

TFG

ON THE WAY -AND STILL AT HOME-

Presentado por Sara Fernández Blasco

Tutora: Ana Tomás Miralles

Facultat de Belles Arts de Sant Carles

Grado en Bellas Artes

Curso 2016-2017



**UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA**



**UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES**

RESUMEN

On the way -and still at home- se trata de un proyecto que describe, basándose en una serie de ilustraciones, todas las fases del trabajo artístico. Desde el surgimiento de la idea, la búsqueda de información y referentes, el desarrollo práctico y la selección de las piezas hasta la experimentación de posibles aplicaciones, la exhibición al público y su propagación por las redes sociales en busca de receptores que apoyen esta empresa a la hora de empezar el siguiente proyecto (financiación, clientes, colaboración con otros artistas, etc).

El proyecto se divide en dos bloques esenciales: por un lado una serie de ilustraciones cuya temática gira en torno al abandono de la zona de confort. Por otro, la variación de esas ilustraciones para lograr adaptarlas al máximo número posible de aplicaciones que puedan lograr un fin comercial.

PALABRAS CLAVE

Proyecto artístico, ilustración digital, comercialización, difusión, aplicaciones

SUMMARY

On the way - and still at home - is a project that describes, based on a series of illustrations, all the phases of the artistic work. From the emergence of the idea, the research, the practical development and the selection of the pieces until the experimentation of possible applications, the exhibition to the public and its propagation by the social networks in order to get to receptors that may support this task when starting the next project (financing, clients, collaboration with other artists, etc).

The project is divided into two essential blocks: on the one hand a series of illustrations whose theme revolves around the abandonment of the comfort zone. On the other, the variation of these illustrations to be able to adapt them to the maximum number of applications that can achieve a commercial purpose.

KEY WORDS

Artistic project, Digital illustration, Marketing, Difussion, Applications

AGRADECIMIENTOS

A mis casas, esas que vuelan y que no duran pero que nunca se van del todo.

A Aragón, donde tengo el ancla, donde la confianza en mi fuerza es incondicional (sin ser consciente de que mi fuerza proviene precisamente de esa confianza). A ellos, que me lo han dado todo.

A Valencia, por enseñarme la tendressa, por verme crecer y porque gracias a ella he aprendido a quererme y a querer. A los cielos blancos, azules y rojos de Turner que desayunaban en nuestro balcón. A la flora y la fauna que completan primaveras, a mi Marco, a mi compañera de batallas, als amics, a los cedros, los naturas y todo lo que me trajeron.

A Bratislava, que me desdibujó para crearme de nuevo de muchos más colores, que me regaló unos compañeros de na zdravias que acabaron siendo mi hogar. A Trenčín, también. A Cris.

A Madrid, porque me ha hecho fuerte, porque me ha enseñado a pelearlo. A ti, la tregua. A personas de esas parasiempres que no esperaba cruzarme: a Sara, a Pedro, que me han sufrido.

A las horas en tren.

A todas las horas en tren.

Pero sobre todo a mis abuelos, por el apoyo y el amor más totales.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN

2. MOTIVACIÓN

3. OBJETIVOS

4. METODOLOGÍA

5. MARCO CONCEPTUAL DE LAS PIEZAS

5. 1 El tema conductor: La compatibilidad del hogar y el viaje. El hogar como estado emocional.

5. 2. El hogar nómada: El viaje como vivienda.

5.3. Referentes

6. PROCESO DE TRABAJO Y DESARROLLO GRÁFICO

6. 1. Realización de las ilustraciones

6.1.1. Las posibilidades de la ilustración digital: Técnicas mixtas

6.2. Aplicaciones

6.2.1. Textil

6.2.2. Cartelería, publicidad

6.2.3. Packaging

6.2.4. Escaparatismo

6.2.5. Clips audiovisuales

6.2.6. Inspiración para otros ámbitos: joyería

7. DIFUSIÓN

7.1. Redes sociales

7.2. Catálogo

7.3. Tarjetas de visita

7.4. Audiovisual

8. CONCLUSIONES

9. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES REFERENCIALES

10. ÍNDICE DE IMÁGENES

11. ANEXO

1. INTRODUCCIÓN

On the way -and still at home- es un proyecto acerca del hogar y el viaje que comienza en un diario de bocetos y termina en la comercialización de mi producción artística.

Se trata del estudio del camino: El camino de una ciudad a otra, de una mudanza a otra. El camino del ilustrador, desde el primer garabato al resultado final. El camino artístico, desde el surgimiento de una idea hasta la exhibición del proyecto. El camino del estudiante de Bellas Artes, desde el aprendizaje de las técnicas pictóricas hasta su uso en la salida al mundo laboral.

Este diario de ilustraciones se desarrolla en una temporada en la que mi vida se caracteriza por la inestabilidad de un hogar fijo: desde mi salida de Valencia hasta mi instalación en Madrid pasando por todos los viajes a lo largo de Europa en los que acabaría sintiéndome en casa a pesar de la lejanía física de mi hogar base.

El proyecto en su desarrollo práctico une los conocimientos en ilustración que adquirí en la UPV con las técnicas audiovisuales que aprendí en la Universidad de Bratislava durante mi Erasmus y las técnicas de promoción y ganas de probar que he aprovechado para desarrollar y estudiar el último año.

El proyecto se divide por tanto en dos grandes bloques: Por un lado es el estudio gráfico y conceptual del proceso de desarrollo de una serie de ilustraciones. Por otro, el de cómo partir de esa serie de obras para introducirse en el mundo laboral: qué aplicaciones darles, cómo adaptarlas, cómo darlas a conocer y cómo presentarlas a posibles clientes o contratantes.

Tras finalizar el grado surge la necesidad de introducirme en el mundo laboral y de ahí mi motivación de enfocar este trabajo de fin de grado hacia el estudio de promocionar mi obra artística y lograr que ilustraciones muy personales y cargadas de contenido emocional sirvan no sólo como forma de expresión sino que también me permitan vivir de mi trabajo creativo.

2. MOTIVACIÓN

Llegó un momento en el que por mi cuenta estaba realizando ilustraciones muy personales y con cuyo resultado estaba contenta a nivel individual. Sin embargo, éstas eran realizadas en mi tiempo libre. Un tiempo libre que se veía reducido porque las verdaderas ilustraciones con las que trabajaba y por las cuales recibía dinero eran simplemente diseños personalizados, dibujos encargados por el cliente que poco tenían de mí más allá de la firma. En ese momento decidí dedicarme a poder lograr de mis ilustraciones personales un uso comercial práctico de modo que pudiese dedicarles más tiempo sin que ello significase perder rentabilidad.

Es por tanto mi motivación intentar aprovechar el último trabajo del grado para sacar el máximo provecho de los conocimientos aprendidos, estu-



Fig 1. Ilustración "Colours on the road"

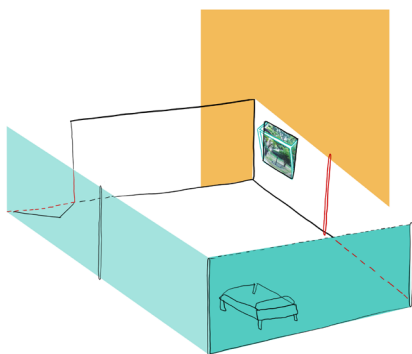


Fig 2. Ilustración "El mundo mío"

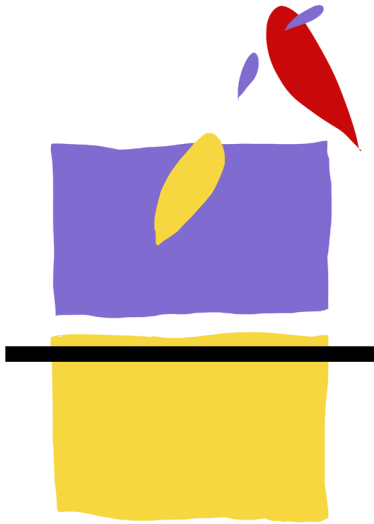


Fig 3. Ilustración "Na Zdravia"

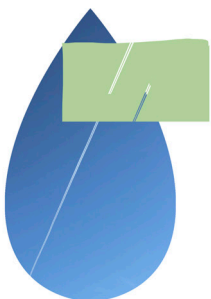


Fig 4. Ilustración "All through"

diar y desenvolver las claves para promocionar mi obra más personal y lograr encargos o un empleo que me permita vivir de ella. De esta forma trabajar una introducción en el mundo artístico que me proporcione la posibilidad de desarrollar el comienzo de una trayectoria profesional más estable como creativa.

3.OBJETIVOS

El objetivo principal es por tanto crear obra que se adapte a una posibilidad real de actuación y aplicación en el mercado actual y darla a conocer a través de una presentación que sea capaz de captar la atención del público o de posibles clientes. A través del proyecto intento hacer un estudio del proceso desde el momento de la idea y su puesta en práctica hasta la presentación comercial de la obra artística.

Todo ello se compone de otra serie de objetivos a nivel más específico:
Mejorar y entrenar mis técnicas pictóricas.

Tratar de conseguir resultados originales y atractivos que sepan transmitir las emociones con fidelidad.

Intentar utilizar mis conocimientos audiovisuales para hacer pequeñas composiciones llamativas e interesantes que sean capaces de captar la atención.

Entrenar la mirada para poder resumir la realidad en composiciones sencillas.

Estudiar hasta qué punto está el arte relacionado con el mundo del marketing.

Desarrollar una experiencia profesional real buscando, más allá de la creación artística, la introducción de ésta en el mercado laboral.

Dar a conocer mi obra artística al mayor público posible.

Atraer la atención de galerías y posibles clientes.

Aprovechar el proyecto de estudio como una introducción real en el mercado. Lograr de esta forma empezar una trayectoria como ilustradora.

Intentar despertar el interés de otros artistas para poder sumergirme en proyectos colaborativos.

Aprender a sacar el máximo partido a las redes sociales y el mundo de internet.

Adaptar las creaciones artísticas a las posibilidades laborales en diferentes campos (publicidad, marketing, departamentos creativos de empresas de cualquier índole) que me permitan vivir de mis obras.

Buscar las aplicaciones ilustrativas más acordes a mi producto: Libros, portadas, escenografías, textil... adaptándolas a lo que demanda el mercado.

4.METODOLOGÍA

Antes que nada, comienzo un proyecto artístico desde cero. En este caso se trata de un diario de viaje, motivado por mis ganas de recordar aquellos

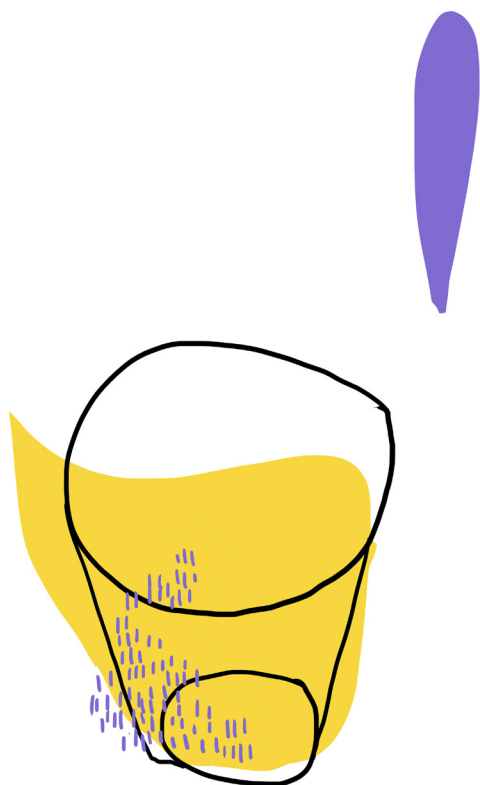


Fig 5. Ilustración "Na Zdravia"



Fig 6. Ilustración "Tatras hike"

lugares desconocidos que me han inspirado una atmósfera de alegría y paz.

Desarrollo el proceso gráfico a través de la ilustración de estos lugares. Todo el proceso creativo se construye sobre la base de la observación diaria del paisaje a través de un prisma estético, tras el cual lo importante no es la belleza de los objetos que conforman la imagen sino la armonía de la composición a nivel pictórico. Al plasmarlos en mis dibujos, los objetos y las figuras se funden y separan dando lugar a simples formas de color plano que interactúan con el resto en una composición dinámica, colorida y de carácter alegre. No es por ende una reproducción fiel de ningún objeto o paisaje, sino más bien el resultado de dejar trabajar al inconsciente. Igual que José Sierra con su diario gráfico nos instaba a dibujar sin pensar en lo que hacíamos o sin centrarnos en el resultado al que nos dirigíamos en su asignatura de fundamentos del dibujo, yo dejaba que la mano divagase por el papel. De esta forma logro transmitir el sentimiento de satisfacción absoluta que me invade al encontrarme en ese punto del espacio y el tiempo. En resumen se trata de descubrir de forma inconsciente metáforas visuales para experiencias personales. Todo ello se deja complementar más adelante con collages y fotografías u otras formas de representación de la realidad.

El resultado final es una serie de ilustraciones que da lugar a un diario de viaje de formas simples, composiciones escuetas y tonos alegres.

