

# TFG

---

**INEFABLE.**  
WEB INTERACTIVA

Presentado por Belén Costa Albero  
Tutor: Francisco Berenguer

Facultat de Belles Arts de Sant Carles  
Grado en Bellas Artes  
Curso 2019-2020



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA  
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

## RESUMEN

El presente texto versa sobre la realización de una página web a partir de un proyecto de videoarte basado en palabras que no tienen traducción a otros idiomas. En las siguientes páginas, desarrollaremos, por tanto, el proceso de elaboración de una web, desde la concepción de la idea hasta su difusión en redes sociales. Puesto que nos encontramos ante un proyecto que abarca muchas disciplinas, desde video hasta programación web, nos centraremos en los aspectos más relevantes y que más han influido en el desarrollo del mismo, a la vez intentaremos llegar a la conclusión de cómo las nuevas tecnologías y más específicamente Internet, ha dado paso a nuevos estilos y formas de arte.

### **PALABRAS CLAVE:**

Web art, Videoarte, Postproducción, Diseño, Programación.

## SUMMARY

This text is about creating a web page from a video project based on words that have no translation in other languages. In the following pages, we will carry out the process of developing a website, from the conception of the meaning until its dissemination on social media. Since we are facing a project that covers many disciplines, from video to web programming, we will focus on the most relevant aspects and those that have most influenced its development, likewise trying to reach the conclusion of how new technologies and more specifically the Internet led to new styles and different art forms.

### **KEYWORDS:**

Web art, Videoart, Postproduction, Design, Programming.

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco incondicionalmente y en primer lugar a mi pareja, Sergi Santamaría, por su apoyo incondicional y por su ayuda en este y en todos los proyectos en los que me he embarcado a lo largo de la carrera.

A mi tutor Francisco Berenguer, por su orientación y apoyo para sacar adelante este proyecto y animarme a seguir mejorando cada día.

A mi profesor de postproducción digital y efectos especiales, Adolfo Muñoz, por haberme dado las herramientas para realizar este proyecto, y exigirme el máximo.

A mis compañeros de Bellas Artes por haberme ayudado durante el rodaje del proyecto.

Por último, gracias a toda mi familia, en especial a mis padres, por animarme a sacar siempre el lado creativo y apoyarme en todas y cada una de las etapas de mi vida.

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>5</b>
<b>2. OBJETIVOS</b>	<b>6</b>
<b>3. METODOLOGÍA</b>	<b>7</b>
<b>4. ANTECEDENTES</b>	<b>8</b>
<b>5. DESARROLLO DEL PROYECTO</b>	<b>11</b>
<b>5.1. EL VIDEO Y LA POSTPRODUCCIÓN</b>	<b>11</b>
5.1.1. Referentes	11
5.1.2. Importancia de las palabras y el lenguaje Visual	15
5.1.3. Poesía visual	17
5.1.4. Simbología	18
5.1.5. Títulos de crédito	19
5.1.6. La postproducción digital	22
5.1.6.1. Búsqueda de imágenes	23
5.1.6.1. Búsqueda de imágenes	23
5.1.6.3. Efectos: blending modes	24
5.1.6.4. Proceso de montaje	24
5.1.7. Sonidos y efectos de sonido	27
<b>5.2. DISEÑO DE INTERFACES</b>	<b>28</b>
5.2.1. Referentes	28
5.2.2. Arquitectura de la información; diseño de interacción y UX	31
5.2.3. Diseño web	32
5.2.4. Creación de mockups y prototipo de navegación	33
<b>5.3. DESARROLLO DEL WEBSITE</b>	<b>35</b>
<b>5.4. PUBLICACION</b>	<b>40</b>
5.4.1. Dominio y Hosting web	40
5.4.2. Difusión en redes sociales	40
5.4.3. User Engagement	41
<b>6. CONCLUSIONES</b>	<b>42</b>
<b>7. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>43</b>
<b>8. ÍNDICE DE FIGURAS</b>	<b>46</b>
<b>9. ANEXOS</b>	<b>47</b>

# 1. INTRODUCCIÓN

El proyecto *inefable* es un proyecto que intenta mediante la imagen, llegar a la comprensión de algunas palabras que no tienen traducción a otros idiomas. Para ello se han llevado a cabo una serie de videos cortos (de 15 a 30 segundos) cuya finalidad es la de ilustrar estas palabras, de manera que cualquier persona pueda averiguar su significado, sin necesidad de una definición, solo mediante las imágenes. El “proyecto inefable” no deja de ser a su vez un proyecto de postproducción, y un ejercicio donde cada imagen, tipografía o sonido ha sido analizado y pensado para transportarnos a diferentes lugares. Este proyecto nace en un principio para ser expuesto en Internet, con la finalidad de que los usuarios puedan hacer una especie de viaje inmersivo a través de las imágenes y las palabras.

Si bien es cierto que no podemos entender este proyecto por separado, ya que todas las disciplinas en las que se centra están estrechamente relacionadas, sí que encontramos dos grandes bloques de trabajo. Un primer bloque que se centra en la parte de postproducción y que toca todos los aspectos relacionados con el video y un segundo bloque centrado en la parte de diseño y desarrollo web, en el que englobaremos la parte de maquetación, la construcción de difusión en redes sociales y el posterior análisis de los resultados.

El trabajo comenzó con la investigación de los referentes y de proyectos similares al planteado. Se desarrolló un *briefing* con la propuesta, los objetivos y la metodología de trabajo. Se planteó la estructura, la interacción y la experiencia de usuario que queríamos ofrecer en la web, haciendo un estudio sobre todo en la parte de diseño, para que, de esta manera, la web presentara un estilo acorde con el proyecto y que visualmente fuera atractiva para los usuarios. El primer bloque que se llevó a cabo fue la parte de postproducción, una vez concluido este proceso se llevó a cabo la maquetación y la construcción de la web en sí, para concluir con la fase final de análisis, en la que se realizaron una serie de pruebas para comprobar el funcionamiento de la web y los posibles errores.

## 2. OBJETIVOS

El principal objetivo de este proyecto es la realización de una página web para poder dar a conocer un proyecto de postproducción digital centrado en la relación entre las palabras y las imágenes.

Así mismo, existen otros objetivos que de forma paralela intentaremos conseguir y son los siguientes:

- Crear una web con un diseño óptimo, interactivo, funcional y atractivo para los usuarios. En definitiva, se trata de una web en la que el objetivo fundamental es que el usuario tenga una experiencia tanto visual como auditiva, así como en la interacción con los elementos que compondrán la página.

- Establecer unas bases para la realización de un proyecto web, desde la concepción de la idea hasta la publicación y difusión en redes sociales, pasando por el desarrollo a nivel técnico de una página web.

- Crear una web que se adapte a las necesidades de un producto con un diseño original y funcional.

- Conocer algunos referentes del mundo del videoarte, el net.art y el diseño.

- Llegar a la comprensión de cómo las nuevas tecnologías han dado lugar a nuevos estilos y formas de arte.

- A nivel filosófico hacer un descubrimiento de las culturas que nos rodean y de la riqueza e importancia que tienen.

### 3. METODOLOGÍA

El proceso de trabajo se ha desarrollado en dos partes, la primera parte centrada en la parte del video y la postproducción y una segunda parte que correspondería a la parte de diseño y desarrollo web.

La parte del video es la primera que se llevó a cabo. En primer lugar, se realizó una búsqueda de referentes, basada en estilos y artistas que estuvieran relacionados con el mundo del video, el cine y también la poesía visual, ya que estos son los estilos que a mi parecer más han influido a lo largo del desarrollo del proyecto.

El siguiente paso fue hacer un estudio previo de las palabras, en este estudio se analizó el significado de estas y la procedencia, así como las posibles simbologías que pudiesen tener

A continuación, y una vez concretadas todas las palabras, entraríamos de lleno en la búsqueda y selección de las imágenes. Algunas de estas imágenes están extraídas de bibliotecas de contenido y otras son material propio. Todo este proceso entraría dentro de lo que se conoce como preproducción

A partir de este punto empezaríamos con la postproducción: el montaje, los efectos y tipografías, y la música y los efectos de sonido.

Dejando de lado la parte de video nos centramos en la concepción de una página web que se adaptara a las necesidades del proyecto. Por un lado, tuvimos que hacer un prototipo de la web, para poder de esta manera tener una visión de cómo quedaría la web. En esta parte también se realizó un estudio previo de las tendencias de diseño web, así como de posibles referentes y páginas web similares a nuestro proyecto.

A continuación, procederíamos a empezar a desarrollar la web; esta parte es la más costosa, ya que es una tarea que requiere de mucho tiempo y dedicación. Se empezó por dar la estructura al proyecto con HTML5, para posteriormente dar estilo con CSS y JavaScript para realizar algunas animaciones y funciones dentro de la página. A lo largo de este proceso se llevaron a cabo una serie de pruebas para solucionar errores tanto de diseño como de interacción o funcionalidad (probar la página en diferentes dispositivos, resoluciones y navegadores)

La parte final fue la publicación y difusión en redes sociales, y el análisis posterior de los resultados y del efecto causado en los usuarios.

## 4. ANTECEDENTES

Los referentes que veremos a lo largo del proyecto están escogidos teniendo en cuenta, en primer lugar, que existe una clara división en el proyecto, entre lo que vendría a ser la parte de video y por otro lado la parte que toca aspectos más relacionados con la web y la interacción en la misma. Por ese motivo la búsqueda de antecedentes no se ha podido ajustar a un solo estilo, sino a la diversidad de estilos que nacen a partir del nacimiento de las nuevas tecnologías. Por otra parte, el tema del proyecto al estar estrechamente relacionado con las palabras también toca muy de cerca la poesía visual y veremos algunos de sus más importantes representantes.

Cuando hablamos de web art nos estamos refiriendo a toda aquella práctica que utiliza la plataforma de Internet para ejecutar obras y que generalmente suele tener componentes interactivos. No obstante, hay que hacer una distinción entre lo que sería web art o arte en la red y net.art o arte de red ya que estamos hablando de conceptos distintos. En el primer caso hablamos de un arte concebido en otro medio, ya sea, pintura, escultura, dibujo... y que utiliza la red como medio de difusión o exhibición. Por otro lado, cuando hablamos de net.art estamos hablando de un arte que desde un primer momento es concebido *en y para* la red y no tendría sentido en cualquier otro contexto.

El net.art nace a mediados de los años noventa como un movimiento de reivindicación artística. Comienza a tomar fuerza a partir de la World Wide Web (www) y la Internet 2.0 que posibilitó la interactividad y el uso público de las posibilidades hipermediáticas del sistema. Surge como un arte en el que lo importante era explorar el medio y las obras que nos encontramos están enfocadas a la experimentación de las distintas posibilidades que ofrecía Internet.

José Luis Brea lo define de la siguiente manera: “Como poco, podemos decir que net.art es sólo aquél tan específicamente producido para darse en la red que cualquier presencia suya en otro contexto de recepción se evidenciaría absurda -cuando no impensable. Pero nos gusta apretar aún más: net.art no es simplemente aquél que se produce para un medio de comunicación específico novedoso, en este caso la red, sino, vuelta de tuerca más, aquél que invierte el total de su energía en la producción de dicha media.”<sup>1</sup>

---

1. BREA, José Luis. *La era Postmedia*. Salamanca: Consorcio Salamanca, 2002, p. 7.

Estas son algunas de las características que presentan las obras pertenecientes a este estilo, aunque cabe destacar que muchas veces estas características no son excluyentes y en la práctica se pueden dar combinaciones y entrecruzamientos entre ellas

- Obras cerradas que apelan al movimiento de las imágenes y al sonido y a reacciones imprevisibles de los contenidos en pantalla pero que no abren posibilidades de interacción.
- Obras abiertas en las cuales el usuario puede modificar el orden de los contenidos
- Obras abiertas en las cuales el usuario puede agregar datos o recursos sonoros, textuales o audiovisuales para construir una obra colectiva.
- Narrativas navegables, no lineales e hipertextuales donde el espectador o usuario puede interactuar con los contenidos, generalmente ficcionales o poéticas
- Obras en las cuales los usuarios pueden manipular vía Internet sistemas robóticos que modifican una obra emplazada en un sitio específico.
- Hackerismo, como intervención artística en sitios determinados, generalmente de instituciones conservadoras o reaccionarias al cambio social y político.
- Reapropiación, como la utilización de datos, incluyendo videos, textos y sonidos, que existen en la web, para resignificarlos en una nueva obra.

