

# TFG

---

## **PAPELERÍA SOSTENIBLE PARA LA CONCIENCIACIÓN MEDIOAMBIENTAL. CAMPAÑA DE ILUSTRACIÓN EDUCATIVA ANIMECO**

**Presentado por Nerea Martínez Palmero  
Tutor: Nuria Rodríguez Calatayud**

**Facultat de Belles Arts de Sant Carles  
Grado en Diseño y Tecnologías Creativas  
Curso 2019-2020**



**UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA**



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

## RESUMEN

Hoy en día la mayoría de productos que consumimos generan contaminación, ya sea directa o indirectamente, y eso se debe al bajo nivel de concienciación sobre todo en menores. El siguiente Trabajo Final de Grado aborda la creación de una línea de ilustraciones educativas para la papelería sostenible Blue Planner, marca diseñada por mi compañera de proyecto Mirella Martínez. El objetivo es sensibilizar al público infantil sobre la situación medioambiental desde la perspectiva del diseño y la ilustración, por lo que el proyecto contará con una fase de análisis y otra de desarrollo práctico.

## PALABRAS CLAVE

Sostenibilidad, Artículos de papelería, Medio Ambiente, Concienciación, Niños, Contaminación, Ilustración, Animales

## ABSTRACT

Today most of the products we consume generate contamination, either directly or indirectly, and that is due to the low level of awareness, especially among minors. The following Final Degree Project deals with the creation of a line of educational illustrations for for the sustainable stationery store Blue Planner, a brand designed by my project partner Mirella Martínez. The aim is to raise awareness among children about the environmental situation from the perspective of design and illustration, so the project will have an analysis phase and a practical development phase.

## KEYWORDS

Sustainability, Stationery, Environment, Awareness, Children, Pollution, Illustration, Animals

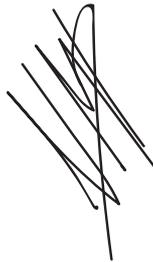
## CONTRATO DE ORIGINALIDAD

Este Trabajo Fin de Grado ha sido realizado íntegramente por la alumna Nerea Martínez Palmero. Este es el último trámite para la obtención del título de la promoción 2016/2020 del Grado en Diseño y Tecnologías Creativas de la Universidad Politécnica de Valencia.

El presente documento es original y no ha sido entregado como otro trabajo académico previo, y todo el material tomado de otras fuentes ha sido citado correctamente.

Firma:

Fecha: 27/06/2020

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping, stylized strokes.

## AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a mi tutora Nuria Rodríguez, por guiarme en este proyecto y facilitarme todos sus conocimientos y ayuda. Y a mi profesor David Heras, por seguir mi trabajo, aportando toda su comprensión y dedicación.

A mi compañera de equipo Mirella Martínez, por haber compartido esta última experiencia conmigo y por brindarme su ayuda y alegría en todo momento. También a mi amiga Roser Domingo, por ser mi mejor consejera y afrontar juntas cualquier problema.

A mi tío Miguel Palmero, que con su originalidad y gracia me ha ayudado en las etapas de bloqueo creativo, dándome ideas y consejos.

A mis padres, a mi hermana Olaya, y a Enric, que me han acompañado en este largo proceso dándome en todo momento su apoyo y comprensión.

Pero sobre todo a mi madre, que en estos cuatro años de carrera ha sido mi pilar fundamental para seguir adelante. Gracias por ser mi mejor compañera.

## ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	
1.1 Objetivos	7
1.2 Metodología	8
1.3 Cronograma	8
<b>2. CONTEXTO</b>	
2.1 Análisis de la problemática medioambiental	9
2.2 Propuesta de concienciación infantil	11
<b>3. CASO PRÁCTICO: DESARROLLO DEL PROCESO</b>	
3.1 Identidad visual de Blue Planner	13
3.2 <i>Briefing / Contrabriefing</i>	13
3.3 Referentes	15
3.3.1 Ilustradores	
3.3.1.1 Alex Trochut	15
3.3.1.2 Kukuxumuxu	15
3.3.2 Guía de estilo	16
3.4 Ilustración	
3.4.1 Estudio de la competencia	17
3.4.2 Concepto	
3.4.2.1 Proyecto Animeco	18
3.4.2.2 Ilustración Narrativa	19
3.4.3 Proceso creativo de las ilustraciones	
3.4.3.1 <i>Naming</i>	20
3.4.3.2 Bocetos y concept art	21
3.4.3.3 Personajes	21
3.4.3.4 Tipografía	23
3.4.3.5 Color	24
3.4.3.6 <i>Patterns</i>	24
3.4.3.7 Resultado final	25
3.4.3.8 Aplicaciones	26
<b>4. RESULTADOS</b>	
4.1 <i>Mock-ups</i>	27
4.2 Presupuesto	29
4.3 Resultados de viabilidad	30
<b>5. CONCLUSIONES</b>	31
<b>6. BIBLIOGRAFÍA</b>	32
<b>7. ÍNDICE DE IMÁGENES</b>	34
<b>8. ANEXOS</b>	
8.1 Manual de estilo	

# 1. INTRODUCCIÓN

El desafío medioambiental es uno de los principales problemas que existen en la actualidad. El cambio climático, la pérdida de biodiversidad, la escasez de agua... Son algunos de los grandes conflictos a los que nos tendremos que enfrentar en los próximos años. A pesar de que esta problemática se populariza cada vez más, son muchas las personas que aún no toman conciencia de la gravedad de la situación, especialmente los niños. La falta de concienciación en edades tempranas se convierte en la mayor causa de que esta problemática persista. Sin embargo, no todo es negativo, ya que cada vez son más las empresas que contribuyen con el fin de aportar soluciones útiles, principalmente en la industria textil y en la alimentaria.

A partir de la información analizada, hemos decidido enfocar nuestro TFG en esta problemática. Intentamos contribuir en la causa aportando una solución que pueda ayudar a divulgar el problema de una manera más cercana y atractiva al público infantil a través del diseño y la ilustración. Por tanto, la idea principal de nuestro proyecto es crear una marca que ofrezca una colección de productos de papelería elaborados mediante procesos sostenibles. El hilo conductor del proyecto son las ilustraciones que dan vida a las prendas, las cuales aportan mensajes de apoyo al planeta y personajes del mundo animal basados en el conflicto medioambiental. Todo ello elaborado desde un punto de partida ecológico y con la intención de llegar al público infantil de una manera distinta.

Para llevar a cabo el proyecto, nos hemos basado en ciertos referentes como Cero Residuo, A Good Company o Ekomodo, empresas que promueven el ecologismo mediante productos atractivos y accesibles a todo el mundo. Centrándonos en este tipo de marcas, hemos decidido seguir con la misma línea de referencia, incorporando el color y el mensaje escrito como elemento diferenciador.

Este proyecto se ha realizado en grupo, y aunque debido a las circunstancias no se ha podido llevar a cabo de la manera que se planteó, el proyecto se une por la misma intención y concepto. Cada una ha adoptado un rol distinto que aborda las dos grandes áreas en las que se compone el trabajo. La encargada de la primera parte es mi compañera Mirella, cuya tarea consiste en la creación de la identidad visual de una papelería sostenible y la elaboración de los elementos adecuados para la divulgación de la marca. Principalmente se creará el logotipo que represente los valores escogidos y se hará un estudio de mercado y un *briefing* que respalde el proyecto. Una vez creada la marca, se diseñarán las herramientas necesarias para publicitar el producto como el diseño de la página web o la maquetación de un catálogo.

En la segunda parte del proyecto se desarrollará la campaña de ilustración propuesta por la marca en la cual yo soy la encargada. Por un lado, se investigarán los principales problemas medioambientales que surgen actualmente. Esta investigación será de gran ayuda para comprender y fijar un concepto concreto a la colección y se establecerá, mediante referentes, el estilo en que queremos abordar la campaña. Para la fase de producción, se llevará a cabo el diseño de personajes, grafismos y mensajes que acompañen a cada uno de los productos. Este estudio y proceso quedará reflejado en un libro de estilo en el que se determinarán los distintos detalles de cada ilustración. La motivación principal de nuestro TFG se debe al interés en contribuir a la causa fomentando la educación ambiental en edades tempranas.

## 1.1 OBJETIVOS

El objetivo fundamental de nuestro proyecto de final de grado es contribuir y aportar soluciones reales al cambio climático mediante la educación ambiental en el sector infantil. Creemos que la idea de combinar el medio ambiente con la ilustración aplicada y el ecodiseño<sup>1</sup> puede ser una vía interesante para transmitir el problema climático, ya que el mensaje se transmite de una manera mucho más atractiva y cercana.

Por otro lado, el consumo indiscriminado de productos “*low cost*”<sup>2</sup> impulsado por las grandes cadenas tiene como consecuencia el hiperconsumismo innecesario. Se acumulan una gran cantidad de prendas cuya calidad es escasa, captando nuestra atención por sus diseños y reducidos precios. Estos productos debido a la rápida y excesiva demanda, se elaboran mediante producción en serie, con materias primas perjudiciales para el medio ambiente y de gran dificultad para el posterior reciclaje. Nuestro objetivo es impulsar la producción sostenible y el ecodiseño, demostrando a las empresas distribuidoras que se pueden hacer artículos atractivos y sencillos sin generar impacto en el medioambiente a través de medios menos nocivos y completamente sostenibles.