Todo el proceso creativo es fotografiado y compartido en redes sociales. Es fundamental al estar empezando como artista tener presencia en las redes sociales. Contando con la importancia que tienen en la actualidad, es la forma más fácil de poner en ojos de todos nuestro trabajo y conseguir adeptos, seguidores e interés por parte de posibles clientes y el público en general. Este apoyo será útil no sólo en cuanto a dar a conocer mi trabajo, sino también en el plano de dar fe del apoyo con el que cuentan mis ilustraciones, para que si una galería o un posible contratante comprueba mi perfil, pueda ver que mi trabajo gusta al público.

Posteriormente, cuando las piezas están acabadas, procedo a buscar una galería en la que exponerlas. Para ello contacto con varias que sean de mi interés y les envío un portfolio acerca de mi trayectoria, una memoria con las piezas que deseo exhibir en su espacio y un breve resumen conceptual del proyecto¹.

Una vez la galería se interesa por nuestro proyecto, concierdo una cita y organizamos el proyecto expositivo.

No nos conviene dejar toda la promoción del evento a manos de la galería. Lograremos una afluencia mayor si además compartimos el acontecimiento por nuestra parte en nuestras redes sociales. A través de la documentación del proceso de desarrollo habremos levantado un interés sobre el resultado de la obra final y es la hora de satisfacerlo. Todos esos seguidores que han estado apoyando el proyecto serán los más dados a acudir a la inauguración.

Después de todo ello y gracias al uso de programas de edición digital la obra gráfica evolucionará para convertirse en un proyecto audiovisual. De esta forma mi diario migrante de ciudad en ciudad y de tren en tren logra un movimiento real. De este vídeo me aprovecho para hacer una presentación de mi obra artística de modo que pueda atraer la atención de mayor cantidad de público provocando la publicidad del trabajo. Ahora que hay tanta oferta de ilustradores a la hora de optar a un empleo, ser reducido a un currículum más puede resultar negativo, pero con este proyecto doy a conocer mi proceso artístico, mis ilustraciones, el éxito de mi exhibición y mi firma creativa, todo en un vídeo de 3 minutos que resulta dinámico, atractivo e interesante. Este punto final en el proyecto puede generar además una serie de utilidades más allá: publicidad, captación de clientes para encargos puntuales, presentación de mi trabajo creativo, interés por parte de las galerías, editoriales o departamentos creativos, financiación, posibilidad del surgimiento de proyectos colaborativos con otros artistas...

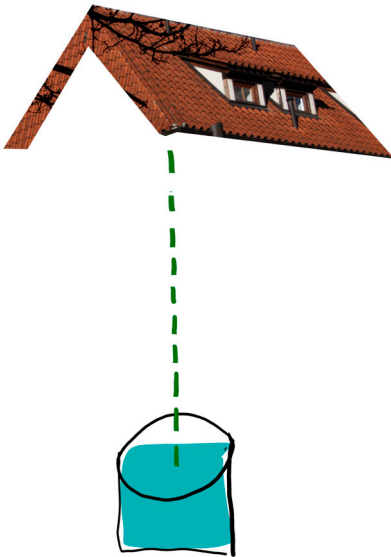


Fig 7. Ilustración "Borovicka"

5. MARCO CONCEPTUAL

Todo el proceso artístico gira en torno a una serie de ilustraciones realizadas en los diferentes lugares que he visitado o habitado. Estas piezas tienen una fuerte carga emocional pues narran la sensación de acogida en un lugar extranjero.

5.1 EL TEMA CONDUCTOR: LA COMPATIBILIDAD DEL HOGAR Y EL VIAJE. EL HOGAR COMO ESTADO EMOCIONAL.

"Hogar es donde habita el corazón"²

Con la globalización se han acortado las distancias y las fronteras han perdido la sensación de impermeabilidad y temor a lo desconocido que tendían a inspirar.

Poco a poco se hace más habitual alejarse de la ciudad natal para desarrollar la vida académica y profesional en otro lugar. De esta forma, cada generación que viene está más acostumbrada a las mudanzas, a los viajes y a la lejanía del hogar.

Entendiendo el hogar como un lugar de recogimiento, de refugio o de seguridad cada vez somos más los que, al estar continuamente cambiando de ciudad, nos vemos privados de ese lugar fijo de comfort.

Sin embargo, la falta de una casa estable no tiene por qué significar una carencia de casa: si desvinculamos el concepto de hogar de sus fronteras físicas y deja de conocerse como "lugar de vivienda" para entenderse como "sensación de abrigo y refugio", aquellos que nos vemos viajando de un lado a otro, al vernos carentes de esa zona tangible, proyectamos el hogar en si-

tuaciones, lugares, momentos, personas u objetos que lejos están de la definición de casa pero que, por la seguridad y confianza que nos transmiten, nos hacen sentir en ella.

Un viaje en tren, una tarde en la montaña, un jersey que te acompaña de ciudad en ciudad, una persona que te entiende en un país extranjero, un desconocido que se convierte en compañero de viaje, un café en una terraza al sol... Todas ellas son situaciones o cosas que pueden generarnos un sentimiento de comfort, de acogida, de calor. Se trata de momentos en los que algo nos hace sentirnos “en casa”, independientemente del espacio físico en el que nos encontremos. Estas pequeñas cosas son las que suplen el vacío del hogar, reemplazando el sentimiento de arraigo por uno de calor y libertad de sentirse seguro a pesar de estar en un entorno físico desconocido.

*“(...)Siento que soy la aguja de una infinita flecha,
y va a clavarse lejos, no va a clavarse nunca,
tren de dolores húmedos en fuga hacia lo eterno,
goteando en cada tierra sollozos y preguntas.*

*Pero hela aquí, tu forma familiar, lo que es mío,
lo tuyo, lo que es mío, lo que es tuyo y me inunda,
hela aquí que me llena los miembros de abandono,
hela aquí, tu ternura,
amarrándose a las mismas raíces,
madurando en la misma caravana de frutas (...)”³*

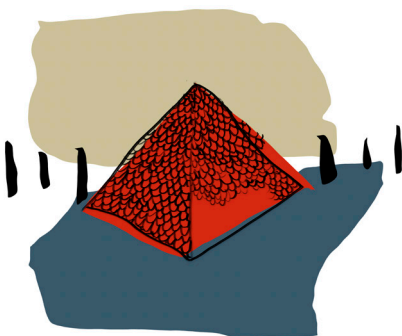


Fig 8. Ilustración “Devin’s roofs”

De ahí nace “On the way and still at home.” Estudiando esa posibilidad de copaginar el viaje a través de lugares diferentes con tener la sensación de estar en casa en cualquiera de ellos, hago un viaje gráfico a través de mis desplazamientos en el que plasmo aquello que me ha hecho sentir en un entorno hogareño aunque cada ilustración haya sido realizada en un contexto diferente y alejada del resto en el espacio.

Porque sentirse en casa puede ser simplemente la certeza y el convencimiento momentáneos de estar en el lugar que se quiere estar y verse bienvenido y arropado por éste.

5.2. EL HOGAR NÓMADA: EL VIAJE COMO VIVIENDA

Queda claro por tanto que el arraigo a un lugar no esta basado en razones físicas sino por el contrario, en razones sentimentales y pasiones inestables. El concepto de hogar va más allá de las paredes: se trata de contemplar el horizonte desde un sentimiento de amparo.

³ Fragmento de “Siento tu ternura allegarse a mi tierra”... de *El hondero entusiasta* (Pablo Neruda). Editorial Torres Agüero, Buenos Aires. Año de publicación: 1974



Fig. 9. "A line made by walking England".
Richard Long, 1967

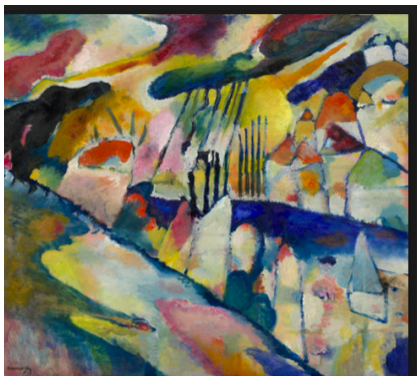


Fig. 10. "Paisaje con lluvia".
Vasily Kandinsky, 1913

El término nomadismo se relaciona con la forma de vida propia de aquellos pueblos que carecían de un territorio fijo como residencia permanente. Tendemos a pensar en ello como un fenómeno de hace casi 10.000 años o como una manera de vivir en la actualidad solo presente en pequeñas tribus indígenas. Sin embargo, actualmente muchos estamos transformando nuestra forma de vida en un constante viaje que nos torna más nómadas que sedentarios. Los movimientos por trabajo, por estudios, el turismo, la migración...⁴ El nomadismo, hasta ahora objeto de estudio de la antropología, evoluciona para convertirse en un protagonista de la investigación en el ámbito de las ciencias sociales.

Como otras tantas cosas, el nomadismo sigue la ley de los ciclos y retorna renovado. Si antes el hombre se detuvo buscando estabilidad y paz, el nuevo nómada es muchas veces motivado por el agotamiento que genera la rutina. En esta era en la que los valores humanos se reducen mientras asciende el peso del materialismo, la tecnología, la comodidad... Cada vez se considera menos necesario parar a autoconocerse, aprender a gestionar las emociones, confiar en nuestra capacidad para lidiar con los obstáculos...

Los horarios y las rutinas, menosprecian nuestra necesidad de sentirnos libre. Todo se va reduciendo en mayor medida a cosas materiales que, una vez logramos, nos decepcionan por no provocar la emoción que pensábamos despertarían en nosotros.

La comodidad, la eficacia, el sedentarismo... en lugar de hacernos la vida más fácil suprimen nuestros instintos animales provocándonos ansiedad e insatisfacción. Por ello no paran de surgir nuevos movimientos que buscan detener el consumo compulsivo, las prisas y priorizan el autococonocimiento⁵.

Para mí, para muchos, la decisión voluntaria de salir en la búsqueda de nuevos retos y nuevas experiencias (empezar desde cero, aprender nuevas costumbres, nuevas formas de comunicarse, no conocer el paisaje que nos rodea...) Se ha convertido en una aventura que nos permite tener la sensación de libertad. Mientras que para muchos el viaje es sinónimo de vacaciones, para otros se transforma en la vivienda en sí misma.

En 1967 Richard Long en su obra "A line made by walking England" convierte la acción repetida de caminar en una forma de arte.

No vemos las cosas como son, las vemos como somos⁶: al ser el paisaje para cada uno el entorno que le rodea y ser el receptor el protagonista de una vida en carretera, en movimiento, en migración constante; el paisaje se diluye para pasar a convertirse en una realidad efímera, transitoria y

4 *Camminare come pratica artistica* Careri, F. Einaudi, Torino 2006, pp. 3-4.

5 *Minimalism: A Documentary About the Important Things*. Joshua Fields Millburn y Ryan Nicodemus (theminimalists.com)

6 Palabras de Jiddu Krishnamurti durante una de sus conferencias. *Krishnamurti esencial* Editorial Kairos



Fig 11. Paisaje del que proviene originalmente la ilustración "Muro de Mladost"



Fig 12. Ilustración "Muro de Mladost"

en muchos casos, borrosa en la memoria e irreal. Porque si la vista que tenemos desde nuestra ventana es distinta cada seis meses, ¿Quién es capaz de explicar fielmente cual era su paisaje urbano al asomarse en el balcón hace tres años?

Ese es el paisaje que plasmo yo. El destruido por mi mala memoria, mi idealización o mis emociones del momento en el que lo viví. Un paisaje de muchas ciudades diferentes que he deformado al hacerlo mío.

*"¡Que todo venga
del mismísimo fondo del alma!*

*¡A fuego,
a llama,
a hierro,
a luz,
abrasa,
quema,
corta,
destruye!*

*Nuestras piernas
son abanicos que aventan la polvareda.*

*Nuestras aletas son naves
Nuestras alas son aeroplanos.*

*¡Caminar!
¡Volar!
¡Cruzar!
¡Rodar!*

haciendo inventario del mundo entero. "7

5.3. REFERENTES PICTÓRICOS

5.3.1. El equilibrio compositivo del Constructivismo

Del constructivismo tomo esa aceptación del carácter bidimensional del trabajo pictórico y, en lugar de tratar de ocultarlo, lo abrazo y aprovecho para componer estructuras sencillas protagonizadas por un escaso número de figuras. Estas figuras, depuradas hasta lo esencial para llegar a convertirse en formas casi geométricas, coexisten en el mismo espacio blanco limitado generando conexiones y espacios vacíos. Es por eso que encuentro relación con la marcada y atractiva simplicidad compositiva del constructivismo, en el que las formas de las obras interactúan generando superposiciones, armonía y tensión entre ellas. Admiro de esta corriente su dominio técnico a la hora de



Fig. 13. Ilustración para los poemas de “Para la voz” de Vladimir Mayakovsky. El-Lissitzky (1920)

generar equilibrio en las obras a través de la organización de las figuras.

También me resulta inspirador del constructivismo la no-necesidad de jugar con las tonalidades, pues los colores planos generan un estímulo muy suficiente en sí mismos. Estos colores planos contrastan con el vacío del fondo dando la sensación de estar flotando o moviéndose arbitrariamente a través de él (pues no hay rastro de puntos de fuga o de perspectiva de cualquier tipo).

