



Universidad
Zaragoza



Facultad de
Ciencias Sociales
y Humanas - Teruel
Universidad Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Queda pendiente

Be outstanding

Autora

Laura Esporrín Ubieto

Directora

Taciana Laredo Torres

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de Teruel

2020

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
2. OBJETIVOS	2
2.1 Generales.....	2
2.2 Específicos	2
3. MARCO CONCEPTUAL.....	2
3.1 Referentes conceptuales	3
3.2 Referentes artísticos	4
3.3 Producción artística propia relacionada con este trabajo	8
4. METODOLOGÍA	10
4.1 Desarrollo de la idea.....	10
4.2 Metodología de trabajo.....	11
4.3 Documentación del proyecto.....	14
5. CONCLUSIONES	18
6. REFERENCIAS DOCUMENTALES	21
Bibliografía	21
Webgrafía.....	22
7. ANEXO.....	I

La palabra es un virus. Quizás el virus de la gripe fue una vez una célula sana. Ahora es un organismo parasitario que invade y daña el sistema nervioso central.

El hombre moderno ya no conoce el silencio. Intenta detener el discurso subvocal. Experimenta diez segundos de silencio interior. Te encontrarás con un organismo resistente te impone hablar. Ese organismo es la palabra.

William Burroughs, *El boleto que explotó*.

1. INTRODUCCIÓN

Vivir es sinónimo de crecer, de movimiento y de fluir en un espacio tiempo determinado. Los seres humanos somos vida y en todo paisaje la hay. Moral, social e individualmente nos condiciona habitar en un sitio u otro, por lo que hacemos que el paisaje hable de nosotros. Los recuerdos que vamos creando con nuestras vivencias, de forma más o menos implícita, están ligados al entorno, paisaje y lugar geográfico en el que los experimentamos. El poder de un paisaje está en que puede remover cada momento que has perdido y se ha quedado atrapado en nuestra memoria. A través de este proyecto desarrollado bajo el nombre *Queda pendiente*, se pretende llenar el vacío que ha dejado en nuestras vidas la excepcional situación causada por el *coronavirus disease* (COVID-19). La COVID-19 es la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto más recientemente. Tanto este nuevo virus como la enfermedad que provoca eran desconocidos antes de que estallara el brote en Wuhan (China) en diciembre de 2019. Actualmente la COVID-19 es una pandemia que afecta a muchos países de todo el mundo¹.

Para evitar su propagación, numerosos países, entre ellos España, han decretado el confinamiento de sus habitantes dentro de sus casas. Se han prohibido desplazamientos y cualquier movimiento que no sea de primera necesidad; ir a comprar, al trabajo o al hospital. Esta postura ha conllevado la cancelación de viajes, planes, conciertos, clases...y, en definitiva, eventos de cualquier tipo.

Queda pendiente pretende acercar al mayor número de personas, a través del arte, a esos lugares y escenarios que son importantes para cada uno, creando un diseño personal y único para cada participante. El proyecto ha estado abierto a cualquier petición concretando siempre un lugar existente; bares, playas, picos o países..., lo más preciso posible. Desplazarse y buscar nuevos horizontes, supone un proceso de cambio, alteración y transformación. Una inflexión en la identidad tanto de la persona, como del paisaje visitado; un desplazamiento del que siempre se sale transformado.

¹ OMS (2019). ¿Qué es la COVID-19?. Recuperado de <https://www.who.int/es/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses> (29-05-20).

2. OBJETIVOS

2.1 GENERALES

El objetivo de este Trabajo de Fin de Grado (TFG) consiste en visibilizar las relaciones que se crean entre habitante y territorio. Hacernos conscientes de que crecemos con y en el entorno. No retenemos en nuestra memoria toda nuestra actividad, pero se puede afirmar que cuando una vivencia destaca frente a otra, nos acordamos de en qué lugar estábamos y qué había allí. Así mismo, el principal objetivo de este proyecto está en saber ver el lado positivo de una situación complicada para todos. A pesar de que estar confinados pueda ser agobiante, siempre hay otra cara de la moneda y se puede mirar el mundo desde otro punto de vista.

2.2 ESPECÍFICOS

Desde un sentido más específico, la principal motivación de este proyecto ha estado en aprovechar la realización del TFG para alegrar y motivar a las personas. Crear un diseño personal para alguien supone dedicarle tiempo, crear con toda la ilusión del mundo porque luego tus diseños se van a compartir por las redes, y más aún, porque van a recordar a esa persona que en tiempos difíciles que tiene pendiente cuando todo vuelva a la normalidad, realizar un viaje, una actividad o un reencuentro en un lugar importante para él o ella. *Queda pendiente* tiene como objetivo ser un proyecto muy humano con la calidez que estando aislados cualquiera necesita.

3. MARCO CONCEPTUAL

Este trabajo se puede contextualizar desde dos perspectivas. Por un lado, referentes conceptuales, teóricos y filosóficos con ideas clave para entender y argumentar el trabajo, y, por otro lado, corrientes y referentes artísticos cuya influencia ha sido decisiva para enfocar el TFG.

3.1 REFERENTES CONCEPTUALES

El concepto *deconstrucción* surge del término alemán *destruktion* ideado por Martin Heidegger en su libro *Ser y tiempo* de 1927. El pensador reflexiona sobre el sentido del ente e interpreta el tiempo como horizonte de posibilidad para comprender a ese ser. A partir de aquí, será Jacques Derrida quien teorice el término deconstrucción. Se basa en la negación de la denotación pura y en el postestructuralismo que cuestiona las jerarquías. En definitiva, se afirma una disociación hiperanalítica del signo².

Según mi interpretación, este término da importancia a la esencia que queda latente tras el efecto de cambio. Niega la pérdida total de la huella que refleja ese proceso. Destruye ideas instauradas en nuestra percepción para poder crear una nueva visión del entorno.

Otro pensador que me ha servido de referencia, ha sido Gilles Deleuze. Del capítulo 'Percepto, afecto y concepto'³ en *¿Qué es la filosofía?*, he extraído la idea de que no se crea con recuerdos de la infancia, sino por bloques que son devenires. Además de recordar una vivencia por lo que estabas realizando, influyen quienes te acompañaban y el entorno y el lugar, y, sobre todo, en lo que te hizo evolucionar o cambiar. Así mismo, de su conferencia en la Escuela Superior de Oficios de Imagen y Sonido de 1978 sobre *¿Qué es un acto de creación?*⁴, recupero que lo interesante de tener una idea de un ámbito en concreto es, que posteriormente se contamine de otra disciplina. Si rompemos esas barreras espacio-temporales, una idea trascenderá incluso más allá que nosotros.

Por otro lado, me ha sido de ayuda a la hora de desarrollar mi discurso la *Teoría de la Deriva* de Guy Debord de 1958. La deriva es un acto que te permite ser consciente de dónde estás. Te abre la mente para ver elementos que, aunque tengas cerca todos los

² Ayala, O (2013). La deconstrucción como movimiento de transformación. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, vol 24 (47), pp 79-93.

Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14529884003>

³ Deleuze, G y Guattari, F (1991). 'Percepto, afecto y concepto' en *¿Qué es la filosofía?*. Barcelona: Anagrama, pp 164-202.

⁴ [Los dependientes] (2013). Gilles Deleuze. *¿Qué es el acto de creación?* [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=dXOzcexu7Ks> (10-05-20)

días, nunca te fijas. Te hace darte cuenta de las formas, estructuras, espacios, rincones y pequeños detalles que hacen cada lugar único y que no todos vemos. Una deriva te aporta información no sólo en cuanto a tecnicismos de la propia ciudad, sino también en cuanto a emociones. El estar perdido, el recibir con todos tus sentidos la información del ambiente, el ser plenamente consciente del espacio, te puede llevar a interactuar y sentir de forma totalmente adversa a lo que experimentas diariamente.⁵ Con la cantidad de información que recibimos hoy en día, el estar comunicado y saber qué ocurre en todo momento, está causando que cada vez separemos menos nuestra mirada de las pantallas. El derivar te hace ser completamente tú en el momento y lugar que estás. Levantar la cabeza y mirar hacia los lados. Lo que veo más importante de este acto es que te hace además de ver y mirar, observar.

3.2 REFERENTES ARTÍSTICOS

En cuanto a referentes artísticos, en primer lugar, por su análisis para captar el mundo exterior y el paisaje, cabe citar dos imágenes de la aparición de la fotografía. Por un lado, la heliografía *Vista desde una ventana de Le Gras*, realizada por Niépce en 1826 (Imagen 1). Se trata de un procedimiento fotográfico que produce fotografías en positivo⁶, ideado por Niépce, como consecuencia de una búsqueda en la mejora de la litografía. Con un encuadre en diagonal y



Imagen 1

Vista desde una ventana de Le Gras, 1826, Niépce. Heliografía.

Fuente: <http://bientrabajao.blogspot.com/2015/10/punto-de-vista-desde-la-ventana-de-le.html>

⁵ Debord, G (1958). Teoría de la deriva. *Internacional situacionista*, vol 1, pp 1-3. Recuperado de <https://www.ugr.es/~silvia/documentos%20colgados/IDEA/teoria%20de%20la%20deriva.pdf>

⁶ Crespo, J (coord.) (2012), *Bellas artes y sociedad digital*. Tenerife: Sociedad latina de comunicación social, p 104.



Imagen 2

La puerta abierta, 1843, Talbot. Calotipo.

Fuente:

<https://tallerescuelalaimagen.wordpress.com/2013/04/30/curiosidades-el-primer-libro-fotografico/>

con escorzo, la imagen muestra un punto de vista captado desde el natural a través de una ventana. Se aprecian volúmenes de distintas alturas y un claro-oscuro potenciado por el propio blanco y negro de la imagen. Así mismo, *La puerta abierta* de Talbot, es un calotipo realizado en 1843 (Imagen 2). Esta imagen supone un cambio de encuadre ya que está hecha desde un exterior.⁷ Con una cuidada luz se crea un juego entre el interior y el exterior de la casa. Además, supone el inicio de la fotografía artística, ya que la composición ha sido preparada previamente.