Durante la realización de este proyecto se espera conocer toda la problemática medioambiental, las causas y sus posibles soluciones. Se va a llevar a cabo el diseño de personaje y la creación de un libro de estilo, con un análisis exhaustivo de cada uno de ellos junto a sus posibles aplicaciones. También, conocer todos aquellos aspectos técnicos que envuelven la producción de un producto, como son la edición o la implementación. Finalmente, se espera tanto a potenciar mis habilidades de diseño e ilustración, como a gestionar el tiempo.

---

1. *Ecodiseño*: Incorporación de criterios ambientales en el diseño y producción de un producto

2. *Low Cost*: Ofrecer servicios con precios inferiores al de otras empresas

## 1.2 METODOLOGÍA

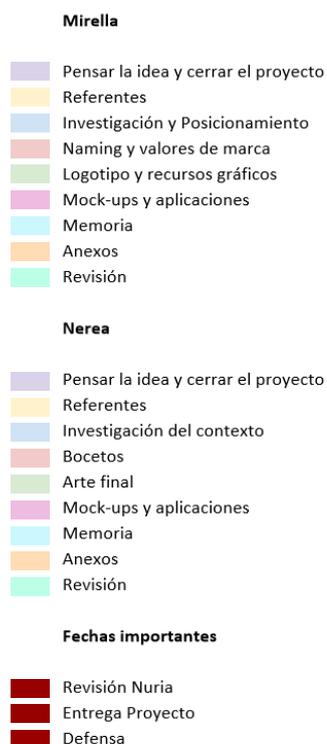
La metodología empleada para la creación de ilustraciones está dividida en cuatro fases. Investigación, *briefing*, producción y resultados. La primera fase corresponde a la investigación de la problemática medioambiental actual y sus causas en relación a la especie animal. Se ha llevado a cabo un análisis exhaustivo, mediante encuestas y documentos relacionados, sobre la preferencia de los más pequeños ante la compra de material escolar y su nivel de concienciación sobre el conflicto medioambiental. También se han analizado los distintos tipos de soportes y técnicas sostenibles para la realización del proyecto.

La segunda fase es la redacción del *briefing*, análisis de la competencia, búsqueda de referentes junto a la elección de la estética y definición del concepto. La siguiente fase es la de producción, en la que se lleva a cabo el diseño de personajes junto a un libro de estilo con los detalles correspondientes a cada ilustración. Es esta fase se determinan todos los aspectos técnicos y se desarrollan las aplicaciones necesarias para cada tipo de soporte. La última fase es la de resultados, que consiste en la implantación de las ilustraciones en los diferentes productos mediante mockups junto a análisis de viabilidad del producto para comprobar si cumple perfectamente su función.

Los medios que hemos utilizado para la realización del proyecto son los diferentes programas de software distribuidos por la empresa Adobe: Photoshop, Illustrator e Indesign, todos en versión CC2017.

## 1.3 CRONOGRAMA

Para la organización de tareas, se ha utilizado el Diagrama de Gantt como herramienta principal. Creada por Karol Adamiecki, permite exponer el tiempo de dedicación previsto para las diferentes tareas a lo largo del proceso.



Los colores en tono oscuro son fines de semana

<b>Febrero</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28			
<b>Marzo</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
<b>Abril</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
<b>Mayo</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
<b>Junio</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
<b>Julio</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31

Figura 1. Boceto de la planificación inicial

## 2. CONTEXTO

### 2.1 ANÁLISIS DE LA PROBLEMÁTICA MEDIOAMBIENTAL

La contaminación ambiental se define como la presencia de componentes nocivos que alteran el equilibrio de los ecosistemas. Dichos agentes suponen un gran daño en el entorno, ya sea natural o artificial, y perjudican principalmente a los seres vivos que habitan en él. El origen de este problema puede ser biológico, químico o físico, y se relaciona principalmente con la actividad humana, como el uso indiscriminado de plásticos o la explotación desmedida de los recursos naturales. Conocer los problemas ambientales es el primer paso para la concienciación y reclamación de acciones con el fin de combatirlos. A continuación se van a analizar las causas y consecuencias de los 6 principales factores de contaminación.



Figura 2. *Water Scarcity* del fotógrafo Frederick Dharshie, 2019

El primer problema medioambiental que se va a desarrollar es la sequía y escasez de agua. Se define como irregularidad climatológica en la que la cantidad de agua no es suficiente para abastecer las necesidades de los seres vivos. Según World Animal Protection “A nivel mundial, se estima que 1.800 millones de personas experimentarán una escasez absoluta de agua para 2025, y las personas que dependen del ganado experimentarán los peores impactos.”<sup>3</sup> Entre las principales causas que dan lugar a esta problemática se encuentran las actividades agrícolas e industriales, ya que afectan negativamente a la capacidad de la tierra junto a la deforestación. Otro factor de principal importancia es el cambio climático o la contaminación que conlleva la ausencia o escasez de lluvias o periodos irregulares de precipitaciones.



Figura 3. *Un infierno en la Tierra* del fotógrafo José Francisco Franco Maicas

El segundo problema es la deforestación, definida como proceso de destrucción o agotamiento de la superficie forestal con la finalidad de usarla para otras acciones. Antena 3 Noticias informó que “83,9 millones de hectáreas de árboles se perdieron entre 2016, 2017 y 2018.”<sup>4</sup> Son muchas las causas que llevan a cabo este tipo de conflicto, como la agricultura de roza y quema, aunque el principal abuso producido por el hombre es la tala indiscriminada de árboles. Existen otro tipo de causas de origen natural que agravan este problema, como son los incendios desmedidos. Este fenómeno destruye grandes áreas de selvas tropicales y bosques, lo cual conlleva la pérdida de una gran cantidad de especies, la modificación de clima global y el llamado efecto invernadero, entre otros.

3. World Animal Protection. *Crisis por sequía: cuando los animales mueren, la gente también.*

4. Antena 3. *Deforestación: Causas, consecuencias y qué podemos hacer para evitarlo.*



Figura 4. *Polluted New Year* del fotógrafo Eliud Gil Samaniego, 2019

El tercer problema medioambiental es la contaminación del aire. Se define como presencia de partículas sólidas y gases en el aire, emitidas por compuestos químicos que causan un efecto perjudicial sobre los seres vivos y el medio ambiente. Según la OMS “El mismo aire que respiramos se está volviendo peligrosamente contaminado: nueve de cada diez personas están respirando ahora aire contaminado, el cual mata a 7 millones de personas cada año.”<sup>5</sup> Algunas de las causas que fomentan esta problemática es la industrialización excesiva y dióxido de carbono, gas proveniente de automóviles o centrales eléctricas. Es difícil evitarlo, ya que está a nuestro alrededor continuamente. Este factor es de gran riesgo en personas con enfermedades, niños y ancianos, ya que los contaminantes microscópicos pueden sobrepasar las defensas penetrar profundamente en el sistema respiratorio o circulatorio, afectando gravemente a la salud.



Figura 5. *Caretta Caretta* del fotógrafo Eduardo Acevedo, 2019

El cuarto problema corresponde a la contaminación del mar, generada por el volcado sistemático de basuras y desechos químicos, afectando principalmente a mares y océanos. Según la estimación del Organismo Internacional de Energía Atómica “Habría nada menos que 5,25 billones de partículas de plástico, con un peso total de 250 000 toneladas, flotando en los océanos de todo el mundo.”<sup>6</sup> Entre los tipos de contaminación marina están los residuos plásticos que se derrochan en el mar, siendo uno de los elementos más contaminantes del planeta, por su composición no biodegradable. Por otro lado, el aumento de aguas residuales de las poblaciones, favorecen la eutrofización<sup>7</sup>, así como la entrada de químicos, parásitos y microorganismos. Son 5 millones de personas las que mueren en todo el mundo por esta problemática, sin contar en la gran cantidad de especies.



Figura 6. *Océano Ártico* de la plataforma iStock

El quinto corresponde a uno de los principales desafíos globales en el siglo XXI, el llamado cambio climático. Se define como la variación en el estado del sistema climático terrestre, que persiste durante períodos de tiempo extensos hasta alcanzar un nuevo equilibrio. Este fenómeno puede llegar a consecuencias devastadoras, y algunas de las causas principales son los llamados gases de efecto invernadero. Estos gases, incrementan la capacidad de la atmósfera para retener el calor, dando lugar al fenómeno del calentamiento global. Algunas de las consecuencias más significativas son el alargamiento de verano, o el aumento de la temperatura terrestre, provocando sequía, daños en las cosechas, deshielo polar o fuertes olas de calor. Las Naciones Unidas aseguran que “Se estima que el aumento del nivel medio del mar será de entre 24 y 30 centímetros para 2065 y de 40 a 63 centímetros para 2100 en relación al periodo de referencia de 1986-2005”<sup>8</sup>.