Las figuras, por ser pocas, gozan cada una de un protagonismo y una fuerza visual única, que se extinguirían en el caso de superpoblar la composición de colores. Así como el fauvismo provoca una serie de estímulos en el receptor a través de la saturación de objetos y figuras que por sus tonalidades parecen ser todas de la misma importancia compositiva, el suprematismo juega en la línea contraria: aprovecha la elegancia del vacío y las tensiones que éste permite contener entre cada una de las formas que aparecen. Es gracias a los espacios que las formas y los colores dan como resultado piezas de una sensibilidad y una hermosura únicas.

5.3.1.1. El Lissitzky

Eleazar Márkovich Lissitzky (1890) fue una de las figuras fundamentales del Constructivismo. Formó parte de el UNOVIS en 1919, grupo liderado por Malevich con quien colaboró estrachamente. Sin embargo no quiso limitarse al suprematismo y quiso lograr una renovación de sus principios para acercarlo al productivismo (incorporación del arte en la vida diaria). Además de un visionario, fue un diseñador gráfico genial: produjo gran variedad de carteles y posters, además de alguna edición ejemplar como la de los poemas de Maiakovsky “Para la voz” (1922). Trató de integrar todas las artes, desde la pintura a la arquitectura, para crear su ideal de obra de arte total. En este sentido su mayor logro son sus Espacios PROUN (Pro Unovis, “la renovación del arte”): espacios arquitectónicos que comprenden proyecciones de la pintura de El Lissitzky a través de los cuales el espectador era libre de pasear. Un ejemplo de ello son los espacios que creó para la exposición Pressa de 1928 en Colonia, en los que no dudó en emplear fotomontajes, luces y todo tipo de medios.



Fig. 15. Exposición Pressa. El-Lissitzky (1928)

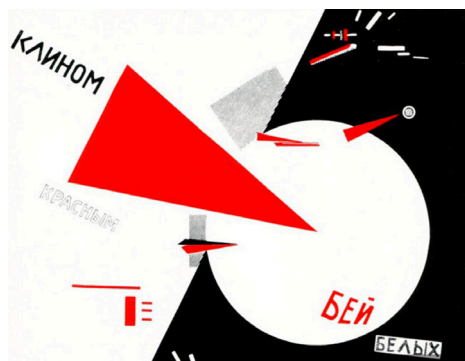


Fig. 14 “Golpead a los blancos con la cuña roja” El Lissitzky (1919)

5.3.1.2. Liubov Popova

Nacida en Moscú (mayo de 1889 - mayo 1924), se dedicó a la pintura y estuvo relacionada con el constructivismo, suprematismo y cubofuturismo. En sus obras se pueden apreciar las influencias de Malevich. Comenzó con



Fig. 16 "La Arquitectura Pictural" Liubov Popova (1916)

pinturas de paisaje y figuras humanas inspiradas en el cubismo y el futurismo para más tarde evolucionar hasta una obra más reflexionada: En 1916 dirige su pintura hacia la no-objetividad. Muestra interés por el comportamiento de la línea en el espacio, creando *Composiciones lineales* a las que más adelante



Fig. 17. Diseño para tela (1920).
Liubov Popova.



Fig. 18. Diseño de vestido en tinta y acuarela (1923-1924). Liubov Popova.



Fig. 19. "The Dancer" Henri Matisse (1937-1938)
Gouache y papel cortado

seguirán las *Construcciones espaciales*.

Sus telas suprematistas mezclan color, volúmenes y líneas creando cuidadas construcciones en las que las formas se organizan unas sobre otras.

A partir de 1921 se centra en el diseño textil de vestuario y escenografías.

5.3.2 Los recortes de Matisse

Matisse construye en sus gouaches recortados composiciones genialmente luminosas gracias a la elección y combinación de sus colores vibrantes. La simplificación de las formas, carentes en general de detalles y llevadas a su máxima simplicidad, parten de la realidad para abstraerse en figuras casi abstractas. Estas figuras están hechas, de principio a fin, de puro color.

Estas formas coloridas se ordenan y se reparten a lo largo de la pieza de forma armónica, dando una sensación de unidad a todo el cuadro. La confrontación de sus colores, así como la máxima sintetización de sus formas plasman a la perfección lo que él mismo definía que protagonizaba sus cuadros: La "dicha de pintar la belleza del universo"⁸.

Como Matisse en su última etapa, intento en mis ilustraciones sintetizar las formas que veo en su máxima simplicidad, yendo de lo figurativo (pues me baso en modelos reales) a la más pura abstracción a través de la imaginación. Del mismo modo me inspiro en su obra a la hora de intentar que las sencillas formas que protagonizan mis dibujos se complementen con el resto a través del color para dar lugar a la sensación que intento plasmar, que no es otra que la alegría, el calor y la carencia de estrés o inquietud de un momento



Fig. 20. "The Heart" Matisse (1943): Maqueta para el libro ilustrado "Jazz". Gouache y papel cortado.



Fig. 21. Markos Zouridakis, 2015.

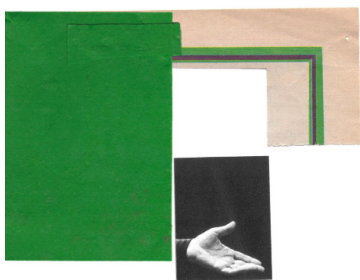


Fig. 22. Colaboración de Markos Zouridakis y Danai Tsouloufa, 2015.



Fig. 23. Danai Tsouloufa, 2015.



Fig. 24. Danai Tsouloufa, 2016.

concreto.

5.3.3. El diseño gráfico

Me identifico con numerosos ámbitos del diseño gráfico en el uso de líneas y barras como ejes del dibujo descriptivo y formas geométricas que dividen el espacio y unen diferentes elementos, atrayendo a través de composiciones cuidadosamente estudiadas la atención del espectador.

Sus trazos simples y rectilíneos, su estética plana y en ocasiones la utilización de colores estridentes y del collage guardan clara influencia en mis ilustraciones.

Dada la presencia constante del diseño gráfico en nuestra vida diaria, desde la publicidad a las páginas web, es comprensible que aún sin pretenderlo haya entrado su estética en nuestra forma subconsciente de componer piezas artísticas.

Por otro lado siempre me he visto muy inspirada dentro del mundo de la ilustración por los artistas gráficos que trabajan el collage con composiciones minimalistas pero muy efectivas a nivel estético.

Cabe citar a dos artistas cuyo uso del collage me resulta cuanto menos interesante, como son Markos Zouridakis o Danai Tsouloufa. Imprescindible en su obra el uso de vacíos que logran tanta atención como las figuras en sí, dividiendo la pieza y generando suspense entre el resto de formas.

Utilizan las piezas fotográficas para realizar los collages de tal forma que muchas veces provocan que éstas pierdan todo su contenido figurativo para pasar a convertirse en una mancha de color más en la pieza.

El fondo deja de ser simple fondo, pues se convierte en una pieza fundamental al enmarcar las formas protagonistas de la figura dotándolas de una mayor fuerza visual.

5.3.4. Markos Zouridakis

Markos Zouridakis, de origen griego, combina elementos clásicos con otros muy modernos, plasmando de ese modo su propia interpretación de un tema específico. Mezcla medios como pueden ser la fotografía y la ilustración, dando lugar a composiciones que centra en el lienzo y enmarca con un fondo virgen. Por ejemplo, en su serie sobre Edgar Allan Poe utiliza contornos muy clásicos en sus figuras de cuervos y gatos y las rodea de formas u objetos más bien propios del pop. Al integrar en sus temas (en general muy alejados de la sociedad actual) elementos muy típicos de la cultura popular llega a darles una forma casi comercial a esos componentes protagonistas de la ilustración. De ese modo Zouridakis contrarresta el minimalismo de sus piezas con colores muy saturados que logran dar dinamismo y fuerza visual a la pieza al completo.

5.3.5. Danai Tsouloufa

Por su parte las ilustraciones de Danai Tsouloufa mezcla varias partes de fotografía generando composiciones muy conceptuales que logran en su conjunto expresar una idea. Un buen ejemplo son sus collages de mujeres y flo-

res, que con pocos elementos son capaces de transmitir toda una atmósfera de feminidad.

Es su delicadeza y su capacidad de síntesis lo que más me atrae de su obra.

6. PROCESO DE TRABAJO Y DESARROLLO GRÁFICO

6.1. METODOLOGÍA DE LA PRAXIS

En primer lugar todo surgía de las ganas de inmortalizar alguna imagen de mi alrededor que más adelante me transportara al recuerdo del lugar. En general estas ganas de abrir el diario para captar el momento no venían sino de la seguridad de estar viviendo un momento único y querer asegurarme de poder recordar el sentimiento de calor que me provocaba ese entorno. En esta línea, al encontrarme frente a un paisaje que llamara mi atención, trataba de reducirlo a dos o tres objetos que lo resumieran. Normalmente me limitaba a simplificarlos en manchas de color o formas casi geométricas hasta el punto de que quedaban en muchos casos irreconocibles. El resultado son composiciones de escasas formas muy sencillas que interactúan entre ellas. Estas manchas no pretenden representar el objeto que les ha servido de modelo sino, por el contrario, esa sensación primera que les ha valido de inspiración.

La mancha, la forma, la línea, pese a partir de un paisaje figurativo, lo resumen y simplifican hasta dar lugar a sencillas y coloridas composiciones sobre fondo blanco que generan otro paisaje diferente, alterado por la imaginación y que no es sino el recuerdo de un lugar a nivel emocional.

Una vez el boceto está realizado, pruebo distintas técnicas para lograr por

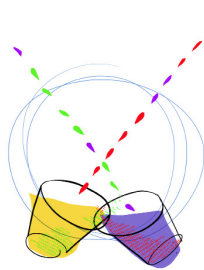


Fig.25

Algunas de las ilustraciones realizadas partiendo de la misma base para comprobar cual se adapta mejor.



Fig.26

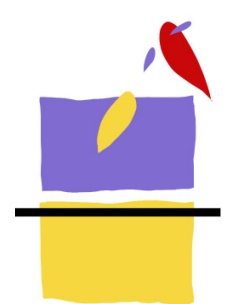


Fig.27

fin un resultado satisfactorio.

Todo ello pasa luego a formato digital donde, o bien lo combinaba con otras piezas nacidas en el mismo lugar o lo completaba con las texturas, líneas o ajustes que viera necesarios. No contenta con ello, en algunos casos después de una vez impresa la ilustración, la retocaba manualmente con hi-



Fig. 28. Ilustración original ("Muro de Mladost")



Fig.29. Diseño partiendo de la ilustración original para aplicarlo en textil (pashmina).



Fig.30. Resultado del proceso: Ilustración sobre pashmina.

los, o lápices para añadir más detalles compositivos.

Todo el proceso es documentado y compartido en redes sociales.

6.1.1. Las posibilidades de la ilustración digital: técnicas mixtas

El proyecto en sí mismo encierra todo un recorrido no sólo a nivel espacial (viajes, mudanzas...) sino también de experimentación y crecimiento personal. Esa mezcla de diferentes lugares, ambientes, sensaciones, etc. encuentra su expresión a través del uso de distintas técnicas a lo largo de la serie de ilustraciones. Por ejemplo, una técnica de hace tres siglos como lo es la cianotipia se mezcla con los programas de dibujo digital actuales y acto seguido el resultado final impreso se trastoca con intervenciones manuales. Es un continuo devenir, un continuo proceso (De una ciudad a otra, de la manualidad a lo digital, de la idea a la presentación comercial.)

Gracias a la ilustración digital los dibujos o creaciones realizadas manualmente pueden tomar un cariz totalmente distinto al procesarlas digitalmente, manipulando el color o provocando cualquier otra transformación. Esto permite al artista no dar por terminada una ilustración hasta que ha probado toda clase de efectos que, al ser reversibles, pueden ser experimentados sin recelos. Por otro lado con las técnicas digitales el collage llega a un nuevo nivel. Gracias a la ilustración digital pruebo todo tipo de combinaciones con mis distintos trabajos hasta lograr una que me convenza al cien por cien.

6. 2. APLICACIONES

Nuestro trabajo debe de estar focalizado hacia objetivos puntuales. En mi caso, como no tengo ningún encargo específico sino que intento llegar a la mayor cantidad posible de interesados, he intentado adaptar la obra a tantas posibilidades como me ha sido posible. De esta forma, puedo optar a atraer la atención de departamentos creativos de diversos ámbitos (el textil, el editorial, el escaparatismo...).

Gracias a esto me puedo permitir un amplio abanico de soportes sobre los que mi trabajo es válido, lo cual demuestra también al posible interesado la versatilidad de mi trabajo. De éstos ejemplos realizaré en última instancia un catálogo que, maquetado y diseñado personalmente, servirá como portafolio y como currículum a la hora de presentarme.

Aquí muestro algunos ejemplos de posibles aplicaciones de mi obra.

6. 2. 1. Textil

A la hora de adaptar la ilustración a la aplicación textil planteo varias opciones. Hice una adaptación para un patrón sobre tela, otra para un pañuelo y otra para soportes como totebags.

