Azul indigo Azul grisáceo Blanco azulado <p>EVOCACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> - Granate: color subordinado. Llamativo. - Azul: color dominante. El azul indigo transmite calma y estabilidad. Para los detalles y trazados se decanta por colores más claros que dan frescura a todo el diseño.

Figura 2: Análisis de la portada "tcr" de Tcr (1999)

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la composición, podemos observar que la fotografía ocupa más de la mitad de la portada, y se produce un efecto de ritmo regular en el que se repiten los dulces de forma desordenada, los cuales están alterados para llevar el nombre de la banda en vez de ser productos reales. Sin embargo, el peso visual se iguala debido al juego de texturas que se produce entre la imagen real y poco saturada, y el marco nítido de colores más fuertes, con el título en la parte de arriba.

Ahora bien, en el color podríamos distinguir de nuevo entre la fotografía y el marco. En la primera, de función denotativa hiperrealista, podemos distinguir una gran variedad de colores, relacionados

con las golosinas, los lacasitos y las galletas. Esta imagen está algo pálida respecto al marco que le rodea, en el cual, observamos tres colores mayoritarios: azul, rojo y blanco.

El rojo y el azul producen un contraste por temperatura, y permite que así destaquen las letras rojas del disco, siendo este un color cálido, frente al marco azul que es un color frío. Además, todo esto se culmina con los detalles blancos que rodean las letras, la fotografía y el dibujo de la niña.

Por último, respecto a las tipografías, se puede ver una clara inspiración en las tipografías de envoltorios antiguos, las cuales eran también decorativas de tipo fantasía, de colores vivos y algo desordenadas y dispares. En este caso, *TCR* utiliza una tipografía similar a Estro MN, aunque modificada para que esté más achatada y estirada por los lados.

Meteosat. Mundo de Metal

Diana Allen e Ignacio Escolar, exintegrantes de SkyLab, unieron fuerzas con Eduardo Carrasco y Pablo Dopico para crear el grupo Meteosat en 1996, activo hasta 2001. Enviaron una cinta casera al programa *Viaje a los Sueños Polares* de Radio 3 y lograron grabar su sencillo *Los idiomas vivientes* (1997) con Elefant Records. Verónica Fernández asumió la voz principal y Natalia González los coros, tras la partida de Pablo, el cantante original. Fueron fichados por RCA para sacar *Mundo de metal* (1998) y más tarde, junto a Universal sacaron *Espunk!* (2000).

Entre tanto que el grupo funcionaba, Borja y Diana dirigieron un fanzine¹⁶ de música llamado Yoyo. Este fue muy importante dentro del movimiento del tontipop, ya que conseguía dar visibilidad a otros grupos con críticas bastante divertidas y encantadoras.

En la portada que analizaremos podemos observar a una humana y un robot cogiéndose por la cintura. La humana, con mayor expresión que el robot, rompe la cuarta pared, mirando a lo que podría ser el espectador. Se trata de una ilustración de estilo *vintage*¹⁷ que recuerda bastante a series animadas como *The Jetsons* y a carteles de los años 50.

Si nos fijamos en la composición, podemos observar que es una carátula bastante llena, con elementos que principalmente se encuentran en la parte derecha, como son el robot y la chica, sin embargo, la posición de los cuerpos nos ayuda a dirigir la mirada hacia el nombre del grupo que se encuentra en el parte superior izquierdo. Por otra parte, el nombre del disco queda bastante escondido en la parte inferior izquierda.

Respecto al color, destacan el amarillo, el rosa y el azul, siendo estos tonos bastante pasteles, creando incluso una analogía por complementariedad triádica, aunque intercambiando el rojo por un rosa claro. A destacar, podríamos decir la función connotativa del color, ya que de forma simbólica utilizan el rosa para referirse a la chica, y el azul para darle una personalidad masculina al robot.

¹⁶ Revistas o publicaciones creadas y editadas por aficionados.

¹⁷ Palabra no recogida en la Real Academia Española, pero que hace referencia *retro, clásico, de época...*

<h2 style="text-align: center;">Mundo de Metal</h2> <h3 style="text-align: center;">Meteosat (1998)</h3>			
DISCURSO VERBAL	DISCURSO ICONOGRÁFICO	DISCURSO TIPOGRÁFICO	DISCURSO CROMÁTICO
<p>- <i>Mundo de Metal</i></p> <p>- Meteosat</p> <p style="text-align: center;">SIGNO LINGÜÍSTICO</p> <p>- <i>Mundo de Metal</i>: unión de palabras (nombre del EP).</p> <p>- <i>Meteosat</i>: nombre propio (nombre del grupo).</p> <p style="text-align: center;">EVOCACIÓN</p> <p>- <i>Meteosat</i>: grupo de satélites meteorológicos.</p> <p>Tanto el nombre del grupo, como del disco, están relacionados con el metal y el futuro.</p>	<p style="text-align: center;">SIGNO ICONOGRÁFICO</p> <p>Robot y humana cogidos, acercado las pelvis. La humana nos mira directamente, mientras que el robot es inexpressivo.</p> <p style="text-align: center;">EVOCACIÓN</p> <p>Hace referencia a la unión entre los robots y los humanos. El tipo de ilustración es bastante vintage, recordándonos a carteles de los años 50.</p>	<p style="text-align: center;">SIGNO TIPOGRÁFICO</p> <p>- <i>Mundo de Metal</i>: romana/ moderna (Arsis Pro Regular). Bastante estrecha y condensada.</p> <p>- <i>Meteosat</i>: rotulada/ cursiva informal. En cursiva (similar a Filmotype Andrew). Línea base irregular.</p> <p style="text-align: center;">EVOCACIÓN</p> <p>Las tipografías nos recuerdan un poco al estilo de series de televisión antiguas como "The jetsons". La portada imita ese estilo vintage.</p>	<p style="text-align: center;">SIGNO CROMÁTICO</p> <p>Azul acero Azul cielo Rosa pastel Magenta Amarillo pastel</p> <p style="text-align: center;">EVOCACIÓN</p> <p>- Azul claro y oscuro: color dominante, se relaciona con la limpieza, la aventura y el género masculino.</p> <p>- Rosa y magenta: color subordinado, se relaciona con el romance, la pasión y el género femenino.</p> <p>- Amarillo: color de acento, transmite alegría y delicadeza al ser un amarillo más suave.</p>

Figura 3: Análisis de la portada "Mundo de Metal" de Meteosat (1998)

Fuente: Elaboración propia

Por último, respecto a la tipografía, para *Mundo de metal*, utilizan la tipografía Arsis Pro Regular, modificada para que sea más estrecha y condensada. Mientras tanto, la tipografía de Meteosat, es una similar a Filmotype Andrew, la cual nos recuerda bastante a series antiguas como *The jetsons*, ya que en general, la portada busca acercarse a un estilo *vintage* de los carteles de los años 50.

Vacaciones. Sonreír

La formación murciana de Vacaciones podrían considerarse los sucesores de Los Fresones Rebeldes. Este grupo formado por Rafa Skam, el cual ya pertenecía a The Yellow Melodies, Ruth, José Alberto y Ángel Pop, no tenían ni nombre y ya estaban llamando la atención de discográficas como Elephant Records, con los que publicarían su primer EP llamado *Dani* (1999), el cuál contiene su single más escuchado, *Poppy girl*.

A lo largo de su vida musical, han pertenecido a varias discográficas, incluso Rafa Skam formó su propio sello llamado Discos Imprescindibles, y han sacado un par de discos y varios EP 's, aunque nosotros nos centraremos en la portada *Sonreír* (2002). En ella, aparece un cepillo de dientes con pasta dentífrica sobre la que se sostiene el título del disco

En cuanto a la composición, podemos distinguir dos centros de interés. El primero es el rectángulo blanco donde se encuentran el nombre de la banda y la discográfica, intentando pasar más

desapercibido que el nombre del propio disco, *Sonreír*. Este sería nuestro segundo punto de interés que se potencia al encontrarse señalado también por un círculo blanco, el cual nos lleva directamente al cepillo y al nombre. Además, hay una distinción entre el color verde, que tiene un patrón repetitivo y la nitidez del color blanco.

Ahora bien, en los colores se utiliza una armonía por complementariedad, al ser el rosa y el verde los colores predominantes en esta imagen, utilizando también el azul como color de acento para el palo del cepillo y las letras del nombre del disco. Tanto el azul como el verde están relacionados con la frescura y la limpieza, es por eso que se ha tomado la decisión de utilizar estos colores en una portada en la que destaca principalmente un cepillo y una pasta de dientes.







		Sonreír Vacaciones (2002)	
<p>DISCURSO VERBAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Sonreír</i> - Vacaciones - Elefant <p>SIGNO LINGÜÍSTICO</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Sonreír</i>: verbo en infinitivo (nombre del disco) - <i>Vacaciones</i>: sustantivo (nombre del grupo) - <i>Elefant</i>: sustantivo (nombre propio de discográfica) <p>EVOCACIÓN</p> <p>Sonreír y vacaciones son palabras relacionadas con la felicidad y el bienestar.</p>	<p>DISCURSO ICONOGRÁFICO</p>  <p>SIGNO ICONOGRÁFICO</p> <p>Cepillo de dientes con pasta dentrífica arriba</p> <p>EVOCACIÓN</p> <p>El cepillo de dientes está relacionado directamente con los dientes y la boca, y por lo tanto, con la acción de sonreír, el nombre del disco".</p> 	<p>DISCURSO TIPOGRÁFICO</p>  <p>SIGNO TIPOGRÁFICO</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Sonreír</i>: rotulada/ cursiva informal. Ligeramente bold en cursiva. (similar a Dartybe Script Regular). Manuscrita. - <i>Vacaciones</i>: palo seco/ lineal (Compacta SB Bold). - <i>Elefant</i>: palo seco/ línea (Checker). En 3D, escrita en los cubos. <p>EVOCACIÓN</p> <p>La tipografía de "Vacaciones" se parece bastante a las de las pastas de dientes actuales. "Sonreír" al ser manuscrita, se vuelve más natural, como el propio gesto de sonreír.</p> 	<p>DISCURSO CROMÁTICO</p>  <p>SIGNO CROMÁTICO</p> <ul style="list-style-type: none"> Verde esmeralda Magenta Azul cobalto Verde menta Blanco <p>EVOCACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verde: color dominante, el verde esmeralda relacionado con la frescura y tranquilidad. El verde menta hace de color acento junto al azul y fucsia. - Fucsia: juventud y diversión. - Azul: limpieza - Blanco: inocencia y juventud. Funciona de color subordinado.