Continuando con la fotografía, cabe destacar como influyente en los diseños creados para este proyecto, el movimiento denominado fotografía pura o directa. Su oposición al pictorialismo del Siglo XIX; búsqueda de la belleza artística en la fotografía siguiendo los pasos de la pintura realista, hizo que los volúmenes y la forma adquirieran

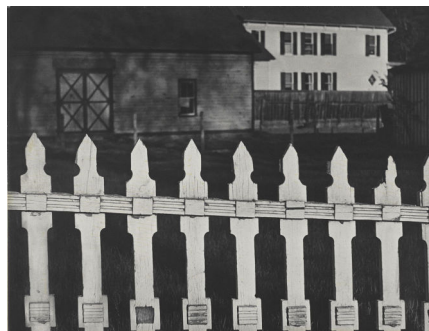


Imagen 3

La cerca blanca, 1916, Paul Strand. Fotografía.

Fuente: https://i-d.vice.com/es_mx/article/bjzkjd/paul-strand-una-vida-en-la-mira

el protagonismo. Se busca la individualización del objeto y se representa tal cual es, resaltando las cualidades intrínsecas en él⁸. En este movimiento, destaco a Paul Strand con su fotografía *La cerca blanca* de 1916 (Imagen 3). Una verja es el elemento principal de la imagen y su estructura y líneas verticales y horizontales captan toda la atención. Además, su presencia se incentiva por el contraste de blancos y negros creado con el fondo.

⁷ William Henry Fox Talbot. Recuperado de

https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/42301_160422.pdf

⁸ Consorcio del Círculo de Bellas Artes (2006). *Momentos estelares. La fotografía del Siglo XX*. Madrid: Brizzolis. Extraído de

[http://www.circulobellasartes.com/fich_libro/MOMENTOS_ESTELARES_LA_FOTOGRAFIA_EN_EL_SIGLO_XX_\(51\).pdf](http://www.circulobellasartes.com/fich_libro/MOMENTOS_ESTELARES_LA_FOTOGRAFIA_EN_EL_SIGLO_XX_(51).pdf)

Por la forma de difusión de cada diseño, relaciono este TFG con la corriente artística del *Mail Art* ya que replantea los límites del lenguaje y la comunicación. Su principal objetivo es romper el sentido unidireccional emisor-receptor de los medios de comunicación de masa, a través de la participación activa del espectador en la obra, socializando la autoría y disipando la distancia entre artista y público⁹. Recupero palabras textuales de Clemente Padín explicando este movimiento:

El *Mail Art* no admite la individualidad, es un cuerpo gigantesco de creativos y su mente está formada por todos ellos. Y su cerebro múltiple es el que determina cuales son los nuevos parámetros que hacen que el movimiento cobre nueva vitalidad y no paralice su corazón. (Padín, C (2001). *Diálogo mantenido simultáneamente*. Extraído de <http://boek861.com/hemeroteca/Mandragora.htm>).

Así mismo, me ha influido conceptualmente el *Land Art*, por su directa relación con el entorno, destacando al artista Perejaume. Para Perejaume paisaje y observador se fusionan en uno. Él mismo se relaciona con el término pictórico plenairismo (de la palabra francesa *plein air*) o pintar al aire libre, para recoger tanto el paisaje como su atmósfera y esencia.¹⁰

⁹ Pianowski, F (2014). Reflexiones acerca del Mail Art Latinoamericano. Barcelona, Research, Art, Creation, 2(3), pp 327-348. Recuperado de <https://www.hipatiapress.com/hpjournals/index.php/brac/article/view/1074/1009>

¹⁰ Grau, I (2015). *The painter on the road*. De la pintura de paisaje a pintar en el paisaje. *Riunet*, pp 205-206. Recuperado de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/63462/-Grau%20-%20The%20Painter%20on%20the%20Road.%20De%20la%20pintura%20de%20paisaje%20a%20pintar%20en%20el%20paisaje.%20La%20importancia%20d....pdf?sequence=1>

El plenairista se pinta los ojos y los labios y, a continuación, sobre la mesa, se eleva un tumulto... Justo encima se hace como un desgarró en el aire seguido de la habitación. En un promontorio se aparece una mujer vieja que lleva un ramo de retamas. Detrás suyo, unas grandes nubes pasan a través de las paredes... Llega desde el fondo de la sala un zumbido de sorpresa y admiración... La visión se aleja y el aire se vuelve a cerrar como una cortina. (Perejaume, El plenairista. *Tría de textos*, 1987)



Imagen 4

Como muestra en su obra *Postaler* (Imagen 4), el mundo es un órgano en el que el aire circula continuamente y cuya naturaleza cambia en todo momento. La obra se conforma con un expositor de postales lleno de espejos que coloca en diversos paisajes, creando una visión de 360° del entorno¹¹.

Postaler, 1984, Perejaume. Hierro, lata, madera, espejos, fotografía a las sales de plata.

Fuente: <https://www.macba.cat/es/artes-artistas/artistas/perejaume/postaler>

Clara referencia para la creación de mis diseños ha estado en la estética del *flat design*. Este estilo se basa en un diseño plano, sencillo, utilizando formas geométricas, colores planos y llamativos en lugar de imágenes complejas; es una simplificación que tiende a la funcionalidad de las cosas y a la eliminación de aquello que puede entorpecer el uso en sí ¹². Su origen se da en 2006, cuando *Microsoft*® lanza su reproductor *Mp3 Zune*, creando una iconografía muy simple para su menú de inicio. Será esta compañía tecnológica la que asiente las bases del *flat design* hasta el 2010; al contrario que su competidor *Apple*, que mantuvo durante varios años más la estética del *skeuomorfismo* o mimesis del objeto. *Microsoft*® normaliza la aparición de diseños planos que resulten

¹¹ MACBA. *Postaler*, 1984. *Macba.cat*. Recuperado de <https://www.macba.cat/es/artes-artistas/artistas/perejaume/postaler> (03-05-20).

¹² Universidad de Alicante. *El diseño en la web: Flat design*. Recuperado de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/69808/1/1-EL-DISE%C3%91O-DE-LA-WEB-FLAT-DESIGN.pdf>

comunes al usuario ¹³. El diseño gráfico se nutre de esta nueva forma de crear y hoy día, los iconos reconocibles y simples se han extrapolado a todo tipo de usos; desde la publicidad a la animación.

Por último, formal y gráficamente, un artista actual que me ha ayudado a desarrollar este proyecto ha sido Óscar Alonso. Es un dibujante que se ha dado a conocer bajo el nombre de 72 kilos en Instagram[®]. Tiene un estilo propio e identificable. A través de ilustraciones de dibujos muy simples y tintas planas, crea mundos de colores en los que aparecen textos con reflexiones del día a día que nos conciernen a cualquier persona ¹⁴. La sencillez de sus ilustraciones es una de las claves de su éxito. Tienen un mensaje muy claro y de un vistazo se entiende su postura (Imagen 5). Utiliza técnica digital y de él tomé la idea de que cada diseño que difundiera, tuviera colocado el nombre de la cuenta *Queda pendiente*, a modo de firma (como hace con 72 kilos).



Imagen 5

Buscándome, 2020, Óscar Alonso [72kilos].
Técnica digital.

Fuente:
https://www.instagram.com/p/B_ah4B8I_kn/

3.3 PRODUCCIÓN ARTÍSTICA PROPIA RELACIONADA CON ESTE TRABAJO

Formalmente, la investigación llevada a cabo en la asignatura Construcción del Discurso Artístico, ha sido fundamental a la hora de empezar a encaminar este proyecto. En CDA comencé a interesarme por las relaciones que creamos entre territorio y habitante. Trabajé el concepto *Ser paisaje*; investigar qué es paisaje; analizando el territorio tanto marítimo, terrestre como estelar, y qué es el cuerpo humano. Indagué en el paisaje en sus momentos de reposo y de calma ya que uno lleva al otro. Si hay mar,

¹³ Burmistrov, I, Zlokazova, T, Izmalkova, A y Leonova, A (2015). *Flat design vs traditional design: comparative experimental study*. *Interact15*. Recuperado de <file:///C:/Users/Laura%20Esporr%C3%ADn/Downloads/Burmistrov-INTERACT15.pdf>

¹⁴ Alonso, O [72kilos]. Perfil 72 kilos. *Instagram*. Revisado en <https://www.instagram.com/72kilos/?hl=es> (02-04-20).

habrá marea y a su vez habrá acción de la luna. Son fases en cadena que se repiten. Esto me llevó a ver que nuestro cuerpo funciona igual. Si nuestra sangre se mueve y reparte nutrientes al organismo es porque hay un corazón que la bombea y una serie de órganos funcionando para conseguirlo. La asociación biológica entre ambos medios es totalmente clara. Así mismo, continué buscando semejanzas visuales entre cuerpo humano y paisaje. Del entorno extraje imágenes de escenarios en estado de constante y de cambio; nieve y alud, mar y marea, estrella y galaxia..., y, de cuerpo, fotografías de partes externas que son perceptibles a la vista; arrugas, huella... y de partículas o elementos que forman en su conjunto el organismo y que requieren de microscopios y material específico para su estudio; glóbulos rojos, células... De una forma más poética, puedo concluir que si tenemos estrellas por fuera; como serían las pecas, es porque somos galaxias por dentro; nuestros glóbulos rojos.