La ilustración debe variar para encajar en el resultado que buscamos de cada soporte. Por un lado, la totebag es bastante sencilla: simplemente me limité a plasmar la ilustración sobre ella a través de la serigrafía. Se trata de un elemento de merchandasing muy de moda, especialmente entre un



Fig 31. Ilustración "Borovika" aplicada a Tote bag



Fig 32. Collage de varias de las ilustraciones del proyecto para crear un ejemplo de cartelería



Fig 33. Modelo de Packaging utilizando la ilustración "Tatras Hike"

público joven. Es una pieza muy cómoda y práctica y por tanto no precisa de una estética demasiado compleja pues la prioridad es el pragmatismo del complemento. Esto quiere decir que podemos enfocarlo como un soporte muy sencillo, barato y que no precisa demasiada adaptación.

Por otro lado, a la hora de encajar la ilustración sobre un pañuelo o pashmina sí que buscamos una prioridad estética. Es un complemento que atrae al cliente precisamente por los colores, las formas y en general por el aspecto visual, por eso deberemos adaptar la ilustración para que provoque un resultado hermoso aún sin la necesidad de distinguir con exactitud el contenido. En este caso nos dirigimos a un cliente que sí está interesado en el componente estético y no en una compra barata.

En el caso del estampado⁹, buscamos que la ilustración pueda repetirse siguiendo un patrón en el que encaje perfectamente con su homónima y su repetición no resulte monótona sino todo lo contrario: genere una apariencia dinámica y alegre. En eso se basará el cliente a la hora de elegir esta tela: en la originalidad y el aspecto vivo y luminoso que sea capaz de transmitir buenas sensaciones

6. 2. 2. Cartelería, Publicidad

En el caso de la impresión sobre papel las ilustraciones podrían ser empleadas con fines publicitarios como carteles o invitaciones de eventos. Lo único que sería necesario para adaptarlas sería compaginarlas con una maquetación y una tipografía que atrayera la atención del público siendo capaz de mantener la estética original y colorida.

Obviamente aparte de cartelería los usos son infinitos, podrían ser protagonistas de portadas de libretas o agendas, flyers, folletos...

6. 2. 3. Packaging

A la hora de vender un producto está en juego la imagen de tu marca. Por supuesto no vas a conseguir el mismo respeto si entregas un producto al cliente envuelto en una caja de cartón sin decoración alguna que si diseñas cuidadosamente el empaquetado del producto, haciéndolo una parte más de la imagen de tu firma. Inspira el doble de profesionalidad y das la sensación al cliente de tener un objeto entre las manos digno de ser admirado.

En este caso esta es una maqueta de lo que podría ser el packaging de una serie de piezas de joyería, por ejemplo.

6. 2. 4. Escaparatismo

En este caso partí de la ilustración "Colours on the road" para crear una maqueta que fuese propuesta de un proyecto de escaparatismo. De ese modo muestro la posibilidad de pasar mis diseños a tres dimensiones sin que ello implique que pierdan dinamismo u originalidad.

6. 2. 5. Pequeños clips audiovisuales

A nivel audiovisual, realicé pequeños clips de vídeo con algunas de mis ilustraciones provocando a través de programas de edición digital la sensa-

ción de que se movían o giraban sobre ellas mismas. En las redes sociales donde hay una inundación total de fotografías un vídeo con colores chillones y luces cambiantes atrae la vista del espectador de forma inmediata. En cuanto a audio recurrí a música muy electrónica y muy rápida también con la misma intención. Estos pequeños vídeos son una buena idea para atraer la atención cuando quieres comunicar algún anuncio o promocionar algún evento o exposición en la que participas.

A niveles más pragmáticos, demuestra a un posible contratante por un lado mi capacidad para utilizar las herramientas de edición y post-producción de vídeo (algo que puede ser imprescindible en muchos posibles empleos creativos) y por otro, la eficacia de mi obra a la hora de atraer la atención, y como ésta podría ser utilizada para anuncios televisivos o en páginas web así como para videoclips o incluso aplicaciones móviles.

Además, a su función comercial se le suman también sus posibilidades para dotar movimiento a una serie de ilustraciones que tratan precisamente del viaje y los desplazamientos.

6.2.6. Inspiración para otros ámbitos: joyería



Fig.34. Maqueta del diseño para joyería inspirado en la ilustración "Tatras Hike"



Fig. 35. Maquetas del diseño para joyería inspirado en la ilustración "Na Zdravia"



Aunque la ilustración suele limitarse al campo bidimensional, no puede negarse que puede ser una fuente de inspiración perfecta para proyectos a primera vista no relacionados con el grafismo. Piezas de joyería, de escaparatismo, escenografías.... Todo puede partir de una ilustración. Además... experimentar es siempre una parte fundamental del trabajo creativo, nunca sabes dónde puede acabar funcionando mejor tu obra.

Personalmente estoy contenta con el resultado. Son sólo maquetas, pero demuestran que todo soporte puede ser apto de reflejar mis ilustraciones con un buen resultado estético con la debida adaptación.

En este caso me he inspirado en las piezas "Na Zdravia" y "Tatras Hike" (Ver Anexo).

7.DIFUSIÓN

Llega el momento de mostrar todo el trabajo y la imagen de nuestra mar-



Fig. 36. La marca: Köe Blasco

ca a través de los medios que tenemos al alcance. Mi marca, KOE BLASCO, quiere dar al receptor una sensación de profesionalidad pero también de cercanía. Intento transmitir una atmósfera alegre, original y muy dinámica.

7.1. REDES SOCIALES

Es muy propio por parte del mundo publicitario apropiarse de las herramientas del arte (pues éstas se distinguen por ser capaces de provocar en el receptor emociones y despertar una respuesta, un interés) para utilizarlas hacia un fin mercantil y atraer la atención sobre su marca o producto.

Sin embargo, esta unión del arte con el marketing se produce también de la misma forma pero a la inversa: Los artistas tenemos la oportunidad de aprovechar las estrategias de comercialización para promocionar nuestro trabajo.

Jef Richards, profesor de publicidad en la Facultad de Comunicación de Austin, afirma: “La creatividad sin estrategia se llama arte. La creatividad con estrategia se llama publicidad.”¹⁰

La diferencia entre el arte como hobby y el arte como profesión se sustenta en que en el segundo caso la finalidad es hacer éste a cambio de dinero. Si nuestro objetivo es ese, aparte del ámbito creativo debemos sacrificar parte de nuestro tiempo en la estrategia de venta y publicidad de la obra.

Para ello, las redes sociales son una herramienta extremadamente útil pues la mayoría son gratuitas, fáciles de manejar y al mismo tiempo un vehículo de promoción que nos da acceso a un público de miles de millones de personas. Además de permitirnos un contacto virtual con una potencial audiencia, nos dan la oportunidad de iniciar diálogo con otros artistas u otras personas relevantes en la búsqueda de empleo, como empresas o galerías.

Pero para sacarle el máximo jugo a estas redes no es suficiente con publicar: hay que mantener un perfil activo y pasar algo de tiempo al día participando con el público (contestar comentarios, intervenir en perfiles de otros artistas, etc.)

De la misma forma hay ciertas herramientas que nos permitirán llegar a un público más amplio. El uso de hastags¹¹ relacionados con el mundo del arte o el diseño es

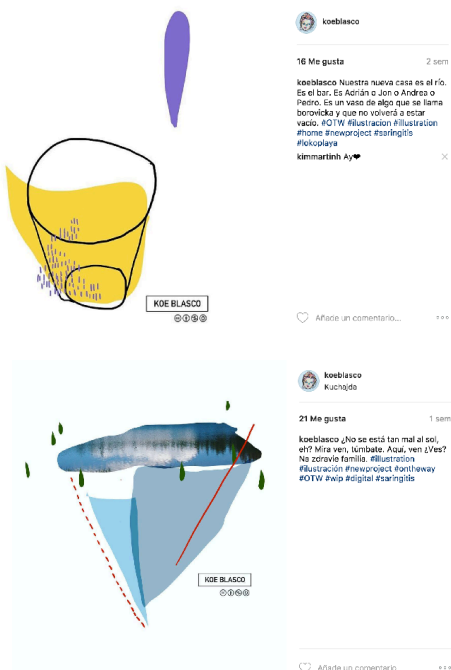
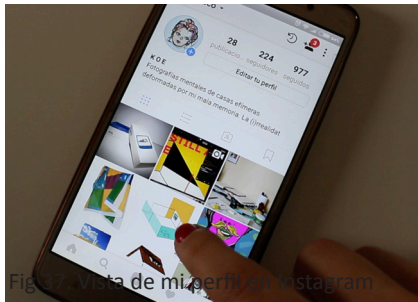


Fig 38. Capturas de algunas de mis publicaciones en instagram

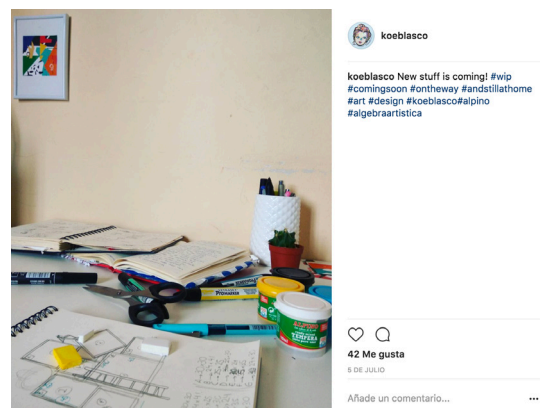


Fig 38. Capturas de algunas de mis publicaciones en instagram

¹⁰ “Publicidad creativa. Ideas y técnicas de las mejores campañas internacionales”. Autor: Mario Pricken. Editorial: Gustavo Gili

¹¹ Etiqueta de metadatos formada por una serie de palabras concatenadas entre sí y precedidas por una almohadilla (#) con el fin de que tanto el sistema como el usuario la identifiquen de forma rápida para señalar un tema sobre el que gira cierta conversación, ya sea textual o visual.

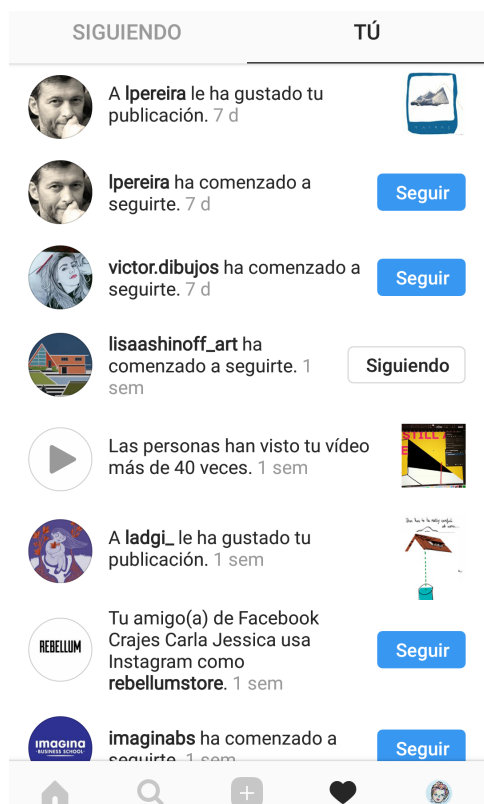


Fig 39. Captura del feedback del público en Instagram

esencial: Nos pone en el motor de búsqueda de cualquier interesado en esos temas que navegue por las publicaciones que contengan las palabras clave que hemos escogido. Por ejemplo #WIP (*Work In Progress*, trabajo en progreso), #comingsoon (próximamente) o #sneakpeak (anticipo, avance) son etiquetas para promocionar un proyecto o una obra todavía no terminada que ayudan al artista a generar en su público un mayor interés por el resultado final. De la misma forma les integran en el proceso creativo, originando una cercanía entre el receptor y el artista.

“Como artista y como propietario de una empresa creativa, mi consejo número uno es retirar las cortinas y mostrarle al público el detrás de las escenas del trabajo que se lleva a cabo. Al mostrar cómo se hace una pieza o compartir la ubicación donde se dispara una fotografía ayudas a que el público se sienta parte de la creación” dice Mark Ley¹². Por eso mismo, hay que intentar compartir con el público toda una imagen de artista, hacerles cómplice de nuestro proceso creativo.

Sin embargo, más allá de la actividad plástica, la marca debe ser complementada con toda una estructura que va más allá del trabajo artístico. Ya no es sólo la obra: Hay que vender una imagen, una firma, darse a conocer, mostrarse profesional, ganarse la simpatía de la audiencia. A la hora de medir el éxito en el mundo del artista, es parte fundamental la eficacia de su estrategia de comercialización. Cuanto más se involucre el artista en comercializar no sólo su trabajo, sino también su imagen como marca, más éxito alcanza dándose a conocer. Además de compartir tu trabajo creativo, invita a tus seguidores a ser partícipes de tus actividades artísticas como eventos o convocatorias de arte en las que participas. Déjalas conocer tus intereses o tus gustos, de forma que te sientan más cercano, que generen toda un marco y un entorno artístico, estético, agradable y atractivo dentro del cual te enmarcan. Por supuesto no se trata de fingir todo un universo perfecto sino lo contrario, dar a mostrar las actividades que ocupan tu tiempo que pueden ser favorables para tu imagen como marca.