Figura 4: Análisis de la portada "Sonreír" de Vacaciones (2002)

Fuente: Elaboración propia

Por último, se distinguen tres tipografías diferentes. La primera, la de la discográfica, una tipografía Checker, que se distingue del resto por estar en 3D. Por otro lado, están las de Vacaciones y la de *Sonreír*, que son una Compacta SB Regular y una similar a Dartybe Script Regular, respectivamente (esta última encaja muy bien con la forma que tiene la pasta de dientes en el cepillo). Por otro lado, la tipografía de vacaciones, al ser una tipografía lineal y con pocos ornamentos se vuelve bastante limpia, recordándonos a las tipografías de pastas de dientes existentes en el mercado.

Cariño. Movidas

Cariño destaca como referente clave en el resurgimiento del *tontipop*, un género casi extinto. El sonido de sintetizadores ochenteros de María Talaverano, Paola Rivero y Alicia Ros cautivó a diferentes oyentes del panorama independiente, los cuales se quedaron enganchados a sus letras descaradas y versiones como la de *Llorando en la limo* de C.Tangana. Lanzaron su primer *EP, Movidas* (2018) con Elefant Records y más tarde, firmaron con Sonido Muchacho, presentando singles como *Te brillan* y *X si me dejas en visto*. Su primer álbum llamado como el propio grupo, consolidó su posición en la escena musical.

Para este análisis nos hemos decantado por la portada del primer EP de la banda, ya que se acerca más a lo que podría ser nuestro producto final. *Movidas* fue el disco con el que cariño consiguió gran parte de sus seguidores con canciones como *Bisexual* o *Canción Pop de Amor*. En la carátula podemos observar lo que parece una ilustración hecha a mano de un reproductor de CD rodeado de objetos caseros como revistas, plantas y una consola, con el nombre del grupo escrito en rotulador en el disco, aunque de forma exagerada a como sería en la realidad.

 <div style="float: right;"> <h1>Movidas</h1> <h2>Cariño (2018)</h2> </div>			
DISCURSO VERBAL	DISCURSO ICONOGRÁFICO	DISCURSO TIPOGRÁFICO	DISCURSO CROMÁTICO
<p>- Cariño</p> <p>SIGNO LINGÜÍSTICO</p> <p>- Cariño: sustantivo (nombre del grupo)</p> <p>EVOCACIÓN</p> <p>- Cariño: apelativo afectuoso. Relacionado con el amor y la cercanía.</p>	 <p>SIGNO ICONOGRÁFICO</p> <p>Un reproductor de CD's con el disco del grupo en la bandeja. Este reproductor está rodeado de elementos como copas, libros, una "gameboy" y un pato de goma, entre otros.</p> <p>EVOCACIÓN</p> <p>Quiere representar una imagen cercana y casera utilizando elementos propios de un hogar como son las plantas, los libros o el reproductor.</p> 	 <p>SIGNO TIPOGRÁFICO</p> <p>- Cariño: rotulada/ cursiva informal (hecha a mano). Línea base cóncava.</p> <p>EVOCACIÓN</p> <p>Funciona como un elemento más de la ilustración y parece hecha a mano en el propio CD. Tiene cierto grado de exageración respecto a como sería en realidad.</p> 	 <p>SIGNO CROMÁTICO</p> <p>Azul acero claro Rosa chicle Azul cielo Verde pistacho Amarillo</p> <p>EVOCACIÓN</p> <p>- Azul y azul cielo: color de acento junto al verde y el amarillo. Aporta estabilidad y calma. - Rosa: color dominante. Ternura y romanticismo. - Verde: paz y tranquilidad - Amarillo: alegría y optimismo</p>

Figura 5: Análisis de la portada "Movidas" de Cariño (2018)

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la composición, debido a la cantidad de elementos y su posición, se podría considerar que el peso visual está en el lado derecho. Sin embargo, se contrarresta gracias a las líneas de fuerza que genera la perspectiva del reproductor de CD hacia el disco, en el que pone el nombre del grupo. Además, justo en el lado izquierdo, al lado de este aparece el color verde, que llama la atención, ya que no lo vemos en más sitios.

Por otro lado, el color se caracteriza por ser bastante pastel y con gran gama cromática, haciendo así una interpretación de lo que podría ser una escena cotidiana, aunque cambiando los colores para que se relacionen más con el carácter del propio disco, como es cambiar el color del reproductor a un rosa en vez de gris o negro. Todo esto crea una armonía de color por baja saturación.

Por último, debido al carácter casero y cercano de toda la ilustración, han optado por una tipografía hecha a mano encima del CD, tal y como podría ser en la vida real. Esto era una práctica usual en este tipo de reproductores de música.

Ya dormiré cuando me muera, Ginebras

Ginebras identifican su sonido como *tontirock*, abordando problemas diarios con actitud positiva y humor. Conformado por Magüi y Sandra, excompañeras de clase, y luego por Raquel y Juls, el grupo adopta un enfoque divertido en sus canciones. Autoeditaron su primer *EP*, *Dame 10:36* (2019) y, bajo la producción de Vanana Records, lanzaron *Ya dormiré cuando me muera* en 2020, siendo uno de los mejores discos del año. Este éxito las catapultó, pasando de tener la música como *hobby* a ser una de las bandas más importantes del panorama musical actual. En 2023, lanzaron su segundo álbum, *¿Quién es Billie Max?*

La portada que analizaremos es la del disco original de *Ya dormiré cuando me muera*, con canciones como *Cosas Moradas* o *Chico Pum*. El diseño gráfico fue realizado por el artista digital *Yimeisgreat*, aunque la reedición estuvo en manos de la propia guitarrista de la banda, Sandra Sabater. En la carátula podemos observar una foto de las 4 integrantes del grupo con ropa bastante colorida en relación con el resto de la imagen, y un fondo difuminado con varias nubes, recordándonos bastante a lo que podría ser un arcoíris.

Si nos fijamos en la composición, podemos observar que el peso visual se distribuye entre dos elementos. Por un lado, la parte superior con el nombre del disco y, por otro lado, la parte inferior con la fotografía de las 4 integrantes del grupo y el nombre de la banda, las cuales además, están rodeadas de una degradación de color de fríos a cálidos que consigue guiar nuestra visión hacia estas.

En general, toda la portada es bastante colorida, destacando el amarillo, el verde, el fucsia y el violeta, que se encuentran en el marco y en las letras de la propia banda. Estos colores, a diferencia de la mayoría de diseños que hemos observado, están bastante saturados, reforzando el carácter festivo y divertido de las canciones. La ropa utiliza los mismos colores que el resto de la portada, aunque como justo se encuentran en la parte más cálida de todo el fondo, contrastan usando azules y morados.

 <h2 style="text-align: center;">Ya dormiré cuando me muera</h2> <h3 style="text-align: center;">Ginebras (2020)</h3>			
<p>DISCURSO VERBAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Ya dormiré cuando me muera</i> - Ginebras <p>SIGNO LINGÜÍSTICO</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Ya dormiré cuando me muera</i>: unión de palabras (nombre del disco) - Ginebras: sustantivo (nombre del grupo) <p>EVOCACIÓN</p> <p><i>Ya dormiré cuando me muera</i> evoca a la fiesta, la juventud y el descontrol, al igual que el nombre de la banda, Ginebras (bebida alcohólica).</p>	<p>DISCURSO ICONOGRÁFICO</p>  <p>SIGNO ICONOGRÁFICO</p> <p>Es una fotografía de las cuatro integrantes del grupo, con colores acordes al fondo. Este tiene nubes pintadas y hace un degradado con los diferentes colores del disco.</p> <p>EVOCACIÓN</p> <p>Presenta a las 4 componentes de la banda de forma colorida, y representando el tono alegre y despreocupado que desprende el disco.</p> <p>También nos recuerda a un arcoiris.</p> 	<p>DISCURSO TIPOGRÁFICO</p>  <p>SIGNO TIPOGRÁFICO</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Ya dormiré cuando me muera</i>: rotuladas/ cursivas informales (similar a vintage rouge regular). Lettering retro con sombreado y bordeado blanco. - Ginebras: palo seco/ lineales (torus pro heavy, con mayor tracking). Formas bastante redondeadas. <p>EVOCACIÓN</p> <p>"Ya dormiré cuando me muera" nos evoca a un lettering parecido al que utilizaban en los años 70. Mientras que Ginebras, gracias a los colores y las formas redondeadas, se percibe bastante amigable y cercano</p> 	<p>DISCURSO CROMÁTICO</p>  <p>SIGNO CROMÁTICO</p> <p>Amarillo Verde Fucsia Violeta</p> <p>EVOCACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> - Amarillo: felicidad, optimismo y juventud. - Verde: crecimiento y esperanza. - Fucsia: amor y energía. - Violeta: creatividad, sensibilidad y feminismo.

Figura 6: Análisis de la portada "Ya dormiré cuando me muera" de Ginebras (2020)

Fuente: Elaboración propia

Por último, encontramos dos tipos de tipografías. Por un lado, la de Ginebras, que usa una Torus pro heavy con mayor *tracking*, la cual es bastante amigable debido a sus formas redondeadas y, por otro lado, *Ya dormiré cuando me muera*, una tipografía similar a la Vintage rouge regular, que nos recuerda un poco a un *lettering*¹⁸ retro, aunque en este caso también con sombreado y bordeado blanco.

Axolotes Mexicanos. :3

Axolotes Mexicanos, banda asturiana con base en Madrid, está compuesta por Olaya, Juan, Stephen, Lucas y Mario. Esta banda con nombre de anfibio pertenece a la discográfica Elephant Records con quien han sacado todos sus álbumes y canciones, desde *Holi <3* (2015) a :3 (2021). Su estilo rebelde y letras actuales los han posicionado prominentemente en la escena musical española, abarcando géneros que van más allá del *pop rock*, incluyendo *punk* y *j-pop*. Además, su originalidad y talento han llevado a los miembros a triunfar en proyectos paralelos como Lucas con Confeti de Odio o Juan con Carolina Durante.

En cuanto a la portada, pertenece al ya mencionado disco :3 (2021), en el que encontramos canciones como *Verano en espiral* o *Te quiero (...)*, entre otras. En la carátula podemos observar a una chica corriendo con un clásico uniforme de colegio japonés de color rosa y unos brazos de

¹⁸ *Lettering* consiste en dibujar y organizar las letras de forma decorativa y creativa jugando con los tamaños, la línea base y la colocación de estas.

robot cogidos a su cintura, fusionando de esta forma tradición con tecnología, y siendo una buena representación de lo que se puede encontrar en el disco. En él, se juntan lo electrónico con el *rock* más tradicional y toques bastante cercanos a la música japonesa actual.