5. OMS. *Cómo la contaminación del aire está destruyendo nuestra salud*.

6. IAEA. *Contaminación del mar y las costas*

7. Eutrofización: Acumulación de residuos en los litorales marinos.

8. Naciones Unidas. *Cambio Climático*.

Finalmente, el último problema corresponde a la pérdida de biodiversidad. Se define como la disminución o pérdida de la diversidad biológica, es decir, la variedad de seres vivos que habitan el planeta. Todos los problemas medioambientales analizados anteriormente, afectan en gran medida a los seres vivos, especialmente a la vida animal, ya que muchos científicos advirtieron en 2019 que un millón de especies, del total estimado de ocho millones, están en peligro de extinción. La modificación o destrucción de los hábitats naturales para satisfacer las necesidades humanas, ha llevado como consecuencia la pérdida de millones de animales en todo el mundo, y para combatirlo, se necesita de una gran conciencia social. Como afirma Greenpeace “El cambio climático es una realidad que ya va a tener implicaciones inevitables, pero aún podemos minimizar sus consecuencias más severas”<sup>9</sup>.

## 2.2 PROPUESTA DE CONCIENCIACIÓN INFANTIL

Después de analizar exhaustivamente cada problema medioambiental que existe, se ha llegado a la conclusión de que el mayor conflicto al que se enfrenta la naturaleza es la falta de concienciación ambiental en todos los seres humanos. Asimismo, es fundamental la formación del conocimiento ecológico, para despertar el entendimiento socio-ambiental actual, por medio de valores que promuevan el cuidado del entorno. Según Acnur, la agencia de la ONU para los refugiados “La conciencia ambiental es una filosofía de vida que se preocupa por el medioambiente y lo protege con el fin de conservarlo y de garantizar su equilibrio presente y futuro”<sup>10</sup>.

Actualmente, existen dos formas por las que se puede fomentar la concienciación ambiental, mediante campañas de sensibilización sobre las consecuencias que conllevan nuestros actos a la naturaleza, y a través de la educación ambiental en los más pequeños. Este tipo de educación se define como un proceso cuyo objetivo es impartir conciencia, actitudes y valores sobre el medio ambiente para conseguir un uso racional de los recursos, logrando así un desarrollo adecuado y sostenible. Laura Barraza, estudiante de la academia nacional de educación ambiental, afirma que: “La formación de valores y de buenos hábitos se inicia en el hogar. Durante la primera infancia se consolida una buena parte del desarrollo psico-social del individuo. Por ello, mientras el individuo tenga una base moral sólida, será más fácil lograr un desarrollo conservacionista, basado en el respeto de todas las formas de vida.”<sup>11</sup> (1998, p. 01).

---

9. Greenpeace. *Cambio climático: El cambio climático constituye la mayor amenaza medioambiental a la que se enfrenta la humanidad.*

10. ACNUR Comité Español. *¿Cómo aumentar la conciencia ambiental de la sociedad?*

11. Barraza, L. *Conservación y medio ambiente para niños menores de 5 años*, p.01.

El mundo vive en un entorno mediático, donde la imagen se convierte en un mensaje visual, generando una gran oportunidad educativa. La imagen, mediante todo su potencial instructivo, también puede formar parte de la educación ambiental, y a su vez, el diseño. La solución de problemas sociales y culturales también concierne al diseño e ilustración, ya que estas dos disciplinas se han posicionado en la sociedad actual como miembros activos, con la capacidad de mejorar y solucionar cualquier problema. Su nuevo rol se adapta a cualquier situación y conducta a través de mensajes estratégicamente organizados y estudiados, pues ya no solo crea material gráfico, sino que contribuye a transmitir cualquier mensaje de la mejor manera posible.

Partiendo de esta información, se pretende crear una campaña de productos sostenibles para la papelería Blue Planner. Este proyecto va dirigido especialmente al público infantil, a partir de los cinco años, ya que, como se ha mencionado anteriormente, la formación en edades tempranas es fundamental para lograr resultados en el futuro. La idea es diseñar pequeñas ilustraciones sobre el impacto medioambiental, que sensibilicen a los más pequeños, y que, mediante la estética y el diseño, se pueda educar de una manera más divertida y dinámica. El elemento fundamental que se va a desarrollar para transmitir el mensaje es el diseño de personajes, ya que mediante sus expresiones y colores, se va a definir la narrativa visual. Para fortalecer el mensaje, también se incluirán frases cortas y directas que potencien el significado y acompañen a la imagen pudiendo generar diversas composiciones diferentes. Para asentar esta idea y enriquecer el proyecto, se ha llevado a cabo un breve cuestionario sobre concienciación infantil a madres de niños entre cinco y diez años, en el que se ha confirmado la falta de conocimiento sobre sostenibilidad y medioambiente. Por otro lado, se ha comprobado que la mayoría de encuestadas no hacen uso de productos sostenibles, ya sea por precio o por falta de estética. Por último, a la gran mayoría de niños les atraen preferentemente los colores y sobretodo los dibujos de animales, datos que han servido para establecer los personajes principales de la colección, el mundo animal.

1. Sobre la problemática medioambiental mis hijos:

19 respuestas



6. Como padre considero:

19 respuestas



Figura 7. Encuesta realizada por Mirella Martínez y Nerea Martínez a padres y madres de niños entre 5 y 10 años para su *Trabajo Final de Grado*, 2020

## 3. CASO PRÁCTICO: DESARROLLO DEL PROCESO

### 3.1 IDENTIDAD VISUAL DE BLUE PLANNER



Figura 8. Logotipo principal de la papelería Blue Planner

Mi compañera Mirella ha sido la encargada de realizar la otra parte del proyecto, la creación de una marca de papelería llamada Blue Planner. Esta ficticia empresa se fundamenta por los valores de sostenibilidad y ecologismo ya que su misión es la sensibilización del público infantil acerca de la problemática medioambiental. Para lograrlo, utiliza un tono cercano y dulce que pueda despertar la atención del menor hacia sus productos. Blue Planner, como empresa, quiere innovar y potenciar recorrido en el mundo de la sostenibilidad, por lo que solicita de mis servicios como ilustradora para llevar a cabo una campaña de sensibilización infantil que fomente sus valores y amplíe su abanico de productos, proporcionando artículos diferentes a los habituales.

### 3.2 BRIEFING / CONTRABRIEFING

Un *briefing* se define como un documento que proporciona información sobre las pautas y normas establecidas de un determinado proyecto. Este documento sirve como herramienta para una clara comunicación entre la empresa y el cliente junto a probables variaciones o ideas a fin de que la tarea pueda realizarse lo más correctamente posible. Aunque existen distintos tipos de *briefing*, para este proyecto se necesita uno de tipo creativo, que incluya detalles concretos a nivel gráfico y de diseño además de un posible presupuesto junto a los plazos de ejecución establecidos.

Este proyecto nace como un encargo para la papelería sostenible Blue Planner, por lo que debe desarrollarse un *briefing* que acompañe al proyecto y sirva de referente ante cualquier duda.

En este caso, el objetivo del proyecto es realizar una campaña de sensibilización sobre el problema medioambiental aplicada a productos de papelería sostenibles cuyo target se enfoca en un público infantil. Esta campaña pertenece a una empresa de papelería sostenible que tiene como visión reducir el impacto medioambiental. Por tanto, este proyecto debe fomentar los valores de sostenibilidad y ecologismo atrayendo de manera clara y artística a cualquier persona de temprana edad. Estas características nacen de un claro nicho de mercado respecto a la calidad estética de la competencia en empresas sostenibles, por lo que el proyecto debe ser dotado de un gran atractivo visual. El presupuesto total es de 1100 euros y debe ser elaborado durante el último curso escolar y presentado el 23 de junio.

Después de investigar el contexto y las posibles propuestas para llevar a cabo el proyecto, es fundamental redactar un *contrabriefing*, que consiste en la corrección del *briefing* por parte del diseñador para realizar nuevas aportaciones o modificaciones que el cliente no ha tenido en cuenta o ha enfocado de manera incorrecta. El documento podría redactarse de la siguiente manera:

“El proyecto es abordado por Nerea Martínez Palmero, estudiante de último curso en el Grado de Diseño y Tecnologías Creativas por la Universidad Politécnica de Valencia y surge como encargo para la papelería sostenible Blue Planner. El objetivo principal de este proyecto es realizar una campaña de sensibilización sobre el problema medioambiental aplicada a productos de papelería sostenibles y consistirá en la elaboración de cinco ilustraciones basadas en los principales conflictos ambientales. Respecto al target, se enfoca en un público infantil que abarque desde los cinco años hasta los once, aunque este rango puede variar. Cada ilustración estará dotada de mensajes sensibilizadores con un potente lenguaje visual. Cada una de ellas se realizará mediante elementos versátiles que permitan implementarse en multitud de soportes reales enfocados a artículos de papelería. Esta campaña pertenece a la empresa de papelería sostenible Blue Planner, cuya visión es reducir el impacto medioambiental, por tanto, el proyecto debe fomentar los valores de sostenibilidad y ecologismo utilizando un lenguaje visual divertido, distinto y dinámico que atraiga de manera clara y artística a cualquier persona de temprana edad. Estas características nacen de un claro nicho de mercado respecto a la calidad estética de la competencia en empresas sostenibles, por lo que el proyecto debe ser dotado de un gran atractivo visual. Por otro lado, uno de los requisitos indispensables es que debe estar diseñado mediante procesos no contaminantes, para reducir el impacto medioambiental y fomentar los valores principales del ecologismo. Al dirigirse a un público infantil, las ilustraciones deben elaborarse con el mayor tacto posible, sin generar imágenes obscenas ni desagradables. El presupuesto total es de 1100 euros y debe ser elaborado durante el último curso escolar y presentado el 23 de junio.”