La asignatura Instalaciones, aunque no la relaciono técnicamente con este proyecto llevado a cabo como TFG, sí me ha servido conceptualmente. Me ha hecho ver cómo dependemos del territorio. Somos seres que necesitan moverse, viajar y conocer nuevos horizontes y nuestra identidad la vamos construyendo conforme aprendemos y vemos más allá de nuestra zona de confort. *Raíces* (Imagen 6) es una pieza que habla de las influencias que tenemos respecto del entorno. Una talla se complementa con una raíz natural de un árbol, simulando entre ambas una marca de identidad.



Imagen 6

Raíces, 2020. Laura Esporrín. Talla en madera y raíz, dimensiones variables.

Finalmente, las asignaturas de Infografía e Introducción al diseño, han sido fundamentales a la hora de crear y construir la parte plástica. En segundo curso de BBAA cursé ambas, y fue entonces cuando aprendí el manejo de *Photoshop*[®] e *Illustrator*[®]. Me familiaricé con los softwares y la tableta gráfica y mi gusto por el diseño me llevó a matricularme en tercer curso en Diseño Web. En esta asignatura comencé a diseñar con colores planos y crear iconos simples basándome en el *flat design* (Imágenes 7, 8 y 9).



Imagen 7

Ejemplo de cabecera para la web de una empresa ficticia.



Imagen 8

Ejemplo de cabecera para web personal.



Imagen 9

Ejemplo de botones de menú para web personal.

4. METODOLOGÍA

4.1 DESARROLLO DE LA IDEA

Queda Pendiente surge ante la imposibilidad de asistir a la universidad y de plantear la materialización del proyecto de TFG como instalación artística o escultura, debido al régimen de estado de alarma que se vive en España desde el 15 de marzo de 2020. La crisis sanitaria causada por la COVID-19 ha supuesto el confinamiento en nuestras casas durante más de dos meses. Esta situación extrema ha sido el desencadenante para la indagación de nuevas formas de ver el mundo y el arte. La tecnología es la herramienta que nos mantiene unidos durante estos días, por lo que vi oportuno servirme de ella para crear. Tras mis intereses por entender cómo nos complementa el entorno y el medio por

el que vivimos, surge la idea de profundizar en ello siendo que toda la sociedad se ve frente a la imposibilidad de realizar cualquier desplazamiento. Vivimos momentos de ser solidarios, por lo que quería realizar un proyecto participativo y abierto a todo aquel que lo deseara. Crear pensando en los sueños que se han truncado por esta situación y difundir arte.

La idea del proyecto se basa en contactar con diversas personas para saber dónde estarían hoy, a qué lugares no han podido ir o qué sitios tienen pendiente descubrir. Esa información es motivación suficiente para crear un diseño que será enviado a esa persona para hacerle la espera más agradable hasta que podamos salir de nuestras casas. Así mismo, cada imagen será subida a una cuenta de Instagram de perfil abierto para llegar al máximo público. Se busca descubrir qué color tiene cada sitio, en qué medida forma parte de nuestra rutina movernos, viajar y cambiar de ambientes y cómo construye nuestra identidad el territorio.

4.2 METODOLOGÍA DE TRABAJO

El proyecto se inició el día 2 de abril de 2020. En primer lugar, se creó un correo electrónico de *Gmail*[®] llamado proyectoquedapendiente@gmail.com, así como una cuenta en la red social *Instagram*[®], bajo el nombre @queda_pendiente. Una vez ya se tenían los medios, el siguiente paso fue empezar a contactar con las personas. Como la cuenta era nueva y no presentaba ninguna imagen, pedí a 7 personas de mi entorno más cercano, que me dijeran a qué lugar, lo más concreto posible, irían si pudieran salir de sus casas y aparecer allí. Recibí respuestas como Ordesa en el Pirineo, Sevilla o un bar con cervezas y amigos.

La metodología para la creación de cada diseño ha seguido las mismas pautas en todos ellos y se ha buscado una similar estética para ir creando un estilo reconocible. Basándome en las peticiones de cada persona, dentro de un círculo, se representaban simplificados lo máximo posible, distintos elementos característicos y simbólicos de ese lugar. Predominan los colores planos, la línea y las formas geométricas. La intención es que, de un primer vistazo, se reconozca el sitio al que se tiene pendiente ir.

Se ha ido experimentado una evolución en el estilo. En los primeros diseños, los elementos que aparecían eran más planos y con menos contraste. Poco a poco, se va utilizando mayor gama de tonos, además de colores complementarios. Si en el elemento

central del círculo abundan los naranjas, el color del fondo (del círculo sobre el que aparece representado) será azul. Además, en determinados diseños en los que conseguir efecto de tridimensionalidad únicamente a través del color, se quedaba escaso, se han complementado con alguna proyección de sombras del elemento principal. Así mismo, el punto de vista que prima en todos los diseños es el frontal, ya que posibilita la colocación de un texto a modo de nota, en el que se escribe el nombre o el lugar que aparece representado. Este ‘cartel’ se ha convertido en icono de todo el trabajo ya que complementa el nombre del proyecto y ayuda a entender el dibujo. Por último, otro elemento común a todos los diseños, es la colocación o en la parte superior o en la inferior del círculo, del nombre *Queda_pendiente*. Sirve tanto de firma como para saber que ese lugar representado es el deseo de alguien.

La cuenta de *Instagram*[®] tiene el perfil público para que cualquiera la pueda ver. Ha sido la principal herramienta de comunicación ya que, a través de mensaje directo al perfil, diversas personas se han puesto en contacto diciendo cuál es el sitio al que tienen pendiente ir. También ha habido un pequeño porcentaje de contacto a través del correo electrónico. A cada persona se le ha pedido un nombre, una dirección de correo electrónico y un lugar al que tengan pendiente asistir. Una vez se creaba en *Photoshop* el círculo con un dibujo como referencia al sitio, el cartel con el nombre del lugar y la firma de *Queda_pendiente*, se difundía de dos formas. Por un lado, a la persona que había participado en el proyecto, se le enviaba por correo electrónico su diseño adjunto. En el e-mail, se invitaba a responder al correo para ver las reacciones de la gente y se escribía la siguiente información para mayor comprensión del proyecto:

¡Muy buenas tardes _____(nombre)!

Hoy es un día menos para que en muy poco puedas _____ (acción/ lugar que tienen pendiente). Hasta ese día, el arte no te puede tele-transportar, pero sí te puede hacer la espera más amable.

A mediados de los años 70, se da el auge del llamado Mail Art. Se trata de una acción artística que permitía compartir y difundir arte (pintura, fotografía, collages...) por medio del correo postal.

A día de hoy, gracias al correo electrónico, compartimos información de forma inmediata y qué mejor que aprovechar esta herramienta para difundir arte.

Gracias por tu colaboración en el proyecto *Queda pendiente*, A este correo te adjunto un diseño único y especial para ti. El punto de partida de este proyecto está en tus sueños, en habitar ese vacío que nos ha quedado a todos al impedirnos realizar viajes, actividades y

planes que teníamos programados. Esta ilustración puede ser para tu disfrute personal o para que la reenvíes a aquellos con quienes desearías _____ (acción / lugar pendiente), y así esas personas también puedan apuntarse que lo tiene pendiente!

En la cuenta de la red social Instagram®, llamada **@queda_pendiente**, se irán subiendo los diseños creados a partir de los sueños que han quedado en pausa de alguna persona, debido al confinamiento que todos tenemos que cumplir. De esta forma, conseguimos llegar al máximo público posible. Solo pedirte que, si eres usuaria de esta red social, nos haría muchísima ilusión que nos mencionaras, y así veremos hasta dónde es capaz de llegar este proyecto.

Para completar este mail art, si lo deseas **te invito a que respondas a este mensaje**. Puedes poner una palabra, una frase o desahogarte todo lo que quieras. Tu comentario será fundamental en mi **Trabajo de Fin de Grado en Bellas Artes**.

Así mismo, esta propuesta está abierta a cualquier persona. Si conoces de alguien a quien le interese recibir un diseño personalizado para que recuerde que cuando salgamos a la calle, tiene algo pendiente... ¡Ya sabes! Puedes hacerlo a través del e-mail **proyectoquedapendiente@gmail.com**

La información necesaria es:

Nombre (sin apellidos)

Correo electrónico

Lugar físico lo más preciso posible, al que iría hoy mismo si pudiera salir de su casa. (si es una playa o una montaña por ejemplo, por favor indica su nombre o localización).

Muchas gracias.

Feliz día y ánimo.

Queda_pendiente

Por otro lado, una vez enviada la imagen por correo, se subía a la cuenta de Instagram. Cada pie de foto ha sido citado como: '(Nº de la imagen). (Nombre de la persona) tiene pendiente (lugar). Por ejemplo: '14. Carmela tiene pendiente descubrir Marruecos.'

4.3 DOCUMENTACIÓN DEL PROYECTO

A continuación, se muestra el seguimiento de la evolución del trabajo. Tablas organizadas por semanas recogen los días y fechas del proyecto y el número de imágenes creadas.

SEMANA 1

Día del proyecto	Fecha	Imágenes subidas
1	02-04-20	1
2	03-04-20	3
3	04-04-20	3
4	05-04-20	3
5	06-04-20	2
6	07-04-20	2
7	08-04-20	3
Balance primera semana: 17 diseños – 17 correos enviados – 13 respuestas a los correos		

SEMANA 2

Día del proyecto	Fecha	Imágenes subidas
8	09-04-20	2
9	10-04-20	2
10	11-04-20	2
11	12-04-20	1
12	13-04-20	2
13	14-04-20	-
14	15-04-20	1
Balance segunda semana: 10 diseños – 10 correos enviados – 5 respuestas a los correos		

SEMANA 3

Día del proyecto	Fecha	Imágenes subidas
15	16-04-20	1
16	17-04-20	-
17	18-04-20	-
18	19-04-20	-
19	20-04-20	1
20	21-04-20	2
21	22-04-20	1
Balance tercera semana: 5 diseños – 5 correos enviados – 1 respuesta a los correos		

SEMANA 4

Día del proyecto	Fecha	Imágenes subidas
22	23-04-20	1
23	24-04-20	-
24	25-04-20	1
25	26-04-20	1
26	27-04-20	-
27	28-04-20	1
28	29-04-20	1
Balance cuarta semana: 5 diseños – 5 correos enviados – 4 respuestas a los correos		

TOTAL: 28 días de proyecto - 37 diseños - 37 e-mails enviados – 23 respuestas recibidas

En palabras de Aristóteles, *el objetivo del arte no es representar la apariencia externa de las cosas, sino su significado interior*. Espacios naturales, países que descubrir y centros de ocio y cultura, son los escenarios más repetidos en el conjunto de los diseños de este proyecto. Cada uno con un significado diferente y anhelado de forma diversa por cada persona.