En cuanto a la composición, nuestro elemento principal sería la chica con los brazos mecánicos que se encuentra en el centro de la carátula. Además, por la posición un poco inclinada y los brazos caídos hacia delante, nos da la sensación de que está corriendo hacia la derecha. Todo esto nos guía hacia ese lado, siendo también el más lleno debido a las nubes del fondo. Es por eso que podríamos considerar que el peso visual se mueve hacia la derecha, representando un poco ese avance del personaje.

 :3 Axolotes Mexicanos (2021)			
<p>DISCURSO VERBAL</p> <p>- No hay discurso verbal</p> <p>SIGNO LINGÜÍSTICO</p> <p>EVOCACIÓN</p>	<p>DISCURSO ICONOGRÁFICO</p>  <p>SIGNO ICONOGRÁFICO</p> <p>Chica corriendo con unos brazos robóticos sujetos a su cintura.</p> <p>EVOCACIÓN</p> <p>Unión de humanos con la tecnología.</p> <p>La ropa hace referencia a los uniformes japoneses de instituto.</p> 	<p>DISCURSO TIPOGRÁFICO</p> <p>- No hay discurso verbal</p> <p>SIGNO TIPOGRÁFICO</p> <p>EVOCACIÓN</p>	 <p>DISCURSO CROMÁTICO</p> <p>SIGNO CROMÁTICO</p> <p>Rosa pastel Azul acero claro Blanco Crema</p> <p>EVOCACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rosa pastel: color dominante. Ternura e inocencia. - Azul acero claro: asociado al metal. - Blanco azulado: color subordinado. Distancia y frialdad. Relacionado con la tecnología. - Crema: color de piel de la modelo. Calma y serenidad.

Figura 7: Análisis de la portada “:3” de Axolotes Mexicanos (2021)

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, los colores de la fotografía están poco saturados, jugando solo con el azul, el rosa y el blanco, creando así una armonía por baja saturación. Esto da una sensación bastante calmada y agradable a la vista, asociando también algunos colores al metal y el futuro como es el azul acero claro o el blanco azulado.

Aiko El Grupo, Va totalmente en serio...

Lo que empezó como un trabajo de Fin de Grado de periodismo sobre el *tontipop* de una de las integrantes del grupo, acabó como un contrato discográfico con Elephant Records, con el que un grupo cántabro formado por Tere, Lara, Bárbara y Jaime, consiguieron sacar su primer disco *Va*

totalmente en serio... (2020), siendo esta una declaración de intenciones. Antes ya habían sacado varios singles, entre los que destacan *A mí ya me iba mal de antes* y *Si me conoces tanto (¿por qué me hace sufrir?)*, con un estilo bastante fresco y desenfadado, con letras bastante divertidas, pero sin alejarse de lo que podría considerarse un *punk* o un *rock* endulzado.

La portada de *va totalmente en serio...* muestra bastante bien esta personalidad de los integrantes, en la que las propias fotos de estos se ven alteradas con dibujos como huevos, manos o máscaras. Todo esto es contradictorio al significado literal del nombre del disco, ya que lejos de hacer algo formal, se han decantado por un estilo infantil y desenfadado. La portada fue realizada por Lara y Bárbara, integrantes del propio grupo.

<h2 style="text-align: center;">Va totalmente en serio...</h2> <h3 style="text-align: center;">Aiko El Grupo (2020)</h3>			
DISCURSO VERBAL	DISCURSO ICONOGRÁFICO	DISCURSO TIPOGRÁFICO	DISCURSO CROMÁTICO
<p>- <i>Va totalmente en serio...</i></p> <p>- Aiko El Grupo</p>			
<p>SIGNO LINGÜÍSTICO</p> <p>- <i>Va totalmente en serio...</i>: unión de palabras (nombre del disco)</p> <p>- Aiko El Grupo: unión de palabras (nombre del grupo)</p>	<p>SIGNO ICONOGRÁFICO</p> <p>Fotografía alterada de los diferentes componentes del grupo. Estos se encuentran en posturas extrañas y con diferentes ilustraciones superpuestas.</p>	<p>SIGNO TIPOGRÁFICO</p> <p>- <i>va totalmente en serio...</i>: decorativas/ fantasía (helvetica pro rounded bold).</p> <p>- Aiko El Grupo: decorativas/ fantasía (helvetica pro rounded bold).</p> <p>Ambas tipografías son sin serifas y parecen hechas a mano, o impresas en peor calidad.</p>	<p>SIGNO CROMÁTICO</p> <p>Amarillo Naranja Verde Azul</p>
<p>EVOCACIÓN</p> <p>- <i>va totalmente en serio...</i>: es una declaración de intereses de la banda.</p> <p>- Aiko El Grupo: Aiko es un nombre propio.</p>	<p>EVOCACIÓN</p> <p>Presenta a los 4 componentes del grupo y utiliza ilustraciones en cierta manera aleatorias para ir en contraposición al título del disco: "va totalmente en serio..."</p>	<p>EVOCACIÓN</p> <p>Le da un aspecto más infantil y cercano. Contrasta con el título en el que manifiestan su intención de que sea un proyecto serio.</p>	<p>EVOCACIÓN</p> <p>- Amarillo: color dominante. Alegría y positividad. - Naranja: diversión y originalidad. - Verde: esperanza y frescura. - Azul: confianza y amistad.</p>

Figura 8: Análisis de la portada "va totalmente en serio..." de Aiko El Grupo (2020)

Fuente: Elaboración propia

El peso visual de la imagen se encontraría en el centro de la portada, ya que es donde se encuentran la totalidad de los elementos, situados de manera que se podría dividir por el centro por un eje vertical y tendríamos un integrante del grupo a cada lado y los otros dos divididos por la mitad. Además, las extremidades de estos se intercalan las unas con las otras para crear una masa compacta de elementos que a la vista nos sugieren que es un único objeto y no imágenes separadas. Por otro lado, los márgenes entre los diferentes integrantes y las letras de la portada no son todos iguales, y justo esto es lo que provoca también que focalicemos la atención en el nombre del grupo, ya que choca con la mano de la chica de la derecha.

En cuanto a los colores, dejando atrás las fotografías, nos quedaríamos con el amarillo del fondo, el naranja, el azul y el verde de las letras. Nos encontraríamos con dos colores primarios y dos colores secundarios, siendo el amarillo el color menos saturado creando un fondo más relajado,

mientras que los otros tres ayudan a llamar la atención. Todos juntos crean un clima bastante infantil y desenfadado, que es el que transmiten también las canciones y la personalidad del propio grupo.

Por último, para la tipografía, a pesar de haber optado por una clásica helvética, han sabido adaptarla al resto de la portada, y la han deformado para que parezca hecha a mano, con bordes y grosores deformes. Esta infantilización general de toda la portada, contrasta con el título del EP, *va totalmente en serio...*

4.1. Investigación y documentación

Para realizar una investigación visual, es crucial recopilar referentes visuales, como ya se ha realizado previamente. Explorar diversos ejemplos en el ámbito del *fontpop* brinda inspiración y una visión panorámica de estilos, enfoques y tendencias. El análisis de color, tipografía e imágenes en estos referentes permite identificar elementos visuales atractivos y obtener ideas para el diseño final.

Una vez se hayan recopilado y analizado las portadas, es esencial detectar patrones y elementos recurrentes. Esto involucra identificar similitudes y repeticiones entre ellas, guiando la incorporación de estas características deseadas en *Diario de una desgraciada en el amor*. Este enfoque clarifica la dirección y garantiza coherencia a lo largo del proyecto.

La siguiente fase se concentra en la tipografía, los colores y las imágenes, ya sean fotografías o ilustraciones. Esta etapa busca sintetizar datos para mejorar la organización de necesidades y conceptualizar la dirección de la propuesta. Las conclusiones del estudio revelarán las tendencias actuales y las características predominantes en las portadas, orientando la creación final de este trabajo.

4.1. Tipografía

Al analizar las imágenes de la *figura 9*, se pueden notar diversas similitudes entre las tipografías utilizadas. Por consiguiente, se han clasificado en dos grupos distintos: las tipografías decorativas/fantasía y las tipografías rotuladas/ cursiva informal. En términos generales, la mayoría de ellas presentan un estilo bastante plano y recto, aunque algunas destacan por su uso de múltiples colores o trazos exteriores.

Las tipografías del primer grupo, en el que se encuentran TCR y Aiko El Grupo, pertenecen a la categoría de tipografías decorativas/ fantasía. Estas suelen emplearse en títulos cortos y, en este caso, los diseñadores han optado por modificar tipografías preexistentes, como la helvética en los títulos de Aiko El Grupo.

Por otro lado, las tipografías más recurrentes en las portadas son las rotuladas/ cursiva informal, las cuales buscan emular la apariencia de un trazado hecho a mano. Específicamente, las tipografías utilizadas en Cariño, Meteosat o *Sonreír* se asemejan más a lo que podría escribirse en un papel, mientras que *Ya dormiré cuando me muera* se asemeja más a un estilo de *lettering*.



Figura 9: Recopilación y clasificación de tipografías
Fuente: Elaboración propia

En general, se opta por tipografías que sean llamativas y, sobre todo, que posean su propia personalidad y una cierta frescura. De esta manera, se logra captar la atención del oyente sin perder la naturalidad que caracteriza a los artistas de este género musical.

4.2. Colores

Al profundizar en el análisis del uso del color en las portadas representadas en la *figura 10*, podemos discernir claramente dos tendencias distintas en cuanto a su paleta cromática. Por un lado, hay un grupo de portadas que hacen uso de colores más saturados, intensos y vivaces, mientras que el otro grupo utiliza colores más suaves y pasteles, dando una sensación más tranquila y armónica.

Es importante destacar que la tendencia hacia colores menos saturados es más predominante en la actualidad, siendo la portada de las Ginebras la única que emplea colores más llamativos. En contraste, sus contemporáneos, optan por tonos rosados, amarillos y azules pasteles, creando una sensación un tanto cursi y juvenil en algunos casos. Aiko El Grupo se aparta ligeramente de los tonos rosados y elige colores más terrosos, como el naranja y el verde, ya que su estilo musical podría considerarse más agresivo en comparación con el enfoque dulce y romántico de las demás bandas.