### 3.3 REFERENTES

#### 3.3.1 Ilustradores

##### 3.3.1.1 Alex Trochut

Alex Trochut es un diseñador gráfico, ilustrador y tipógrafo español. Creó su propio taller en Barcelona pero actualmente reside en Brooklyn. Sus proyectos destacan por la importancia que le otorga a la tipografía, transformándola en un elemento de expresión gráfica.



Para Alex, la tipografía funciona en dos niveles jerárquicos, en la imagen de la palabra y en la lectura. Utiliza el potencial del lenguaje como medio visual, llevándolo a sus límites para que la lectura y la visión se conviertan en una misma expresión unificada, manteniendo los mismos rasgos como la fusión entre geometría y formas fluidas.

Figura 9. Campaña *Splash* diseñada por Alex Trochut para Mac, 2016

Figura 10. Gráfico diseñado por Alex Trochut para Patagonia, 2014

Sus creaciones han servido de gran inspiración en este proyecto para comprender y estudiar la tipografía expresiva adaptada al medio, como por ejemplo en la campaña *Splash* de Mac, compuesta por una serie de rotulaciones que simulaban líquido derramado en el suelo. Gracias a sus proyectos y creaciones, se ha desarrollado la tipografía a un nivel mucho más expresivo y ha servido para poder explorar en profundidad el mundo del *lettering*<sup>12</sup>.

##### 3.3.1.2 Kukuxumusu

Kukuxumusu es una empresa española popular por sus dibujos humorísticos. Gonzalo Domínguez, Koldo Aiestaran y Mikel Urmeneta, desarrollaron una serie de dibujos para estamparlos en distintas camisetas, pero años más tarde sus ilustraciones tuvieron un mayor reconocimiento.



Su trabajo se caracteriza por la simplicidad e ingenuidad de sus dibujos, su identificación con las fiestas y tradiciones y la reinterpretación de las mismas. Actualmente, está enfocado en la continua creación de nuevas historias.



Figura 11. Ilustración de oso polar diseñada por Kukuxumusu

Figura 12. Ilustración de oveja diseñada por Kukuxumusu

Esta marca se ha tenido muy presente para la creación de este proyecto por la calidad visual de las ilustraciones, la simpleza en la que están realizadas, y la expresividad que transmiten, ya que hacen que cada dibujo cuente una historia distinta. La estética de estas ilustraciones y su versatilidad para aplicarlas en cualquier soporte, han hecho que el proyecto se dote de una apariencia más limpia y una transmisión del mensaje mucho más sencilla y dinámica.

12. *Lettering*: Técnica de diseño y composición de las palabras

### 3.3.2 Guía de estilo

Una guía de estilo es un manual compuesto por un conjunto de reglas establecidas por una entidad para fijar una uniformidad en el estilo del proyecto. Cada manual puede ser revisado y actualizado periódicamente para adaptar los cambios en el uso, de esta manera poder mantener la mayor coherencia en todos los contenidos posibles.

Existen distintos tipos de manual, el modelo que se va a desarrollar en este proyecto debe centrarse en aspectos propios del diseño gráfico como la tipografía utilizada, el color o el estilo visual. Tratándose de ilustración aplicada, también debe abordar aspectos como compensación de pesos, diseño de personajes o aplicaciones.

Para llevar a cabo cada parte de la guía, se han tenido en cuenta manuales propios de personajes populares de animación, especialmente en campañas de promoción de *merchandising*<sup>13</sup>. En “*The new Batman adventures Style guide*”, realizado por el estudio DC Comics y Warner Brothers, se pueden observar unas pautas muy definidas para la creación de su guía de estilo.

El primer punto que aparece en la guía es *The Intro Pages* (Las páginas de introducción), el cual define, mediante cinco páginas introductorias, algunas de las pautas que se deben seguir en el proyecto. Hay distintos apartados dentro de este punto, pero algunos de mayor importancia son la definición de un estructurado índice y la presentación del proyecto. El segundo punto corresponde a *The cast* (El reparto), en el cual se analiza detalladamente cada uno de los personajes junto a sus respectivas gamas cromáticas y presentaciones. El tercer apartado corresponde a *Character Art* (Arte de personajes). En esta sección se examinan todos los personajes presentados anteriormente, analizando cada una de sus expresiones y movimientos de forma absoluta. Los apartados cuarto y quinto corresponden a *Backgrounds and Vehicles*, aunque esta parte no se puede aplicar al proyecto. Por último, *Graphic Design*, cuyo punto se centra en las distintas aplicaciones y *merchandising* que se podría llevar a cabo mediante cada una de las ilustraciones analizadas con anterioridad. En este apartado se tendrán en cuenta elementos como iconos, *patterns*<sup>14</sup>, o adaptaciones. Todo ello bien numerado para que se puedan identificar rápidamente los elementos en todos los puntos.

Aparte del seguimiento de cada uno de estos apartados, se van a añadir algunos más que completen y perfeccionen el proyecto como la definición y características del naming o el análisis tipográfico.

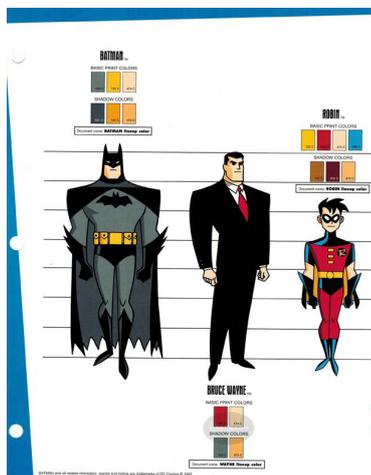


Figura 13. Páginas interiores de la guía de estilo “The batman adventures” que corresponde a la sección *Character art*

Figura 14. Páginas interiores de la guía de estilo “The batman adventures” que corresponde a la sección *Character art*

13. *Merchandising*: Productos publicitarios para la promoción de una marca

14. *Pattern*: Patrón de repetición de un motivo

## 3.4 ILUSTRACIÓN

### 3.4.1 Estudio de la competencia

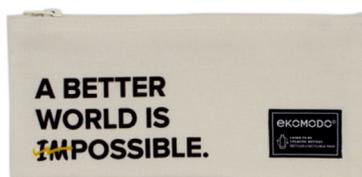


Al ser un encargo real para la papelería Blue Planner, se ha considerado de gran importancia analizar la competencia de la empresa a nivel producto. Aunque es una campaña de solidaridad medioambiental, se debe valorar que se trata de una empresa, cuyo objetivo es la venta de artículos para generar ingresos, aunque dichos productos tengan un fin altruista.



Para el análisis, se han seleccionado dieciocho marcas de papelerías sostenibles, de las cuales varían en gran medida desde un menor a un mayor posicionamiento. Mi compañera Mirella, ha sido la encargada de desarrollar el análisis de la competencia respecto a la marca, en cambio este proyecto solo se centrará en el estudio de la estética y composición de sus artículos, especialmente en libretas.

Por un lado, respecto al nivel cromático, prácticamente ningún producto está elaborado con colores atractivos ya que todos han utilizado el color tierra como representación del ecologismo. Se puede observar un claro patrón de repetición en la mayoría de marcas, ya que se considera que los elementos sostenibles deben utilizar una gama de tonalidades que evoquen a productos naturales como la tierra, las frutas o las plantas. Aunque este tipo de reiteración, hace que todos los artículos tengan el mismo aspecto y no haya ningún tipo de diferenciación de marca, sin olvidar el escaso atractivo que puede manifestar ante los más pequeños.



Por otro lado, el diseño gráfico de la mayoría de libretas es limitado, y en alguno de ellos, nulo. En el caso de la marca A good Company, utiliza el mismo estilo de libreta en toda la colección mediante una apariencia más bien seria, se aleja de cualquier tipo de dibujo elaborando un diseño lo más sencillo posible. Este hecho puede no captar la atención de ningún niño, por lo que podrían preferir otro artículo más atractivo que no respete los valores ecológicos. Algo parecido ocurre con la marca Ekomodo, que ha sido reconocida por su gran labor en el mundo de la sostenibilidad, cuyos productos están dotados de frases positivas y respetuosas con el medio ambiente. Todos sus artículos respetan una dirección de arte homogénea aunque el uso exclusivo de tipografía, podría enfocarse únicamente a un público adulto.

Figura 15. Cuaderno 100% ecológico distribuido por la empresa Be Green

Figura 16. Cuaderno 100% ecológico distribuido por la empresa A good company

Figura 17. Estuche 100% ecológico distribuido por la empresa Ekomodo

### 3.4.2 Concepto

#### 3.4.2.1 Proyecto Animeco

Después de analizar diversos factores como el contexto, los referentes y la competencia, se ha llegado a la conclusión de cuáles serían los aspectos más favorables para el proyecto y cuáles no. Una vez modificado el *briefing*, era momento de efectuar el proceso de conceptualización e ideación de la estética y el lenguaje.