En mi caso, la red social que más voy a emplear es Instagram. Porque es una red extremadamente visual, porque sirve como portfolio mostrando tus imágenes de forma muy sencilla a aquel interesado en verlas y porque es una de las redes con más afluencia y más uso de los hastags (lo cual me es conveniente a la hora de elegir el tipo de perfiles con los que quiero interactuar). Sin embargo también estaré presente en Facebook, pues de esta red me interesa especialmente la opción que tiene para crear eventos y promocionarlos. Por otro lado, en ambas redes sociales voy a incluir un enlace a mi página web en la que daré una muestra de algunos de mis trabajos así como un email y un teléfono de contacto.

En cuanto al peligro de las redes sociales el enemigo número uno es la posible apropiación de nuestras imágenes por parte de otras personas. En mi



Fig. 40. Licencia de Creative Commons tipo CC BY-NC-ND (Reconocimiento-NoComercial-SinObra-Derivada)

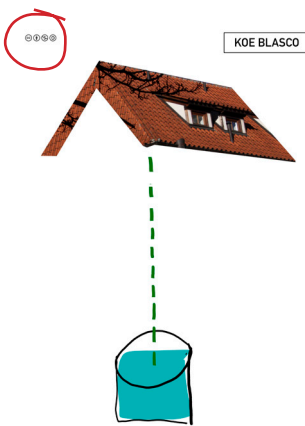


Fig 41. Una de mis ilustraciones con el icono de la licencia integrado.

caso después de informarme a través de internet o de otras personas creativas así como músicos o escritores, me decidí por la licencia Creative Commons. Se trata de una licencia gratuita que otorga ciertos derechos legales sobre la obra. Lo más importante es que puedes darle el derecho al público de compartir tus imágenes (y todo lo que suponga difusión nos interesa) pero siempre reconociendonos a nosotros como los autores de ésta. Creative Commons te permite la posibilidad de elegir qué clase de uso puede hacer el público con tu imagen (utilizarla con fines comerciales, generar obras derivadas, etc...).

Tras seleccionar qué clase de licencia buscas la puedes incluir en el código HTML de tu página web así como en la descripción de las imágenes allá donde las compartas. Personalmente utilizo la licencia CC BY-NC-ND, que permite que se pueda descargar y compartir la obra siempre que se reconozca su autoría, pero no transformarla ni utilizarla comercialmente. Además en el caso de la difusión de imágenes he optado por integrar el pequeño icono que se genera a raíz de tu licencia sobre las imágenes en sí mismas (Fig. 41.). De ese modo no se puede evitar ser consciente de la prohibición del apropiamiento indebido.

7.2. CATÁLOGO

Tras haber adaptado mi obra a una variedad considerable de soportes me surgió la idea de unir todos los resultados en un catálogo con fotografías de las maquetas o las piezas y una ligera explicación de cada una. Para ello me basé en todo lo aprendido en la asignatura de esta universidad “Elementos del Diseño” de Alberto Carrere. Es un detalle que puede marcar la diferencia en una entrevista de trabajo o frente a un posible cliente, pues siempre una pieza acabada y tangible va a resultar más vistosa que cualquier fotografía tras una pantalla.

Gracias al catálogo el destinatario va a estar más receptivo a oír hablar de mi trabajo y tendrá una prueba física de mi capacidad para maquetar.

7.3. TARJETAS DE VISITA

Aunque el marketing digital es el más importante actualmente, no desestima el marketing impreso ni su eficacia.

La creación de postales o pegatinas con nuestras ilustraciones y su difusión en cafeterías, tiendas o lugares susceptibles de ser visitados por potenciales clientes o fans puede ser una práctica muy útil a la hora de propagar nuestra marca.

De la misma forma al personalizar tarjetas de visita no sólo hacemos más fácil que el posible cliente nos busque en las redes o nos contacte, sino que le damos una imagen mucho más profesional. En mi caso, aparte de profesionalidad quería transmitir creatividad, originalidad, dar la sensación de que puedo aportar un toque especial en el puesto de trabajo que pueden ofrecerme. Para ello, empleé los conocimientos que me aportó la asignatura de libro de

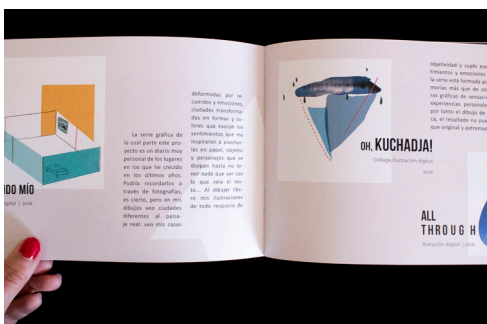


Fig 42. Catálogo

artista (de Antonio Alcaraz y Alejandro Rodríguez León) y quise generar una composición muy dinámica que llamara la atención y además sirviese para hacerse a la idea del estilo de mis obras.



Fig 43. Tarjetas de visita

En ella se puede ver la imagen de mi marca, así como mis redes y la forma de contactarme.

7.4. AUDIOVISUAL

Finalmente todas las obras realizadas y todas las aplicaciones, exposiciones y resultados se unen en un pequeño audiovisual que sirve de promoción y que pretende dar a conocer mi obra al cliente de una forma rápida y eficaz. La idea es dar con un resultado altamente estético que transmita toda la profesionalidad al tiempo que la sensibilidad de mi trabajo. Como comentaba, esto puede marcar la diferencia si tu portfolio compite con el de otros tantos con la misma formación pues el vídeo es algo muy dinámico al que solo hay que dedicarle uno o dos minutos y sirve para conocer a fondo la estética de mi marca. En el sentido visual es mucho más atrayente y efectivo que un pdf con un portfolio interminable.



Fig 44. Proceso de Edición de los vídeos

Gracias a este pequeño clip de vídeo puedo dar a conocer mi proceso de trabajo al contratante o cliente y al público en general. Además me sirve no sólo para mostrar mis conocimientos en post-producción, sino para dar una imagen de la marca al completo. Muestro como trabajo, muestro mi escritorio y la forma de elaboración de mis obras. Además pruebo mi capacidad para post-producir vídeo.

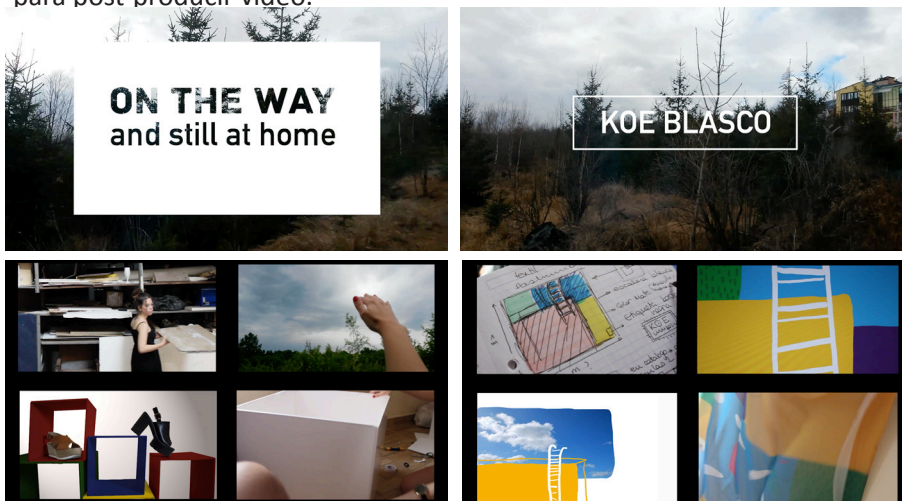


Fig 45. Algunos de los planos del audiovisual

Gracias a la división de la pantalla en cuatro secciones el vídeo cuenta con mucho dinamismo, evitando que se haga largo o lento.

En cuanto al audio he optado por recurrir a música libre de derechos de autor para evitar problemas pero también porque una música conocida o con letra puede distraer al receptor del vídeo en sí mismo. Hay muchos portales que ofrecen este tipo de audios de libre uso, como por ejemplo Freearchive.org.

8. CONCLUSIONES



La serie gráfica de la cual parte este proyecto es un diario muy personal de los lugares en los que he crecido en los últimos años. Podría recordarlos a través de fotografías, es cierto, pero en mis dibujos veo ciudades diferentes al paisaje real: veo mis casas deformadas por recuerdos y emociones, ciudades transformadas en formas y colores que evocan los sentimientos que me inspiraron a plasmarlas en papel, objetos y personajes que se disipan hasta no tener nada que ver con lo que veía el resto... Se trata de “fotografías” únicas que parten directamente de mis recuerdos.

Al dibujar libero mis ilustraciones de todo resquicio de objetividad y suplo ese hueco con sentimientos y emociones personales. Por ejemplo, en la ilustración que acompaña a este texto no retrato una lágrima, ni un avión, ni el cielo... Plasmó una tarde. Estamos tumbados al sol en Budapest, mirando al cielo. Pasa un avión y la estela permanece. Ellos se han quedado dormidos y yo me quedo mirándolo hasta que se me empañan los ojos. Esta ilustración plasma ese momento de paz. Toda la serie está formada por retratos de memorias más que de objetos: son capturas gráficas de sensaciones, cápsulas de experiencias personales. Al desvincular por tanto el dibujo de la naturaleza física, el resultado no puede ser otra cosa que original y extremadamente personal. Por ello me siento contenta con el resultado: porque para mí logran su efecto de transportarme a recuerdos y porque a nivel estético me resultan limpias, dinámicas y originales.

De estas ilustraciones son de las que surge más adelante el estudio de las posibles salidas de cada una de mis obras, adaptándolas y aplicándolas a cada soporte de forma específica. En este paso es cuando entra en juego la consciencia, el estudio y planificación que no han estado tan presentes en el proceso creativo. Cada ilustración se somete a un exámen para lograr llegar a su mejor adaptación en la que pueda ser aplicable a un fin comercial. De esta forma, no renuncio a hacer obra personal y a utilizar el dibujo como forma de expresión y sin embargo, me puedo permitir llevar estas creaciones hasta un plano comercial.

Al salir al mercado laboral soy consciente de que compito con otros candidatos con mucha más experiencia y un portfolio mucho más amplio. Puesto que en ese sentido no puedo destacar frente a los creativos que llevan más tiempo en la profesión, decidí centrarme en hacer hincapié en la usabilidad



Fig. 47. Ilustración "Oh Kuchadja!" enmarcada para la exposición de La Carbonera



Fig. 48. La página de Facebook de La Carbonera haciendo promoción de mi obra tras la exposición.

de mis obras. Es decir: priorizar la versatilidad de cada ilustración y demostrar tu capacidad para estudiar una adaptación de los diseños a cualquier tipo de soporte. De esa forma pruebas no sólo tu valor como profesional sino que das una imagen de persona proactiva y sin límites a la hora de probar distintos campos. Personalmente pienso que con este proyecto he logrado eso mismo: demostrar que soy capaz de crear ilustraciones, explotarlas, maquetar, post-producir vídeo...

Todo ello se ha visto además difundido gracias a las redes sociales, lo cual ha ampliado mi público, ha compuesto un portfolio en sí mismo y ha supuesto todo un mundo de oportunidades pues gracias a ellas puedo ser contactada por cualquier interesado en mi obra.

Este proyecto me ha servido como motivación para dar el salto al estudio del marketing, tan imprescindible en el mundo del profesional creativo. Soy bien consciente de que el proyecto no se trata de un estudio en profundidad de la comercialización de una marca: es más bien un estudio las bases necesarias para emprender una carrera profesional creativa una vez terminado el grado universitario. Es importante no frustrarse y arriesgar. Precisamente por las dificultades que se encuentran a la hora de buscar trabajo lo mejor es optimizar el tiempo y utilizarlo para probar nuevos soportes, hacer obra, probar. Es nuestra mejor baza frente a un entrevistador o cliente, pues demuestra nuestra capacidad de trabajo, nuestra versatilidad y nuestras ganas de aprender.

Por eso, al principio como trabajo de fin de grado y al final como propio reto personal, he trabajado en la creación de un portfolio amplio y variado que confío en que me sirva como plataforma a la hora de encontrar un empleo. Sin embargo no se trata de una motivación puramente laboral: este proyecto me ha instado a probar, a experimentar, a difundir mi marca tanto como me fuese posible y a ganar seguidores de mi trabajo. Esto es la prueba de que el estudio y el trabajo tienen resultados, lo cual supone una motivación a seguir aprendiendo, a seguir probando y creciendo a nivel formativo.

Estoy decidida a seguir ampliando este proyecto así como a continuar mi formación en el plano académico y desarrollar más propuestas en los estudios de máster.

9. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

"Matisse Cut-Outs" Gilles Néret, Taschen (2014)

"Henri Matisse: Drawings and Sculpture" Ernst-Gerhard Guse (1991) Editorial Presden

"Aprende a promocionar tu trabajo" Austin Kleon, Editorial Gustavo Gili (2016)

"Diseño y Marketing." Alan Swann Editorial Gustavo Gili S.A. (1991).

"Graphic Design", Sylvie Estrada, Editorial BASIC

"Fancy Designs", Pepin Van Roojen Editorial Agile Rabbit (2003).

"¡Qué desastre! Cómo convertir errores épicos en éxitos creativos" Erik Kessels, Phaidon Press Limited (2016)

Revista "Jot Down" (Wabi Sabi Investments). España.

Revista "Archive" (Lürzer GmbH). Austria.