Por otro lado, en cuanto a las portadas que utilizan colores saturados, destacan los tonos rojos y azules, presentes en tres de las cuatro portadas, sobre todo en Los Fresones Rebeldes y TCR, en las que se considerarían sus colores dominantes. Mientras tanto, en las portadas de Ginebras y Vacaciones, también se encuentran otros colores como el rosa y el verde, siendo estos colores complementarios.



Figura 10: Recopilación y clasificación de los colores de las portadas
Fuente: Elaboración propia

Además, en general, se observa una armonía visual a través de una baja saturación y combinaciones de colores como azul y rojo, así como rosa con verde, amarillo o azul, creando en algunos casos analogías por complementariedad. Al elegir los colores predominantes, los diseñadores tienen en cuenta la personalidad de los artistas, la temática de las canciones y el estilo musical del disco en general.

4.3. Fotografía, ilustración e iconos

Por último, es fundamental establecer un elemento clave sobre el que empezar a construir el resto de elementos gráficos. Para lograrlo, hemos dividido el discurso iconográfico en tres tendencias distintas. Es relevante destacar que generalmente no aparecen los rostros de los cantantes y grupos en las portadas. En su lugar, se recurre a iconos e ilustraciones, lo cual brinda un mayor espacio para la expresión creativa.

En primer lugar, los iconos, que según describe Lupton en su libro *Intuición, Creación, Acción: un icono utiliza la forma, el color, el sonido, la textura, y otros elementos gráficos para crear un vínculo reconocible entre una imagen y una idea* (2011, p.89). Son formas simples y poco realistas que permiten una asimilación rápida y en estos casos se utilizan para representar el nombre de la canción o algún elemento representativo de las portadas. Un ejemplo de ello es la portada de TCR, que muestra a una niña relamiéndose. Aunque no está directamente relacionada con el contenido del álbum, se conecta visualmente con la fotografía de la carátula, en la que se pueden apreciar golosinas y chocolates dispuestos sobre un mantel.

En segundo lugar, estarían las ilustraciones, siendo bastante más realistas y detalladas que los iconos del anterior grupo. En estas se utilizan diferentes técnicas y se acercan más a la realidad, aunque siguen sin ser una imagen literal. En este caso, mientras que el robot y la mujer nos recuerdan a una ilustración estilo *vintage* de los 50, el reproductor de CD de Cariño, es una pintura más parecida al óleo.



Figura 11: Recopilación y clasificación de la iconografía de las portadas
 Fuente: Elaboración propia

Por último, las fotografías, que son imágenes literales en las que se puede observar a los propios cantantes y músicos de las bandas, aunque con ciertas alteraciones. Esto se puede apreciar en la portada de Aiko El Grupo, que muestra varios dibujos aleatorios superpuestos sobre los integrantes de la banda, o en Axolotes Mexicanos, donde se ha agregado un brazo robótico en 3D a la cintura de la chica. Ginebras sería la única banda que no presenta ningún tipo de edición o alteración más allá de lo estándar en una fotografía convencional, aunque se encuentran sobre un fondo que se asemeja a un arcoíris y que no podría considerarse realista.

Estas diferentes tendencias iconográficas en las portadas reflejan las preferencias estéticas y creativas de los artistas, así como el estilo y la identidad que desean transmitir a través de su música.

4.4. Conclusiones

La realización del estudio visual de los referentes ha resultado sumamente valioso por diversos motivos, tanto para brindar la oportunidad de observar las tendencias actuales en el diseño gráfico dentro del subgénero *tontipop* como para compararlas con sus predecesoras.

Se puede observar que se tiende al uso de fotografías retocadas y de iconos/ilustraciones relacionados con el álbum y la música, evitando explícitas representaciones de los artistas. Esta es una característica del propio concepto *indie*, el cuál intenta alejarse de lo *mainstream*. En este caso, interesa más expresar un sentimiento que focalizarse en el propio cantante y su imagen.

En cuanto a las tipografías, se destaca el uso de fuentes manuscritas, las cuales aportan naturalidad y frescura al conjunto general. Además, en varios casos utilizan los mismos colores presentes en la portada, logrando una cohesión visual y una armonía entre los elementos gráficos.

Por último, los colores utilizados en las portadas se relacionan de manera efectiva con la temática y el estilo de las propias canciones. Se observa una tendencia hacia tonalidades pasteles, destacando el rosa, el amarillo y el azul en canciones de carácter romántico y dulce. Asimismo, se emplean otros colores como el naranja, el rojo o el verde en canciones más enérgicas y con temáticas distintas.

En resumen, este análisis ha permitido comprender las tendencias actuales en el diseño gráfico dentro del subgénero *tontipop*, destacando la importancia de tener una imagen o fotografía creativa, el uso de tipografías manuscritas y la elección de colores que se relacionen con la temática y el estilo musical de cada canción. Estos elementos contribuyen a la creación de portadas atractivas, coherentes y que reflejan la esencia de los artistas y su música.

4.5. Mapas mentales

Los mapas mentales son herramientas visuales que nos ayudan a organizar y representar ideas, conceptos y relaciones de manera gráfica y no lineal, siguiendo las conexiones orgánicas de nuestro propio cerebro. Estos mapas fueron popularizados por Tony Buzan como técnica para aprovechar al máximo el potencial cerebral y fomentar la creatividad y el pensamiento asociativo.

Este en su libro *The Mind Map Book: How to Use Radiant Thinking to Maximize Your Brain's Untapped Potential* (1993, p. 29), describe esta herramienta, de la siguiente manera:

“El cerebro humano no piensa en forma de barras de herramientas y listas de menús, lo hace de una manera orgánica, mimetizando las formas naturales, como nuestro sistema nervioso o las ramas de un árbol. Para pensar correctamente necesita instrumentos que reflejen ese flujo orgánico. Y el Mapa Mental es ese instrumento.”

Gracias a estas conexiones en forma de árbol que van de términos más generales a más específicos, los diseñadores consiguen indagar y describir de una forma más natural e innata el problema, o el tema que tienen entre manos. Plasmar todas las ideas en un papel o un documento ayuda a organizar la cabeza y a centrar un poco más el proyecto.

No se podría considerar que existe una manera “correcta” o única de realizar un mapa mental, ya que su flexibilidad y adaptabilidad permiten a cada individuo personalizarlo según sus preferencias y necesidades. Los mapas mentales pueden ser tan únicos y diversos como las personas que los crean. Algunos diseñadores optan por utilizar colores para cada rama, como sugieren Tony y Barry Buzan, mientras que otros prefieren hacer dibujos mientras van desarrollando los diferentes conceptos, siendo un poco más visuales. Aunque también es válido optar por una opción más simple y directa utilizando solo palabras y flechas.

Lo importante es que el mapa mental sea una herramienta útil para ti, y te ayude a organizar tus ideas, explorar conexiones y estimular la creatividad, por lo que la forma va a favor de tus

preferencias, aunque por ejemplo en el libro *Intuición, acción, creación* de Ellen Lupton (2011, p.23) se siguen los siguientes pasos.

Lo primero es elegir el concepto del que deberemos partir, y colocarlo en el centro de la página o del documento. En este caso, partimos del nombre del propio EP, *Diario de una desgraciada en el amor*, como observamos en la *figura 12*. Más tarde, empezamos a realizar la primera red de asociaciones, organizándolas alrededor y utilizando sinónimos, antónimos, dichos, clichés u otras palabras relacionadas para así crear subcategorías de cada uno de estos, intentando trabajar de forma rápida.

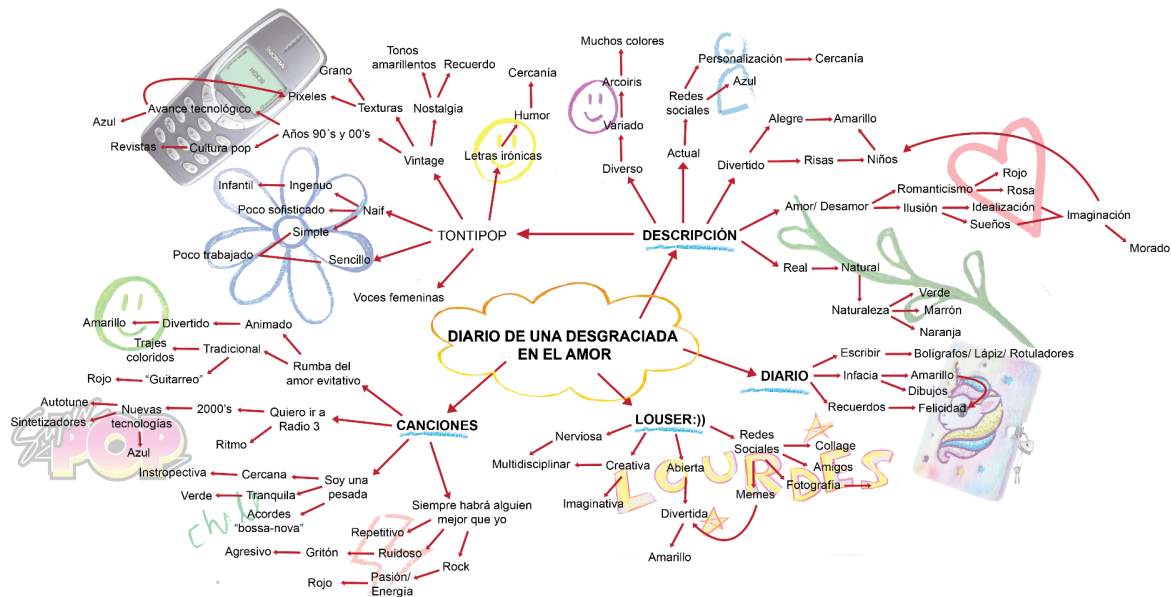


Figura 12: Mapa mental general
Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, del título del EP sacamos cuatro conceptos más: *descripción*, *diario*, *Louser:))* y *canciones*. Decidimos optar por poner el título como elemento central debido a que los diseños de las portadas van muy ligados a la personalidad de la música y los artistas, más que al propio género. Se consideró por ello que partir de este concepto daría resultados más beneficiosos.

En la parte superior del mapa mental nos focalizamos en describir en términos generales el estilo y el tono del disco en conjunto, utilizando algunos adjetivos como *diverso*, *actual* o *divertido*. Sobre todo, hemos intentado desarrollar el subgénero *indie* del *tontipop*, al cuál pertenecen las canciones.

El *tontipop*, como se puede observar, se caracteriza por su tono *naif*, las voces femeninas y el humor en las letras, llegando incluso a considerarse un estilo infantil y poco trabajado, por lo que se vuelven a repetir términos como *infantil* o *alegre* que ya habíamos observado en la descripción del disco.