Fernando Tejerizo en *El net.art la estética de la red* nos habla sobre el net.art y considera lo siguiente: "tanto las obras de net.art como todo lo que esté relacionado con ellas (por tanto, también la cultura en la que se encuentran y que generan) probablemente se diluirá en la realidad de cada día, de tal modo que ya no habrá un discurso separado entre el net.art y otras formas artísticas, como hoy ya casi está sucediendo. Muchas disciplinas se 'conectarán' a la red y los discursos, tradiciones, estilos se entremezclarán tanto, que seguramente se desarrollará una especie de nostalgia para preservar el término net.art."<sup>2</sup>

Si nos centramos en el apartado del video, tenemos que mencionar en primer lugar el videoarte, ya que es un arte que está relacionado estrechamente con las nuevas tecnologías.

El videoarte nace a mediados de los 60 y se define como toda aquella actividad que utiliza la captura, creación o manipulación de imágenes y sonidos generados por medios electrónicos o digitales.

---

2. TEJERIZO, Fernando. *“El net.art: la estética de la red”*, 2014. [en línea], pp.1-10.

Desde su origen siempre se ha visto como una crítica activa contra los medios de comunicación masiva (sobre todo la TV) y propone la exploración de recursos y medios propios de la imagen y el sonido electrónico, como nuevas formas de representación audiovisual que a la vez, pueden ser consideradas como continuidad de las experiencias cinematográficas.

El videoarte se encuentra muy vinculado a las nuevas tecnologías y gracias a éstas pueden transmitirse con rapidez a cualquier lugar del mundo, sobre todo con la llegada de Internet y es por ello por lo que encontramos ambas disciplinas muy relacionadas entre sí.

Es por este motivo que, aunque localizamos diferencias entre ambos estilos, pasa a veces que no podemos encasillar una obra en un solo estilo, ya que todo se encuentra dentro de un concepto mucho más amplio: el arte digital o new media art, donde convergen múltiples disciplinas artísticas, instalaciones multimedia, arte interactivo, net.art, Realidad Aumentada, media performances entre otras tantas.

“Los medios digitales han generado formas de arte hasta ahora inimaginables, han ofrecido nuevas posibilidades a las tradicionales y ya están integrados en la creación contemporánea. Su carácter dinámico y mutante deja presagiar un largo y apasionante camino.”<sup>3</sup>

Por último y al no haber centrado la búsqueda de referentes en un solo estilo, no podemos entender este proyecto sin tener en cuenta que al fin y al cabo gran parte de este proyecto se centra en la postproducción y el diseño. Por este motivo también encontramos como referentes a grandes diseñadores y artistas gráficos que se centran en la parte gráfica de cualquier proyecto. En el apartado de referentes encontraremos por esta parte algunos diseñadores web que han tenido cierta relevancia en el mundo del diseño web o personajes como Saul Bass que llevaron el diseño de los títulos de crédito a otro nivel.

---

3. BOSCO, Roberta. La revolución digital [en línea] *El País*, 21 oct 2006.

## 5. DESARROLLO DEL PROYECTO

### 5.1. VIDEO Y POSTPRODUCCIÓN

Este apartado está dedicado a la parte del video, y todo lo relacionado con él, por lo que nos centraremos sobre todo en la postproducción y todos los conceptos que van asociados: el montaje, los efectos, las tipografías, el sonido. También nos centraremos en la estrecha relación entre las palabras y las imágenes a partir de obras y artistas relacionados con la poesía visual o otros estilos similares.

#### 5.1.1. Referentes

Las características del proyecto, en torno al videoarte, la postproducción, además de otras disciplinas como serían el cine y que tocan muy de cerca todo lo relacionado con el video, hacen necesario considerar diversos referentes teniendo en cuenta las diferentes obras, tendencias y artistas de las que me he visto influida a lo largo del desarrollo del proyecto. Aunque algunos de los referentes puede que se encuentren enmarcados dentro de varias tendencias o estilos artísticos (ya que nos encontramos frente a un arte que tiene tendencia a ser cambiante y muchas veces da lugar a hibridaciones) cada uno de ellos me ha aportado una visión diferente a la hora de encarar el proyecto ya sea desde un punto de vista estético, formal o conceptual.

#### **Nam June Paik**

Considerado por muchos el padre del videoarte. Creó un gran número de trabajos que incluyen desde esculturas de video, instalaciones, performances, vídeos y programas de televisión dando inicio al arte relacionado con medios electrónicos. Tiene una presencia e influencia global, y su arte innovador y las ideas visionarias siguen inspirando a una nueva generación de artistas. En el aspecto formal me he visto influenciada por su idea de la utilización de los medios digitales.

“Nuestra vida es mitad natural y mitad tecnológica. Mitad y mitad es bueno. No se puede negar que la alta tecnología es progreso. Lo necesitamos para trabajos. Sin embargo, si solo haces alta tecnología, haces la guerra. Por lo tanto, debemos tener un elemento humano fuerte para mantener la modestia y la vida natural”<sup>4</sup>

---

4. NAM JUNE PAIK 1970s Fuente: Douglas C. McGill, ART PEOPLE, *New York Times*, October 3, 1986, section C, p. 26.

### Herman Kolgen

Posiblemente uno de los artistas de Videoarte que más ha influenciado a nivel formal este proyecto es Herman Kolgen. El trabajo de Kolgen explora a través de propuestas audio-cinéticas la noción de territorio y las relaciones de fuerza que suceden en éste. Hay en su trabajo una búsqueda que conjuga lo estético, lo tecnológico y lo profundamente conceptual, creando piezas ambiguas, desconcertantes, que en muchos casos permite hacer visible lo invisible. Trabaja en la frontera en la que se encuentran todos los medios de comunicación, desarrollando un nuevo lenguaje técnico y estético. Lo que a mi parecer más llama la atención en su trabajo son los sonidos e imágenes llenos de interferencias que nos hacen pensar de manera inmediata en la tecnología y en todo lo relacionado con ésta. Algunas de las obras más importantes son *Seismik*, *Aftershok* o *Impakt*.



Fig. 1.  
*Aftershok*, 2016. Herman Kolgen

Fig. 2.  
*Seismik*, 2014. Herman Kolgen





Fig. 5.  
Fotografía en blanco y negro de  
Chema Madoz

Fig. 6.  
Fotografía en blanco y negro de  
Chema Madoz



### Saul Bass

Antes de que Saul Bass llegara a Hollywood, los grandes estudios no solían conceder una excesiva importancia a los títulos de apertura de sus producciones. Empezó trabajando en diseño publicitario, en importantes agencias, pero pronto su talento atrajo la atención del mundo del cine. Entre los años cuarenta y los noventa, diseñó rupturistas e innovadores carteles, secuencias de créditos o tráileres para algunas obras maestras de Hollywood. Bass consiguió captar el interés del gran público sin renunciar a la exigencia artística. En sus obras se adivinaba la influencia del arte modernista, el expresionismo, el constructivismo ruso o la escuela Bauhaus. Sus sugerentes tipografías, los atractivos simbolismos, las atrevidas y concisas siluetas y geometrías eran dignas de figurar en cualquier museo del diseño. Al mismo tiempo, sus piezas eran expresiones rotundas de un puro arte popular, creado para captar la atención de las masas. A él debemos los créditos de películas como *El hombre del brazo de oro*, *Espartaco*, *West Side Story* o *Vértigo* entre otros.

Ha sido un gran referente tanto a nivel conceptual como de diseño ya que la idea se basa en el concepto de tomar unos créditos (que no dejan de ser palabras) y convertirlos en una especie de proyecto artístico en el que se ha considerado de gran importancia la relación entre las imágenes, las tipografías y los significados.

### 5.1.2. Importancia de las palabras y el lenguaje visual

El lenguaje visual es un sistema de comunicación que utiliza las imágenes como medio de expresión. Podemos por tanto considerar como lenguaje visual toda aquella información que nos entra por los ojos y podemos procesar. El lenguaje visual utiliza un lenguaje que tiene un código con unas bases comunes que dependen en gran parte del contexto y de la persona que lo lea. Esto es lo que se conoce como percepción visual. Según Cecilia M. Alonso *“La percepción visual es la interpretación o discriminación de los estímulos externos visuales relacionados con el conocimiento previo y estado emocional del individuo.”*<sup>5</sup>

Podemos encontrar diferentes clases de lenguaje visual,

- Objetivo: transmite información con una sola interpretación.
- Publicitario: el objetivo es informar u/o convencer con la finalidad de vender un producto o servicio.
- Artístico: tiene una función estética con un mensaje más libre que puede dar lugar a diversas interpretaciones.

En el caso de este proyecto estamos hablando de un lenguaje visual artístico, que lo que busca es crear una serie de sensaciones en el espectador -o en el internauta en este caso- para de esta forma poder llegar a la comprensión de las palabras por medio de las imágenes. La complejidad en este caso reside en encontrar un término medio, entre un lenguaje objetivo que se pueda relacionar fácilmente con su significado, pero a la vez pueda también dar lugar a cierto grado de interpretación. Esta dificultad se debe en gran medida a que como hemos dicho con anterioridad, las imágenes dependen en gran medida del contexto y la situación, así como de las experiencias anteriores. Todo lo mencionado influye en la percepción visual. Para esclarecer esto podemos hacer una comparación entre el lenguaje escrito o hablado y el lenguaje visual:

Cuando leemos un texto escrito o hablamos, la construcción de sentido e interpretación se hace de manera lineal y cronológica, cosa que no pasa en la lectura de las imágenes ya que toda la información nos llega de golpe, no hay linealidad ni cronología, sino que todo es instantáneo. Esto hace que la lectura de las imágenes sea algo que dé lugar en muchos casos a segundas lecturas o interpretaciones.

Por otra parte, hay que tener en cuenta también que las imágenes en sí mismas son una representación de una parte de la realidad, no son la realidad.

*“La imagen percibida, no la pintura, es la obra de arte”*<sup>6</sup>

5. ALONSO, Cecilia. *Percepción visual: Apuntes* [en línea]. Editado por Bruce Goldstein, 2011, p.8 [consulta: 6 junio 2020] Disponible en: <https://es.calameo.com/read/000710094974b208123ec>  
6. ARHEIM, R. *Arte y percepción visual*. Madrid: Alianza Editorial, 1979, p.32.

Un claro ejemplo que alude a esta idea lo encontramos en la conocida obra de Magritte *Ceci n'est pas une pipe*. A partir de esta obra no podemos evitar hacernos una serie de cuestiones que casi rallan lo paradójico. ¿La imagen es sólo una representación de un objeto y por tanto podemos afirmar que no es una pipa realmente? ¿O sería absurdo pensar que una imagen tan simple y evidente no quiere reflejar lo que vemos? Podemos divagar y llegar a muchas conclusiones, pero una de las más acertadas sería la de que el dibujo y su leyenda representan la importancia de la subjetividad de los observadores en el entendimiento del arte plástico.<sup>7</sup>

Fig. 7.  
*Esto no es una pipa*, 1929.  
René Magritte



Finalmente, en este apartado quiero establecer también una relación entre el lenguaje escrito y el lenguaje que utiliza el cine (en este caso el video) ya que este proyecto en su síntesis se centra en aunar ambas artes. Esta relación se establece de forma muy clara con la siguiente reflexión de Pasolini y Rohmer

“Creo que una reflexión sobre el cine como lengua expresiva no puede comenzar actualmente sin tener al menos presente la terminología de la semiótica. Porque, en términos muy simples, el problema es éste: mientras los lenguajes literarios fundan sus invenciones poéticas sobre una base institucional de lengua instrumental, posesión común de todos los parlantes, los lenguajes cinematográficos no parecen fundarse sobre nada: no tienen, como base real, ninguna lengua comunicativa.

7. FOCCAULT, Michel. *Esto no es una pipa. Ensayo sobre Magritte*. Barcelona: Anagrama, 1981, pp. 31-45.

Por consiguiente, los lenguajes literarios aparecen inmediatamente válidos en cuanto actuación al máximo nivel civil de un instrumento (un puro y simple instrumento) que sirve efectivamente para comunicar. En cambio, la comunicación cinematográfica sería arbitraria y aberrante, sin precedentes instrumentales efectivos, de los cuales todos sean normales usuarios. En suma, los hombres comunican con las palabras, no con las imágenes: por consiguiente, un lenguaje específico de imágenes se presentaría como una pura y artificial abstracción. Si, como parece, este razonamiento fuese justo, el cine no podría existir físicamente: o, de existir, sería una monstruosidad, una serie de signos insignificantes. No obstante, el cine comunica. Quiere decir que también él se basa en un patrimonio de signos comunes. La semiótica se sitúa imparcialmente frente a los sistemas de signos: habla de ‘sistemas de signos lingüísticos’, por ejemplo, porque existen, pero esto no excluye en absoluto que se puedan presentar teóricamente otros sistemas de signos. Supongamos: sistemas de signos mímicos. Es más, en la realidad, al integrar la lengua hablada, debe invocarse efectivamente un sistema de signos mímicos.”<sup>8</sup>

### 5.1.3. Poesía Visual

En este apartado nos centraremos en la relación desde el punto de vista artístico entre las palabras y las imágenes, tomando como referencia la poesía visual.