"Revista Ñ" (Ricardo Kirschbaum). Argentina.

es.wikipedia.org

wikiart.org

www.museoreinasofia.es

www.artehistoria.com

www.todacultura.com

www.ecured.cu

www.wiki.ead.pucv.cl.php/Suprematismo

www.masdearte.com

www.artstudiomagazine.com

www.elportaldelarte.com

www.algargosante.com

www.arbre-de-lune.fr/jazz

theminimalists.com

interartive.org

historialdedisenio.wordpress.com

www.danaitouloufa.tumblr.com

<http://www.20minutos.es/noticia/2519649/0/hogar/tema/pintura/#xtor=AD-15&xts=467263>

www.nodataism.tumblr.com

puromarketing.com

comovivirdelarte.com

emprendedoruniversal.com

<https://elrincondemisdsvarios.blogspot.com.es/2014/03/abstraccion-y-suprematismo-kazimir.html>

arteymarketing.blogspot.com.es

es.pinterest.com

todoinstagram.com

marketingeros.com

<https://helpx.adobe.com>

<https://creativecommons.org/>

<https://es.pinterest.com/>

freemusicarchive.org

<https://tallerfotografiaurjc.files.wordpress.com/2012/11/como-crear-un-catalogo.pdf>

soundcloud.com

<https://textilfy.es/>

https://es.slideshare.net/mili_benavides/como-usar-creative-commons-

CC

<http://www.cecarm.com/emprendedor/puesta-en-marcha/tipos-de-licencias-para-contenidos-digitales-32010>

<https://www.1and1.es/digitalguide/paginas-web/derecho-digital>

<https://www.instagram.com/koeblasco/>

10. ÍNDICE DE IMÁGENES

Fig. 1. Ilustración "Colours on the road".	Pág. 5
Fig. 2. Ilustración "El mundo mío".	Pág. 5
Fig. 3. Ilustración "Na Zdravia".	Pág. 6
Fig. 4. Ilustración "All through".	Pág. 6
Fig. 5. Ilustración "Na Zdravia".	Pág. 7
Fig. 6. Ilustración "Tatras Hike".	Pág. 7
Fig. 7. Ilustración "Borovicka".	Pág. 8
Fig. 8. Ilustración "Devin's roofs".	Pág. 9
Fig. 9. "A line made by walking England" Richard Long, 1967.	Pág. 10
Fig. 10. "Paisaje con lluvia" Vassily Kandinsky, 1913	Pág. 10
Fig. 11. Paisaje del que proviene originalmente la ilustración "Nada que per der".	Pág. 11
Fig. 12. Ilustración "Nada que per der".	Pág. 11
Fig. 13. Ilustración para los poemas de "Para la voz" de Vladimir Mayakovski. El-Lissitzky, 1919.	Pág. 12
Fig. 14. "Golpead a los blancos con la cuña roja" El-Lissitzky, 1920.	Pág. 12
Fig. 15. Exposición Pressa. El-Lissitzky, 1928.	Pág. 12
Fig. 16. "La arquitectura Pictural" Liubov Popova, 1916.	Pág. 13
Fig. 17. Diseño para tela de Liubov Popova, 1920.	Pág. 13
Fig. 18. Diseño de vestido en tinta y acuarela de Liubov Popova, 1923-1924.	Pág. 13
Fig. 19. "The Dancer" Henri Matisse, 1937-1938. Gouache y papel cortado.	Pág. 13
Fig. 20. "The Heart" Henri Matisse, 1943. Maqueta para el libro ilustrado "Jazz". Gouache y papel cortado.	Pág. 13
Fig. 21. Ilustración de Markos Zouridakis, 2015.	Pág. 14
Fig. 22. Ilustración colaborativa de Markos Zouridakis y Dainai Tsoloufa, 2015.	Pág. 14

Fig. 23. Ilustración de Danai Tsouloufa, 2015	Pág. 14
Fig. 24. Ilustración de Danai Tsouloufa, 2016	Pág. 14
Fig. 25, 26 y 27. Algunas de las ilustraciones realizadas partiendo de la misma base para comprobar cuál funciona mejor.	Pág. 15
Fig. 28. Ilustración original "Nada que per der"	Pág. 16
Fig. 29. Diseño partiendo de la ilustración original "Nada que per der" para aplicarlo en textil.	Pág. 16
Fig. 30. Resultado del proceso: Ilustración sobre pashmina.	Pág. 16
Fig. 31. Ilustración "Borovicka" aplicada a Tote bag.	Pág. 17
Fig. 32. Collage de varias de las ilustraciones del proyecto para crear un ejemplo de cartelería.	
Fig. 33. Modelo de Packaging utilizando la ilustración "Tatras Hike".	Pág. 17
Fig. 34. Maqueta del diseño para joyería inspirado en la ilustración "Tatras Hike".	Pág. 17
Fig. 35. Maqueta del diseño para joyería inspirado en la ilustración "Na Zdravia".	Pág. 18
Fig. 36. La marca: Köe Blasco.	Pág. 18
Fig. 37. Vista de mi perfil en Instagram.	Pág. 18
Fig. 38. Capturas de algunas de mis publicaciones en Instagram.	Pág. 19
Fig. 39. Captura del feedback del público en Instagram.	Pág. 19
Fig. 40. Licencia de Creative Commons tipo CC-BY-NC-ND (Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada)	Pág. 20
Fig. 41. Una de mis ilustraciones con el icono de la licencia integrado.	Pág. 21
Fig. 42. Catálogo.	Pág. 21
Fig. 43. Tarjetas de visita.	Pág. 21
Fig. 44. Proceso de Edición de los vídeos.	Pág. 22
Fig. 45. Algunos de los planos del audiovisual.	Pág. 22
Fig. 46. Proceso creativo.	Pág. 22
Fig. 47. Ilustración "Oh, Kuchadja!" enmarcada para la exposición de La Carbonera.	Pág. 23
Fig. 48. La página de Facebook de La Carbonera haciendo promoción de mi obra tras la exposición.	Pág. 24

11. ANEXO

Pueden ver el proceso de difusión del proyecto y la marca en <https://www.instagram.com/koeblasco/>

El audiovisual, así como los pequeños clips de vídeo, se encuentran disponibles en <https://vimeo.com/user69236901>

La página web es <http://koeblasco.wixsite.com/koeblasco>

A continuación adjunto a mayor tamaño tanto ilustraciones como aplicaciones que forman parte del trabajo, así como imágenes a las que se ha hecho referencia durante el documento.

Convocatoria artistas



Sara M. Fernández Blasco <sfblasco36@gmail.com>

11 may. ☆



para exposicionesca. ▾

Buenas tardes

Les adjunto mi propuesta para la exposición del 2º aniversario.

Respecto a mi obra "Oh, Kuchadja" :

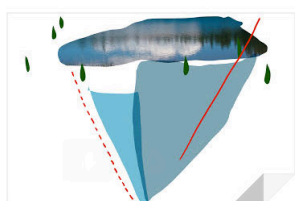
Se trata de una de las obras que conforman mi diario de viaje ilustrado "On the way -and still at home-". Todo el proyecto se caracteriza por haber sido realizado en múltiples lugares separados en el espacio y sin embargo muy aproximados en el tiempo. Es por tanto un diario de cambios, de mudanzas, de ciudades, carreteras y trenes.

Sin embargo la falta de una casa estable no tiene por qué significar una carencia de casa: si desvinculamos el concepto de hogar de sus fronteras físicas y deja de conocerse como "lugar de vivienda" para entenderse como "sensación de abrigo y refugio", aquellos que nos vemos viajando de un lado a otro, al vernos carentes de esa zona tangible, proyectamos el hogar en situaciones, lugares, momentos, personas u objetos que lejos están de la definición de casa pero que, por la seguridad y confianza que nos transmiten, nos hacen sentir en ella.

Un viaje en tren, una tarde en la montaña, un jersey que te acompaña de ciudad en ciudad, una persona que te entiende en un país extranjero, un desconocido que se convierte en compañero de viaje, una terraza al sol, bañar los pies en un lago... Estas pequeñas cosas son las que suplen el vacío del hogar, reemplazando el sentimiento de arraigo por uno de calor y de libertad al sentirse seguro a pesar de estar en un entorno físico desconocido.

Porque sentirse en casa puede ser simplemente la certeza y el convencimiento momentáneos de estar en el lugar que se quiere estar y verse bienvenido y en armonía con éste.

Más fotografías mentales de casas efímeras en www.instagram.com/koeblasco/



Ejemplo de resumen conceptual para una convocatoria de arte.



Ilustración "Colours on the road"

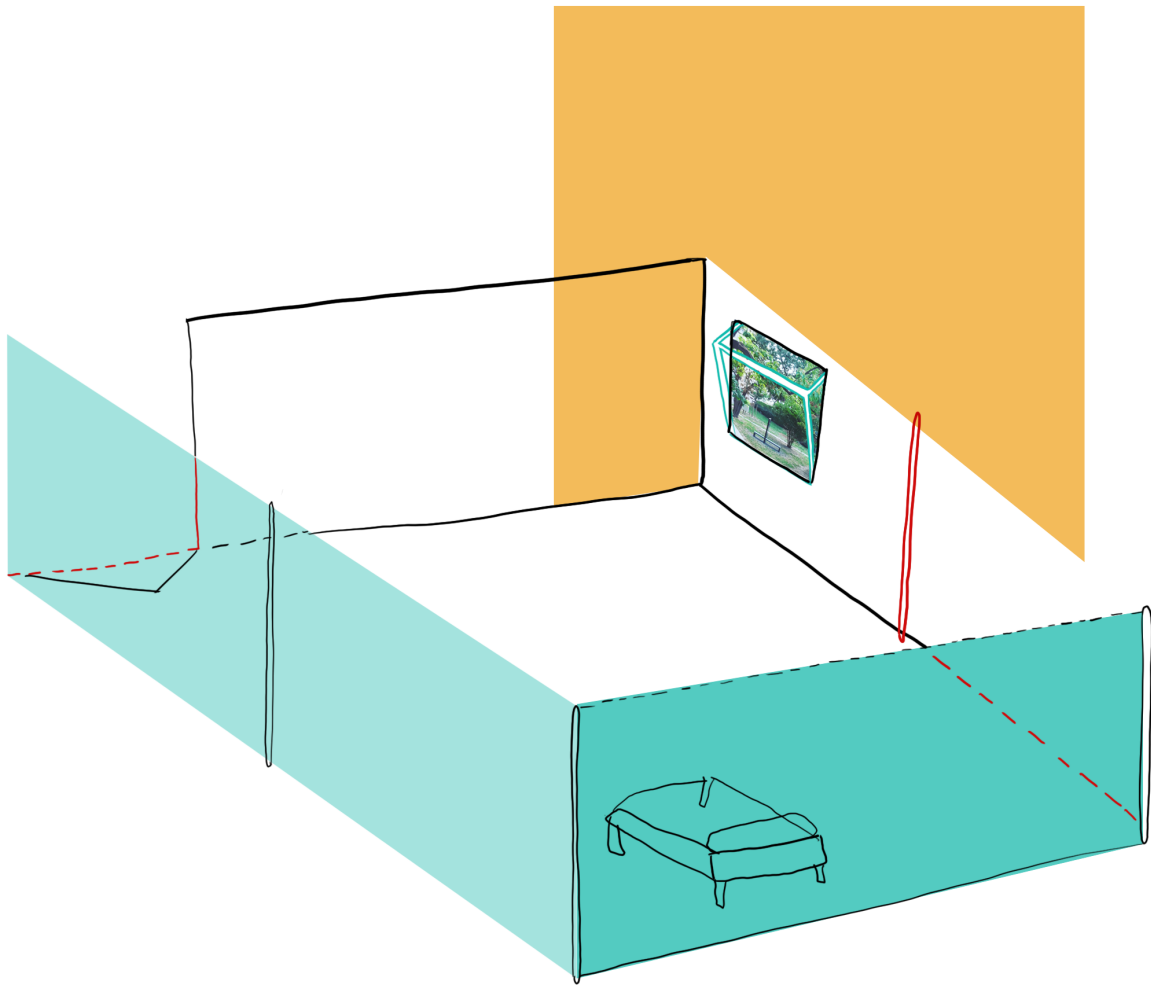


Ilustración "El mundo mío"