Abordando las peticiones recibidas tanto al *Gmail*[®] como a la cuenta de *Instagram*[®] de forma global, la media de edad de las personas que han contactado está en los 22 años, aunque se han realizado diseños tanto para una chica de 17 años, como para un adulto de 60. En cuanto a los lugares más solicitados, se resume en escenarios al aire libre. Destacan peticiones de excursiones a picos o montes y a playas y calas. La naturaleza ha sido la localización más ansiada durante el confinamiento. Por ello destaco la postura del pensamiento ecológico pensando a lo grande y uniendo todos los puntos. Nosotros somos los puntos que en conjunto formamos una estructura sustentada por la naturaleza¹⁵. No somos la raza humana los que hemos formado esa naturaleza. Muchísimos años antes de que nuestra especie existiera, ya habían aparecido y la vez extinguido numerosos seres vivos y está en nuestra mano el tiempo que vamos a seguir perdurando en ella, el cuidarla y tratarla como merece para agradecer que ella en su momento nos acogió con sus brazos abiertos.

Como todos los diseños se han creado en base al *flat design*, se han intentado mantener las seis características que definen este estilo¹⁶. En primer lugar, todos son sencillos evitando la saturación de elementos. Son imágenes claras procurando mantener las jerarquías visuales, flexibles y versátiles para entenderse en cualquier plataforma digital, así como con una estructura consistente manteniendo semejanzas visuales y de estilo entre el conjunto. Por último, son iconos intuitivos y coherentes respecto al lugar que se pretende representar. Teniendo en cuenta estos requisitos, el otro recurso empleado

¹⁵ Morton, T (2018). 'El pensamiento crítico' en *El pensamiento ecológico*. Barcelona: Paidós, pp 17-38.

¹⁶ Barrios, R (2017). *El estilo Flat Design y su implementación en el diseño de interfaz*. Recuperado de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/03/05/Barrios-Ricardo-Investigacion.pdf>

para la conformación de cada uno de los diseños ha sido la psicología del color. El color influye sobre el ser humano, y a su vez, es este quien le ha conferido significados que trascienden de su propia apariencia. Sus efectos son de carácter fisiológico y psicológico, pudiendo producir diversas sensaciones, pues cada uno tiene una vibración determinada en nuestra visión y por tanto en nuestra percepción¹⁷. Cabe citar la asociación más repetida en los dibujos es la tonalidad verde para la naturaleza y vegetación, así como los tonos claros para transmitir calma y tranquilidad. Hay ciertas gamas asimiladas por la sociedad que se han utilizado para su rápida interpretación, como son los colores blanco, verde y rojo para reflejar Italia o el amarillo para representar una paella.

El color de fondo se ha tratado o por complementariedad respecto a los colores del objeto central para resaltar la figura o para contextualizar el elemento siendo partícipe en la escena. Por ejemplo, en el caso del diseño número 23, el color del círculo funciona como figura-fondo siendo tanto el agua de una piscina como el cielo. Al contrario, en el caso de la imagen 37, el color de fondo es morado frente al amarillo del picnho de tortilla que hay en el centro con intención de resaltar la presencia de este. Amarillo y morado son los colores de máximo contraste. Me he servido de *Adobe Color*¹⁸ como herramienta para buscar gamas y sobre todo tríadas de colores para las composiciones.

A continuación se muestran tres capturas de pantalla de la cuenta de [Instagram® de Queda pendiente](#) como presentación conjunta de los diseños. En el anexo se encuentra toda la documentación individual de cada imagen.

¹⁷ Escola d'art superior de disseny de Vic. *Psicología del color*. Extraído de <http://www.eartvic.net/~mbaurierc/materials/20%20Selectivitat/Psicologia%20del%20color.pdf>

¹⁸ Adobe Color <https://color.adobe.com/es/create/color-wheel> (26-04-20).

Haber vivido este estado nos ha limitado y nos ha coartado nuestra libertad. *Freiheit*; libertad en alemán, significa estar con amigos. Libertad y amigo tienen una etimología común. La libertad es la manifestación de una relación plena. Por tanto, también deberíamos redefinir la libertad a partir de la comunidad. (Byung-Chul Han (2020). *La desaparición de los rituales*). Hemos experimentado el distanciamiento de los nuestros y hemos pasado por todo tipo de altibajos emocionales que nadie está acostumbrado a manejar. Aun así, todo depende de cómo se mire. Quien nos iba a decir que echaríamos de menos la rutina, el estrés y el ‘no tengo tiempo de nada’. Hemos experimentado un tiempo de reflexión y autoconocimiento. Ahora sabemos con certeza que somos de oler las flores del monte, de saborear un helado, de volver al pueblo con la misma ilusión cada vez, de cruzar el ‘charco’ para celebrar el haber terminado una etapa de la vida, de ponernos retos, de aprender de una exposición, de perdernos por un país, de andar por la senda indicada y de crearnos la nuestra propia. También somos de terrazas, mejor aún si es la del bar de siempre. Somos de sentirnos libres en la montaña, en el mar o en ambos. De disfrutar de los amigos, la familia, la pareja o la mascota. Somos de los que cogen un autobús, un tren o hasta un avión por un esperado reencuentro. De explorar, vivir y descubrir lo que hay fuera, pero regresando a donde siempre con ese mono de sentirnos en casa. Algo se nos remueve dentro si nos planteamos el dormir en un desierto, oler todas las especias de Marruecos o notar la brisa en el rostro al esquiar montaña abajo. Somos paisaje, viajes y experiencias. Somos de compartirlo todo; desde las bravas hasta las fotos que mejores recuerdos nos traen. Somos, y es ese plural el que nos hace tan grandes. Somos los que afrontaron una pandemia dando su mejor cara y los mismos que un día recordarán todo lo que dejaron pendiente durante ese periodo, pero que después realizaron con el doble de ganas. Los griegos micénicos, allá por el Segundo Milenio a.C, inauguran el ciclo literario de los *nóstos*, y con ello, inventan el concepto de viaje en sentido moderno. Este ciclo narra, desde Homero hasta Virgilio, los viajes de regreso al hogar de los héroes de la guerra de Troya. De *nóstos*, además, proviene nuestra palabra nostalgia¹⁹. El viaje desde la Antigüedad, es modelo y metáfora de la vida humana.

Aunque podría asemejarse, no relaciono este proyecto con el arte terapia. Más bien busco dar visibilidad a que la cultura es aquello que nos salva de todo. ‘El relato compartido que la cultura crea y difunde es, precisamente, lo que nos hace humanos’

¹⁹ Exposición *Geografías del viaje* (2020).

(Yuya Noah Harari, 2020). Las humanidades y el arte en todas sus formas consiguen que seamos una sociedad avanzada y desarrollada. Nos hace evolucionar, crecer, pensar y por supuesto, mejorar. De esta forma, difundir pequeñas ilustraciones no solo es un ejemplo visual del papel del arte en la sociedad, sino un llamamiento a que es un sector imprescindible para la población y el desarrollo de los seres humanos. Con mi reflexión pretendo dejar la huella de que la cultura es un sector totalmente necesario, al que hay que mantener los presupuestos destinados a su impulso y no se debe olvidar. Los recortes en cultura conllevan un retroceso de toda la sociedad. De nada servirá cubrir las necesidades materiales de la población si no atendemos también las morales, que son las que aseguran nuestra convivencia²⁰.

²⁰ O'shea, P (02-04-2020). Cuidar la cultura. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2020/04/01/opinion/1585726891_719269.html (22-05-20).

6. REFERENCIAS DOCUMENTALES

6.1 BIBLIOGRAFÍA

Ayala, O (2013). La deconstrucción como movimiento de transformación. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, vol 24 (47), 79-93.

Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14529884003>

Barrios, R (2017). *El estilo Flat Design y su implementación en el diseño de interfaz*. Extraído de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/03/05/Barrios-Ricardo-Investigacion.pdf>

Consortio del Círculo de Bellas Artes (2006). *Momentos estelares. La fotografía del Siglo XX*. Madrid: Brizzolis. Extraído de [http://www.circulobellasartes.com/fich_libro/MOMENTOS_ESTELARES_LA_FOTOGRAFIA_EN_EL_SIGLO_XX_\(51\).pdf](http://www.circulobellasartes.com/fich_libro/MOMENTOS_ESTELARES_LA_FOTOGRAFIA_EN_EL_SIGLO_XX_(51).pdf)

Crespo, J (coord.) (2012), *Bellas artes y sociedad digital*. Tenerife: Sociedad latina de comunicación social.

Deleuze, G y Guattari, F (1991). ‘Percepto, afecto y concepto’ en *¿Qué es la filosofía?*. Barcelona: Anagrama.