La interpretación visual o pictórica de cualquier género narrativo siempre ha causado una cierta fascinación, quizás porque la necesidad de evocar imágenes mediante las letras da como resultado una representación mucho más instantánea y que da lugar a la interpretación.

Si bien los orígenes de la poesía visual tratan de épocas muy tempranas, el desarrollo de la poesía visual se inicia a finales del siglo XIX con las vanguardias<sup>7</sup> y es a partir de estas como podemos entender las relaciones entre el texto y la imagen. En la poesía visual, las imágenes definen el poema y viceversa, convirtiéndose en un híbrido curioso y, ante todo, muy visual. Los ejemplos pueden ir desde un *collage* elaborado a partir de los versos de un escrito hasta una imagen que por sí sola define la intención del poema, buen ejemplo de ello lo encontramos en la poesía visual de Chema Madoz.

Tras la llegada del siglo XXI y la consolidación de las nuevas tecnologías, la poesía visual ha pasado a ser conocida también como ciber-poesía o incluso poesía electrónica, dadas las muchas posibilidades que esta ofrece en redes sociales y, especialmente, entre ilustradores o diseñadores gráficos

8. PASOLINI, Pier y ROHMER, Eric. *Cine de poesía contra cine de prosa*. Barcelona: Editorial Anagrama, 1970, pp. 9-1.

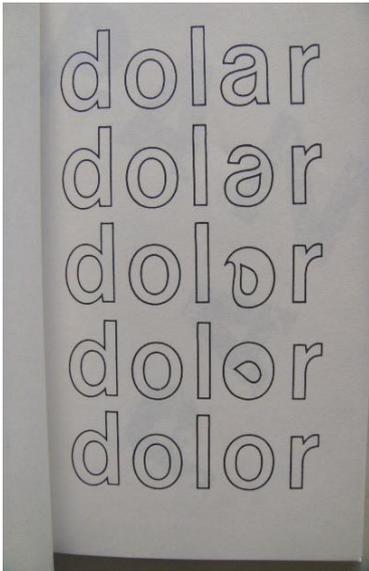


Fig. 8.  
Poemas para (h)ojear. 1972-  
1992. Clemente Padín



Fig. 9.  
Consumismo (Poema visual)

#### 5.1.4. Simbología

Hay que tener en cuenta también que las imágenes tienen diferentes grados de iconicidad (grado de semejanza de una imagen, relación de apariencias entre la propia imagen y su objeto) y simbología (signos que representan una realidad de forma abstracta, fundamentándose en unas ideas que han de ser conocidas para comprender su significado)

En el caso de este proyecto hay algunas simbologías en las imágenes que nos encontramos en los diferentes videos, esto hace que cada video pueda tener diferentes lecturas para una persona u otra, pero se ha intentado que estas imágenes nos remitan a unas sensaciones y pensamientos asociados a una palabra de manera que cualquier persona pueda llegar a entender esa palabra solo con las imágenes. Por ejemplo, la palabra *inmarcesible* significa algo que no se puede marchitar Si bien está relacionado con la palabra marchitar (cuando nos referimos a una planta) suele utilizarse para conceptos más ambiguos relacionados sobre todo con los sentimientos, por ejemplo, el amor de una persona hacia otra. En este video hemos utilizado la imagen de una rosa en llamas ya que el fuego en la mayoría de las culturas está relacionado con la pasión y con la idea de la llama del amor que siempre se mantiene encendida. Según el Yi King “el fuego corresponde al sur, al color rojo, al verano y al corazón. También a las pasiones, sobre todo al amor y la cólera”<sup>9</sup>

Otro de los símbolos lo encontraríamos en el video que hace referencia a la palabra *Gamán*, que podría traducirse como la determinación para afrontar los desafíos de la vida, sobrellevar los obstáculos y persistir en el intento con paciencia y dignidad. En este video podemos ver dos carpas, esto se trataría de un símbolo ya que esta palabra va muy asociada con la carpa, un animal con gran simbología en la cultura japonesa ya que es un pez que nada contracorriente sin desfallecer, por lo que simboliza perfectamente el espíritu del Gamán

9. Anónimo. *Yi King. Libro de las mutaciones*. Editado por José J. de Olañeta, 2005, p.79.

### 5.1.5. Los Títulos de crédito

Como hemos adelantado con anterioridad, los títulos de crédito han sido una gran influencia en este proyecto. Estas pequeñas producciones se han convertido en parte fundamental dentro de cualquier serie o películas, son como pequeñas películas dentro de las películas, en muchos casos nos hacen a la vez un resumen de lo que vamos a ver y convierten el frecuente trámite de los títulos de crédito en un arte en sí mismo.

En las primeras etapas del cine los créditos iniciales eran un mero trámite sin importancia. No es sino con la llegada de Saul Bass cuando esto empieza a cambiar. A lo largo de su carrera, Bass trabajó con muchos directores importantes, como Stanley Kubrick, Robert Wise y Edward Dmytryk entre otros. Pero si hay un nombre con el que relacionamos a este diseñador es sin duda el del director Alfred Hitchcock, pues es a partir de sus primeras colaboraciones cuando realmente los créditos iniciales pasan a ser parte fundamental de las producciones de Hollywood, y se vislumbra una preocupación por la estética de los créditos. Podemos ver un claro ejemplo de ello en *Vértigo* o *Con la muerte en los talones* en los que podemos observar unos créditos dinámicos con líneas horizontales y verticales que irrumpían y desaparecían al ritmo de la música. Esta misma estrategia la aplicó a su última colaboración con Hitchcock en los créditos de *Psicosis* (1960), donde las líneas y los carteles con los nombres del equipo técnico y artístico se alteraban bruscamente, como si fueran piezas desenchajadas de un puzzle, para sugerir el estado emocional distorsionado de su protagonista, el psicópata Norman Bates.<sup>10</sup>

Fig. 10. Saul Bass. Fragmento de los títulos de los títulos de crédito de la película *Psicosis* de Alfred Hitchcock.



10. BASS Jennifer y KIRKHAM, Pat. *Saul Bass A Life in Film and Design*. London: Laurence King, 2011, pp. 22-33.

Es a partir de este momento cuando los títulos de crédito empiezan a tener una función relevante. Podemos encontrar muchos ejemplos en la historia del cine: los créditos de *Alien*, cuya tipografía recordamos todos, *Sherlock Holmes* de 2009 o *Seven* cuyos créditos iniciales son un preámbulo a la película y podemos hacernos una idea de lo que veremos a continuación. A pesar de tratarse de proyectos muy diferentes todos tienen una característica común, y es que nada es al azar, sino que hay un estudio previo (de las imágenes, la tipografía, la música) basado en el contenido de la serie, su estilo, los personajes...

Esto se ve todavía más acrecentado con la llegada de las series de tv de los 2000 (*Breaking Bad*, *Walking dead*, *Dexter*, *A dos metros bajo tierra*...) llegando a su máximo esplendor con mega-producciones tales como *Juego de tronos*, la mítica serie de HBO en cuyos títulos de créditos podemos hacernos una idea del despliegue de medios que tiene una serie de tal calibre.

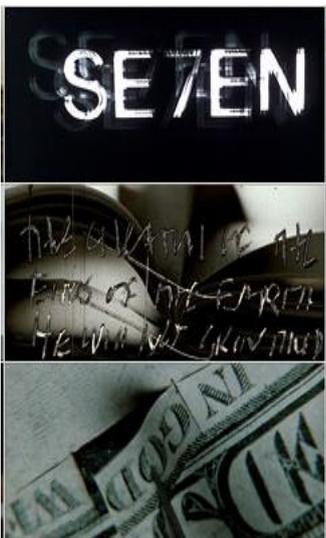


Fig. 11.  
Diversos fragmentos de los créditos iniciales de la película *Seven*

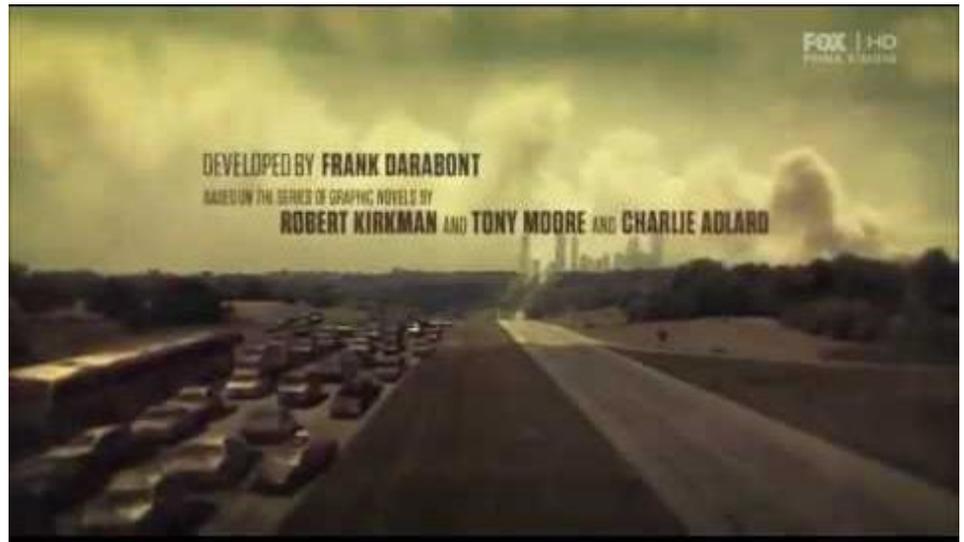


Fig. 12.  
Fragmento de los títulos de crédito de la serie *The Walking dead*



Fig. 13.  
Fragmento de los créditos iniciales de la serie de HBO *Juego de Tronos*.

Para este proyecto por mi parte me he basado en gran parte en los créditos de *True detective* ya que en ellos se utilizan los modos de fusión dando lugar una serie de imágenes que se entremezclan entre sí creando significados que se pueden asociar al carácter o las acciones de los personajes



Fig. 14.  
Fragmento de los títulos de crédito  
de la serie *True detective*



Fig. 15.  
Fragmento de los títulos de crédito  
de la serie *True detective*

### 5.1.6 La postproducción digital

La postproducción es la última etapa de cualquier proyecto audiovisual y consiste en la manipulación de material audiovisual, digital o analógico. En definitiva, podríamos definirlo como el conjunto de procesos y técnicas que se llevan a cabo una vez concluido el rodaje o producción hasta lograr el resultado final.

Nicolas Bourriaud, nos explica que este conjunto de procesos es desde el montaje hasta los efectos especiales. Además, nos expone también que la característica esencial de todas las prácticas artísticas de este estilo es que pese a tratarse de obras que formalmente pueden ser muy heterogéneas tienen en común el hecho de recurrir a formas ya producidas. Ya no se trata de crear a partir de un material virgen, sino de hallar un modo de inserción en los innumerables flujos de la producción, de pensar qué hacer con un material preexistente.

“Post producción es un término técnico utilizado en el mundo de la televisión, el cine y el video. Designa el conjunto de procesos efectuados sobre un material grabado: el montaje, la inclusión de otras fuentes visuales o sonoras, el subtítulo, las voces en off, y los efectos especiales.”<sup>11</sup>

Las obras que nos encontramos tienen ciertas características. Intentan reprogramar obras existentes y darles otros significados y sentidos. Son una manera de habitar estilos y formas historiadas. Se hacen uso de las imágenes para ellos, además de utilizar la sociedad como repertorio de las formas. La postproducción está muy vinculada a las nuevas tecnologías y los medios masivos y es en estos donde tienen más capacidad de difusión ya que pueden distribuirse de manera rápida y eficaz a cualquier parte del mundo

“Las cosas y las ideas brotan o crecen por el medio, y es allí donde hay que instalarse, es siempre allí donde se hace un pliegue. La Pregunta artística ya no es: qué es lo nuevo que se puede hacer, sino más bien: ¿qué se puede hacer con? Vale decir: ¿cómo producir la singularidad, ¿cómo elaborar el sentido a partir de esa masa caótica de objetos, nombres propios y referencias que constituye nuestro ámbito cotidiano? De modo que los artistas actuales programan formas antes que componerlas; más que transfigurar un elemento en bruto utilizan lo dado.”<sup>12</sup>

---

11. BOURRIAUD, Nicolas. *Post producción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo*. Madrid: Adriana Hidalgo, 2000, p.8.