Desde un primer momento, se decidió que el proyecto debía de realizarse mediante la técnica de la serigrafía, dotándolo de personalidad para fomentar así los valores del acabado artesanal. Para la realización del *moodboard*, se seleccionaron varias obras que promovían el arte irónico, ya que se pensaba que mediante este modo de expresión se podría llegar a los más pequeños de una manera menos agresiva y mucho más simpática. Con los primeros bocetos surgieron algunas dudas respecto a la estética visual de las ilustraciones. Desde un inicio, se decidió que los personajes principales fueran animales, ya que, según un estudio analizado anteriormente, demostró que los niños tienen preferencia en la especie animal antes que en cualquier otro elemento. Para llevarlos a cabo, se decidió emplear una línea artística sencilla, con no más de dos tintas, a fin de un correcto empleo de la técnica serigráfica, pero este estilo hacía que las ilustraciones de tono irónico, al no mostrar demasiado detalle, perdieran en gran medida su significado. Por otro lado, mediante un sondeo a menores de cinco y nueve años, se demostró que los niños de temprana edad no eran capaces de comprender esta figura literaria, por lo que se decidió cambiar de tono artístico y desarrollar otro lenguaje visual.

Después de varias pruebas, finalmente se desarrolló un esquema que podría representar perfectamente la intención del proyecto. Por una parte, se clasificaron los cinco principales conflictos ambientales, según el medio al que afectan, es decir, los plásticos en el mar, la contaminación en el aire, el cambio climático en el hielo, la sequía en la tierra y los incendios en los bosques. Esta distribución sirvió para observar que los cinco componentes que forman la tierra, eran, a su vez, los cinco elementos más perjudicados por los problemas medioambientales. Por otro lado, la relación con el medio, también se vinculaba con la especie animal, y al mismo tiempo, con la pérdida de biodiversidad. Finalmente se decidió que esta estructura representaría de forma clara el conflicto ambiental, ya que se relacionaría con el medio y la especie, utilizando los cinco agentes (agua, tierra, aire, hielo y fuego), como nexo entre la contaminación y los animales. Los cinco elementos se convertirían así en el concepto principal de la colección.



Figura 18. Extracto del libro *Viridarium chymicum* D. Stolcius von Stolcenberg, *Cuatro elementos* 1624

### 3.4.2.2 Ilustración narrativa

Una vez determinada la idea, la siguiente fase era buscar qué tipo de animales serían adecuados y qué elementos podrían representar cada medio, este proceso determinaría la narrativa del proyecto.

La ilustración narrativa se define como aquella que cuenta una acción concreta o transmite una sensación. Este tipo de ilustración no necesita un texto descriptivo que la acompañe, ya que mediante la transmisión de información como expresiones o gestos, pueden ser comprendidas por sí solas. La finalidad de este proyecto es que las ilustraciones logren captar la atención de los más pequeños por sus colores y personajes así como por su significado.

Para poder transmitir de manera más auténtica cada uno de los problemas medioambientales y su repercusión en los seres vivos, se decidió basarse en imágenes reales tomadas por fotógrafos y asociaciones como Greenpeace o National Geographic. Cada una de estas fotografías mostraban, de manera violenta, situaciones en las que la contaminación pone en riesgo a diversas especies, como las tortugas ahogándose entre plásticos, o un koala rodeado en llamas. Estas representaciones han sido adaptadas y tratadas de una manera más sutil, aptas para todo tipo de público infantil sin perder su esencia.

Todas las ilustraciones cuentan una pequeña historia, y para transmitirla se han estudiado al detalle las expresiones y gestos de los personajes. Otro factor de narración que ayuda a comprender la historia son todos aquellos elementos representativos como árboles, piedras, aire o gotas que ayudan a entender el contexto y contribuyen a armonizar la ilustración. Por otro lado, la creación manual de los textos mediante *lettering*, también influye en la comprensión del relato representando el entorno. Aunque las imágenes hablan por sí solas, hay que tener en cuenta que van dirigidas a menores, por lo que se considera que es más correcto incluir un pequeño texto de apoyo.

Una vez definido al detalle el concepto y la narrativa, era momento de la tercera fase, el diseño de personaje y la composición de ilustraciones. Uno de los problemas que surgieron, fue la declaración del estado de alarma a causa del COVID-19, lo que obligó a modificar el proyecto. Al no ser posible el acceso al taller, se tuvo que prescindir del acabado serigráfico y la realización de prototipos reales que pudieran representar al proyecto, optando por el uso de *mock-ups* y la impresión ecológica si fuera posible.



Figura 19. *The Boy Named Crow* por el ilustrador Zach Meyer como ejemplo de ilustración narrativa



Figura 20. *Life And Letters Full Page* por el ilustrador Zach Meyer como ejemplo de ilustración narrativa

### 3.4.3 Proceso creativo de las ilustraciones

#### 3.4.3.1 Naming



Figura 21. Pruebas en formato digital del logotipo *Animeco*

*Naming* se define como el proceso creativo mediante el cual se establece un nombre a una marca. El *naming* es el primer paso para dotar de significado a una entidad ya que establecer uno apropiado puede hacer más atractiva y reconocible a la marca. Entre sus funciones, debe comunicar los valores de la empresa y ser distintivo ante cualquier otra compañía. Para determinar el *naming* correcto, se deben tener en cuenta algunas características como la claridad y brevedad del propio nombre o aspectos más técnicos como la escritura y pronunciación, predominando siempre el aspecto visual.

En este proyecto, el nombre no hace alusión a ninguna marca corporativa, aunque tratándose de una campaña como encargo para una empresa, se ha querido dotar de personalidad e identificar a la colección por un nombre que represente el concepto y valor del conjunto. Se propusieron una gran cantidad de *namings*, muchos de ellos formados por contracción de dos palabras como “Ecoanimal”, “Naturkids” o “Ecoelements”, pero no acababa de ser lo suficiente atractivo ni transmitir los valores de la colección. Finalmente surgió “Animeco” que se compone por dos fragmentos de palabras, “Anim” de animal y “eco” de ecológico. Este *naming* es adecuado ya que a la vez que transmite y fusiona los dos conceptos principales, es armónico y fácil de pronunciar.

Para el diseño de logotipo, se ha utilizado la tipografía Mixa-Black, de la diseñadora Ani Petrova. Esta tipografía sans serif, combina las líneas rectas de palo seco, con las clásicas inclinaciones cursivas de las script. Esta composición, hace que la colección se muestre seria y profesional a la vez que infantil y dinámica. No se ha modificado ninguna letra, aunque sí que se ha añadido un elemento diferenciador que hace más personal a la colección. Se han incorporado cuatro círculos de colores distintos, los cuales forman la paleta cromática, y se han colocado arriba de la letra “O”, aludiendo a la huella de un animal. Se ha elegido el color negro para la palabra principal para que se compense con la sobrecarga de color que posee el proyecto. Se ha seleccionado “¡Deja Huella!” como *eslogan*<sup>15</sup> principal, por su directa relación con el *imagotipo*.<sup>16</sup>



Figura 22. Diseño final del logotipo *Animeco*

15. Eslogan: Mensaje breve y fácil de recordar que representa a la marca

16. Imagotipo: Forma de representación gráfica de la marca

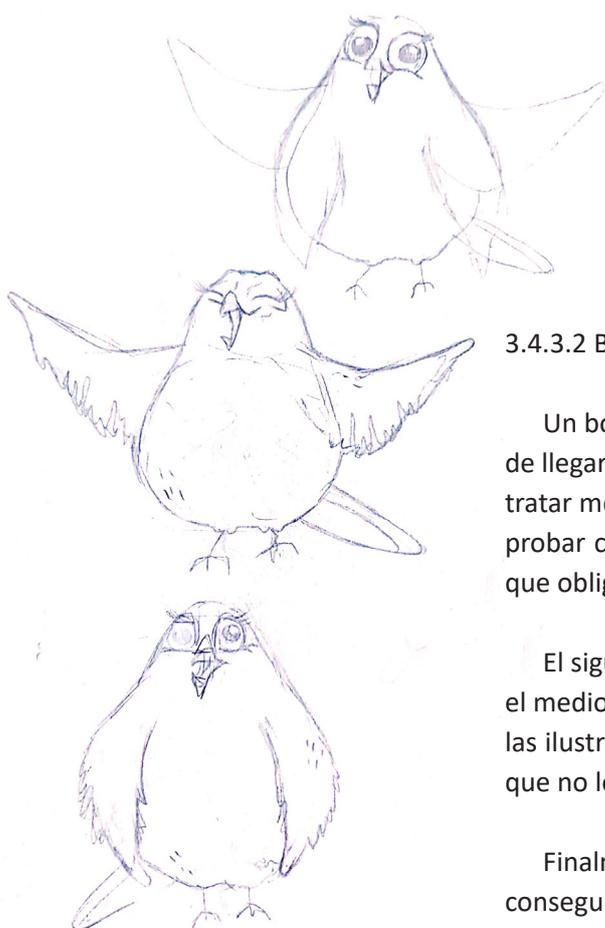


Figura 23. Pruebas en papel de la creación e ideación del personaje Briseida.

Figura 24. Pruebas en papel de la creación e ideación del personaje Eyder.



### 3.4.3.2 Bocetos y *concept art*

Un boceto permite volcar y exhibir sobre un papel una idea general antes de llegar al resultado final. Como en un primer momento el proyecto se iba a tratar mediante un tono irónico, se desarrollaron algunas esbozos para comprobar cómo resultaría. Al final, este tipo de expresión no fue adecuada, lo que obligó a plantear otro tipo de idea.

El siguiente planteamiento era representar a cada uno de los animales en el medio al que simbolizaban, pero el profesor David Heras me aconsejó que las ilustraciones debían contar su propia historia, y dejar de lado los dibujos que no lograban transmitir ninguna sensación ni relato.