Debord, G (1958). Teoría de la deriva. *Internacional situacionista*, vol 1. Recuperado en <https://www.ugr.es/~silvia/documentos%20colgados/IDEA/teoria%20de%20la%20deriva.pdf>

Escola d’art superior de disseny de Vic. *Psicología del color*. Extraído de <http://www.eartvic.net/~mbaurierc/materials/20%20Selectivitat/Psicologia%20del%20color.pdf>

Grau, I (2015). *The painter on the road*. De la pintura de paisaje a pintar en el paisaje. *Riunet*, pp 205-206. Recuperado de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/63462/-Grau%20-%20The%20Painter%20on%20the%20Road.%20De%20la%20pintura%20de%20paisaje%20a%20pintar%20en%20el%20paisaje.%20La%20importancia%20d....pdf?sequence=1>

Morton, T (2018). 'El pensamiento crítico' en *El pensamiento ecológico*. Barcelona: Paidós, pp 17-38.

Pianowski, F (2014). Reflexiones acerca del Mail Art Latinoamericano. Barcelona, Research, Art, Creation, 2(3), pp 327-348. Recuperado de <https://www.hipatiapress.com/hpjournals/index.php/brac/article/view/1074/1009>

Universidad de Alicante. *El diseño en la web: Flat design*. Recuperado de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/69808/1/1-EL-DISE%C3%91O-DE-LA-WEB-FLAT-DESIGN.pdf>

William Henry Fox Talbot. Recuperado de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/42301_160422.pdf

6.2 WEBGRAFÍA

Adobe Color <https://color.adobe.com/es/create/color-wheel> el 26-04-20.

Alonso, O [72kilos]. Perfil 72 kilos. *Instagram*. Recuperado de <https://www.instagram.com/72kilos/?hl=es> el 02-04-20.

MACBA. Postaler, 1984. *Macba.cat*. Recuperado de <https://www.macba.cat/es/arte-artistas/artistas/perejaume/postaler> Revisado el 03-05-20

[Los dependientes] (2013). Gilles Deleuze- ¿Qué es el acto de creación? [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=dXOzcexu7Ks> el 10-05-20.

O'shea, P (02-04-2020). Cuidar la cultura. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2020/04/01/opinion/1585726891_719269.html el 22-05-20.

OMS (2019). ¿Qué es la COVID-19?. Recuperado de <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses> el 29-05-20.

7. ANEXO

Este anexo recoge la pieza artística que concluye el proyecto *Queda Pendiente*. Se incluye cada diseño junto a su descripción individual desde más técnica a otras más poéticas gracias a la información recogida en las respuestas que han enviado los participantes. Así mismo, también se ha recopilado cada una de las contestaciones con las palabras textuales de quienes han contestado.

Diseño 1- Ordesa, flor edelweiss – Carlos - 59 años

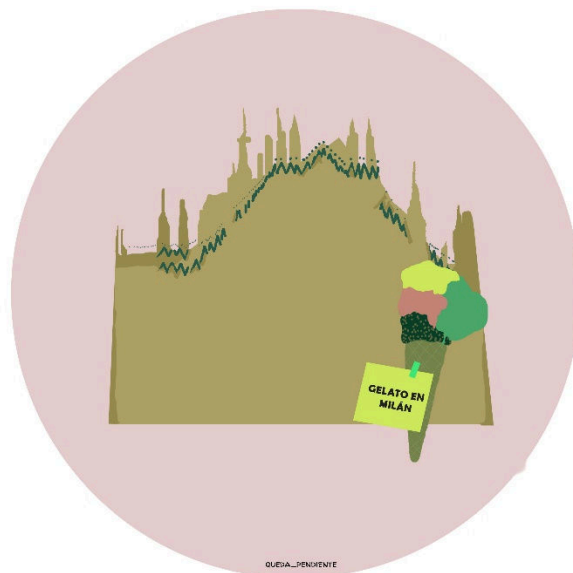


Ordesa es un parque natural del Pirineo de Huesca. El color verde del círculo, en este caso era totalmente necesario. Por su naturaleza, sus bosques y su vegetación, si algún color describe Ordesa, es el verde. En la imagen encontramos una flor edelweiss. Esta planta también recibe el nombre de flor de las nieves. Crece en cotas altas y es característica del Pirineo Aragonés.

Respuesta de Carlos:

‘En estos momentos de pasar horas quieto delante de un ordenador sin cambiar de entorno y viendo las mismas paredes día tras día, recibir un mensaje de ánimo, siempre es bien recibido. Esperemos que se haga realidad el deseo lo antes posible y podamos pasear y disfrutar de nuestra naturaleza y dejar este confinamiento. Pienso pasar mucho tiempo disfrutando cuándo pueda ver un campo lleno de la muy escasa flor edelweiss, como hace unos años en la zona alta del Valle de Ordesa’.

Diseño 2 – Milán - Violeta – 17 años



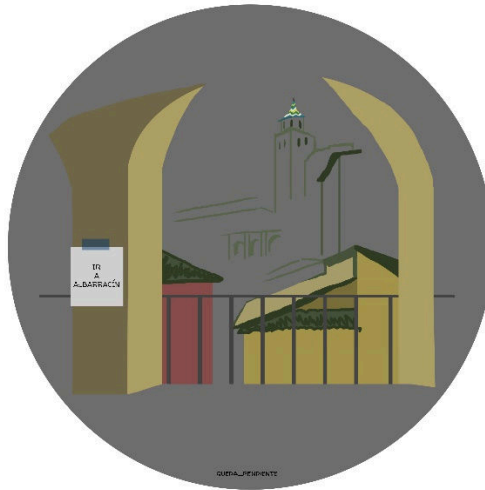
Milán es la ciudad italiana de la moda. El color rosa del fondo se relaciona con lo chic. Su tonalidad pastel mantiene coherencia con el elemento que se encuentra a la derecha; un cucurucho de tres sabores de helado. Heladerías artesanales invaden todo el país italiano y se han convertido en uno de sus iconos y referentes en su gastronomía.

Ocupando todo el fondo del círculo, se distingue el Duomo de Milán. La catedral gótica es el icono de la ciudad y su mayor punto de interés turístico.

Respuesta de Violeta:

‘Milán me esperaba justo antes de que comenzase la cuarentena, para ver a una muy amiga que hice en un viaje de intercambio y visitar la bella Italia que me encanta. Está claro que me ha quedado pendiente.’

Diseño 3 - Albarracín, Teruel – Alberto - 21 años



Rousseau en su *Carta a D'Alembert*, rechaza el mundo de las apariencias y comparaciones criticando la vida de las grandes ciudades, ya que esto implica el perder los sentimientos morales. Sin embargo, apoyaba y empoderaba la vida de los pueblos por ser los espacios en los que la gente se muestra sin prejuicios.²¹

Cuando se tiene conocimiento del pueblo que tienes que representar, se sabe que tiene una calidez especial. Albarracín es un pueblo que arropa y acoge a todo aquel que lo visita. Ese es el porqué de los tonos dorados en los arcos desde los que se admira la vista general del municipio. Este diseño presenta una estética un poco diversa de los posteriores. Al ser el tercero en hacer, probé a emplear la línea para mostrar con muy pocos trazos la cantidad de información que se ve desde una panorámica.

Respuesta de Alberto:

‘El dibujo está chulísimo. ¡Muchas gracias! Pensé en Albarracín por la tranquilidad y la sensación de libertad que te ofrece un pueblo tan pequeñito, pero igual de bonito. Más que otra cosa, lo que me apetece es volver allí.’

²¹ Rousseau, J, (1994). *Carta a D'Alembert*, Tecnos, Madrid.

Diseño 4 - Riviera Maya - Ana- 21 años



Líneas verticales y horizontales conforman la estructura de un templo azteca. Así mismo, el color azul del círculo junto con un coco natural, hacen alusión al relax y tranquilidad en playas de mares cristalinos que se busca en un viaje a destinos como este.

Respuesta: Sin respuesta

Diseño 5 - Santiago de Compostela – Ángeles - 59 años

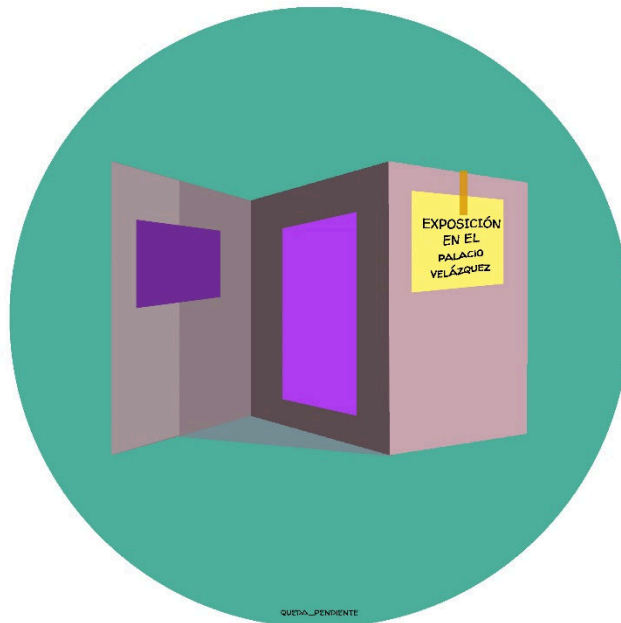


La fachada de la Catedral de Santiago ocupa todo el espacio de la imagen. Solo queda oculta su esquina inferior izquierda, ya que un bastón de andar se interpone en primer plano. Marrones, naranjas y cremas predominan en la composición como alusión a los caminos de tierra que atraviesan los peregrinos hasta llegar a la capital gallega.

Respuesta de Ángeles:

‘Me ha encantado! La verdad que te has metido en mi pensamiento y espero que cuando esto termine pueda hacer el viaje que, si tenía ganas, con tu información de ahora que me has mandado, aún tengo muchas más. Leyéndolo me ha transportado a la ciudad y sobre todo el arte que hay en esa ciudad.’