Después, empezamos a desarrollar de forma escueta el tono de cada una de las canciones y una pequeña descripción del artista, pues como ya se ha adelantado antes, es muy importante no perder de vista la personalidad de este.

Una vez terminado el mapa mental, procedimos a señalar los conceptos y colores más recurrentes para poder empezar a diseñar desde un concepto más específico.

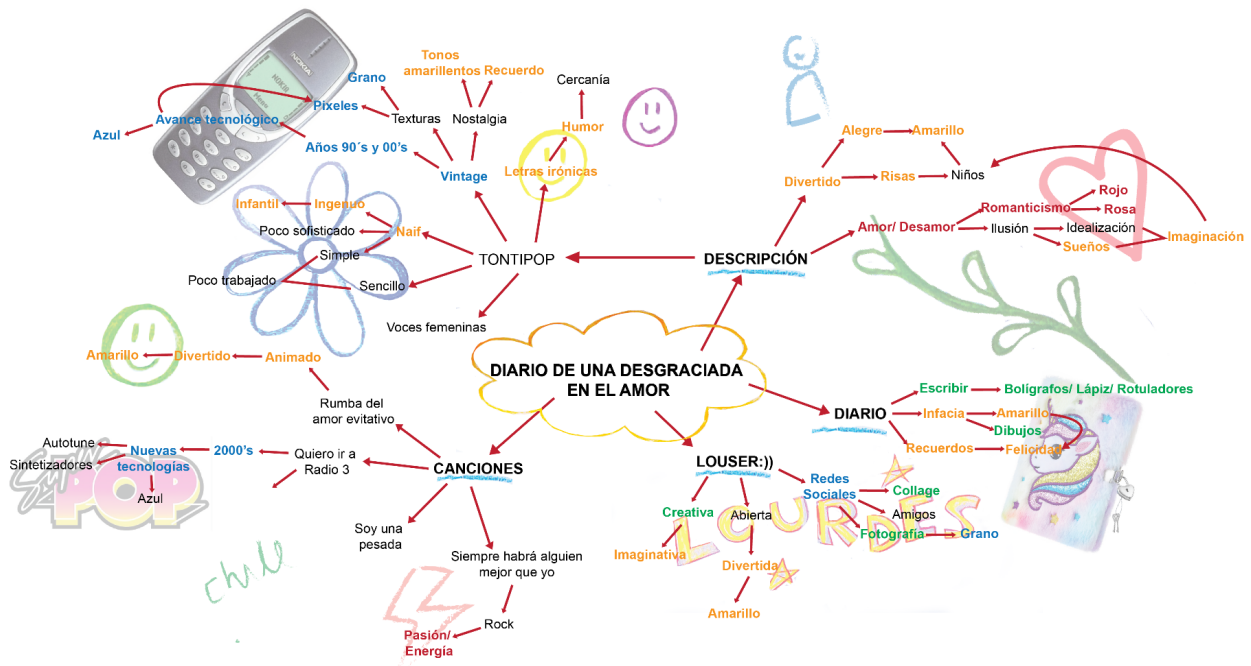


Figura 13: Mapa mental con términos destacados
Fuente: Elaboración propia

Para ello, lo que hicimos fue utilizar colores para relacionar palabras y aspectos parecidos. En este caso, utilizamos el amarillo para todos los términos que se relacionaran con la felicidad o la infancia, el rojo para palabras más pasionales y términos más cercanos al amor y el desamor, el azul para las redes sociales y las nuevas tecnologías, y por último, el verde para la parte más creativa, como es escribir, el collage o la fotografía.

Ahora bien, con la cabeza más ordenada y las palabras clave señaladas, empezamos a tener las primeras ideas, o por lo menos un primer concepto de cómo podría ser la portada del EP, teniendo claro que no se debería perder la esencia cómica, infantil y romántica que desprende tanto el subgénero *tontipop*, como el propio álbum.

4.6. Moodboard

Una vez teniendo una idea más clara sobre lo que queríamos conseguir y transmitir con la portada del EP, era el momento de buscar inspiración y plasmar visualmente esa visión. Este proceso es crucial para establecer una dirección creativa y asegurarnos de que nuestro diseño final traslade el mensaje y el estilo deseado.

Entre las técnicas más utilizadas para ello está el *moodboard*, o tablero de inspiración, con el que se recopilan y organizan ideas, estilos, colores, tipografías, imágenes y texturas. En general, cualquier elemento ayudará a establecer los cimientos creativos para empezar a diseñar. Lo importante en estos momentos es tener la mente abierta.

4.7. Desarrollo de producto final

4.7.1. Lluvia de ideas

La lluvia de ideas o brainstorming es una técnica creativa altamente valorada en el ámbito del diseño, utilizada para generar ideas de manera ágil y sin restricciones. Su propósito fundamental es idear soluciones, conceptos o enfoques originales y novedosos para un proyecto específico, escapando de las respuestas obvias o convencionales. Por ejemplo, en lugar de optar por la ilustración obvia de una ola para el isotipo¹⁹ de una empresa de tablas de surf, el brainstorming nos alienta a explorar ideas fuera de lo común.

Una de las principales ventajas de esta técnica radica en su atmósfera de apertura y no juicio. Durante la etapa de lluvia de ideas, todas las ideas son bienvenidas, independientemente de lo poco convencionales o inusuales que puedan parecer. Esto libera nuestra mente de restricciones y nos permite pensar sin limitaciones, permitiendo que emerjan ideas creativas y disruptivas. Como bien menciona Ellen Lupton: “constituyen un método práctico y eficaz para abrir la mente y liberar el potencial de las ocurrencias menos ortodoxas” (p.16, 2011).

Además de proporcionar la generación de ideas originales, el brainstorming fomenta la colaboración y el trabajo en equipo. Al compartir ideas en un ambiente abierto y sin críticas, se crea un espacio propicio para la retroalimentación y la expansión. Esto no solo enriquece el proceso creativo, sino que también puede llevar a sinergias que potencien las propuestas iniciales.

En nuestro caso, tras analizar detenidamente el mapa mental y el moodboard que habíamos creado previamente, era bastante claro el enfoque que deseábamos para la portada. Era primordial que esta se realizara utilizando la técnica de *mixed media* y con una tipografía manuscrita, preservando el carácter ingenuo y evocador propio de los recuerdos de la infancia.

Inicialmente, como podemos observar en la *figura 15*, consideramos utilizar una imagen estándar que representara la esencia del *EP*, por ejemplo, las estrellas triplicadas presentes en el fondo del videoclip de *Quiero ir a Radio 3*, una de las canciones del álbum. Sin embargo, descartamos esta idea al no relacionarse directamente con la artista, lo cuál era fundamental teniendo en cuenta el posterior análisis de portadas. Asimismo, evaluamos la opción de replicar el estilo de letra empleado en las carátulas de los *singles*, pero al presentarse sin ningún tipo de orden y sentido, decidimos alejarnos de esa idea.

Posteriormente, contemplamos la posibilidad de realizar fotografías que estuvieran relacionadas con el título del *EP*. Para ello, consideramos tomar fotos en bibliotecas o librerías, sosteniendo un libro en las manos, o de alguna otra manera creativa. No obstante, esta idea resultaba repetitiva, ya que mostrar una imagen rodeada de libros resultaría redundante, al igual que la idea de posar con una guitarra, lo cuál sería poco original, y la opción fácil en sí.

¹⁹ El isotipo es la representación gráfica de una marca o un producto, siendo generalmente un símbolo o un icono.

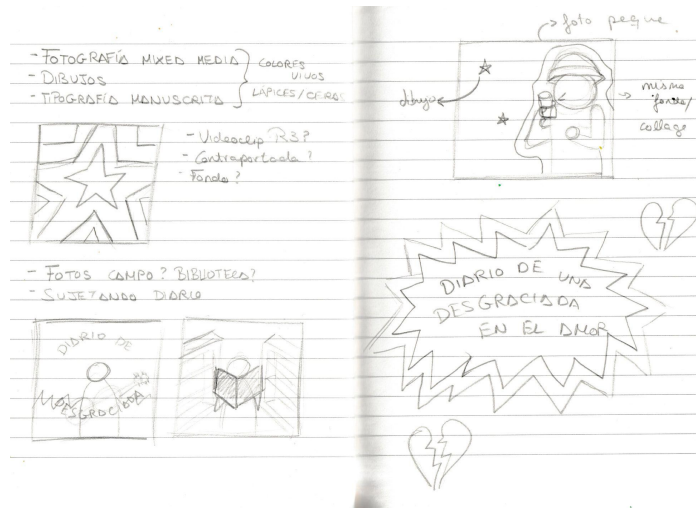


Figura 15: Cuaderno de bocetos: primeras ideas
Fuente: Elaboración propia

Después de descartar las anteriores ideas, decidimos volver al concepto de niñez e infancia, que había quedado un tanto relegado. Nos propusimos buscar fotografías de cuando *Louser*;) era pequeña, con cierto potencial para ser utilizadas como portada, para luego modificarlas con dibujos y efectos fotográficos. El objetivo inicial era conseguir que esas imágenes transmitieran la ilusión y la imaginación propia de los niños que, en cierta medida, también está presente en el amor.



Figura 16: Fotografías infantiles
Fuente: álbumes familiares

Sin embargo, tras analizar las fotografías (*figura 16*), nos percatamos de que no eran adecuadas para ser utilizadas como portada desde un punto de vista más formal. Se notaba que no habían sido tomadas con el propósito específico de ser utilizadas para realizar esa función. Cada una miraba hacia un lado, estaban mal posicionadas e incluso presentaban baja calidad. A raíz de esto, se tomó la decisión de descartar esta idea y optar por tomar nuevas fotos que se ajustaran a las necesidades del diseño final.

4.7.2. Realización de la imagen:

Ahora bien, decidimos darle una vuelta a este primer enfoque para volver a retomar el término de naíf, característico en las canciones del *tontipop*. Esta palabra, respecto a su corriente artística, se relacionó con artistas aficionados que creaban obras alejadas de las perspectivas y técnicas académicas, dando como resultado pinturas simples y poco elaboradas.

Un referente clave de este movimiento fue Henri Rousseau (1844-1919), cuyo interés se centraba en la pintura de retratos y de paisajes llenos de colores brillantes, tal como se aprecia en la *figura 17*. Fue precisamente en esta particularidad de la que obtuvimos la inspiración para realizar las fotos en un entorno rural rodeado de vegetación. Esta elección parecía idónea para transmitir la sensación de naturalidad y cercanía que estábamos persiguiendo.