Finalmente, se elaboró una serie de personajes que, mediante gestos, conseguían narrar una historia, lo que permitió dotar de sentido y armonía a las ilustraciones.

### 3.4.3.3 Personajes

La colección se compone por cinco personajes principales, cada uno con una historia distinta, pero todas con el mismo estilo y arte final. Se han elaborado distintas posiciones diferentes para varias aplicaciones y situaciones junto a un estudio de expresiones y gestos. Por otro lado se ha establecido un nombre a cada uno de ellos para dotarlos de personalidad.

La primera ilustración corresponde al elemento “agua”. Para este primer dibujo, se ha elegido, como personaje principal una tortuga, de nombre Ares, por sus formas redondeadas y carácter simpático. El principal problema que sufre este tipo de especie, es la asfixia por desechos plásticos. Para la representación de este problema, se ha tenido en cuenta la expresión de angustia del personaje junto a complementos simbólicos del medio como estrellas de mar o burbujas.

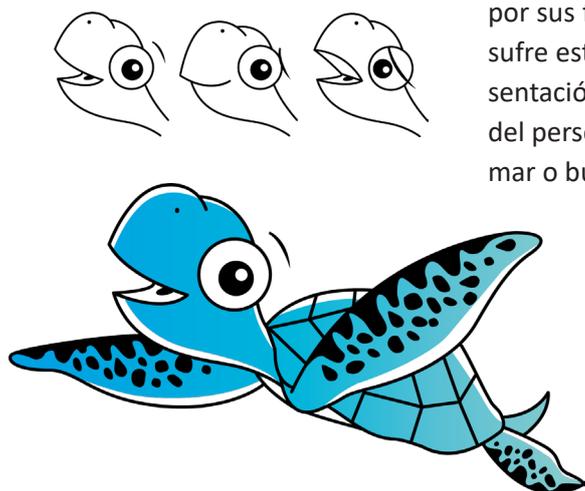


Figura 25. Diseño de personaje final de Ares y algunas de sus expresiones.

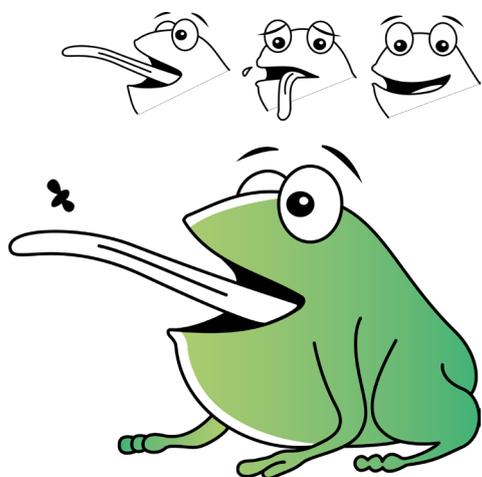


Figura 26. Diseño de personaje final de Eyder y algunas de sus expresiones.

La segunda ilustración corresponde al elemento “tierra”. El personaje principal que se ha seleccionado es la rana, de nombre Eyder, por su apariencia firme y su representativo color. Se ha elegido esta figura por su naturaleza, ya que necesita el contacto con el agua para subsistir, por lo que la sequía representa un problema grave para este tipo de especies. Para la elaboración de esta ilustración, se ha tenido en cuenta la expresión de sofoco por exceso de calor junto a elementos como grietas en la tierra o las piedras.

La tercera ilustración corresponde al elemento “aire”. Se ha elegido el pájaro como personaje principal, por su correlación con el medio y su carácter alegre. Su nombre es Briseida, y como muchos de los seres vivos que también sufren este problema, los pájaros padecen multitud de enfermedades por la gran contaminación que cubre el planeta. Para representar este conflicto, se ha considerado interpretar la tos, utilizando expresiones de dolor y complementos como líneas de aire, dientes de león y plumas.

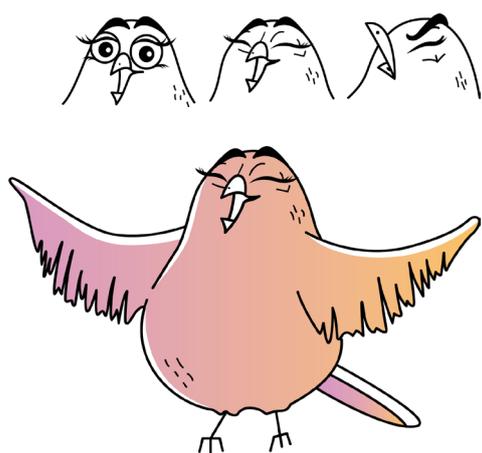


Figura 27. Diseño de personaje final de Briseida y algunas de sus expresiones.

La cuarta ilustración corresponde al elemento “fuego”. El personaje principal es un koala, de nombre Kenai, por su aspecto coqueto y su carácter pacífico. Los incendios afectan a multitud de seres vivos, pero concretamente se ha elegido esta especie por la pasada catástrofe ambiental en Australia, donde murieron 480 millones de animales calcinados, posicionando al koala, como una de las principales especies en peligro de extinción. Para su representación, se ha tenido en cuenta la expresión de tristeza junto a elementos como hojas carbonizadas, árboles quemados o llamas.

La última ilustración corresponde al elemento “hielo”. Se ha elegido el oso polar como personaje principal por su aspecto redondeado, y su relación con el medio. Los osos polares son los más afectados por el deshielo del Ártico, los cuales sufren desnutrición y ahogamiento. Para representar este problema, se ha tenido en cuenta la expresión de pánico por la descongelación y elementos que lo acompañan como los copos de nieve y las gotas.

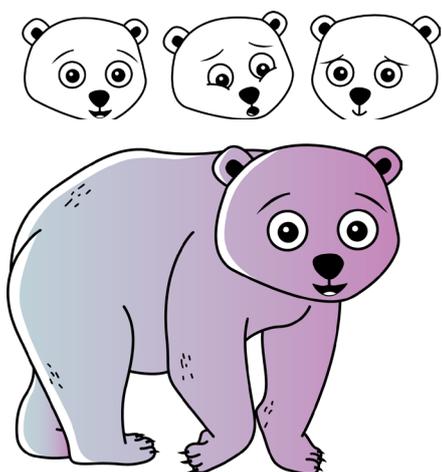


Figura 28. Diseño de personaje final de Apolo y algunas de sus expresiones.

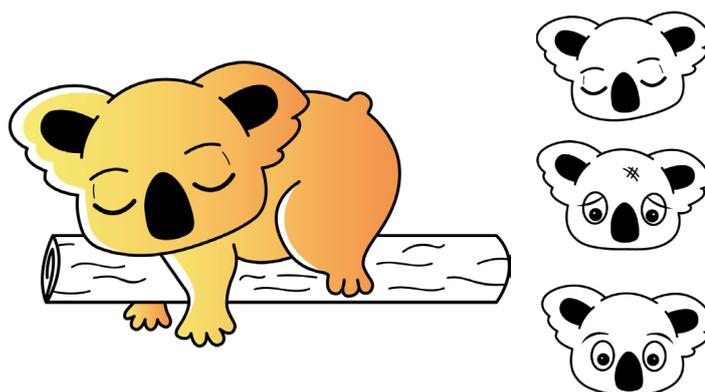


Figura 29. Diseño de personaje final de Kenai y algunas de sus expresiones.



Figura 30. Primeros bocetos de tipografía



Figura 31. Primeros bocetos de tipografía Agua



Figura 32. Primeros bocetos de tipografía Tierra



Figura 33. Primeros bocetos de tipografía Aire



Figura 34. Primeros bocetos de tipografía Fuego

### 3.4.3.4 Tipografía

La idea de incluir texto en la ilustración, ha estado vigente desde el inicio del proyecto, aunque también ha tenido un gran proceso de cambio para conseguir tener personalidad y armonía en la imagen.

Por una parte, se desarrollaron principalmente los personajes, dejando de lado el texto como elemento secundario. Se eligieron varias tipografías y se compusieron acorde a la imagen, pero el profesor David Heras, me aconsejó que debía otorgarle más importancia al texto, de manera que representara de algún modo el medio que se quería transmitir. Después de esta recomendación, me di cuenta que los mensajes eran demasiado planos y necesitaban color y ritmo, lo que me llevó a investigar el mundo del *lettering* (dibujo de letras).

Para la elaboración de textos, investigué el tipo de soporte o material que formaba cualquier medio para introducir texturas y elementos a cada una de las letras. Exploré entre multitud de vídeos y foros, hasta que finalmente logré establecer qué tipo de carácter era adecuado para cada medio.

Para el texto de la ilustración “agua”, se eligió la tipografía Wagged de base, aunque se ha tenido que elaborar manualmente para conseguir el efecto deseado, Por un lado, se ha repasado, mediante la herramienta “pluma” en *illustrator*, todo el contorno de la tipografía. A continuación, se han añadido gotas y vacíos al interior de la tipografía para generar efecto de agua. Finalmente se ha incorporado una línea de contorno, descasada dos puntos del resto, para generar el efecto de movimiento del líquido.

Para el texto de “tierra”, se ha usado la tipografía Retroking, por su efecto granulado y su apariencia más firme, adjetivos que están relacionados con la tierra. Al formar el texto y añadir una línea de contorno, los enlaces cubrían parte de la siguiente letra, lo que se tuvo que solucionar mediante la herramienta “pluma”.