Diseño 6 - Exposición en el Palacio Velázquez – Elena – 21 años



Un imprescindible de cualquier museo es un folleto que recopile una breve explicación de la exposición a visitar. Un tríptico es en este caso el elemento que ocupa todo el círculo. Sin detalles y a base de rectángulos de colores planos se presenta en vertical y desplegado. Este sexto diseño ha sido revelador para probar a utilizar la proyección de sombra para otorgar tridimensionalidad al objeto. En este caso, se ha simulado una fuente de luz que incide desde la derecha.

Respuesta de Elena:

‘Ir a exposiciones hace que me sienta viva, me mueve de un lado a otro y activa mi mente. El palacio de Velázquez es una sala del Reina Sofía, uno de mis museos favoritos hasta el momento. Esta sala es especial ya que está en el Parque del Buen Retiro, un lugar céntrico en una ciudad muy concurrida como lo es Madrid, el Retiro es un espacio de descanso entre esa aglomeración urbana y las prisas de una capital, como lo es para mí visitar una buena exposición.’

Diseño 7 – Suecia – Ada - 21 años

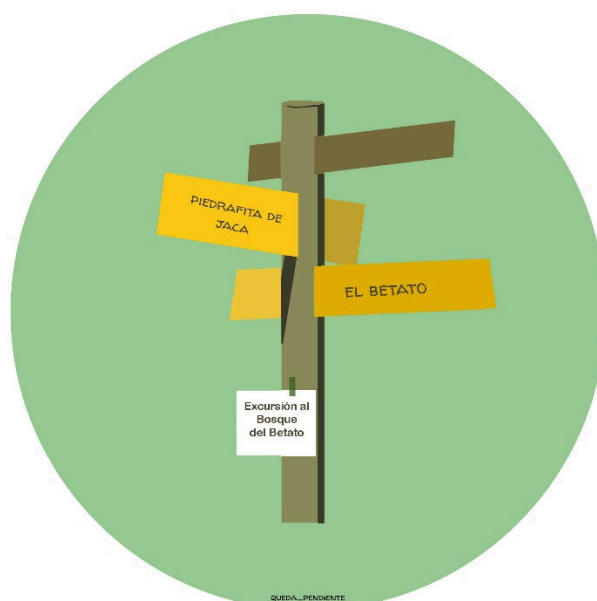


Recorrer Suecia significa encontrar en cualquier prado y campo, por próximo que esté a la carretera, sus típicas casas de paneles de madera rojos. Igual que el caso anterior, para dar profundidad a la escena se ha proyectado una sombra a la izquierda del elemento.

Respuesta de Ada:

‘Me ha quedado pendiente realizar un viaje a Suecia con mi pareja. Ojalá en no mucho tiempo lo podamos realizar.’

Diseño 8 – Bosque del Betato, Huesca – Patricia – 48 años

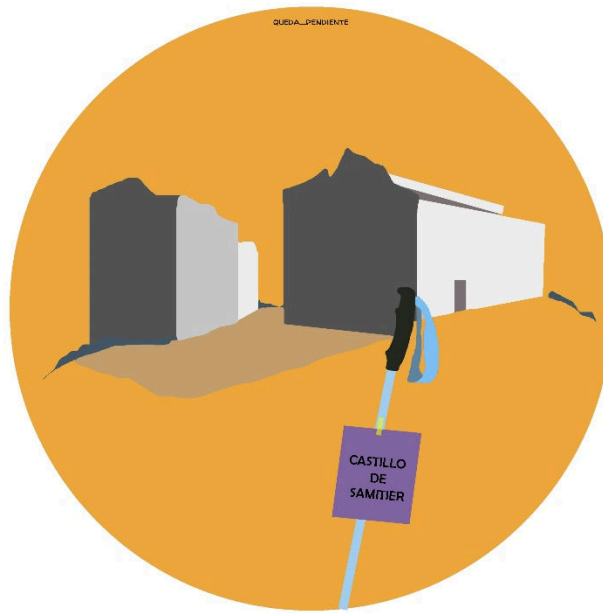


Sobre un fondo verde como referencia al entorno natural y su vegetación, se presenta en el centro un poste con indicadores de distintos senderos y rutas. La forma de los carteles sigue la estética de cualquier poste de madera que se coloca en los senderos por la montaña.

Respuesta de Patricia:

‘Gracias por tu trabajo. Me parece un proyecto precioso. Gracias por acercarnos con el arte a esos sueños de viaje que han quedado congelados por la situación en la que estamos viviendo. Te deseo el mayor de los éxitos. Un abrazo.’

Diseño 9 – Castillo de Samitier – Mario – 21 años

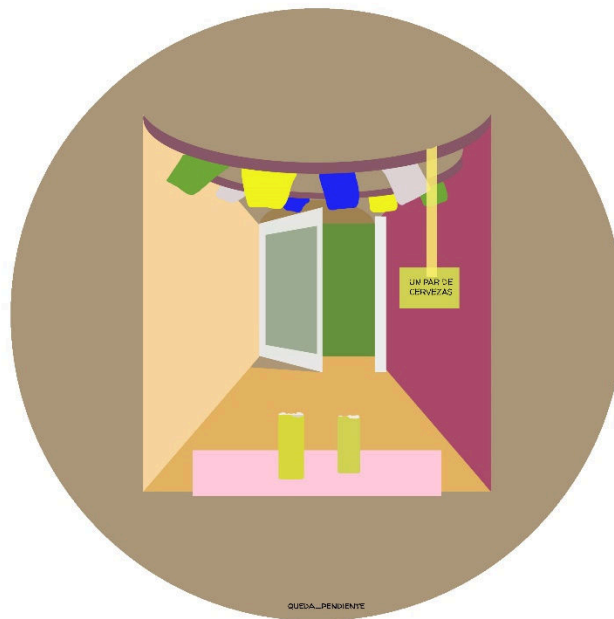


Esta imagen nos muestra la cara oculta del Castillo de Samitier. En lugar de apreciar las fachadas principales de las dos estructuras que hoy quedan en pie, se plantea desde la parte posterior. Un punto de vista incentivado por tonos oscuros, ya que la luz solar incide por la parte delantera.

Respuesta de Mario:

‘Queda pendiente visitar este lugar cuando todo esto acabe con las personas más especiales para mí. Poder contemplar unas vistas impresionantes al aire libre y poder respirar otra vez, un poco de libertad. Saber disfrutar de ello, nos hará un poquito más felices.’

Diseño 10 – Bar *La Terraza* de Zaragoza – Paloma - 22 años

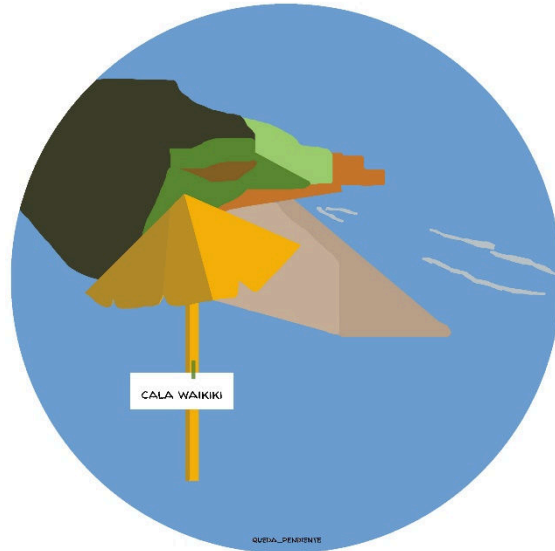


A partir de imágenes de la página web del bar *La Terraza* de Zaragoza ²², se ha hecho una ilustración a base de formas geométricas y colores sólidos de su interior. Ese bar que transmite calma y multiculturalidad a través de sus banderines de colores en el techo, es el lugar favorito de Paloma. Dos cervezas en tu bar de confianza es sinónimo de sentirte en casa. La imagen tiene una perspectiva que te invita a entrar en la escena y salir hasta la terraza llena de vegetación que se vislumbra al fondo simulada con un sólido verde.

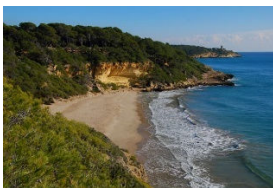
Respuesta: Sin respuesta

²² Zaragoza Guía, <https://zaragozaguia.com/la-terrazza/>

Diseño 11- Cala Waikiki, Tarragona – Miriam- 21 años



Miriam al contactar por Instagram, adjuntó una imagen de la cala de Tarragona a la que tiene pendiente ir. Esta imagen se utilizó para crear el diseño de la playa. El color azul del círculo es el elemento fundamental para entender el diseño, ya que figura-fondo se fusiona en uno, simulando tanto cielo como mar.

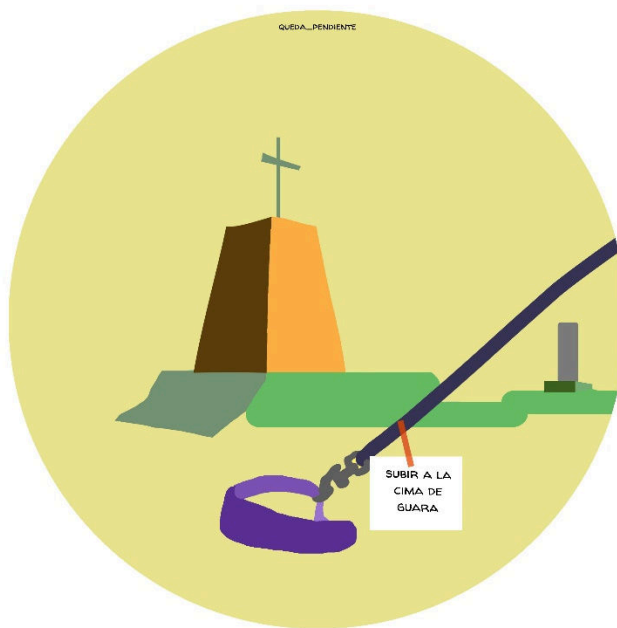


Cala Waikiki, Tarragona

Respuesta de Miriam:

‘Lo primero decirte que ha quedado genial, me encanta la iniciativa y creo que es una manera muy bonita de regalar algo que significa mucho para otra persona. A su vez es una forma de hacer que esa visualización del final de la cuarentena sea un poquito más real y acercarla más a cada uno. Muchas gracias y espero que salga muy bien el TFG.’