Figura 17: *Cuadro de Henri Rousseau*
Fuente: "Femme se promenant dans une forêt exotique" (1905), Henri Rousseau

Inicialmente, contemplamos la idea de utilizar un objetivo de ojo de pez²⁰ para emular las perspectivas poco convencionales que suelen verse en las pinturas naïfs, como ya hemos remarcado anteriormente. Sin embargo, fue imposible encontrar equipos compatibles con la cámara, por lo que se tuvo que abandonar este plan inicial.

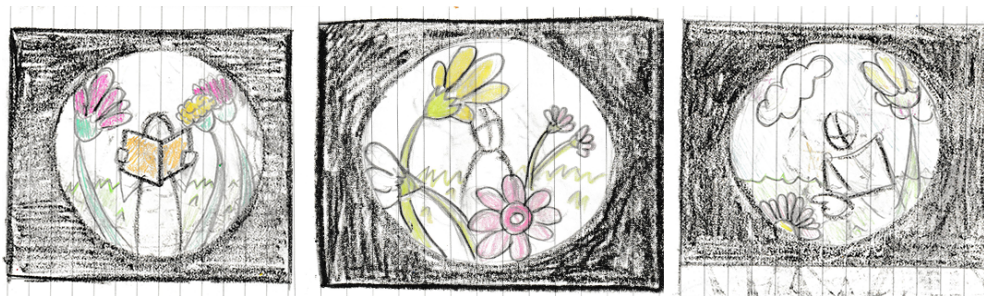


Figura 18: *Cuaderno de bocetos: ideas con el objetivo ojo de pez*
Fuente: Elaboración propia

²⁰ El ojo de pez es un objetivo de cámara gran angular que está entre los 7 mm y los 17 mm de distancia focal. Puede llegar a superar los 200° de campo de visión y crear una sensación parecida a la mirilla de una puerta.

A pesar de este contratiempo, se decidió continuar con la sesión de fotos en el campo, por lo que se crearon nuevos bocetos (ver *figura 19*) con poses más definidas y perspectivas más realistas teniendo en cuenta los nuevos contratiempos. En estos bocetos, también incorporamos la idea de incluir una libreta para simular un diario, de manera que se relacionase directamente con el título del EP.

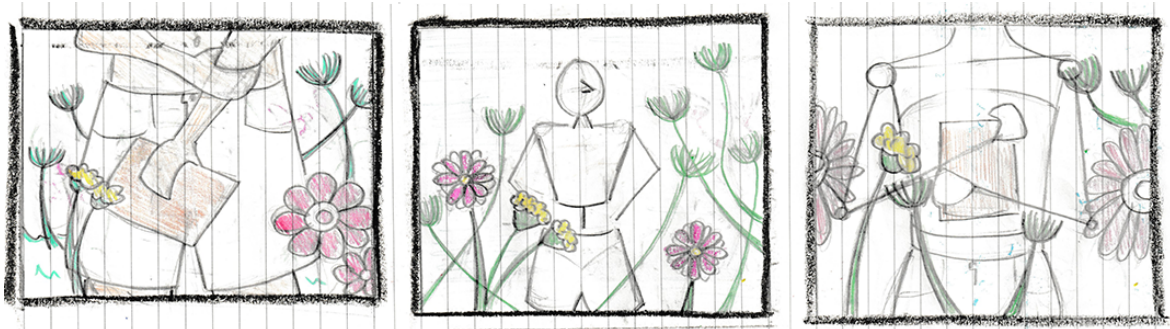


Figura 19: Cuaderno de bocetos: nuevas ideas para poses
Fuente: Elaboración propia

Una vez que se había establecido el enfoque principal para la sesión de fotos y habíamos identificado varias poses útiles, el siguiente paso consistía en elegir los tonos adecuados para el vestuario. Así que, tras probar diferentes combinaciones de ropa, finalmente optamos por usar un top palabra de honor en tono verde lima, complementándolo con unos pantalones de un tono blanco crema. Esta elección permitía destacar el cuaderno marrón que llevaba la artista a modo de diario, como podemos observar en la *figura 21*.

Además, para encontrar el lugar perfecto, se condujo a través de diversos pueblos cercanos para encontrar algún rincón con plantas y arbustos que se correspondiera con la localización que teníamos en mente. Tal como se puede apreciar en la *figura 20*, durante uno de estos recorridos, nos encontramos con un camino rural que estaba rodeado de flores blancas y tallos verdes, que cuadraban con los bocetos. Igualmente, se decidió comprar más flores para complementar toda la imagen.



Figura 20: Cuaderno de bocetos: nuevas ideas para poses
Fuente: Elaboración propia

Para estas, nos decantamos por los colores blanco, rosa y amarillo, buscando mantener la coherencia con los colores presentes en el mapa mental. Siendo el rosa, el color del amor, el amarillo, la representación de la niñez y la infancia, y el blanco, la ingenuidad y la pureza.

El siguiente paso fue realizar las fotografías con la ayuda de un par de amigas que se prestaron a hacerlas y a sujetar las flores delante de la cámara. En la *figura 21*, se pueden observar algunas de las imágenes descartadas para la portada.



Figura 21: Fotografías descartadas

Fuente: elaboración propia

Estas son las razones por las que fueron rechazadas: por un lado, en las que se mostraba el rostro no se lograba capturar el misterio y la creatividad que buscábamos, destacando más la cantante en sí, que el propio concepto que queríamos transmitir. Por otro lado, la foto en la que se acerca a la planta, carece de conexión con el título del álbum, aunque se quedaba más cerca de la idea final que teníamos en mente. Y por último, en la imagen de la esquina superior izquierda, todas las características estaban presentes, sin embargo, las plantas no tenían la presencia visual que se estaba buscando.

4.7.3.Desarrollo de idea final:

Finalmente, nos inclinamos por seleccionar la fotografía que se exhibe en la *figura 22*, ya que cumplía con todos los requisitos que habíamos establecido. En esta imagen, podemos observar a Louser:)) en el centro, sosteniendo el diario con ambas manos, lo que genera una sensación de importancia. Además, la manera en que se recorta la cara nos trae a la memoria la portada de Axolotes Mexicanos, dónde se puede ver a la cantante sin llegar a mostrarle específicamente, como pasaría en un disco de música más comercial. Esto abre un abanico de posibilidades a nivel creativo, sin dejar de mantener la presencia de la artista en la imagen.

Por otro lado, las flores están equilibradas a ambos lados, dando la impresión de que forman parte del paisaje, aunque en realidad fueron añadidas de manera artificial. También se ha dejado un espacio en la parte superior para el cielo, lo cual aporta una sensación de amplitud.



Figura 22: *Fotografía final*
Fuente: elaboración propia

Para que fuera adecuada para la portada, era esencial recortarla por los lados y ajustar las dimensiones al formato específico, en este caso, 12 cm x 12 cm. Además, antes de abordar el diseño de la tipografía y otros elementos que la acompañarían, optamos por realizar varias ediciones básicas en la imagen. Incrementamos los tonos rojos para otorgarle un matiz más rosado a la piel y resaltar las flores, a la vez que, suavizamos las áreas de mayor brillo y sombra con el fin de lograr un efecto *vintage*.



Figura 23: *Ediciones iniciales*
Fuente: Elaboración propia

Ahora, con la imagen lista, el siguiente paso era determinar qué elementos podrían acompañarla para llevar a cabo el enfoque de *mixed media*. Al observar la *figura 24*, se puede notar que las primeras ideas para las letras implicaban utilizar múltiples colores y disponerlas en forma circular, con el propósito de dirigir la atención hacia el diario. Sin embargo, esta opción resultaba excesivamente llamativa y sobrecargaba la imagen, por lo que finalmente optamos por una tipografía más simple. Es así que nos decidimos por imitar la caligrafía infantil, probando a hacerla

con ambas manos, consiguiendo un resultado bastante pueril que sí que conseguía transmitir el sentimiento buscábamos.

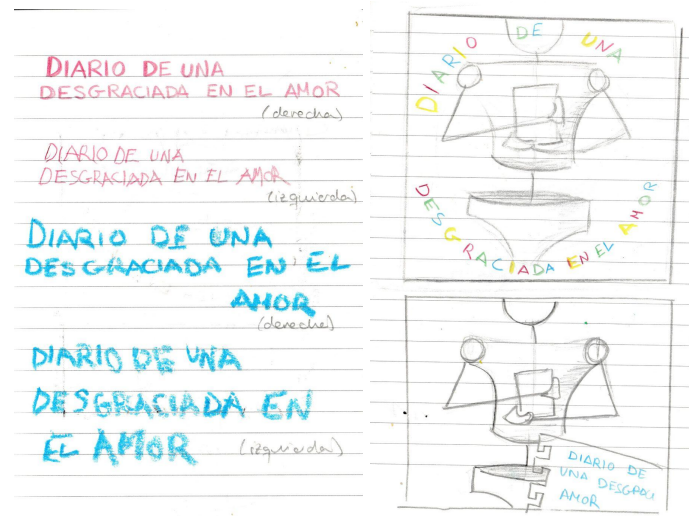


Figura 24: Cuaderno de bocetos: primeras ideas para el título
Fuente: Elaboración propia

Para los elementos gráficos y adornos, consideramos incluir un corazón roto en tonos rojos o rosados; aunque resultaba algo predecible. También contemplamos la posibilidad de añadir estrellas o nubes, pero no se relacionaban de manera significativa con el concepto del álbum, por lo que acabaron descartados. No obstante, percibíamos que faltaba algo, un componente más personal que pudiera aportar un sentido de ingenuidad e infancia, en consonancia con el tema. Aunque ya habíamos evocado esta sensación mediante el uso de ceras de colores, resultaba menos auténtica que la idea inicial de la fotografía con temática infantil.

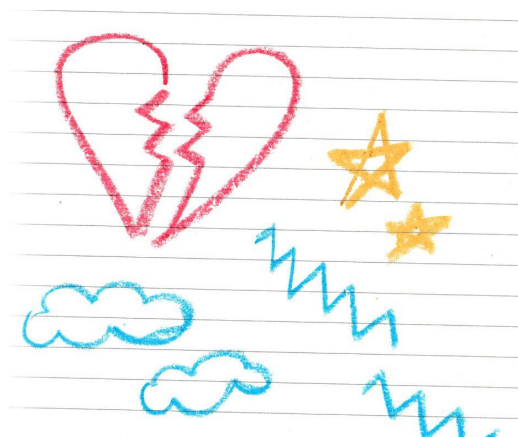


Figura 25: Cuaderno de bocetos: dibujos varios
Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, revisamos los diarios que la cantante había conservado de cuando tenía 10 años, con la esperanza de encontrar algún dibujo o frase que pudiera encajar en la portada. Encontramos uno que tenía la icónica frase de *Querido diario*, junto con otras como *hoy he ido a la escuela* o *me parece una monada*. Todas estas estaban escritas con errores ortográficos y presentaban un estilo desenfadado, por lo que se optó por calcarlas utilizando una fuente de luz desde abajo en

una mesa de cristal. Este método nos permitió recrear una versión prácticamente idéntica de las expresiones originales.