12. DELEUZE, Gilles. *Pourparlers*. Paris: Les éditions de minuit, 1972-1990, p.219.

### 5.1.6.1 Búsqueda de imágenes

Existen muchas plataformas a la hora de conseguir contenido visual, esto es lo que se conoce como bibliotecas de imágenes, plataformas que nos ofrecen de manera gratuita o pagando un módico precio contenido libre de copyright. Es fundamental conocer estas librerías ya que podemos utilizar muchas imágenes para nuestros proyectos sin derechos de autor.

Pasa que a veces no encontramos exactamente el material que buscamos y es en ese caso cuando tenemos que recurrir a la grabación de material propio. Este material fue grabado en el estudio de croma que dispone la facultad de Bellas artes. A la hora de grabar en un estudio de croma lo que hay que tener en cuenta es, sobre todo la iluminación porque es lo que realmente diferenciará un resultado amateur de uno profesional, además de que nos puede dar muchos problemas en el momento de montar el video y añadir los efectos.



Fig. 16.  
Plano de la grabación de imágenes para el proyecto en el estudio de croma



Fig. 17.  
Set de grabación de la facultad de Bellas artes de la UPV

### 5.1.6.2. Tipos de montaje

En el ámbito creativo encontramos tres tipos de montaje

- Montaje ideológico: Pretende utilizar las emociones, basándose en símbolos, gestos, etc.
- Montaje creativo: Es la operación de ordenar sin tener en cuenta una determinada cronología, sino como recurso visual.
- Montaje poético: Muy similar al creativo. Pretende una métrica, una estética determinada, ajena a la cronología y a la narratividad

En el caso que nos ocupa, al tratarse de un montaje creativo no hay una preocupación por construir una historia, si no más bien por crear una serie de sensaciones y relacionar las imágenes a un significado el cual dependerá en gran parte de persona que lo esté mirando

**5.1.6.3. Efectos: blending modes**

Como he expuesto con anterioridad he recurrido en muchos de los casos a los modos de fusión ya que se pueden crear muchos y variados efectos.

Los modos de fusión de capas controlan cómo se fusiona o interactúa cada capa con las capas inferiores. Por lo tanto, para utilizarlas debe de haber al menos dos capas en nuestro proyecto. Existen diferentes modos de fusión y el resultado final dependerá de cómo los utilicemos, pero es cuestión de práctica y a veces de investigar y hacer pruebas hasta conseguir el deseado.

**5.1.6.4. Proceso de montaje**

La parte de montaje es una tarea que requiere mucho tiempo y dedicación sobre todo si queremos conseguir unos efectos profesionales. Hay muchos programas de edición de video. En mi caso este proceso fue llevado a cabo en su mayor parte con el programa After effects ya que es un programa con muchos recursos, que permite desde llevar a cabo todos los procesos y añadir efectos, hasta animar textos

Debo antes de todo hacer un inciso y es que una de las cosas más importantes a la hora de llevar a cabo un proyecto audiovisual es el tener bien organizadas las diferentes carpetas y poner nombres a los archivos que podamos identificar fácilmente ya que de otra manera nos podemos encontrar en la dificultad de saber cuál es cada video ya que es una cantidad considerable.

Para este proyecto decidí ir haciendo cada video por separado. A continuación, voy a describir el proceso para la realización de cada uno de los videos que componen el proyecto ya que cada uno está realizado de manera diferente según el previo estudio de las palabras y la idea que tenía en mente

*Wanderlust: el fuerte deseo de conocer y explorar el mundo*

Con el rastreador de cámara puse un texto y una cámara para que pareciera que el texto formara parte del paisaje (he duplicado el texto poniéndolo de color negro y cambiando la orientación y la opacidad para simular la sombra)

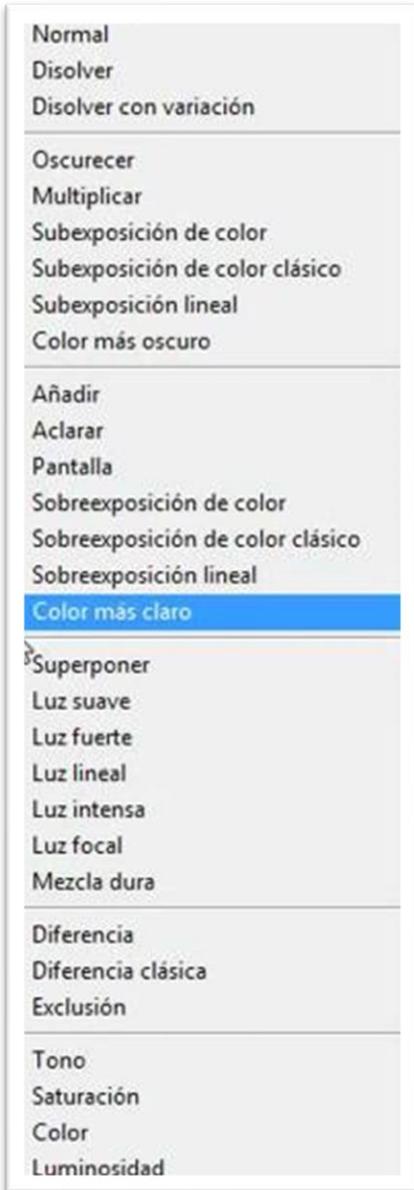


Fig. 18. Tabla de modos de fusión disponibles en After effects

Fig. 19. Fragmento del proceso de edición en after effects de la palabra Wanderlust



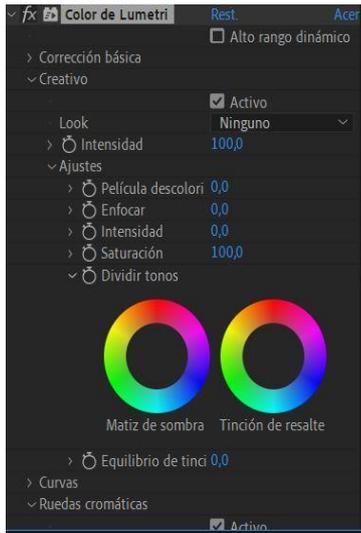


Fig. 20.  
Ejemplo de la utilización del efecto *Color de Lumetri* en after effects

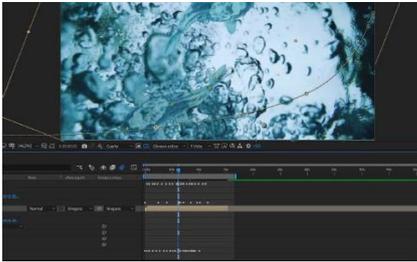
Fig. 21.  
Fragmento de la edición en after effects de la palabra *Fernweh*

Fig. 22.  
Resultado final después de la edición del video realizado para la palabra *Mangata*.

*Fernweh: sentir nostalgia de un lugar en el que nunca has estado*  
Para esta palabra quería utilizar un video de algún paisaje exótico. Le he puesto un mate alpha del vídeo de la chica y he hecho lo mismo con las letras.

*Kilig: cuando sientes mariposas en el estómago al ver a una persona.*  
Para esta composición he utilizado también los *blendig modes*, pero he jugado mucho con los colores utilizando el efecto "color de Lumetri"

*Mangata: el reflejo de la luna brillando en el agua*  
Lo primero fue quitar el croma del video (que habíamos grabado con anterioridad en el estudio de Croma) luego añadir las imágenes de la luna y el agua con un mate alpha (pantalla) y una máscara de capa con calado para que el efecto estuviera más difuminado



*Gamán: Nadar contra la corriente a pesar de las adversidades*

Lo más costoso de esta composición fue animar los dibujos de los peces mediante la herramienta *papper tools* para que el movimiento fuera lo más natural posible. Luego le he añadido la imagen del agua para que pareciera más realista



*Viraha: descubrimiento del amor a través de la separación*

Uno de los que más me costó sobre todo a la hora de grabar. Esta realizado con un mate alpha con efecto pantalla ya que este era el que creaba el efecto de velo que buscaba.



*Inmarcesible: Que no se puede marchitar*

En este caso en el modo de fusión he optado por un mate alfa con subexposición de color



*Ramé: algo que es caótico y hermoso al mismo tiempo*

Para esta composición he utilizado el mate alfa Añadir combinado las capas con diferentes opacidades.



*Connuovere: cuando una historia te conmueve al punto de provocarte lágrimas*

El modo de fusión es el de pantalla para que de este modo se puedan apreciar los dos videos. Para que el video en el que parece el libro no sobresaliera de la cara de la chica se ha tenido que crear y animar una máscara de capa.

*Engentado: sentir deseos de estar a solas*

Para esta composición he utilizado el efecto *definir canales* (duplicando las tres capas del video y a cada una de ellas dejando un solo color RGB; luego movemos la posición de cada una de las capas que hemos creado). Con el texto he hecho lo mismo creando así un efecto tipo *glitch*

Fig. 23.  
Fragmento del proceso de edición del video para la palabra *Gamán*

Fig. 24.  
Resultado final de la edición del video para la palabra *Viraha*

Fig. 25.  
Fragmento del proceso de edición del video para la palabra *Inmarcesible*

Fig. 26.  
Fragmento del proceso de edición del video para la palabra *Connuovere*

Fig. 27.  
Fragmento del proceso de edición del video para la palabra *Litost*

*Litost: estado de padecimiento producido por la visión de nuestra propia miseria*  
Este ha sido uno de los que más trabajo tiene ya que he tenido que crear varias máscaras de capa en el video del paisaje y unirlas a un punto de rastreo situado en la pupila del ojo para posteriormente animar la capa para que se expandiera desde la pupila hacia fuera.

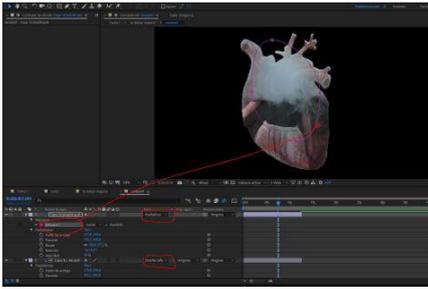


Fig. 28.  
Fragmento del proceso de edición del video para la palabra *Le douleur exquisite*

Fig. 29.  
Fragmento del proceso de edición del video para la palabra *Ramé*

Fig. 30.  
Resultado final de la edición del video para la palabra *Engentado*

Fig. 31.  
Resultado final de la edición del video para la palabra *Le douleur exquisite*

Fig. 32.  
Tipografía con efecto de fuego para el video de la palabra *Inmarcesible*



### 5.1.7. Sonido y efectos de sonido

Tanto la música como los efectos de sonido presentes en este proyecto han sido extraídos de bibliotecas de contenido gratuito. Se trata de música que tiene una función ambiental y que nos recuerda a los países a los que se remiten las diferentes palabras. Los cumplen la misma función y son, por ejemplo, sonidos de las olas del mar, el crepitar del fuego, el viento, sonidos de interferencias (este último tiene la relación con todo el mundo de la electrónica y las nuevas tecnologías y relacionado con los trabajos de Herman Kolgen en el que muchos de sus sonidos son interferencias, ruido blanco...)

## 5.2. DISEÑO DE INTERFACES

### 5.2.1. Referentes

En este apartado encontraremos artistas pertenecientes al net-Art, diseñadores que han influido en la visión estética de la web y algunas páginas y proyectos web que he considerado que tienen relevancia.

#### Olia Lialina

Olia Lialina desarrolla en sus obras un estilo narrativo (aquí se puede ver una vez más que el arte es narración y, por lo tanto, la literatura y las artes plásticas no pueden ser separadas ya que se complementan la una a la otra). Otra de sus obras es *online-Newspaper* que consiste en adornar reproducciones de un periódico real con símbolos y animaciones. Otro trabajo de esta artista es *Midnight*, un *entorno interactivo basado en una serie de fuegos artificiales de iconos que reacciona al clic del ratón por parte del usuario*.

#### Alexei Shulgin

Desde los años 80 ha estado trabajando en campos como la fotografía, los medios de comunicación y el arte contemporáneo. En los 90, cambió su foco de interés de la fotografía a Internet y es considerado uno de los pioneros del net.art. En 1995, fundó el Moscow WWWArt Centre, una de las primeras galerías de arte en Internet en el continente europeo, donde colaboraba con gran cantidad de artistas. En 1997, inició el sitio web Easylife, donde Shulgin publicó la mayoría de sus obras, y además creó un nuevo proyecto llamado form art. Éste es un sitio web interactivo en el que Alexei, utilizó los elementos formales del lenguaje HTML, sin añadir nada a ellos, para crear composiciones, animaciones, imágenes... Todo ello mediante el uso de elementos gráficos de formularios comunes como casillas de verificación, de opción, botones... y con la intención de invitar al usuario a explorar un laberinto de recursos compuesto por el artista a través de las formas y los hipervínculos.