Diseño 12 – Cima de Guara, Huesca – Fernando – 21 años



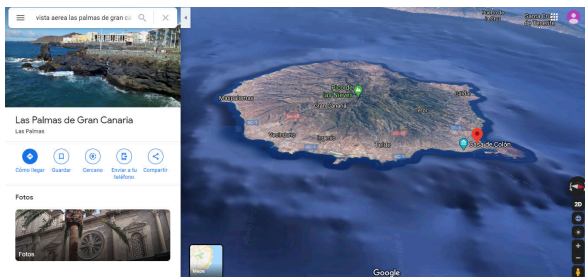
Los elementos característicos que uno se encuentra cuando llega a la cima de Guara en el Pirineo, son los objetos que nos ubican en la escena. Dos postes, uno de ellos con una cruz encima, nos trasladan a lo alto de esa montaña.

Respuesta: Sin respuesta

Diseño 13 – Las Palmas de Gran Canaria – Elisa – 21 años



A partir de un visionado de *Google Earth* de la isla de Las Palmas de Gran Canaria, se ha hecho una abstracción y simplificación de su forma, para adaptarla con cuatro sólidos de color a una composición que simula arena y vegetación. Una palmera se eleva desde el centro para facilitar la comprensión de la composición. El fondo azul aísla el territorio dándole forma de territorio rodeado de mar.



Respuesta de Elisa:

‘Me gusta cómo ha quedado la imagen final. Me gusta el color azul en combinación con el verde y los tonos amarillos. Creo que queda ideal para la idea que llevaba yo del viaje.

Como comentario... decir que a pesar de no haber podido ir al lugar especial (Las Palmas), lo que más me fastidia es la compañía de la que no he podido disfrutar.’

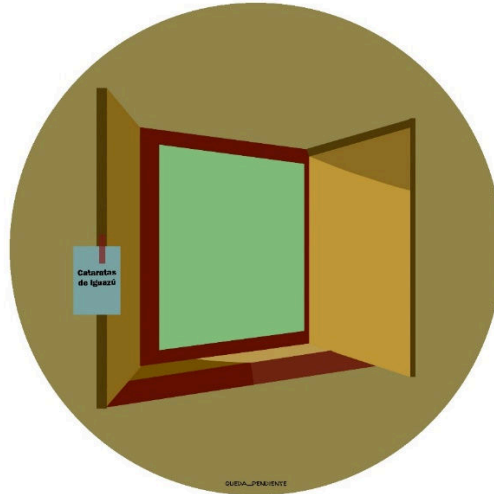
Diseño 14 – Marruecos – Carmela – 21 años



Marruecos es color intenso. Desde los azules eléctricos de sus medinas, a los naranjas y dorados del desierto, culminando en un sinfín de tonalidades en sus mercados de las especias. Imposible asociar un único color a todo este territorio.

Respuesta: Sin respuesta

Diseño 15 - Cabaña desde donde ir a ver las Cataratas de Iguazú – Rafa – 24 años



Cualquier puerta abierta es sinónimo de oportunidad. Una ventana abierta de par en par deja pasar la luz hacia el interior de una habitación bañada en tonos marrones. Esta composición describe la cabaña de madera que Rafa algún día alquilará y desde la que irá a visitar las Cataratas de Iguazú.

Respuesta de Rafa:

‘Me ha encantado la idea, lo primero de todo. Muy original, precisa y oportuna en los tiempos tan extraordinarios que corren. El deseo de ir a ver las Cataratas del Iguazú en un viaje lo más cercano posible a la naturaleza no lo pienso para satisfacer una necesidad propia, sino poder hacer realidad uno de los sueños de mi pareja Alba. Está claro que a nadie le amarga un dulce, me encantaría, y disfrutaría muchísimo el poder contemplar ese paisaje y más en esa compañía. Pero lo que de verdad me ilusiona, me motiva, me fascina, me da alas y, lo más importante, me hace feliz, es el poder presenciar y contribuir, con mi pequeño granito de arena, a hacer feliz, en ese momento, a una de las personas más importantes de mi vida ahora mismo.

La ilusión que siento sólo con pensar que eso algún día se puede realizar es absurdamente grande. Pensar que una persona puede llegar a provocarte esos sentimientos es tan hermoso y aterrador a la vez. Sentirte vulnerable, blandito, recién nacido, pero a la vez feliz, cómodo, complementado y valorado, es algo maravilloso, algo que puedo sentir a día de hoy y que espero que pueda serlo durante toda mi vida, porque la sensación es inexplicable por mucho que quiera expresar yo aquí en estas 8 líneas.’

Diseño 16 - Erla, Zaragoza- Sergio – 21 años

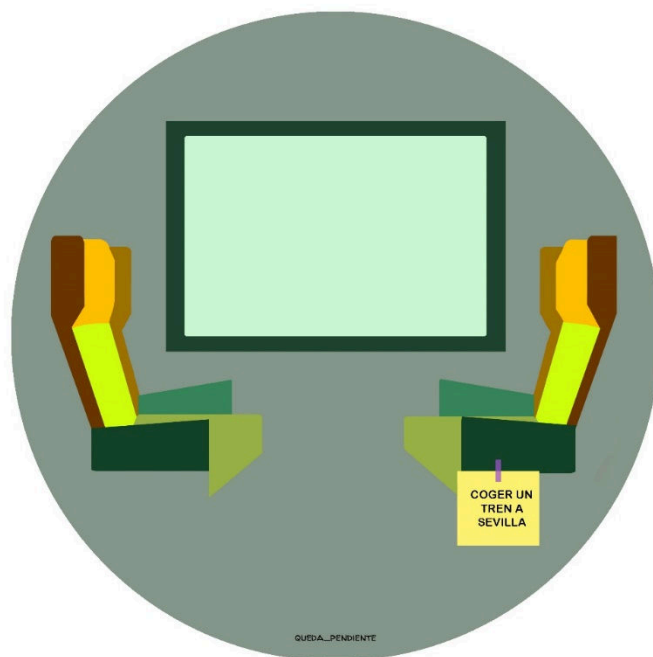


Sin conocer este municipio de la provincia de Zaragoza y sin apenas referencias del lugar, en este caso se creó el diseño colocando el nombre de Erla sobre un cartel rectangular con el borde rojo que todo conductor interpreta como entrada a un territorio habitado. Así mismo, para crear sensación de profundidad y aportar esa distancia que queda por recorrer hasta adentrarnos en las calles del pueblo, se ha complementado el cartel con un camino que se disipa a lo largo y unas sombras detrás del objeto.

Respuesta de Sergio:

‘Mi relación con el lugar es que ha sido el sitio donde he pasado todos los veranos y donde más feliz he sido’.

Diseño 17 – Sevilla – Alba - 21 años



Pensar en un vagón vacío de cualquier tren, se visualiza como un espacio frío y desolado. La calidez la aporta cada persona que se adueña por un tiempo, más o menos largo, de uno de los asientos de ese vagón. El ansia por llegar a destino, por reencontrarte y recibir ese esperado abrazo, es el tono que da luz a ese asiento.

Respuesta de Alba:

‘Pues Sevilla no es por el lugar físico, sino porque echo muchísimo de menos a mi pareja y me pone triste, ya bastante lejos estamos de normal... no saber cuándo le voy a volver a ver me genera ansiedad. Preferiría tener una fecha para ir a Sevilla, aunque fuese dentro de dos meses que la incertidumbre de no saber cuándo va a poder ser ... así podría hacer cuenta atrás y sería más feliz.’

Diseño 18 - Llevar al perro a la montaña – Raúl - 21 años



Una mochila de montaña ocupa todo el círculo. Los tonos verdes hablan de la montaña, de la vegetación y el morado de las flores que contrastan entre cualquier prado. Así mismo, el aura azulada que envuelve el elemento central transmite la frescura y el aire puro que se respira en cualquier montaña alejada del ruido de la ciudad. Según la psicología del color, el azul hace referencia a la empatía y la honestidad por lo que revela la lealtad que tiene un perro a su dueño.

Respuesta de Raúl:

‘La montaña es un espacio que me hace sentirme pequeño, a la vez que afortunado. Es un lugar ideal para desconectar, liberar a mi perro y respirar.’

Diseño 19 - Viaje de estudios por Italia - Raquel – 16 años



Raquel quería descubrir Italia en todos los sentidos y sin concretar una ciudad u otra. Por eso, lo más indicado era tomar los colores que identifican toda la región, su icónico verde y rojo que aparece presente tanto en banderas como escudos o emblemas.

Respuesta de Raquel:

‘¡Gracias!’

Diseño 20 - Musée d'Orsay, París - Begoña – 42 años



El Musée d'Orsay de París tiempo atrás fue una estación de tren. Un ticket de visita con el logo del museo en el centro del diseño, nos habla de visitar hoy una exposición allí, pero también tiene alusión a los billetes de tren por esta doble cara del edificio. Así mismo, sus característicos arcos se representan a través de óvalos con predominancia del tono dorado del interior de esta obra arquitectónica. Este color simboliza riqueza y nobleza.

Respuesta: Sin respuesta.

Diseño 21- Tomar unas bravas en Teruel - Camelia – 24 años



El rojizo del plato hace alusión al Parque Natural de las Arcillas de Teruel, zona ubicada dentro de la propia ciudad y famosa por sus canteras de arcilla. Esta roca sedimentaria comúnmente se emplea para crear cerámicas. las patatas bravas de las que habla Camelia, en el *Bar Vicente* de Teruel siempre se sirven sobre este tipo de vajilla.