Al incorporarlas, sentimos que finalmente habíamos logrado conectar con los sentimientos sinceros de una niña pequeña que está comenzando a experimentar emociones, mientras se mantenía la ingenuidad y simplicidad del *tontipop*. En cierta forma, también intentamos contradecir el título del *EP*, en el cual, la cantante se autodenomina desafortunada en el amor. Esto añadía un matiz nostálgico y soñador a la mezcla, en concordancia con los otros elementos.

Una vez que todo estuvo dibujado y escaneado, el siguiente paso consistió en organizar los elementos de manera que se creara una jerarquía visual efectiva. Algunos ejemplos de los primeros intentos fueron estos:



Figura 26: Primeras pruebas de portada

Fuente: Elaboración propia

Tal como se puede apreciar, excepto en la portada de la izquierda, a la cual le faltarían elementos como el título y el nombre del artista, todos resultan bastante abrumadores y caóticos. Estas composiciones presentan una sobrecarga de elementos y de alguna manera, compiten por destacar los unos contra los otros, cuando se debería de prevalecer un orden específico. El enfoque correcto implicaría que la fotografía esté en el nivel inferior, los dibujos en un nivel intermedio y el nombre en la parte superior. Por esta razón, decidimos desechar estas pruebas y esforzarnos en estructurar más eficazmente cada componente.

Primero, redujimos el tamaño del corazón y lo duplicamos varias veces para que pareciera parte del cielo, ajustando su opacidad para que no captara excesiva atención. Además, modificamos el tono de las citas del diario para que se fueran más hacia tonos grises en lugar de negros, evitando que resaltaran más que el propio título. Ubicamos el título en el centro y lo aumentamos de tamaño, mientras que el nombre de la artista lo ubicamos en la parte inferior izquierda, siguiendo la pauta natural de la lectura.

También replicamos la imagen de fondo, variando su nivel de opacidad y aplicando un ligero desenfoque de movimiento para lograr una sensación de ensoñación, generando un halo luminoso alrededor de la artista. Con estos ajustes, este habría sido el resultado final:



Figura 27: Primer intento de portada final
Fuente: Elaboración propia

Una vez finalizada, el siguiente paso fue imprimir la portada para evaluar la fidelidad de los colores y asegurarse de que ninguno resultara discordante debido a las diferencias de color que existe entre pantallas. Al hacerlo, notamos que la impresión en papel confería un efecto desgastado que resultaba bastante auténtico y *vintage*, el cual añadía más personalidad al producto final, por lo que decidimos aprovecharlo.

Por esta razón, escaneamos el folio con la impresión y realizamos varios ajustes de color, como resaltar los tonos rosas y verdes, y bajarle la potencia a las sombras. Gracias a ello, conseguimos este nuevo resultado:



Figura 28: Portada anterior escaneada
Fuente: Elaboración propia

Ahora bien, como podemos observar todavía quedaban algunos errores que teníamos que solucionar. Por un lado, las letras de Louser:)) no se veían del todo bien y estaban mal posicionadas, además ninguna de las dos tipografías estaba vectorizada, por lo que complicaba

bastante la lectura en general, y su pertinente edición. Es por ello que procedimos a digitalizar ambos textos, y cambiar el color del nombre de la artista. Asimismo, también lo colocamos en uno de los brazos de la cantante, alineándose con el final del título del EP, intentando seguir una de las líneas verticales correspondiente a la norma de los 3 tercios. Esto permitió obtener un resultado más compacto. Así que tras estos nuevos cambios, y ya una vez escaneada y editada, dimos por terminada la portada, siendo este el resultado final:



Figura 29: Portada final
Fuente: Elaboración propia

Finalmente, con el propósito de evaluar cómo se presentaría el diseño una vez impreso y maquetado, tomamos la decisión de crear dos *mock-ups*: uno representando el formato de CD y otro el formato de vinilo. La finalidad de crear estos fotomontajes es tener una imagen en la que nuestro diseño se adapte a un productor real, y así poder enseñárselo al cliente.

Para llevar a cabo este proceso, fue necesario seleccionar una nueva imagen que sirviera para acompañar a la portada, aunque no fuera la definitiva. Es por ello que nos decantamos por la fotografía de las flores, ya que son las mismas que aparecen a los laterales de la carátula y, por lo tanto tenían una estrecha relación con ella.

Con el objetivo de mantener la cohesión estética, repetimos el procedimiento de impresión y escaneo con esta nueva imagen, y su posterior edición de color. Así que tras colocarla en una posición que fuera estéticamente agradable, intentando que no tuviera demasiado recorte en el centro, dimos por terminada también la maquetación. Estos serían los resultados:



Figura 30: *Mock-up disco*
Fuente: Elaboración propia



Figura 31 *Mock- up vinilo*
Fuente: Elaboración propia

5. Conclusiones

Una vez dada por finalizada la portada del *EP*, siendo esta el objetivo final de todo el trabajo, hemos sido conscientes del papel esencial que desempeñan las artes gráficas dentro del ámbito musical. Se convierten no solo en una herramienta para la promoción y el marketing, sino también en la presentación visual de la música de un artista. Y para conseguir desempeñar estas funciones con nuestro proyecto, hemos explorado no solo los distintos elementos del diseño gráfico, sino que también hemos realizado un análisis de algunos de los principales referentes del subgénero *tontipop*.

La dificultad de este trabajo reside también en haber adoptado tanto el papel de cliente como de diseñadores, pues a veces resultaba inevitable entremezclar los dos roles. Sin embargo, empezar investigando sobre términos tan esenciales en diseño como son la tipografía y el color, permitió empezar a centrar el objetivo principal de la tarea, el diseño de una portada. Adquirir una comprensión más profunda de cada concepto y su uso, facilitaba abordar el trabajo de manera más profesional y menos impulsiva.

Asimismo, es crucial destacar la importancia de haber estudiado y analizado previamente portadas de grupos y artistas influyentes en la escena musical *indie*, tanto pasados como actuales. Esto ha proporcionado un marco de referencia y unas características a seguir para el diseño. Estas fuentes de inspiración han generado nuevas ideas, han ayudado en la selección de colores, e incluso han servido de guía en momentos de bloqueo creativo.

El subgénero musical del *tontipop* se caracteriza principalmente por su sencillez y su toque aficionado, pero sobre todo, por la gran personalidad que transmiten los artistas en cada una de sus canciones. Este rasgo también debía ser expresado en la portada.

Ejercer simultáneamente los roles de diseñadora y artista también ha tenido sus aspectos positivos. Nos ha permitido comprender el trabajo que se esconde detrás de cada canción y ser consciente de que son pocos los afortunados que cuentan con un equipo de apoyo. Es un trabajo constante y laborioso que merece ser destacado.

Además, haber escrito las canciones y elegido el título proporcionaba una visión nítida de la dirección que deseábamos seguir con el diseño. Al final, no solo se han tenido en cuenta los aspectos más formales, sino también el sentimiento de cada una de las canciones y lo que se quería expresar con ellas, pues se han vivido desde primera mano.

Las etapas previas de investigación y las técnicas de ideación, como el *moodboard* y la lluvia de ideas, han sido fundamentales para mantenerse enfocados en cumplir todas las expectativas que teníamos para este proyecto. Estas herramientas, en particular, han evitado cualquier desvío o decisiones basadas únicamente en preferencias estéticas.

En general, hemos acabado muy satisfechos con el resultado final. Conseguir relacionar los diferentes aspectos del diseño, organizándolos y ordenándolos para que cumplieran la función que buscábamos, no ha sido tarea fácil, pues pocas veces nos hemos enfrentado a un proyecto de estas características. Hemos comprendido que nunca deberíamos armar los diferentes elementos solo para que queden bien entre ellos, sino para que juntos tengan un sentido, y sobre

todo, hemos comprendido el valor de la figura del diseñador, el cuál debe cumplir con las expectativas de un cliente, utilizando la totalidad de su capacidad cerebral. Saliéndose de las ideas más básicas e intentando innovar dentro de unos estándares ya establecidos.

Fruto de todo este aprendizaje sobre el diseño y sus características, y su unión con la música, ha sido la portada de *Diario de una desgraciada en el amor*.

5. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acebal, C. (2022, 12 de mayo). ¿Qué es un LP y un EP? Expansión. <https://www.expansion.com/fueradeserie/cultura/2022/05/12/62750de3468aebf6098b4574.html>
- Aiko El Grupo (2020). Quiero conocer (por tu actitud). Va totalmente en serio... [disco]. Elefant Records.
- Aiko El Grupo (2020). Va totalmente en serio... [disco]. Elefant Records.
- Alberich, J., Gómez Fontanills, D. & Ferrer Franquesa, A. (2013). Conceptos básicos de diseño gráfico. Internet Archive. <https://archive.org/details/2013ConceptosBasicosDeDisenoGrafico/page/n9/mode/2up>
- Alcaraz, M. (2017, 17 de febrero). Logotipo, Isotipo, Imagotipo e Isologo... ¿Qué son y cómo se diferencian? Baética. <https://baetica.com/logotipo-isotipo-imagotipo-e-isologo-se-diferencian/>
- Alvarez, M.. (2019). Las cuatro grandes familias tipográficas según Maximilien Vox. La Prestampa. <https://laprestampa.com/tipografia/clasificacion-tipografica/4-familias-tipograficas-maximilien-vox/>
- ATypI. (2023, 23 agosto). Acerca de ATypI. Recuperado el 16 de junio de 2023, de <https://atypi.org/>
- Ambrose, G., & Harris, P. (2004). Fundamentos del diseño creativo. Grupo Editorial Norma.
- Arte España (2006). Arte Naif: al movimiento artístico del Arte Naif. Recuperado en mayo de 2006, de <https://www.arteespana.com/artenaif.htm>
- Axolotes Mexicanos (2021). :3 [disco]. Elefant Records.
- Ayuso, A. (2020, septiembre 25). Ginebras, el grupo que arrasa con su popurrí de lo cotidiano. El Independiente. <https://www.elindependiente.com/tendencias/2020/09/25/ginebras-el-grupo-que-arrasa-con-su-popurri-de-lo-cotidiano/>
- Balius i Juli, R. (2010). El arte pictórico naif y el deporte. Apunts Medicina de l'Esport, 45(166), 143-148. Core. <https://core.ac.uk/download/pdf/39044155.pdf>
- Barrera-Ramírez, F. (2017). Un ejemplo de oxímoron en música: el indie en España, una escena comercial. Cuadernos de música iberoamericana, 30, 169-178. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6349862>
- Buzan, T & Buzan, B. (2017). El libro de los mapas mentales: Cómo utilizar al máximo las capacidades de la mente (1ª ed. vintage). Urano.