A nivel teórico es interesante conocer su manifiesto *Introducción al net.art* en la que “se definen las bases sobre las que se define el net.art.”<sup>13</sup>

---

13. SHULGIN, Alexei y BOOKCHIN Natalie. “Introducción al net.art” (1994-1999) [en línea]. [Consulta: 1 junio]. Disponible en <<https://es.scribd.com/document/225599929/Alexei-Shulgin-Net-art-de-Un-Vistazo>>.



Hay algunas páginas web que se centran más en la interacción y que también me han servido de ayuda a la hora de encarar el proyecto en una u otra dirección. Encontramos *Makemepulse*, un proyecto artístico en el que los textos van cambiando y realizando diferentes acciones cuando damos clic con el ratón. *Falter Inferno* creada en 2016, estéticamente es una página con un diseño en blanco y negro y donde la importancia recae en las ilustraciones y sobre todo en los sonidos y la música, creando una verdadera experiencia para los sentidos.

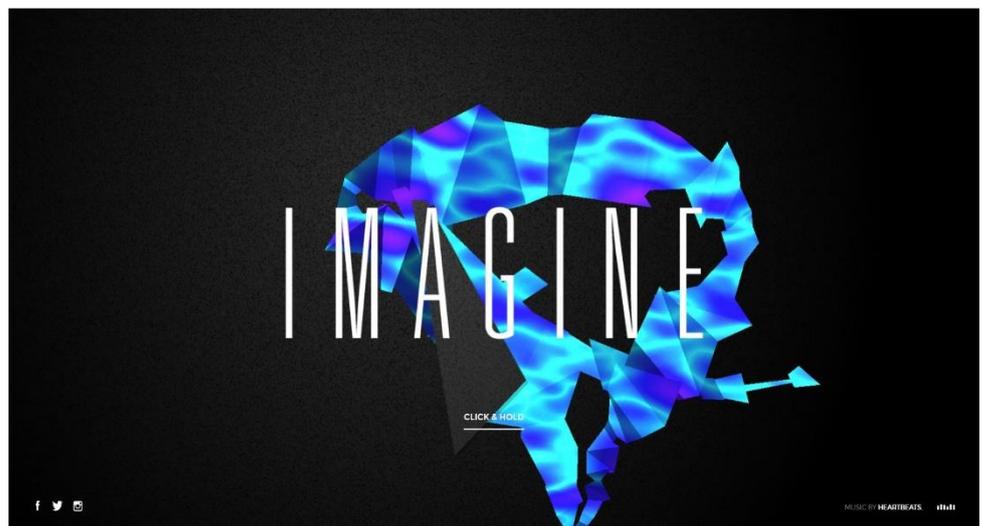


Fig. 35.  
*Falter inferno* (página web) 2016  
<<http://falter.wild.plus/>>

Fig. 36.  
*Makemepulse* (página web) 2016  
<<https://2016.makemepulse.com/>>

### 5.2.2. Arquitectura de la información; diseño de interacción, diseño de interfaz y experiencia de usuario

El diseño de interacción se encarga de crear interfaces para los usuarios, de manera que haya una perfecta comunicación entre tecnología y usuario. De esta forma podemos anticiparnos en el modo de interactuar, para conseguir una mejor experiencia o corregir los posibles problemas.

El diseño de interfaz se centra en la parte funcional y las herramientas específicas (botones, enlaces, menús) que los usuarios utilizan para moverse por la página.

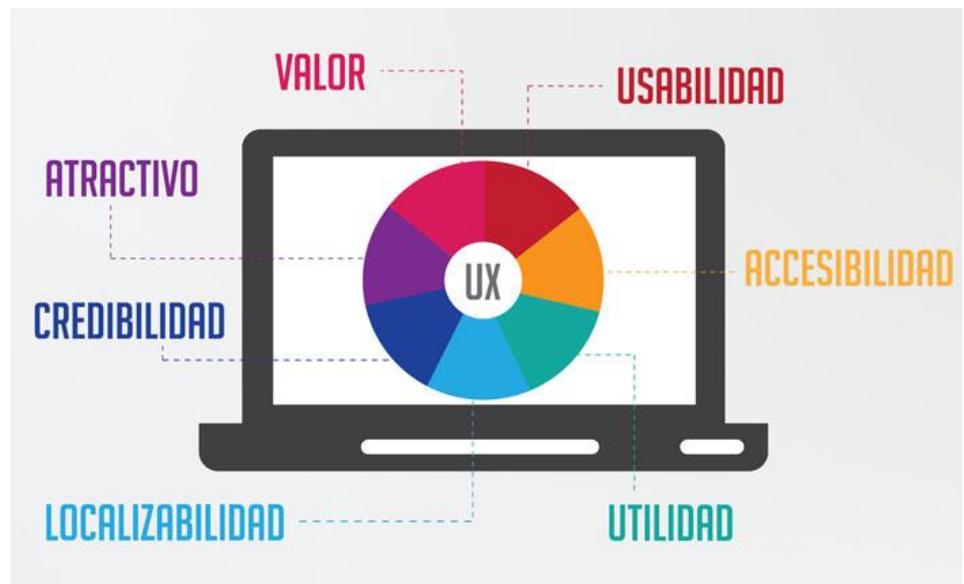


Fig. 37.  
Gráfico sobre la experiencia de usuario

La experiencia de usuario es el resultado del proceso interactivo del usuario con el producto. Este concepto tiene su origen en el campo del *marketing online*, estando muy vinculado con el concepto de experiencia de marca (pretensión de establecer una relación familiar y consistente entre consumidor y marca). Incluye todos los aspectos de la interacción del usuario con el producto: cómo es percibido, aprendido y usado.

A veces confundimos el concepto de experiencia de usuario con el de usabilidad. Cuando hablamos de usabilidad nos estamos refiriendo a la facilidad con que las personas pueden utilizar una herramienta u objeto con fines concretos. La experiencia de usuario por su parte es un conjunto de factores y elementos relativos a la interacción del usuario, con un entorno o dispositivo concretos, cuyo resultado es la generación de una percepción positiva o negativa de dicho servicio, producto o dispositivo.

En *No me hagas pensar. Una aproximación a la usabilidad en la Web* se nos explica que si queremos que nuestra web sea fácil de usar tenemos que conseguir que el usuario no tenga que pensar. Esto es el principio fundamental de usabilidad y lo que marcará si una página web funciona o no.

“Si sólo tiene capacidad en su mente para una única norma de usabilidad, quédese con ella.”<sup>14</sup>

En un proyecto web, lo perfecto sería conseguir un producto usable pero que genere una gran experiencia de usuario. En esto también entra en cuenta el factor emocional, pues juega un papel fundamental en la interacción del usuario porque los estados emocionales afectan a los procesos cognitivos que influyen en la relación de un usuario con un producto. Así mismo, las experiencias previas se ven condicionadas por la experiencia de usuario de cada uno de nosotros.

“El afecto positivo es una de sus características, ya que el gancho afectivo inicial puede inducir un deseo de exploración, descubrimiento o participación, además de que las emociones experimentadas por los usuarios son intrínsecamente motivadoras.”<sup>15</sup>

### 5.2.3. Diseño web

El Diseño web consistente en planificar, diseñar, mantener y crear páginas web. Se aleja del término más tradicional del diseño en cuanto a que engloba una gran variedad de aspectos diferentes, como pueden ser el diseño de la interfaz de usuario, el diseño visual, incluso la experiencia de usuario o el rendimiento general del sitio.<sup>16</sup>

Un buen diseñador debe conocer ciertas disciplinas que incluyen: diseño gráfico, *scripting* y programación, (HTML, CSS, JavaScript) estrategia de *marketing* y conocimientos multimedia, entre otros.

Existen algunos portales en los que podemos ver el trabajo de otros diseñadores web y que pueden servirnos como fuente de inspiración y a la vez estar al día en las tendencias web:

awwwards.com: el portal de los premios a los mejores diseños web cuenta con un amplio directorio. Además, podremos filtrar las webs por múltiples criterios, como premios recibidos, categorías, etiquetas, tecnologías utilizadas, colores o países.

siteinspire.com: este portal muestra listado de los sitios web orientados a inspirar el trabajo de otros diseñadores web.

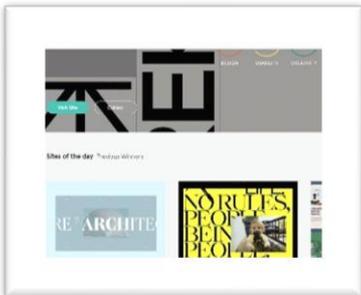
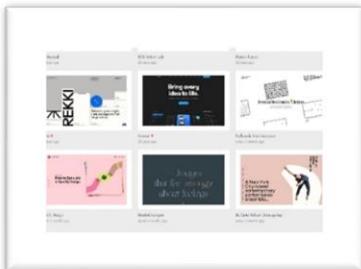


Fig. 38.  
Ejemplo de la web awwards.  
<<https://www.awwwards.com/>>

Fig. 39.  
Ejemplo de la web siteinspire.  
<<https://www.siteinspire.com/>>

14. KRUG, Steve. *No me hagas pensar. Una aproximación a la usabilidad en la Web*. Segunda edición. Madrid. Pearson educación S.A., 2000, p. 11.

15. O'BRIEN & TOMS, 2008.

16. ROBBINS, Jennifer. *Learning Web design. A Beginner's Guide to HTML, CSS, JavaScript, and Web Graphics*. Canadá: Simon St. Laurent editor, 2012, pp. 3-20.

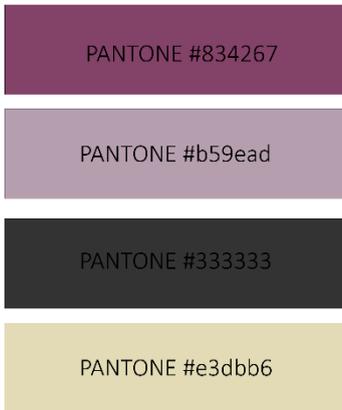


Fig. 40.  
Paleta de colores para el proyecto

La página principal es lo primero que vemos cuando entramos en una página web, por eso es importante que en ella se refleje el estilo de la web.

Se intenta es crear un ambiente misterioso que nos recuerde a las nuevas tecnologías y al video, ya que todo el proyecto gira en tornos a esto. La página principal destaca por el título donde aparece el nombre de la web que resalta sobre el fondo negro ya que está iluminado con una especie de luces de neón (esto está presente en toda la web). En esta página el video es importante porque ayuda a crear esa atmósfera de misterio gracias al sonido con interferencias y al efecto *glicht* que hemos creado.

El texto: es el elemento básico de una página web y su apariencia definirá el estilo de la página. En mi caso he utilizado la Tipografía Ralawey de Google Font, ya que no es recomendable utilizar tipografías que no se encuentren online.

Los colores: muchos productos y páginas web estás asociados a colores, por ejemplo, cuando pensamos en Facebook no podemos evitar asociarlo con el color azul, o a YouTube con el rojo, por eso es importante hacer un estudio previo de los colores que vamos a utilizar. En mi caso los colores principales han sido el rosa, el dorado y el negro que da un carácter serio y elegante a la web. En términos de psicología del color, el negro está asociado con misterio, agresión, maldad, autoridad, elegancia y fuerza. El color que más destaca es el rosa al que he querido dar protagonismo y la mayoría de los elementos también tienen un efecto de neón que he conseguido mediante CSS. Por último, he utilizado el color dorado para algunos detalles de la web, dando de esta manera algo de contraste.

Los botones: El menú de navegación está formado por cuatro botones que nos llevarán a las diferentes secciones o páginas de nuestra web. En la página de inicio aparece el botón de empezar que en mi opinión es el más importante por lo que he intentado que destacara por encima de los demás elementos; este botón además tiene una animación y nos conduce a la siguiente página.

#### 5.2.4. Creación de mockups y prototipo de navegación

Los *mockups* son montajes a escala de nuestro diseño sobre una representación de algunos de los elementos donde será aplicado. Para ello existen documentos perfectamente presentados que nos permiten situar los diseños en un entorno y así verlos en “funcionamiento”. De esta forma, no sólo nosotros nos aseguramos de la capacidad de desarrollo de nuestro trabajo, si no que el propio cliente podrá obtener una visión mucho más acertada y realista de cómo podrá trabajar con la imagen que se le presenta.