Para el texto de “aire” se ha utilizado la tipografía Hello Honey, por su elegante script de líneas finas y su efecto de suavidad como símbolo del aire. En los acabados, se han incorporado líneas curvas para representar el movimiento del viento.

Para el texto de “fuego” se ha utilizado la tipografía Reality Sunday light, por su inclinación y estilo retro. En las letras “s”, se han modificado para que no quedara una línea demasiado fina.



Figura 35. Primeros bocetos de tipografía Hielo

En un principio, para el texto de “hielo”, se había utilizado una tipografía en mayúsculas y estilo infantil, pero desentonaba demasiado con el resto, por lo que se decidió usar la tipografía Mixa-Black, por su carácter estático y firme, a la vez que script para no destacar.

Para las frases, desde un principio se propuso utilizar un tipo de mensaje que evocaba a un tono negativo, por lo que se decidió cambiar a comunicados mucho más positivos y directos. Por último, en todas las tipografías se ha añadido una sombra trasera para resaltar los textos y potenciar su significado.

### 3.4.3.5 Color

Para la elección de la paleta cromática, se han estudiado los colores característicos de cada medio. Tonos azules para el mar, verdes para la tierra, cálidos para el fuego, rosados para el aire y morados para el hielo. En esta paleta cromática se ha querido incorporar degradados de color para potenciar en gran medida su atractivo visual. El negro y el blanco también están muy presentes en las ilustraciones generando contraste y favoreciendo a la imagen

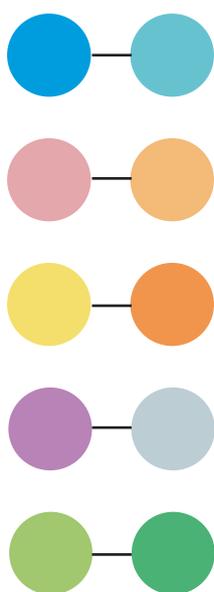


Figura 36. Paleta cromática de las ilustraciones

### 3.4.3.6 Patterns

Los *patterns* (patrones) se definen como un compás de patrón rítmico. Son usados, mayormente, en el ámbito del diseño y la moda. Su función consiste en repetir varias veces el mismo elemento hasta crear una cierta textura o dibujo. Para este proyecto, se han generado cinco patrones distintos, todos ellos correspondientes a cada uno de los cinco tipos de ilustración.

Para la elección del elemento de repetición, se han seleccionado los distintos complementos que acompañan a las ilustraciones, como las estrellas de mar, las gotas, los dientes de león, los copos de nieve, las piedras o las hojas. Para su elaboración, se han realizado mediante una técnica de repetición automática propia del programa Illustrator.

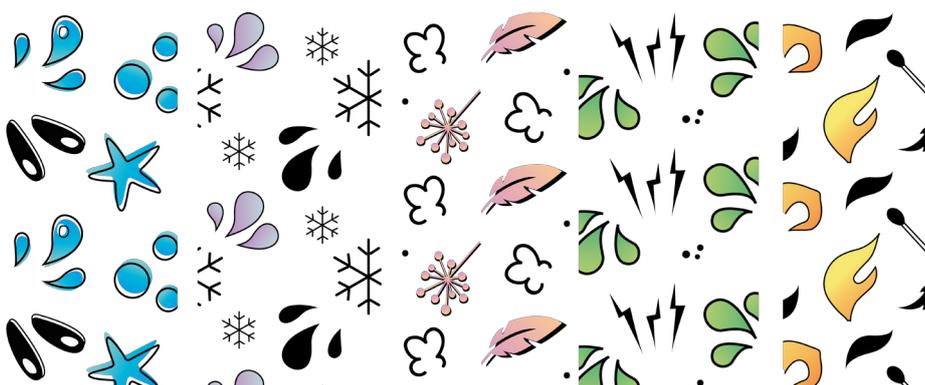


Figura 37. Patterns de las ilustraciones

### 3.4.3.7 Resultado final

Para el resultado final, los bocetos se realizaron en papel, por lo que se tuvo que desarrollar un proceso de digitalización mediante un escáner. A través de la herramienta Illustrator de Adobe, se vectorizaron todas las imágenes utilizando el instrumento “pluma” con la ayuda de una tableta gráfica Huion, contorneando la imagen y adaptándolo al resultado final deseado. El tipo de línea era de trazo uniforme y un punto de tamaño de contorno, junto a un acabado redondeado en los vértices y remates. Para el color, se separaron las imágenes en dos capas, una para líneas y trazos y otra para masas grandes de color. Esta división se realizó principalmente por la intención de llevar a cabo el proceso serigráfico. Para cada una de las masas, se añadió la herramienta “muestra de degradado”, incorporando dos colores que se mezclaran entre sí.

Una vez elaboradas cada una de las ilustraciones, la siguiente fase era la composición y distribución de los elementos en distintas estructuras, organizando el texto y los personajes en formato horizontal y vertical.





Figura 38. Resultados finales de las ilustraciones

### 3.4.3.8 Aplicaciones

Las aplicaciones o los llamados “*mockups*” son fotomontajes que se utilizan en el mundo del diseño para mostrar al cliente cómo será el resultado final de su trabajo en la realidad. A fin de dirigirse a una papelería, se han elegido artículos que representen este sector, como bolígrafos, carpetas, camisetas, libretas o estuches. También se han realizado adaptaciones para páginas web o aplicaciones informáticas, con el fin de llegar al público de una manera más dinámica y directa. En el siguiente punto se van a mostrar imágenes de algunos ejemplos.

## 4. RESULTADOS

### 4.1 MOCK-UPS



Figura 40. Mock-up de bolsa



Figura 39. Mock-up de carpesano



Figura 41. Mock-up de mascarilla



Figura 42. Mock-up de jabón



Figura 43. Mock-up de web



Figura 44. Mock-up de bolígrafos



Figura 45. Mock-up de Instagram



Figura 46. Mock-up de mochila

## 4.2 PRESUPUESTO

FACTURA PRO-FORMA SIN IVA			
Fases del proyecto	Tiempo	Precio	
Desarrollo del concepto	14 días	50€	
Análisis y propuesta	15 días	50€	
Naming de la campaña	5 días	100€	
Ilustraciones	44 días		
1 - Tierra		100€	
2 - Aire		100€	
3 - Fuego		100€	
4 - Agua		100€	
5 - Hielo		100€	
Manual de estilo		300€	
Formatos y aplicaciones	17 días	90€	
<b>Total</b>	<b>95 días</b>	<b>1.090€</b>	

Figura 47. Presupuesto

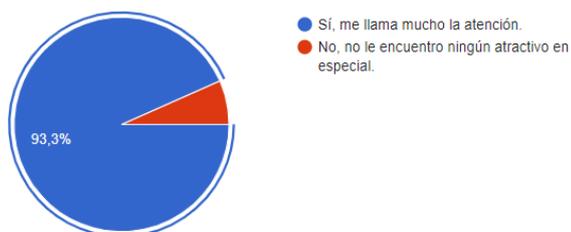
### 4.3 RESULTADOS DE VIABILIDAD

Para comprobar la viabilidad del proyecto, se ha llevado a cabo la realización de una pequeña encuesta dirigida a padres y madres de menores entre cinco y once años. El propósito de este breve cuestionario es corroborar la aceptación del proyecto entre el público infantil y el público adulto, con la intención de conocer sus opiniones acerca de nuestros productos. Por tanto, la encuesta se ha elaborado conjuntamente entre las dos miembros del grupo (Mirella Martínez y Nerea Martínez).

Los resultados obtenidos han sido favorables. Por un lado, los padres y madres de los menores están a favor de que el proyecto goza de atractivo visual y que probablemente podría llamar la atención de los más pequeños. También afirman que los productos son aptos para el margen de edad que se había estipulado y sobretodo que estarían dispuestos a comprar cualquiera de los artículos, por su estética y significado.

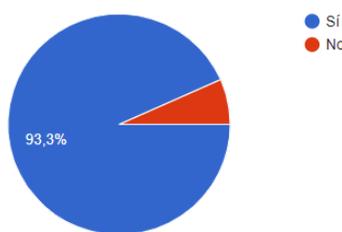
¿Te parece atractiva la siguiente identidad gráfica de marca?

15 respuestas



¿Crees que las siguientes ilustraciones podrían despertar curiosidad a tus hijos?

15 respuestas



¿Crees que los siguientes productos de material escolar son aptos para los menores de edad comprendida entre 5 y 12 años?

15 respuestas



Figura 48. Encuesta realizada por Mirella Martínez y Nerea Martínez a padres y madres de niños entre 5 y 10 años para su *Trabajo Final de Grado*, 2020

## 5. CONCLUSIONES

Poder llegar a concienciar desde el lenguaje de la ilustración, es un reto que requiere, no solo de dotes en dibujo, sino poseer los conocimientos adecuados mediante investigaciones y análisis previos. Se necesita entender las características necesarias para transmitir el mensaje correcto y saber gestionarlo técnica y conceptualmente, por lo que este proyecto ha sido una gran oportunidad para aprender y nutrir nuestro saber sobre esta disciplina.