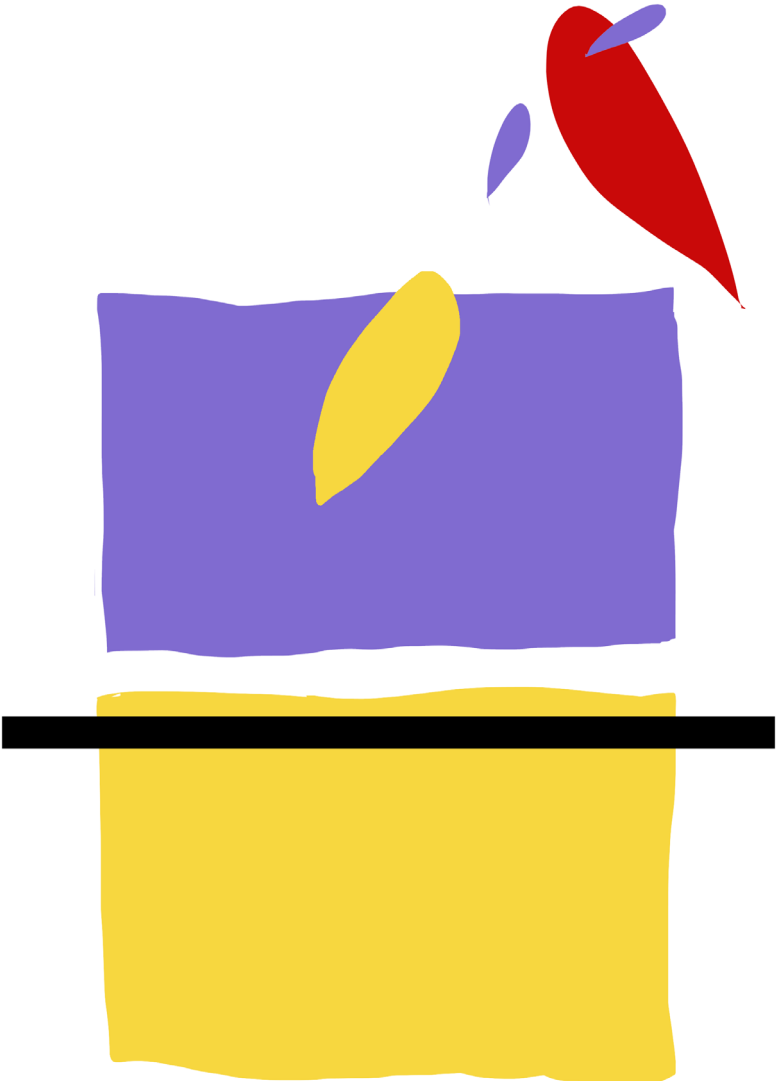


Ilustración "Na Zdravia"

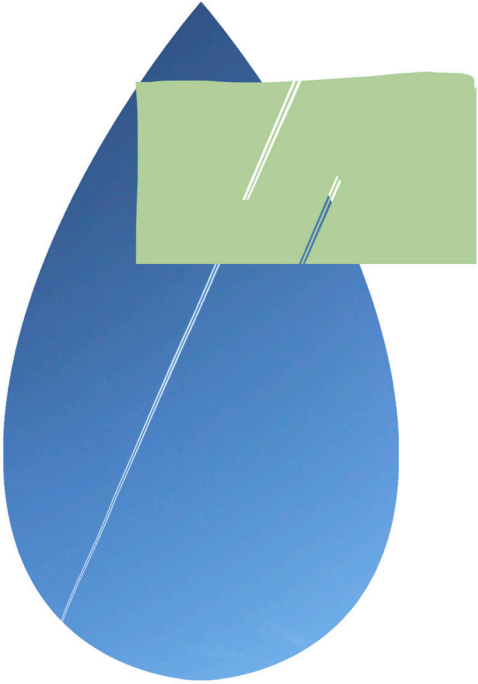


Ilustración "Al through"



Ilustración "Na Zdravia"



Ilustración "Tatras Hike"

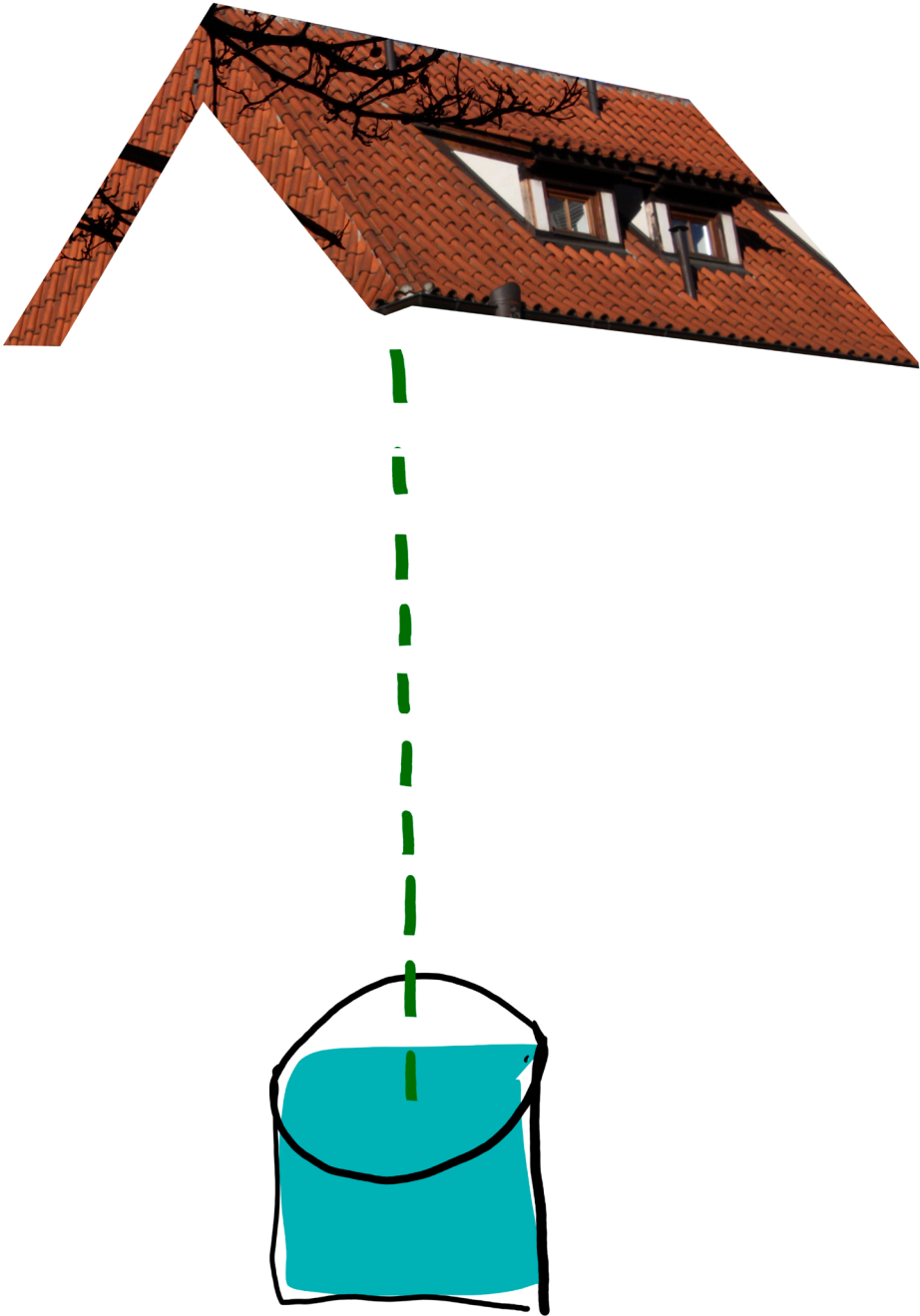


Ilustración "Borovicka"

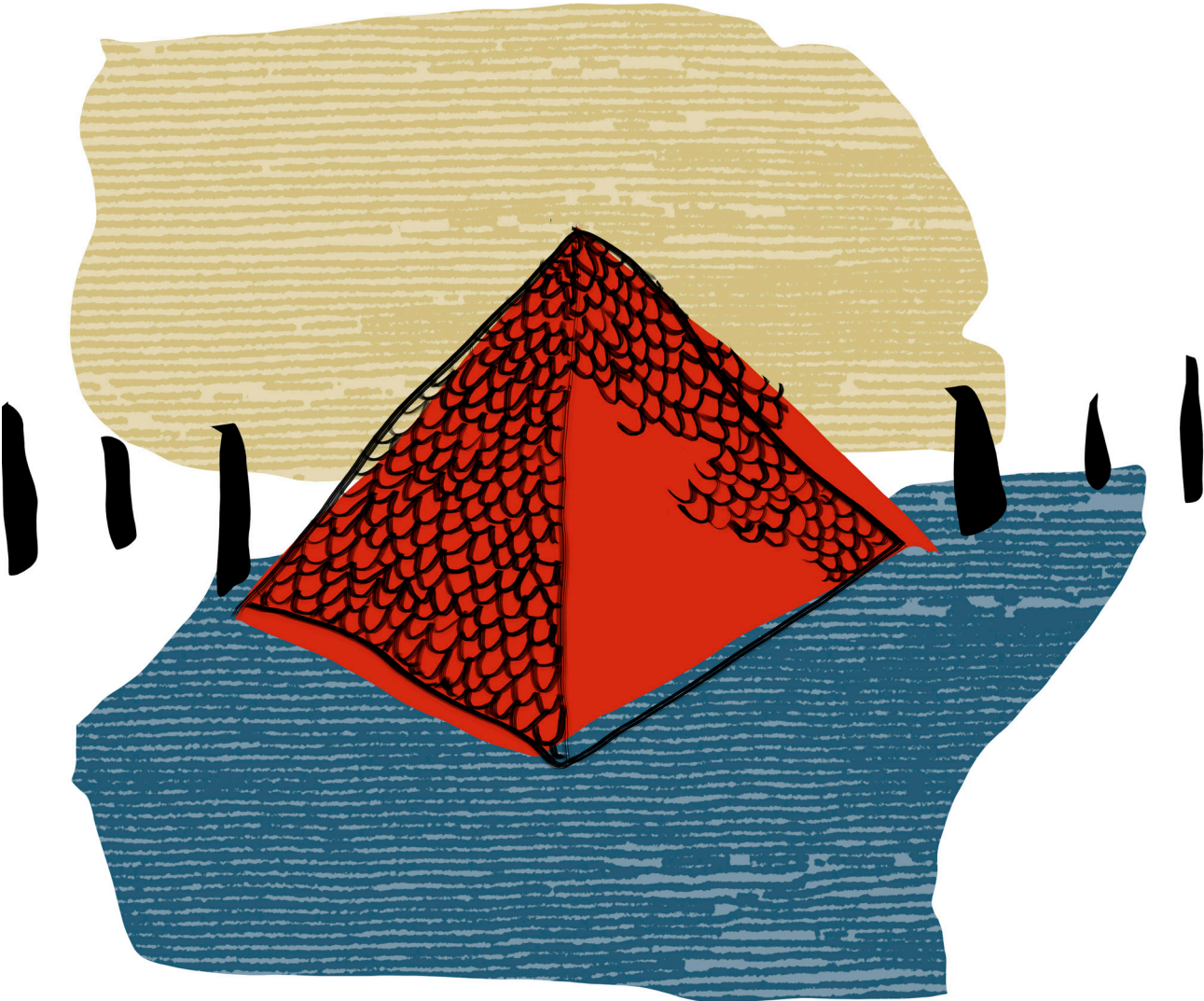


Ilustración "Devin's Roofs"

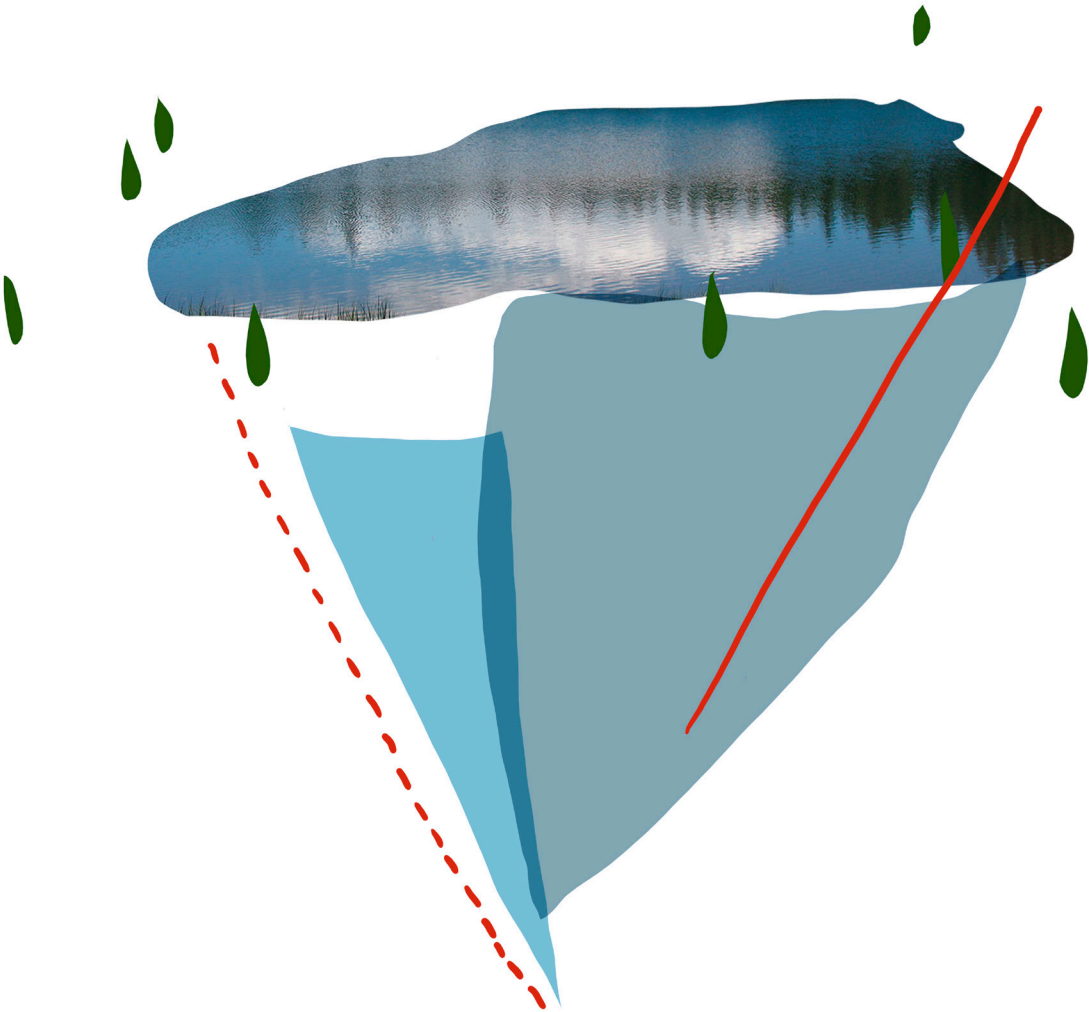


Ilustración "Oh, Kuchadja!"