El prototipo de navegación para este proyecto ha sido realizado en Adobe XD, un programa de Adobe libre que nos ofrece ciertas ventajas, como el acceso a plantillas, ya sea para ordenador, móvil, tableta o tamaño personalizado. Las funcionalidades son parecidas a las de Photoshop, Illustrator y los demás productos de Adobe; de manera que si conoces alguno de estos programas ya estás más familiarizado. Tiene la herramienta de previsualización que te permite observar tu proyecto como si realmente se tratara de una página web terminada.

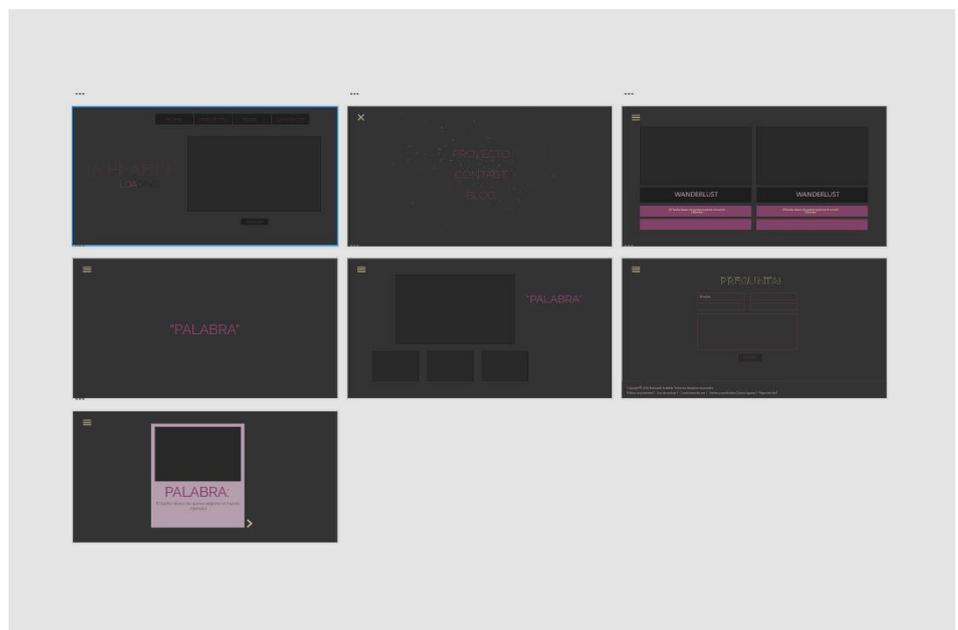
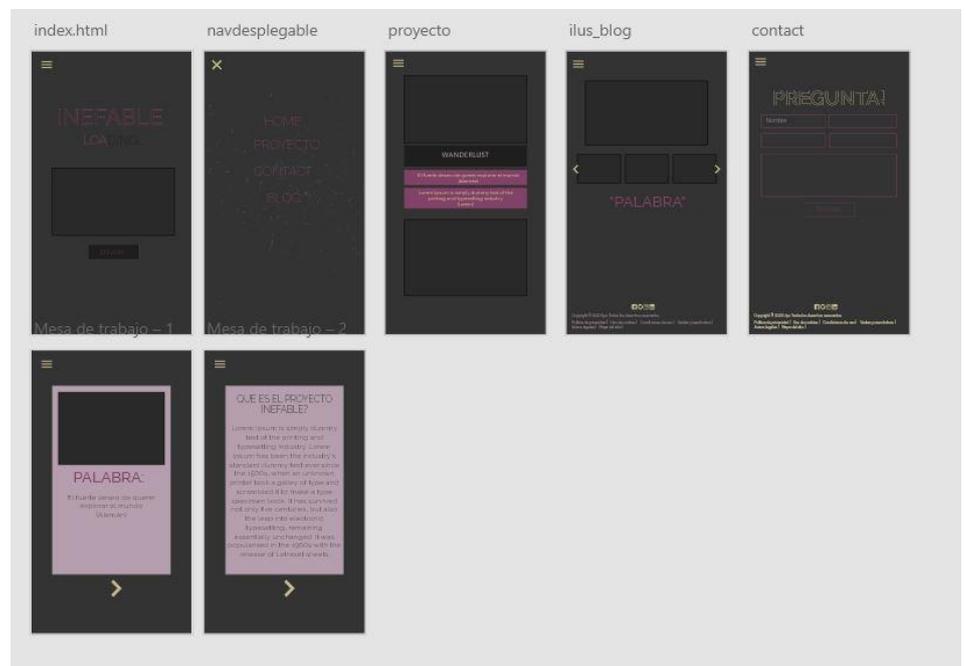


Fig. 41. Prototipo de navegación para smartphone realizado con Adobe XD

Fig. 42. Prototipo de navegación para desktop realizado con Adobe XD

### 5.3. DESARROLLO DEL WEBSITE

En este apartado voy a exponer todo el proceso para desarrollar una web partiendo de cero, puesto que se trata de un proceso muy largo y costoso me centraré en los puntos más importantes y que tienen más relevancia a la hora de construir una web.

Una vez hecho el prototipo de navegación, procedemos al desarrollo del website. Existen muchos editores de texto de código abierto para poder hacer una web como por ejemplo Visual Studio Code o Sublimetext entre otros. En mi caso, utilicé Adobe Brackets ya que es con el que más cómoda me sentía y tiene la ventaja de poder ir viendo los resultados en el acto, a medida que iba avanzando en el desarrollo de la web.

Antes de proceder a exponer el proceso cabe decir que dentro de una web existen varios tipos de documentos. Por un lado, los documentos HTML que vendrían a configurar el esqueleto del proyecto y son empleado para estructurar una página web y sus contenidos. Las hojas de estilo CSS con las que daremos forma a la web, y los documentos JS o JavaScript de los cuales hablaremos más adelante

A la hora de empezar un proyecto se suele partir de un documento base HTML, al cual denominamos `index.html`. En este documento encontramos dos partes, el *head* y el *body* o cuerpo de la web. Es fundamental que tengamos claro para qué se utiliza cada una de estas partes, ya que dentro del *head* se pondrá toda la información relativa a la semántica del documento, metadatos, o a los recursos que necesita para su correcta visualización. Mientras que en el *body* es donde se estructuran las partes que se van a visualizar dentro de la página, es decir donde se pondrán las etiquetas que harán posible la visualización de la misma.

El *body* está estructurado en tres partes: el header, el main y el footer, aunque es posible que encontremos algunas otras secciones o que la página esté estructurada de diferente manera.

En primer lugar, nos encontramos con el *header* también llamado cabecera que es la parte en la que se sitúa el menú de navegación. Normalmente en esta parte también encontramos el nombre de la web, pero en mi caso no he querido poner ningún nombre y he dejado solo el menú de navegación. El *main* es la parte donde se expondrá en contenido principal de la web. En mi caso he puesto la parte del título dentro de esta ya que se trata de una etiqueta semántica (SEO) y tiene la facultad de que todo aquel elemento que se encuentre dentro del main es susceptible de ser indexado en los buscadores, es decir estará relacionado con los «términos de búsqueda» (palabras que utilizan los usuarios en los buscadores para obtener la información deseada).

Por último, el *footer* o pie de página donde encontramos la política de privacidad, los términos y condiciones... y los créditos

Fig. 43.  
Código básico del index.html

```
28
29 ▼ <header>
30 ▼   <nav id="site-nav" class="site-nav">
31 ▼     <ul>
32       <li><a href="#" data-text="HOME">HOME</a></li>
33       <li><a href="subpaginas/proyectovideos.html"
34         data-text="PROYECTO">PROYECTO</a></li>
35       <li><a href="subpaginas/blog.html" data-
36         text="BLOG">BLOG</a></li>
37       <li><a href="subpaginas/contact.html" data-
38         text="CONTACTO">CONTACTO</a></li>
39     </ul>
40   </nav>
41   <div id="menu-toggle" class="menu-toggle"
42     onClick="cambiarClase()">
43     <div class="hamburger"></div>
44   </div>
45 </header>
46 <main>
47   <section class="titulo">
48     <h1>INEFABLE</h1>
49     <h2 data-text='Loading... '>Loading...</h2>
50   </section>
51   <div class="contenedorvideo">
52     <video loop="" preload="" >
53       <source type="video/mp4"
54         src="video/Comp%203.mp4">
55     </video>
56   </div>
57   <div class="boton">
58     <a href="subpaginas/proyectowords.html" class="btn-
```

El menú de navegación es la primera parte que realicé ya que es lo que define como vamos a movernos a través de la web y está presente en todas las páginas del archivo HTML. Se especifica con la etiqueta `<nav>` y dentro de esta encontramos una lista `<ul>` con los diferentes elementos que contiene esa lista `<li>`, es decir las diferentes páginas que tendrá la web. En este caso son: Home, proyecto, blog y contacto. Para especificar la ruta a la que tiene que acceder cuando hagamos click tenemos que añadir la etiqueta `<a href="#">` En la sección del header también se encuentra el icono para abrir menú (en formato móvil y *tablet*) a este elemento le hemos asignado un elemento `onClick` que nos servirá para poder animar más tarde el icono mediante JavaScript.

En el apartado *main* hay varias secciones, una para el título con una etiqueta `h1`, que se trata de una etiqueta semántica indexable como he explicado antes. La siguiente sección para el video, que lo hemos añadido utilizando la etiqueta `<source>` y por último un *div* para el botón de empezar y que nos llevará a la siguiente página.

Hay también que explicar que dentro de cada una de las etiquetas podemos poner diferentes clases o identificadores, lo que nos facilitará luego a la hora de reconocer los elementos para las hojas de estilo o la programación en JavaScript.

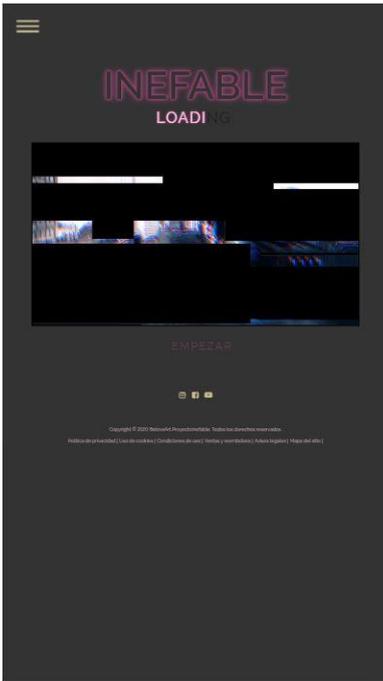


Fig. 44.  
Visualización para smartphone  
de la página de inicio

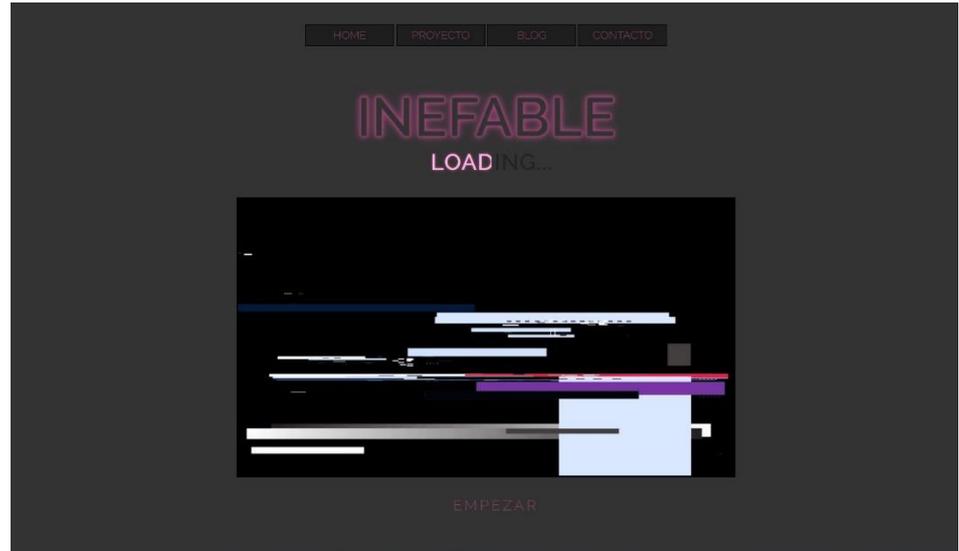


Fig. 45.  
Visualización para desktop de la  
página de inicio

Como he expuesto anteriormente en la página principal, el botón de empezar con la etiqueta `<a>` nos lleva a la siguiente página. Cabe destacar que esta página no está en el menú principal, sino que se tiene que acceder de esta manera. En esta página se explica en que consiste el proyecto *inefable* y hay un icono con una flecha que nos lleva a la siguiente página. Pese a que en cada una de estas páginas encontramos una palabra con un significado y un video diferente, todas presentan la misma estructura: la palabra está asociada a un *checkbox* que luego mediante CSS nos permitirá que cuando hagamos clic sobre este elemento se abra otro elemento al que va asociado, esto lo logramos mediante la propiedad `"checked~"` y solo es posible si el elemento del HTML es un *checkbox*. El elemento que se abre al pulsar sobre la palabra se trata de otra sección consistente en una caja en la que encontramos el video y el texto.