Entre las diferentes investigaciones, también ha sido de gran descubrimiento indagar sobre el problema medioambiental. Este conflicto, aunque hoy en día es uno de los temas más comentados, sigue siendo inexistente para la mayoría de la población, considerando que mucha de la información que se ha logrado extraer es totalmente desconocida, generando una verdadera concienciación a nivel propio.

La campaña Animeco, ha sido un largo proceso de ideación y desarrollo, en la que se han expuesto la mayoría de conocimientos adquiridos en este grado. Ha servido para fomentar facultades que todavía no se habían podido investigar, como por ejemplo poder indagar en el mundo del *lettering*, técnica que no se había podido desarrollar de la manera en que se ha tratado en este proyecto, por lo que ha sido una experiencia de gran enriquecimiento personal.

Uno de los objetivos principales era que el proyecto lograra transmitir los valores impuestos por la marca Blue Planner, a la vez que tuviera personalidad y distinción entre otras marcas. Esto ha supuesto un gran esfuerzo a nivel conceptual y técnico, ya que no cualquier mensaje ni cualquier estilo era válido. Por todas estas conclusiones, creemos que el proyecto podría ser realmente factible, aportando una marca distinta a las actuales, y consiguiendo un resultado atractivo y solidario.

Finalmente, consideramos que nuestros objetivos se han cumplido, generándonos, tanto a mi compañera Mirella como a mi, satisfacción en todos los niveles.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- ACNUR Comité Español. (2018, septiembre). *¿Cómo aumentar la conciencia ambiental de la sociedad?* Disponible en: <[https://eacnur.org/blog/como-aumentar-la-conciencia-ambiental-de-la-sociedad-tc\\_alt45664n\\_o\\_pstn\\_o\\_pst/](https://eacnur.org/blog/como-aumentar-la-conciencia-ambiental-de-la-sociedad-tc_alt45664n_o_pstn_o_pst/)> [Consulta: 10 de abril de 2020]
- Antena 3 Noticias. (2019, 4 diciembre). *Deforestación: Causas, consecuencias y qué podemos hacer para evitarlo.* Disponible en: <[https://www.antena3.com/noticias/sociedad/deforestacion-causas-consecuencias-que-podemos-hacer-evitarlo\\_201912025de74c580cf255871f1cb799.html](https://www.antena3.com/noticias/sociedad/deforestacion-causas-consecuencias-que-podemos-hacer-evitarlo_201912025de74c580cf255871f1cb799.html)> [Consulta: 18 de marzo de 2020]
- Barraza, L. (1998). *Conservación y medio ambiente para menores de 5 años.* Disponible en: <<http://ww.anea.org.mx/docs/Barraza-Natura.pdf>> [Consulta: 10 de abril de 2020]
- Fernández-pacheco Garrido S. (2015) *Guía de estilo ilustración aplicada a producto sostenible: Colección Frutamics.* Trabajo final de grado. València: Universitat Politècnica de València
- García, J. (2017, 11 marzo). *La ilustración narrativa.* Disponible en: <<https://es.slideshare.net/jarollloyd/la-ilustracin-narrativa#:~:text=La%20ILUSTRACI%C3%93N%20NARRATIVA%20es%20aquella,que%20nos%20trasmite%20una%20sensaci%C3%B3n.>>> [Consulta: 27 de abril de 2020]
- Greenpeace. (s. f.). *Cambio climático: El cambio climático constituye la mayor amenaza medioambiental a la que se enfrenta la humanidad.* Disponible en: <<https://es.greenpeace.org/es/trabajamos-en/cambio-climatico/>> [Consulta: 05 de abril de 2020]
- Kukuxumusu. (s. f.). *Kukuxumusu.* Disponible en: <<http://musutruk.kukuxumusu.com/es/>> [Consulta: 20 de abril de 2020]
- María García, F. (2018, 14 diciembre). *Efectos de la contaminación ambiental.* Disponible en: <<https://misanimales.com/efectos-de-la-contaminacion-ambiental/>> [Consulta: 25 de marzo de 2020]
- Martínez Huerta, J. F. (s. f.). *Fundamentos de la Educación Ambiental.* Disponible en: <<https://www.unescoetxea.org/ext/manual/html/fundamentos.html>> [Consulta : 15 de abril de 2020]

- Naciones Unidas. (s. f.). *Cambio Climático*. Disponible en: <<https://www.un.org/es/sections/issues-depth/climate-change/index.html>> [Consulta: 15 de marzo de 2020]
- Organismo Internacional de Energía Atómica (s. f.). *Contaminación del mar y las costas*. Disponible en: <<https://www.iaea.org/es/temas/contaminacion-del-mar-y-las-costas>> [Consulta: 29 de marzo de 2020]
- Organización Mundial de la Salud. (s. f.). *Cómo la contaminación del aire está destruyendo nuestra salud*. Disponible en: <<https://www.who.int/es/air-pollution/news-and-events/how-air-pollution-is-destroying-our-health>> [Consulta: 29 de marzo de 2020]
- Sawyer, J. (2014, 10 febrero). *Característica especial: La nueva guía de estilo de Batman Adventures Parte 2 - El elenco*. Disponible en: <<http://www.1989batman.com/2014/02/special-feature-new-batman-adventures.html>> [Consulta: 15 de abril de 2020]
- Trochut, A. (s. f.). *Alex Trochut*. Disponible en: <<https://alextruchut.com/about/>> [Consulta: 25 de abril de 2020]
- World Animal Protection. (2019, 16 junio). *Crisis por sequía: cuando los animales mueren, la gente también*. Disponible en: <<https://www.worldanimalprotection.cr/noticias/crisis-por-sequia-cuando-los-animales-mueren-la-gente-tambien>> [Consulta: 18 de marzo de 2020]

## 7. ÍNDICE DE IMÁGENES

Figura 1. Boceto de la planificación inicial

Figura 2. *Water Scarcity* del fotógrafo Frederick Dharshie, 2019

Figura 3. *Un infierno en la Tierra* del fotógrafo José Francisco Franco Maicas

Figura 4. *Polluted New Year* del fotógrafo Eliud Gil Samaniego, 2019

Figura 5. *Caretta Caretta* del fotógrafo Eduardo Acevedo, 2019

Figura 6. *Océano Ártico* de la plataforma iStock

Figura 7. Encuesta realizada por Mirella Martínez y Nerea Martínez a padres y madres de niños entre 5 y 10 años para su Trabajo Final de Grado, 2020

Figura 8. Logotipo principal de la papelería Blue Planner

Figura 9. Campaña *Splash* diseñada por Alex Trochut para Mac, 2016

Figura 10. Gráfico diseñado por Alex Trochut para Patagonia, 2014

Figura 11. Ilustración de oso polar diseñada por Kukuxumuxu

Figura 12. Ilustración de abeja diseñada por Kukuxumuxu

Figura 13. Páginas interiores de la guía de estilo “The batman adventures” que corresponde a la sección *Character art*

Figura 14. Páginas interiores de la guía de estilo “The batman adventures” que corresponde a la sección *Character art*

Figura 15. Cuaderno 100% ecológico distribuido por la empresa Be Green

Figura 16. Cuaderno 100% ecológico distribuido por la empresa A good company

Figura 17. Estuche 100% ecológico distribuido por la empresa Ekomodo

Figura 18. Extracto del libro *Viridarium chymicum* D. Stolcius von Stolcenberg, *Cuatro elementos* 1624

Figura 19. *The Boy Named Crow* por el ilustrador Zach Meyer como ejemplo de ilustración narrativa

Figura 20. *Life And Letters Full Page* por el ilustrador Zach Meyer como ejemplo de ilustración narrativa

Figura 21. Pruebas en formato digital del logotipo Animeco

Figura 22. Diseño final del logotipo Animeco

Figura 23. Pruebas en papel de la creación e ideación del personaje Briseida.

Figura 24. Pruebas en papel de la creación e ideación del personaje Eyder.

Figura 25. Diseño de personaje final de Ares y algunas de sus expresiones.

Figura 26. Diseño de personaje final de Eyder y algunas de sus expresiones.

Figura 27. Diseño de personaje final de Briseida y algunas de sus expresiones.

Figura 28. Diseño de personaje final de Apolo y algunas de sus expresiones.

Figura 29. Diseño de personaje final de Kenai y algunas de sus expresiones.

Figura 30. Primeros bocetos de tipografía

Figura 31. Primeros bocetos de tipografía Agua

Figura 32. Primeros bocetos de tipografía Tierra

Figura 33. Primeros bocetos de tipografía Aire

Figura 34. Primeros bocetos de tipografía Fuego

Figura 35. Primeros bocetos de tipografía Hielo

Figura 36. Paleta cromática de las ilustraciones

Figura 37. *Patterns* de las ilustraciones

Figura 38. Resultados finales de las ilustraciones

Figura 39. *Mock-up* de carpesano

Figura 40. *Mock-up* de bolsa

Figura 41. *Mock-up* de mascarilla

Figura 42. *Mock-up* de jabón

Figura 43. *Mock-up* de web

Figura 44. *Mock-up* de bolígrafos

Figura 45. *Mock-up* de Instagram

Figura 46. *Mock-up* de mochila

Figura 47. Presupuesto

Figura 48. Encuesta realizada por Mirella Martínez y Nerea Martínez a padres y madres de niños entre 5 y 10 años para su *Trabajo Final de Grado, 2020*