- Canson (s.d.). XL® Kraft. Recuperado el 5 de mayo de 2023, de <https://es.canson.com/xlr-kraft#:~:text=desde%20el%20interior.-,Este%20papel%20kraft%20orayado%20es%20ideal%20para%20%C3%A1piz%2C%20carboncillo%20y,otros%20papeles%20equivalentes%20del%20mercado.>
- Cariño (2018). Movidas [disco]. Elefant Records.
- Cariño (2020). Te Brillan [canción]. Elefant Records.
- Castillero Mimenza, O (2017, 23 de septiembre). John Bowlby: biografía (y las bases de su Teoría del Apego). Psicología y mente. <https://psicologiymente.com/biografias/john-bowlby>
- Chávez Pacheco, F. (2020, 24 de junio). 'Tontipop' con Cariño, una mezcla musical de los 90 en España y letras sin prejuicios. El Financiero. <https://www.elfinanciero.com.mx/reflector/tontipop-con-carino-una-mezcla-musical-de-los-90-en-espana-y-letras-sin-prejuicios/>
- Criscuolo, I. (2021, 9 de julio). *¿Qué es la fotografía híbrida y cuáles son sus técnicas creativas?* Domestika. <https://www.domestika.org/es/blog/8242-que-es-la-fotografia-hibrida-y-cuales-son-sus-tecnicas-creativas>
- Eguren, J. (2022, 13 de mayo). *¿Sabías qué es el tontipop?*. Recuperado el 27 de mayo de 2023, de <https://con2bemolesradio.com/tontipop/>
- Elefant Records. (s. d.). Aiko el grupo: Bibliografía. <https://elefant.com/grupos/aiko-el-grupo/biografia>
- Elefant Records (s.d.). Axolotes Mexicanos. Recuperado el 7 de mayo de 2023, de <https://elefant.com/grupos/axolotes-mexicanos/biografia>
- Etecé (2023, 23 de enero). Ley de Murphy. Enciclopedia Humanidades. <https://humanidades.com/ley-de-murphy/>
- Fano, R. (2019, 17 de octubre). *Axolotes Mexicanos, el nuevo indie pop español*. Neo2 Magazine. <https://www.neo2.com/axolotes-mexicanos-entrevista-pop/>
- Fellone, U. (2018). Los difusos límites conceptuales del indie español de la segunda mitad de los 90: post-rock vs. tonti-pop. Etno: Cuadernos de Etnomusicología, 12, 258-282. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7648965>
- Fernández, M. (2023, 1 de mayo). La Teoría del Apego de Bowlby.: Etapas y Características. Awen. <https://awenpsicologia.com/teoria-del-apego/>
- Ginebras (2020). *Ya dormiré cuando me muera* [disco]. Vanana Records.
- Heller, E. (2004). *Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Gustavo Gili.

- Industry data - IFPI. (2023, 21 julio). Datos de la industria. Recuperado el 15 de marzo de 2023, de <https://www.ifpi.org/our-industry/industry-data/>
- Irenegarry (2022). Dime Que Me Calle. *Mandona* [disco]. Irenegarry & 81Sundays
- Jon, H. (2016, 15 de abril). La Diferencia Entre Género y Estilo Musical. Audio Producción. <https://www.audioproduccion.com/la-diferencia-entre-genero-y-estilo-musical/>
- La Fonoteca (s. d.). Meteosat. Recuperado el 5 de mayo de 2023, de <https://lafonoteca.net/grupo/meteosat/>
- Lenis, A (s.d.). Tipografías en diseño gráfico: importancia, tipos y fuentes más usadas. Hubspot. <https://blog.hubspot.es/marketing/tipografia-diseno-grafico>
- Llasera, J.P. (2021, 7 de mayo). Kerning y Tracking: Qué son y en qué se diferencian. Imborrable. <https://imborrable.com/blog/kerning-y-tracking/#:~:text=El%20tracking%2C%20de>
- Llasera, J.P. (2021, 5 de junio). *Mockup: qué es y para qué se usa en diseño gráfico*. Imborrable. <https://imborrable.com/blog/mockup-que-es/>
- López Medel, I. (2014). Muerte y resurrección de la portada de discos. *Index comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 4(1), 37–58. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4612137>
- Los Fresones Rebeldes(2019). *Al Amanecer* [disco]. Subterfuge Records.
- Lupton, E. (2014). *Intuición, acción, creación: graphic design thinking*. Gustavo Gili.
- Lupton, E. (2004) *Thinking with Type*. Graphic Design Reading. https://readings.design/PDF/thinkingwithtype_ellenlupton.pdf
- Meteosat (1998). *Mundo de Metal* [disco]. Sony BMG.
- MiBestseller (s.d.) *Diferencia entre fuente, tipografía y familia tipográfica*. Recuperado el 16 de junio de 2023, de <https://mibestseller.es/escribir-un-libro/fuente-tipogafia-familia-tipografica/>
- Neo2. (2021, 13 enero). Irenegarry, la chica de Alicante que comparte crédito con Lana del Rey. Neo2 Magazine. <https://www.neo2.com/irenegarry-lana-del-rey/>
- Newark, Q. (2002). *¿Qué es el diseño gráfico?: Manual de diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, SL.
- Orduña, V. (2022, 6 de agosto). Géneros musicales y la Bossa Nova. Arte: Cultura y sociedad. <https://www.arteculturaysociedad.com/2022/08/generos-musicales-y-la-bossa-nova.html>
- Palacios, J. (2021, 1 de febrero). Entrevista Aiko El Grupo. Insonoro. <https://www.insonoro.com/entrevista/642/aiko-el-grupo>
- Parra, S. (s.d.). Moodboards: qué son y cómo se hacen. [Entrada de blog]. Samu Parra

Recuperado el 12 junio 2023, de <https://samuparra.com/como-hacer-unmoodboard/>

Pérez, A. (2022, 24 de marzo). ¿Qué es un fanzine y cómo se crea?. EsDesign.
<https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-editorial/fanzine-que-es>

Planeta Musik (2017, 4 de agosto). ¿En qué consiste cantar en falsete? ¿Cómo se hace? ¿Qué cantantes lo usan? Recuperado el 3 de abril de 2023, de
<https://planetamusik.com/blog/cantar-en-falsete/#:~:text=El%20tono%20aireado%20es%20debido,d%C3%A9bil%20que%20reconocemos%20como%20falsete.>

Rivers, C. (2006). CD: Diseño de portadas y packaging para CD. Gustavo Gili.

Roman, P. (s.d.). Vacaciones. La Fonoteca. <https://lafonoteca.net/grupo/vacaciones/>

Ruiz Mitjana, L. (2029, 15 de abril). Mary Ainsworth: biografía de esta psicóloga e investigadora. Psicología y mente. <https://psicologiymente.com/biografias/mary-ainsworth>

Sánchez Pons, X. (2019, 6 de marzo). Los años dorados del tontipop. Mondo Sonoro.
<https://www.mondosonoro.com/blog-musica/tontipop/>

Sanguino, J. (2019, 11 de enero). Así se creó 'Al amanecer', el himno de Los fresones rebeldes con el que cerraste todos los bares. Vanity Fair.
<https://www.revistavanityfair.es/cultura/entretenimiento/articulos/asi-se-creo-al-amanecer-el-himno-de-los-fresones-rebeldes/35708>

Sonido Muchacho (s.d.). Cariño. Recuperado el 7 de mayo, de
<https://sonidomuchacho.com/grupo/carino/>

Subterfuge Records (s.d.). Tcr. Recuperado el 5 de mayo de 2023, de
<https://www.subterfuge.com/artistas/tcr/>

TCR (1999). *TCR* [disco]. Subterfuge Records.

TéCanela & Tomasito (2017). La Rumba del tartamudo. *Las Dos Caras del Hilo* [disco]. TéCanela.

Todo Música (s.d.). Biografía de Sex Pistols. Recuperado el 11 de abril de 2023, de
https://www.todomusica.org/sex_pistols/

Vacaciones (2002). *Sonreir* [disco]. Elephant Records.

7. ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Análisis de la portada “Al amanecer” de Los Fresones Rebeldes (2019)

Figura 2: Análisis de la portada “tcr” de Tcr (1999)

Figura 3: Análisis de la portada “Mundo de Metal” de Meteosat (1998)

Figura 4: Análisis de la portada “Sonreír” de Vacaciones (2002)

Figura 5: Análisis de la portada “Movidas” de Cariño (2018)

Figura 6: Análisis de la portada “Ya dormiré cuando me muera” de Ginebras (2020)

Figura 7: Análisis de la portada “:3” de Axolotes Mexicanos (2021)

Figura 8: Análisis de la portada “va totalmente en serio...” de Aiko El Grupo (2020)

Figura 9: Recopilación y clasificación de tipografías

Figura 10: Recopilación y clasificación de los colores de las portadas

Figura 11: Recopilación y clasificación de la iconografía de las portadas

Figura 12: Mapa mental general

Figura 13: Mapa mental con términos destacados

Figura 14: Moodboard

Figura 15: Cuaderno de bocetos: primeras ideas

Figura 16: Fotografías infantiles

Figura 17: Cuadro de Henri Rousseau

Figura 18: Cuaderno de bocetos: ideas con el objetivo ojo de pez

Figura 19: Cuaderno de bocetos: nuevas ideas para poses

Figura 20: Cuaderno de bocetos: nuevas ideas para poses

Figura 21: Fotografías descartadas

Figura 22: Fotografía final

Figura 23: Ediciones iniciales

Figura 24: Cuaderno de bocetos: primeras ideas para el título

Figura 25: Cuaderno de bocetos: dibujos varios

Figura 26: Primeras pruebas de portada

Figura 27: Primer intento de portada final

Figura 28: Portada anterior escaneada

Figura 29: Portada final

Figura 30: *Mock-up* CD

Figura 31: *Mock-up* vinilo

8. ANEXO

ANEXO I. Relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030.