La siguiente página que aparece en el menú de navegación es en la que se encuentran todos los videos con las palabras y su significado y está estructurado de la siguiente manera: una sección principal que lleva una clase para diferenciarlo y dentro de ésta encontramos las 12 secciones que pertenecerían a casa uno de los videos con su definición.

La página siguiente, sería como he expuesto con anterioridad, la que funcionaría como blog. El Carrusel de imágenes está realizado a partir código abierto de una librería de contenido *online*. El software *open source* (código abierto) es un código diseñado de manera que sea accesible al público: todos pueden ver, modificar y distribuir el código de la forma que consideren conveniente. Es habitual trabajar implementando *open source* ya que el código fuente podemos utilizarlo, modificarlo, incluso mejorarlo, ahorrando mucho tiempo de trabajo, obteniendo resultados óptimos, sobre todo si no eres una persona que se dedique a la programación.

Finalmente encontramos la página de contacto que está realizada mediante un formulario creado con las etiquetas `<input type="text">` que nos permite añadir texto dentro de cada uno de los inputs. Esta parte está en proceso de ser implementada mediante PHP ya que esto nos permitirá procesar información de formularios, es decir enviar y recibir la información desde la misma página. Para este formulario también hemos añadido un *checkbox* para aceptar la política de privacidad.

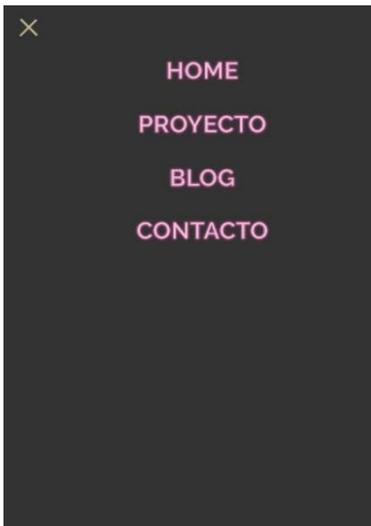


Fig. 46  
Menú de navegación de la página web para smartphone



Fig. 47.  
Visualización del proyecto principal en la que se nos muestra la palabra con el video y el significado

Dentro de la web nos encontramos con diferentes tipos de animaciones, algunas de ellas están hechas a partir de CSS, mientras que otras, al ser más complejas he tenido que realizarlas mediante JavaScript, cosa que me ha permitido realizar animaciones y funciones que en un principio parecerían complicadas, con unas pocas líneas de código.

A pesar de que en la versión *smartphone* muchas de las animaciones están desactivadas, se trata de una web *responsive*, que se adapta a diferentes dispositivos, de hecho, la primera versión que he realizado ha sido para móvil y a partir de aquí he desarrollado la versión *desktop* mediante los `@mediaQuery`, modificando los atributos de los elementos en el CSS.

Los elementos que están animados mediante CSS son en primer lugar los botones del menú de inicio, de manera que al pasar el ratón por encima estos se iluminan. Esto se realiza en el CSS modificando en la función *hover* los atributos del elemento (*color*, *text shadow*) para que las animaciones queden más naturales y no quede un efecto tan brusco añadimos transición y ponemos el tiempo en el que queremos que pase de un estado a otro. El texto que aparece debajo del título en la página principal (loading...) lo hemos animado utilizando *after* y *before*. Estos pseudo-elementos los hemos utilizado para añadir contenido estético al elemento en cuestión, usando la propiedad *content*. Cabe destacar que esta animación está realizada mediante *Keyframes*.

Por último, las tarjetas con el contenido de las palabras están también animadas añadiendo en el elemento *hover* la "función `transform: perspective(900px) rotateY(0deg)`".

Hemos realizado en primer lugar el menú de navegación mediante JQuery, para tal y como he mencionado, se adapte a diferentes dispositivos, es decir para que sea *responsive*. En un primer lugar esto estaba realizado con la función *toggleclass* pero finalmente se cambió por la función *cambiar clase* ya que de esta manera fue más fácil animar el menú hamburguesa.

Hay una animación también realizada mediante JavaScript para que los videos solo se reproduzcan cuando pasemos con el ratón por encima de él, y cuando el ratón deje de estar sobre el video este se pause.

También hay un botón que solo está en la versión de escritorio para subir del todo cuando el menú de navegación principal deja de estar visible, de esta manera los usuarios no tienen que estar haciendo *scroll* todo el tiempo.

Para finalizar, hay que añadir que la animación del carrusel y la de las luces que aparecen al mover el ratón están hechas a partir de bibliotecas de código abierto. Este código posteriormente se ha modificado hasta conseguir el resultado deseado.

Fig. 48.  
Carrusel de imágenes de la página web

Fig. 49.  
Formulario de contacto para la página web

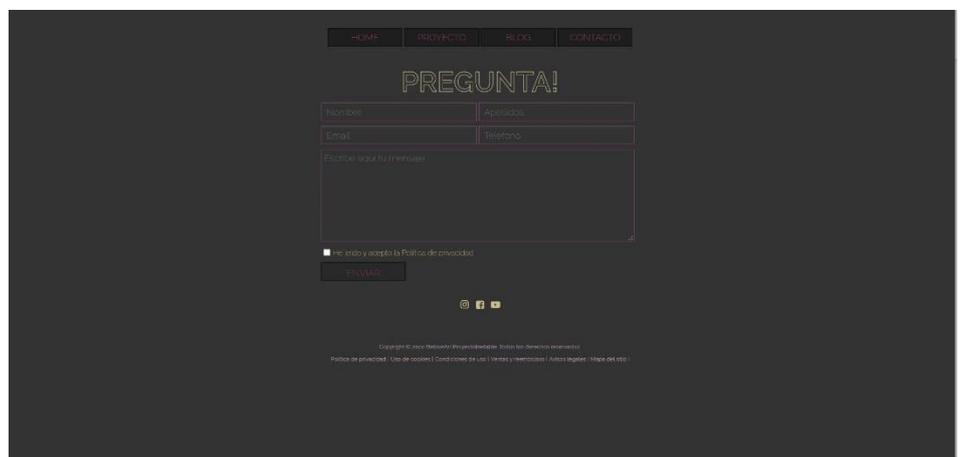




Fig. 50.  
Logo de la aplicación FileZilla

Fig. 51.  
Logo de la aplicación Plesk

## 5.4. PUBLICACIÓN

### 5.4.1. Dominio y hosting web

El dominio web es esencialmente el equivalente a una dirección física. De la misma manera que un satélite necesita una dirección o un código postal para dar direcciones, un navegador web necesita un nombre de dominio para dirigirte a un sitio web.

Un dominio de Internet se forma a partir de dos elementos principales. Por ejemplo, el nombre de dominio Facebook.com consiste en el nombre del sitio web (Facebook) y la extensión del dominio (.com). Cuando una empresa (o una persona) adquiere un dominio web, puede especificar a qué servidor apunta el nombre de dominio.

Todos los sitios web que visitas constan de dos elementos principales: un dominio web y un servidor web.

1. Un servidor web es una máquina física que aloja los archivos y las bases de datos que conforman tu sitio web y los envía a las personas a través de Internet cuando visitan tu sitio desde su computadora.

2. El dominio web o dominio de internet es lo que las personas escriben para acceder a tu sitio, y apunta el navegador web hacia el servidor que almacena esos recursos. Sin un dominio web, las personas tendrían que recordar la dirección IP específica de tu servidor, y eso simplemente no va a suceder.

El *hosting* es un servicio en línea que te permite publicar un sitio o aplicación web en Internet. Cuando te registras en un servicio de hosting, básicamente estás alquilando un espacio en un servidor donde puedes almacenar todos los archivos y datos necesarios para que un sitio web funcione correctamente.

Para subir mi web al servidor utilicé la aplicación “FileZilla” es muy sencillo ya que solo es necesario disponer de un dominio y arrastrar la carpeta de un lugar al otro. En este caso el dominio para subir la web fue el que utilizábamos para la asignatura. Posteriormente también subí la web al servidor mediante un dominio que la universidad presta a los alumnos desde el hosting “Plesk” y que se puede pedir desde la Intranet como alumno de la UPV.

### 5.4.1. Difusión en redes sociales

La difusión en redes sociales fue la última etapa del proyecto. En este proyecto se trata de una parte fundamental ya que una de las partes de la web es una especie de blog en la que se pretende publicar palabras, imágenes y textos que los usuarios pueden proponer mediante las redes sociales. Decidí para ello utilizar Instagram ya que es una red social que hoy tiene mucha influencia, es fácil y sencilla de utilizar además de tener un gran alcance. También opté por difundir la web mediante Instagram porque me daba las herramientas necesarias para hacer encuestas sobre la web y obtener resultados en forma de porcentajes que me ayudaron a saber si los usuarios conocían las palabras, y si tienen una respuesta positiva.

Fig. 52.  
Encuesta sobre la web realizada  
mediante Instagram

Fig. 53.  
Encuesta sobre la web realizada  
mediante Instagram



### 5.4.3. User Engagement

Llamamos User Engagement (UE) a un conjunto de estrategias que apelan a la emoción del usuario con el objetivo de captar su atención, favorecer su interacción con el producto y al mismo tiempo generar una experiencia positiva en el usuario.

Estas son algunas de las estrategias que hacen que un sitio web mejore su capacidad de *engagement*:

1. Trabajar a fondo el contenido haciendo que el usuario se sienta atraído por el contenido de la página.
2. Cuidar la estética.
3. Retener al usuario promoviendo la navegación interna.
4. Crear comunidad.
5. Crear herramientas de fidelización.
6. Que sea fácil de usar.
7. Que tenga una gran experiencia de usuario

“El UE tiene como objetivo ser perdurable, conseguir que los usuarios recuerden las experiencias agradables, útiles y atractivas para que quieran repetir las. Si esto sucede, se refleja en la propensión de los usuarios por recomendar un sitio, producto y/o experiencia”<sup>17</sup>

17. MACFARLANE & CASEY, 2002.

## 6. CONCLUSIONES

Al finalizar este proyecto y puesto que hemos visto el proceso creativo y técnico para realizar una página web podemos extraer una serie de conclusiones con la finalidad de averiguar si hemos alcanzado los objetivos marcados antes del inicio del proyecto.

En primer lugar, el principal objetivo, que era el de crear una web donde alojar un proyecto videográfico, se ha visto cumplido satisfactoriamente. Asimismo, y teniendo en cuenta las dificultades técnicas que han podido surgir, se logró finalmente una experiencia de usuario óptima, con un diseño original, que se adapta perfectamente a las características del proyecto, y a pesar de que la parte de interacción no es muy compleja, la web visualmente consigue ser atractiva para los usuarios.

La parte de postproducción y edición de video, si bien es cierto que probablemente sea la parte más laboriosa y a la que más horas he dedicado, no presentó ninguna complicación ni problema añadido.

La mayor dificultad estuvo pues en la parte de desarrollo web, ya que fue un trabajo en constante cambio, y que también se vio delimitado por el tiempo y los conocimientos previos básicos sobre la materia (sobre todo la parte de JavaScript) Es por eso que a lo largo del proyecto la idea y en su conjunto la web se ha ido transformando y muchas veces simplificando para conseguir, en definitiva, una web funcional en la que se viera reflejada todo el trabajo de video. Esta parte también fue la que más problemas ha generado sobre todo a la hora de adaptarse a las diferentes resoluciones y dispositivos ya que para iPhone sigue dando algunos problemas, que se intentarán resolver. Pero en general, la mayoría de los usuarios han podido acceder a la totalidad del contenido y han dado una respuesta positiva.

El planteamiento creo que ha sido el acertado y gracias a la metodología y a que he seguido un orden en todo momento, el trabajo ha sido eficiente, ahorrando mucho tiempo. En definitiva, el trabajo realizado se ha visto recompensado en los resultados y aunque ha habido momentos en los que me he sentido algo perdida, finalmente he logrado solventar la mayoría de las dificultades.

A partir del estudio de los referentes y de la propia experiencia con este proyecto llegamos a la reflexión de que las nuevas tecnologías e Internet ponen al alcance de todos, la posibilidad de hacer visible de forma rápida y eficaz cualquier proyecto, a la vez que la puerta a nuevas posibilidades en la creación artística.