Ilustración "Nada que per der"



Resultado del proceso: Ilustración "Nada que per der" adaptada para ser utilizada sobre pashmina.

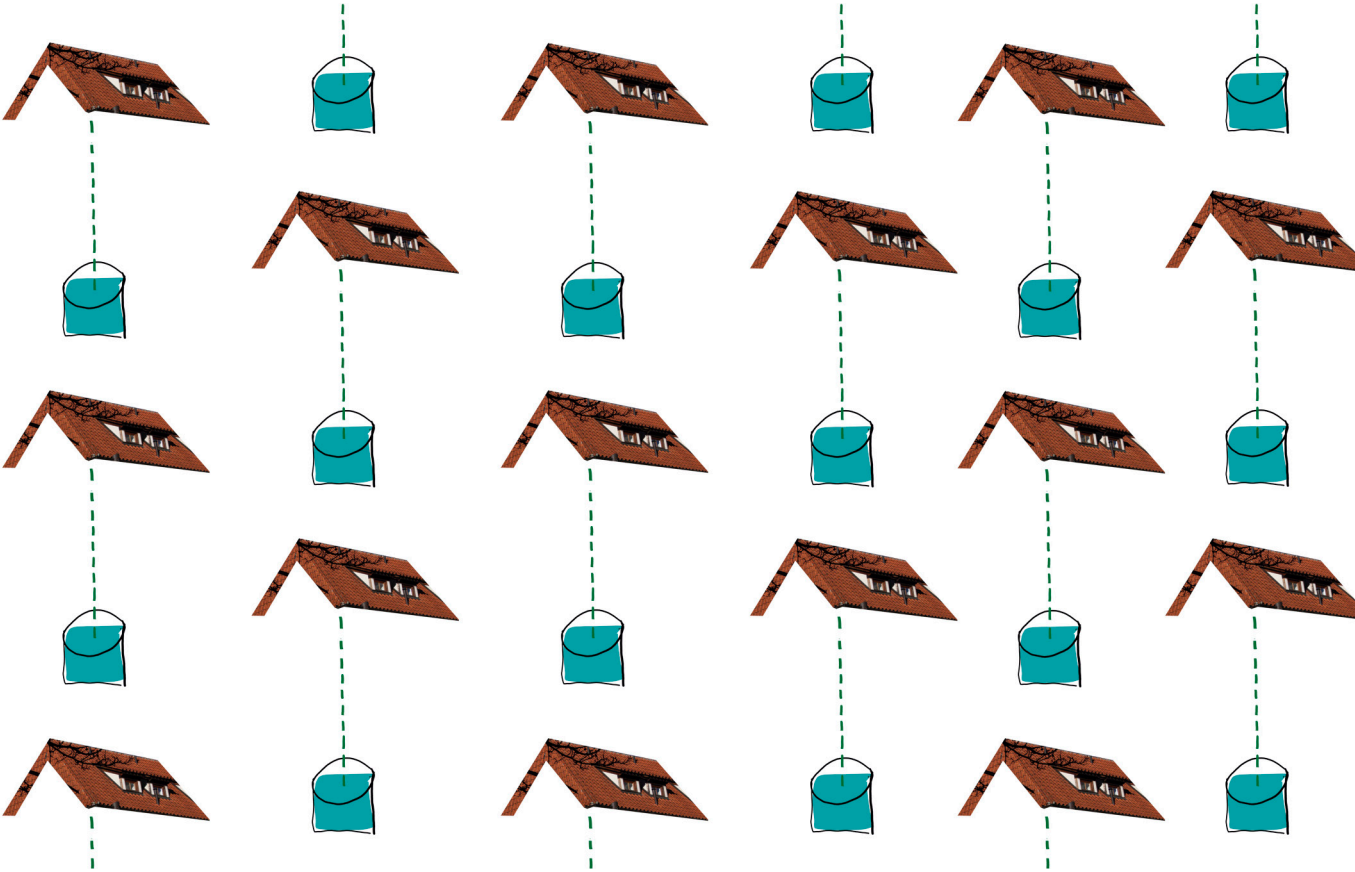


Ilustración "Borovicka" adaptada para estampado



Ilustración "Borovicka" adaptada para tote bag



Ilustración "Tatras hike" sobre propuesta de packaging



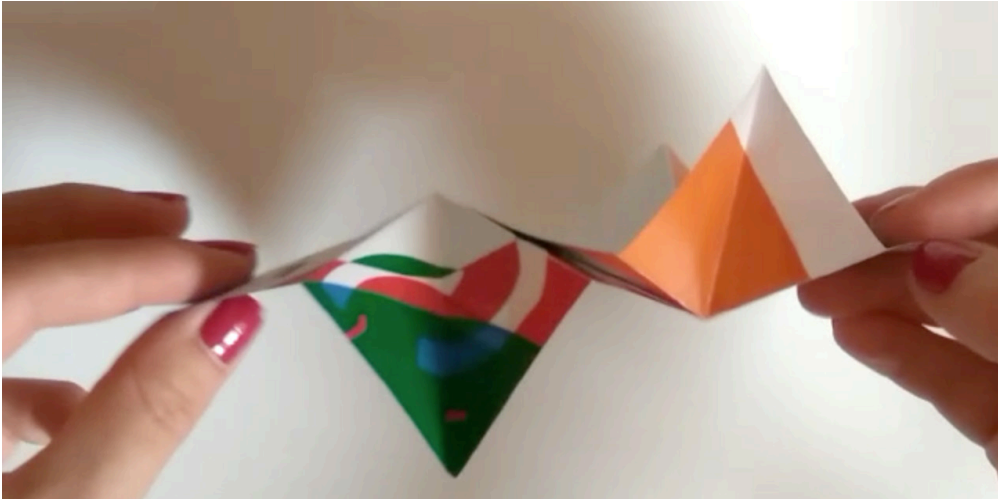
Ilustración "Na Zdravia" adaptada para joyería



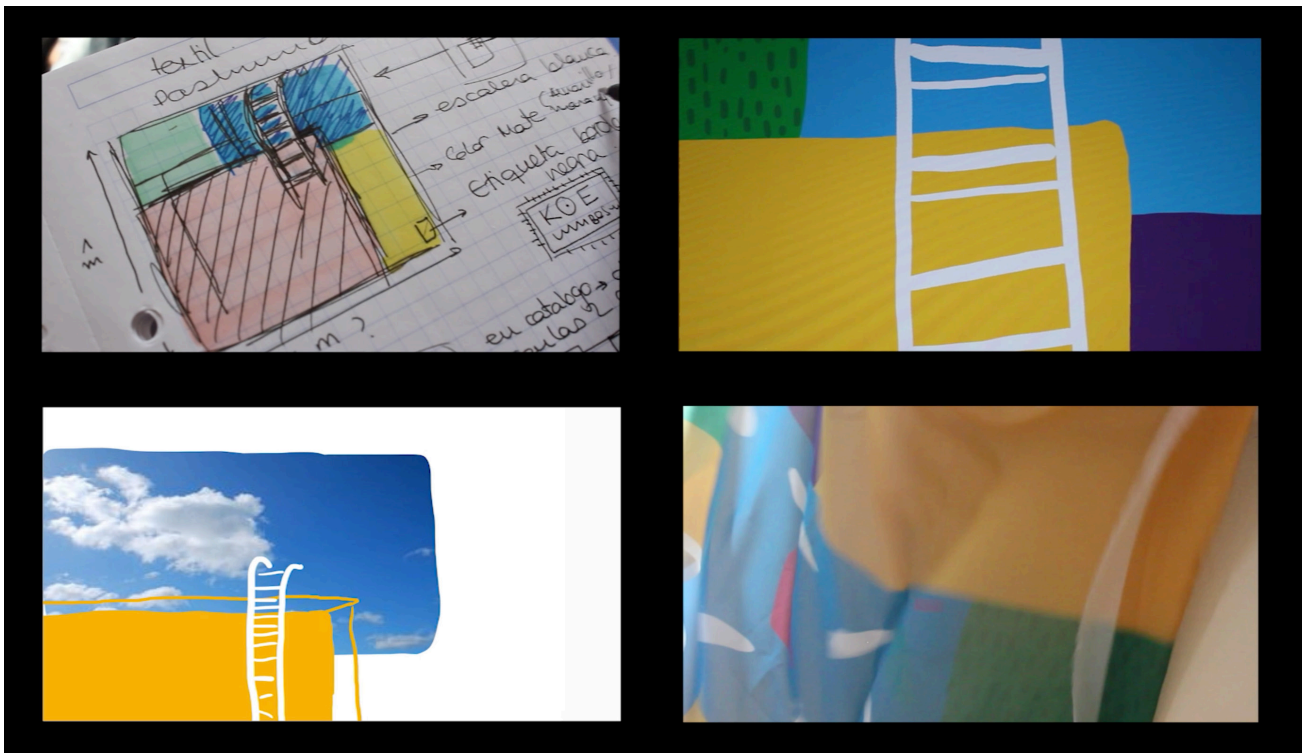
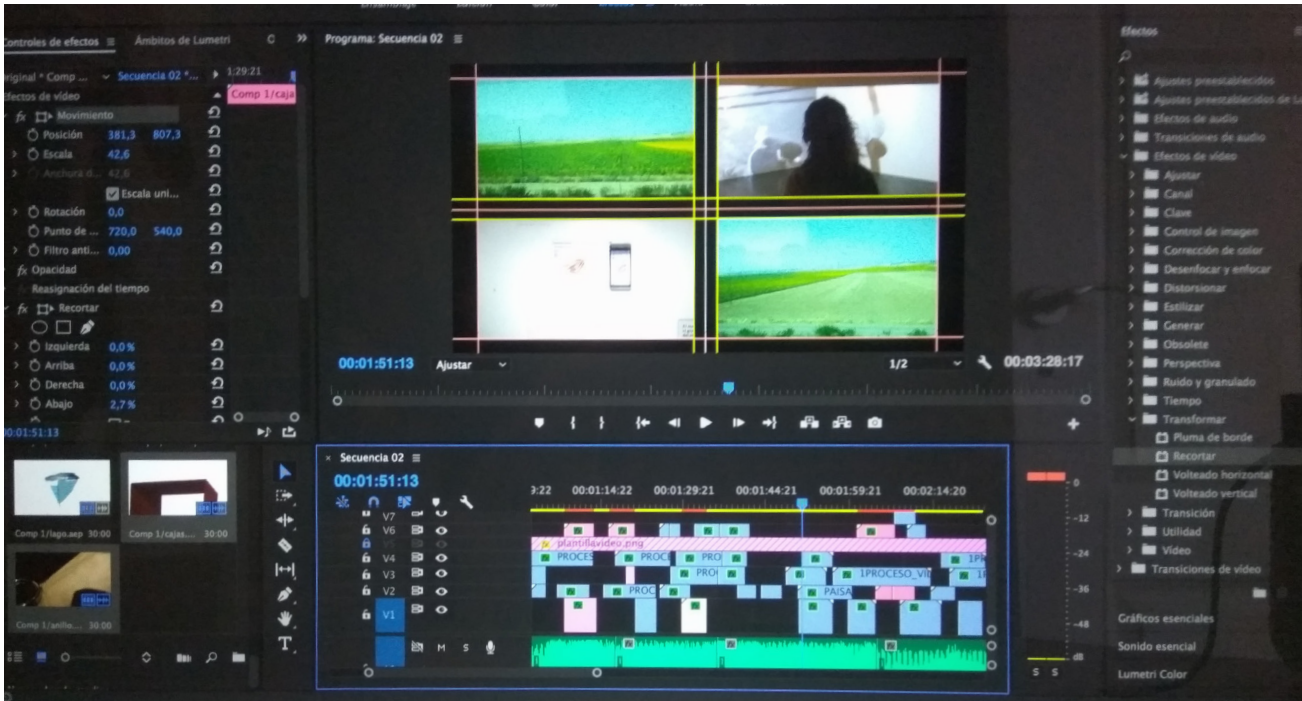
Ilustración "Colours on the road" adaptada a escapatismo



Propuesta de cartelería utilizando varias de las ilustraciones



Tarjetas de visita de mi marca



Proceso de creación del audiovisual

KÖE

BLASCO

Una de las fiermas de la marca, Koe Blasco

On the way and still at home by Sara Fernández Blasco is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License.