A pesar de haber terminado la web, el proyecto *inefable* seguirá en marcha, la interacción se intentará mejorar con la finalidad de conseguir generar una comunidad de usuarios en la que puedan ser partícipes de este proyecto -esta vez de forma directa-, en el que he depositado Toda mi ilusión y empeño.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

### Libros:

ALONSO, Cecilia. *Percepción visual: Apuntes* [en línea]. Editado por Bruce Goldstein, 2011. [consulta: 6 junio 2020] ISBN 84-395-0029-555. Disponible en: <https://es.calameo.com/read/000710094974b208123ec>.

Anónimo. *Yi King. Libro de las mutaciones*. Editado por José J. de Olañeta, 2005. ISBN 9788497164504.

ARHEIM, Rudolf. *Arte y percepción visual*. Madrid: Alianza Editorial, 1979. ISBN 84-216-7874-0.

BOURRIAUD, Nicolas. *Post producción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo*. Madrid: Adriana Hidalgo, 2000. ISBN: 9788415851226.

BREA, José Luis. *La era Postmedia*. Salamanca: Consorcio Salamanca, 2002. ISBN: 9788495719058.

CHAPMAN, Nigel; CHAPMAN, Jennifer. *Digital Multimedia*. Madrid: Círculo de Bellas Artes, 2009. ISBN 84664 8-60-7.

BASS, Jennifer y KIRKHAM, Pat. *Saul Bass A Life in Film and Design*. London: Laurence King, 2011. ISBN 1856697525.

DELEUZE, Gilles. *Pourparlers*. Paris: Les éditions de minuit, 1972-1990. ISBN 2707313416.

FOCCAULT, Michel. *Esto no es una pipa. Ensayo sobre Magritte*. Barcelona: Anagrama, 1981. ISBN 9788433904331.

KRUG, Steve. *No me hagas pensar. Una aproximación a la usabilidad en la Web. Segunda edición*. Madrid. Pearson educación S.A., 2000. ISBN-13: 978-84-8322-286-7.

PASOLINI, Pier y ROHMER, Eric. *Cine de poesía contra cine de prosa*. Barcelona: Editorial Anagrama, 1970. ISBN 978-84-339-0313-6

ROBBINS, Jennifer. *Learning Web design. A Beginner's Guide to HTML, CSS, JavaScript, and Web Graphics*. Canadá: Simon St. Laurent editor, 2012. ISBN 978-1-449-31927-4.

SAWYER M, David. *CSS3: The Missing Manual*. Third Edition. Sebastopol: O'Reilly Media Inc., 2013. ISBN 978-1-449-32594-7.

YOKO, Ono. *Grapefruit. A Book of Instruction and Drawings by Joko Ono*. New York: Simon&Schuster, 1970. ISBN 0-7432-01108.

**Artículos:**

BOSCO, Roberta. La revolución digital [en línea]. *Diario El País*, 21 octubre 2006. [Consulta: 4 junio]. Disponible a: <[https://elpais.com/diario/2006/10/21/babelia/1161387550\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2006/10/21/babelia/1161387550_850215.html)>.

JUNE PAIK, Nam. "Art people." *New York times*, New York: Douglas C. McGill. October 3 1986, section C, p. 26.

MARTIN PRADA, Juan. "Los 'social media' como ámbito de referencia de las nuevas prácticas." *Deforma*, 2012 núm. 3, p-28-35. ISSN 2253-8054.

O'Brien, H.; Toms, E.G. "What is user engagement? A conceptual framework for defining user engagement with technology." *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. 2008, vol. 59, núm.6, pp. 938-955.

SHULGIN, Alexei y BOOKCHIN Natalie. "Introducción al net.art" (1994-1999) [en línea]. [Consulta: 1 junio] Disponible en <<https://es.scribd.com/document/225599929/Alexei-Shulgin-Net-art-de-Un-Vistazo>>.

TEJERIZO, Fernando, "El net.art: la estética de la red", 2014. [en línea] Disponible en: <<https://es.scribd.com/document/209778437/El-net-art-la-estetica-de-la-red>>.

**Páginas web:**

ADOBE. Modos de fusión y estilos de capas. Disponible en <<https://helpx.adobe.com/es/after-effects/using/blending-modes-layer-styles.html>>.

AWWWARDS. Disponible en: <<https://www.awwwards.com/>>.

BLOG.ACANTU.COM. Disponible en: <IN[https://blog.acantu.com/que-es-disenointeraccion/#:~:text=Qu%C3%A9%20es%20el%20Dise%C3%B1o%20de,Association\)%2C%20lo%20define%20como%3A&text=El%20dise%C3%B1o%20de%20interacci%C3%B3n%20se,es%20fundamental%20para%20esta%20disciplina](https://blog.acantu.com/que-es-disenointeraccion/#:~:text=Qu%C3%A9%20es%20el%20Dise%C3%B1o%20de,Association)%2C%20lo%20define%20como%3A&text=El%20dise%C3%B1o%20de%20interacci%C3%B3n%20se,es%20fundamental%20para%20esta%20disciplina)>.

IDIS. Disponible en <<https://proyectoidis.org/net-art/>>.

RAE. Disponible en <<https://www.rae.es/>>.

SITEINPIRE. Disponible en: <<https://www.siteinspire.com/>>.

¿QUÉ ES UN HOSTING? HOSTING WEB EXPLICADO PARA PRINCIPIANTES. Disponible en <<https://www.hostinger.es/tutoriales/que-es-un-hosting>>

**Videos:**

The film before the film, 2013 [Vimeo] Disponible en:  
<<https://vimeo.com/60964497>>.

KOLGEN, HERMAN, 2014. *Seismik* [Vimeo] Disponible en:  
<<https://vimeo.com/90652292>>.

KOLGEN, HERMAN, 2016. *Aftershok*. [Vimeo] Disponible en: <  
<https://vimeo.com/161000253>>.

## 8. ÍNDICE DE FIGURAS

- Fig. 1** Aftershok, 2016. Herman Kolgen. Pág.12.
- Fig. 2** Seismik, 2016. Herman Kolgen. Pág.12
- Fig. 3** Travel piece. Instructions Grapefruit, 1962 Yoko Ono. Pág.13.
- Fig. 4** Girándula. Hélices, 1918-1922 Guillermo de la Torre. Pág.13.
- Fig. 5** Fotografía en blanco y negro de Chema Madoz. Pág.14.
- Fig. 6** Fotografía en blanco y negro de Chema Madoz. Pág.14.
- Fig. 7** Esto no es una pipa, 1929. René Magritte. Pág. 16.
- Fig. 8** Poemas para (h)ojear. 1972-1992. Clemente Padín. Pág.18.
- Fig. 9** Consumismo (Poema visual). Pág.18.
- Fig. 10** Saul Bass. Fragmento de los títulos de los títulos de crédito de la película *Psicosis* de Alfred Hitchcock. Pág.19,
- Fig. 11** Diversos fragmentos de los créditos iniciales de la película *Seven*. Pág.20.
- Fig. 12** Fragmento de los títulos de crédito de la serie *The Walking dead*. Pág.20.
- Fig. 13** Fragmento de los créditos iniciales de la serie de HBO *Juego de Tronos*. Pág.20.
- Fig. 14** Fragmento de los títulos de crédito de la serie *True detective*. Pág.21.
- Fig. 15** Fragmento de los títulos de crédito de la serie *True detective*. Pág.21.
- Fig. 16** Plano de la grabación de imágenes para el proyecto en el estudio de croma. Pág.23.
- Fig. 17** Set de grabación de la facultad de Bellas artes de la UPV en la que se grabaron algunas escenas con croma. Pág.23.
- Fig. 18** Tabla de modos de fusión disponibles en After effects. Pág.24.
- Fig. 19** Fragmento del proceso de edición en after effects de la palabra *Wanderlust*. Pág.24.
- Fig. 20** Ejemplo de la utilización del efecto Color de Lumetri en after effects. Pág.25.
- Fig. 21** Fragmento de la edición en after effects de la palabra *Fernweh*. Pág.25.
- Fig. 22** Resultado final después de la edición del video realizado para la palabra *Maganta*. Pág.25.
- Fig. 23** Fragmento del proceso de edición del video para la palabra *Gamán*. Pág.26.
- Fig. 24** Resultado final de la edición del video para la palabra *Viraha*. Pág. 26.
- Fig. 25** Fragmento del proceso de edición del video para la palabra *Inmarcesible*. Pág.26
- Fig. 26** Fragmento del proceso de edición del video para la palabra *Conmuovere*. Pág.26.
- Fig. 27** Fragmento del proceso de edición del video para la palabra *Litost*. Pág.26.
- Fig. 28** Fragmento del proceso de edición del video para la palabra *Le douleur exquise*. Pág.27.
- Fig. 29** Fragmento del proceso de edición del video para la palabra *Ramé*. Pág.27.
- Fig. 30** Resultado final de la edición del video para la palabra *Engentado*. Pág.27.
- Fig. 31** Resultado final de la edición del video para la palabra *Le douleur exquise*. Pág.27.
- Fig. 32** Tipografía con efecto de fuego para el video de la palabra *Inmarcesible*. Pág.27.

- Fig. 33** *Moon* (página web). Ai Weiwei y Olafur Eliasson  
<<http://www.moonmoonmoonmoon.com/#sphere>> Pág.29.
- Fig. 34** Dibujos realizados por usuarios para la web *Moon*. Pág.29.
- Fig. 35** *Falter inferno* (página web) 2016. <<http://falter.wild.plus/>> Pág.30.
- Fig. 36** *Makemepulse* (página web) 2016 <<https://2016.makemepulse.com/>> Pág.30.
- Fig. 37** Gráfico sobre la experiencia de usuario. Pág.31.
- Fig. 38** Ejemplo de la web awwards <<https://www.awwwards.com/>> Pág.32.
- Fig. 39** Ejemplo de la web sitein...spire <<https://www.siteinspire.com/>> Pág.32.
- Fig. 40** Paleta de colores utilizados para el proyecto. Pág.33.
- Fig. 41** Prototipo de navegación para smartphone realizado con Adobe XD. Pág.34.
- Fig. 42** Prototipo de navegación para desktop realizado con Adobe XD. Pág.34.
- Fig. 43** Código básico del index.html. Pág. 36.
- Fig. 44** Visualización para smartphone de la página de inicio. Pág.37.
- Fig. 45** Visualización para desktop de la página de inicio. Pág.37.
- Fig. 46** Menú de navegación de la página web para smartphone. Pág.38.
- Fig. 47** Visualización del proyecto principal en la que se nos muestra la palabra con el video y el significado. Pág.38.
- Fig. 48** Carrusel de imágenes de la página web. Pág.39.
- Fig. 49** Formulario de contacto para la página web. Pág.39.
- Fig. 50** Logo de la aplicación FileZilla. Pág.40.
- Fig. 51** Logo de la aplicación Plesk. Pág.40.
- Fig. 52** Encuesta sobre la web realizada mediante Instagram. Pág.41.
- Fig. 53** Encuesta sobre la web realizada mediante Instagram. Pág.41.

## 9. ANEXOS

La página web está publicada en la siguiente dirección:

<<http://www.ifabformacion.es/GRADO/TFG/inefableWeb/>>

Contenido de la web, donde se explica en que consiste el proyecto:

### ¿EN QUE CONSISTE EL PROYECTO INEFABLE?

Una de las características más bonitas de los idiomas es que nos dan el vocabulario para expresarnos. Están lejos los días en los que teníamos que gruñir o intentar expresar nuestras emociones mediante expresiones faciales. Sin embargo, aunque el inglés tiene más de 750.000 palabras a veces no hay ni una sola para expresar lo que sentimos... "El proyecto inefable" es un proyecto que intenta mediante la imagen, llegar a la comprensión de algunas palabras que no tienen traducción a otros idiomas. A lo largo de este viaje nos encontraremos pues, con una serie de palabras cuya traducción es básicamente imposible, ya sea por su amplio significado o porque nunca se planteó en otro idioma una palabra para expresar esas situaciones. El objetivo pues es en primer término dar a conocer palabras que tienen significados muy profundos en su gran mayoría, y que de otra manera no habríamos tenido oportunidad de conocer. No obstante, este proyecto intenta dar un paso más. Un paso en una dirección más profunda y filosófica; Y es la del descubrimiento de las diferentes culturas que nos rodean y de cómo cada cultura, cada lengua y cada palabra es importante, y tiene su riqueza, y esto es algo que hay que apreciar y proteger ya que la belleza, al final, reside en la diversidad. El proyecto inefable no deja de ser a su vez un proyecto de postproducción, y un ejercicio donde cada imagen, Tipografía o sonido ha sido analizado y pensado para transportarnos a diferentes lugares.