Respuesta de Camelia:

‘Ha sido un placer formar parte de tu proyecto. Me parece muy original. Sin ninguna duda unas bravas alegran el día a cualquiera, y más en el bar de encuentro con más afluencia universitaria de todo Teruel.

Diseño 22- Viaje a Barcelona – Marcos -21 años

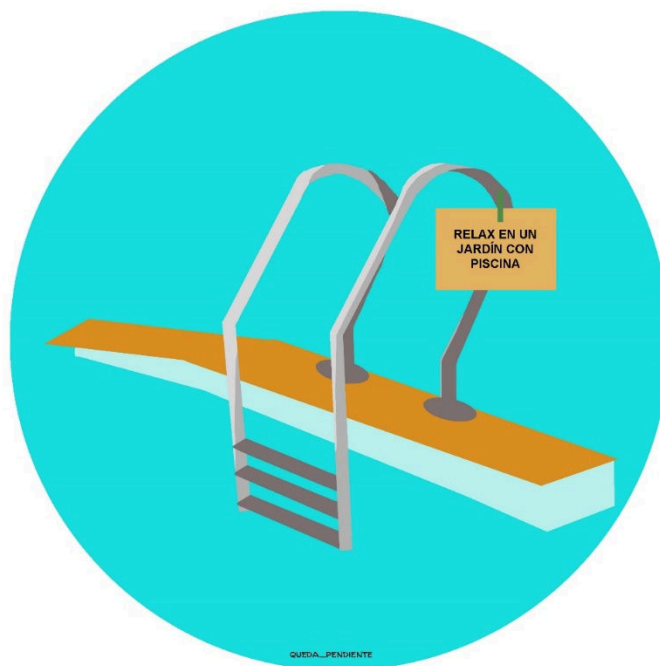


Una versión simplificada a trazos geométricos de la famosa escultura de Colón en Barcelona. Su icónico dedo señalando América era la mejor opción para colocar el cartel que recuerda a Marcos que tiene pendiente ir a la capital catalana.

Respuesta de Marcos:

‘Barcelona es esa ciudad icono a la que hay que ir, por lo menos una vez en la vida. Barcelona me espera, al igual que mi familia y amigos que allí me esperan.

Diseño 23 – Relax en una casa con jardín y piscina – Noelia – 21 años



Un azul vivo y alegre describe el ambiente de verano. La perspectiva del bordillo de una piscina con su escalera para adentrarse en ella, al no llegar de lado a lado del círculo, permite que el color de fondo sea entendido tanto como agua como cielo.

Respuesta: Sin respuesta.

Diseño 24 - Reencuentro en Venezuela – Francisco – 23 años



Para representar un país en su totalidad desconocido para mí, tracé la silueta de todo el continente para ubicar al espectador. A continuación, rellené de un sólido de color la forma de Venezuela que junto con unas marcas discontinuas se indica que esa maleta verde un día llegará hasta allí.

Respuesta: Sin respuesta

Diseño 25 - Monte del León dormido, Logroño – Lucía – 21 años

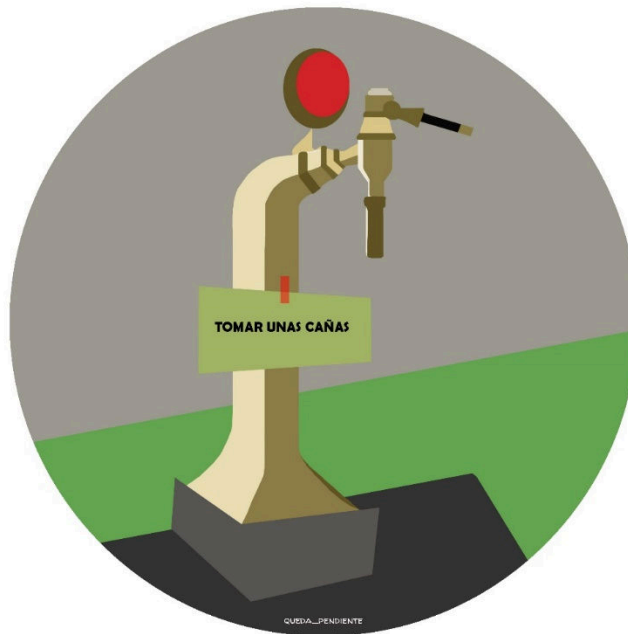


A partir de la silueta del Monte del León Dormido de Logroño se ha hecho una reinterpretación otorgando importancia al dibujo de un camino que lleva hasta allí. Representa esas idas y venidas que ha hecho tantas veces Lucía.

Respuesta de Lucía:

‘Llevo viviendo cuatro años fuera de Logroño y es el primer lugar al que voy cuando regreso a mi casa.’

Diseño 26 - Encuentro con cervezas en un bar - Natalia - 22 años



Para generalizar el tomar unas cañas me he servido del objeto común a todos los bares y restaurantes. Un grifo de cerveza es un objeto que habla por sí solo.

Respuesta: Sin respuesta.

Diseño 27 - Tomar un arroz en el Mercado de Vinaroz – Pascual – 62 años



Puesto que Pascual sabía que lo que tenía pendiente era un buen arroz, pensé que era más importante el alimento que el lugar donde lo tome. El ambiente que se crea alrededor de una gran paella es algo muy personal que en cada casa se vive de forma distinta.

Respuesta de Pascual:

‘Pensé que me habían mandado publicidad los del Mercado de Vinaroz. Leyendo después el correo electrónico entendí todo y de verdad que me transportó hasta allí. Muchas gracias.’

Diseño 28 - Terminar el proyecto de construcción de la finca – Cristina – 23 años



Unas fachadas desnudas desvelan que la finca de la que nos habla Cristina, está a medio construir. En este caso, Cristina al contactar con el Instagram del proyecto, mandó una foto real de la casa.

Respuesta de Cristina:

‘Para mí es muy importante la finca de mi pareja por el valor sentimental que tiene.

El padre de mi pareja tenía una devoción y un amor enorme por esa finca. Cada día al salir de trabajar a las tantas de la tarde, en vez de irse a casa a descansar o con los amigos a tomar algo, iba siempre a la finca a ponerse él solo manos a la obra. Tenía un proyecto y por circunstancias de la vida, falleció sin llegar a terminarlo.

Ahora mi pareja y su hermana se encargan juntos de terminar la finca y cumplir el proyecto y el sueño de su padre.

Me encanta ayudar a mi pareja en todo lo posible y había mil cosas organizadas y planeadas para poder tener lo básico este verano y poder disfrutar de ella, pero debido a esta pandemia y al confinamiento, todos nuestros planes han dejado de hacerse. Así que con mil ganas de que todo esto pase y poder retomar este sueño para él (su padre) y para sus hijos y esposa.

De alguna forma, la finca, aparte de ser el sueño de su padre, es lo único que les queda de él y ellos sienten que su padre está allí, con ellos en la finca.’

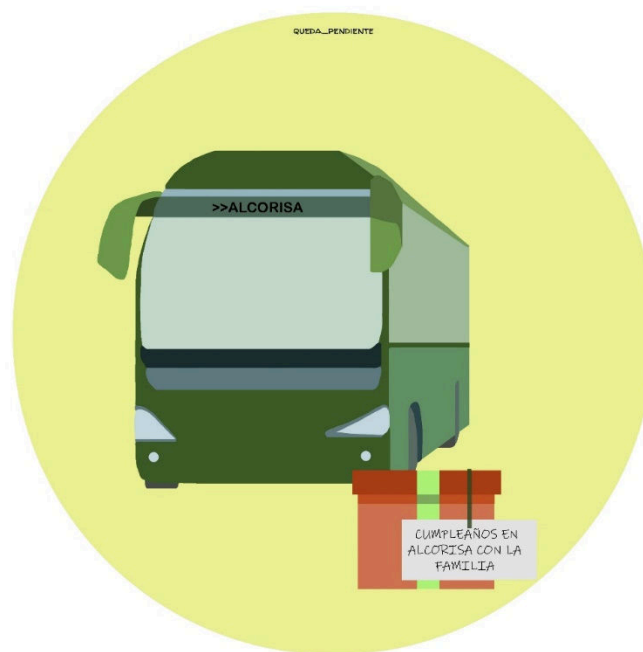
Diseño 29 – Ir al gimnasio – Jorge – 21 años



Maquinaria de gimnasio nos sitúa en el escenario deseado por todo amante del fitness. Así mismo, utilicé una cantimplora que hoy tanto se llevan a todas partes, para añadir veracidad a la composición y enfatizar la presencia de las personas en estos lugares.

Respuesta: Sin respuesta.

Diseño 30 – Volver a Alcorisa para celebrar un cumpleaños – Yasmina – 21 años



Para llegar a Alcorisa desde Teruel, hay una línea de bus que realiza una ruta por diversos pueblos del Bajo Aragón, terminando en Alcañiz. Un producto de gran categoría que se produce en estos municipios es el aceite. La gama de este diseño se basa en los colores característicos de la oliva, desde más amarillo al verde oscuro. Así mismo, una caja de regalo contrasta para enfatizar el deseo de Yasmina por llegar hasta su pueblo para poder celebrar un cumpleaños.

Respuesta: Sin respuesta.

Diseño 31- Pasear por el Parque Grande de Zaragoza - Guillermo – 21 años



La Escalera del Batallador es sin duda el icono del Parque José Antonio Labordeta o Parque Grande de Zaragoza. El principal recurso para este diseño ha sido emplear una amplia gama de tonos grises para crear sensación de profundidad. Así mismo, el tono verde del círculo hace alusión a la vegetación de este parque.

Respuesta: Sin respuesta.

Diseño 32 – Cervezas en la terraza de un bar al sol – Isabel – 21 años



El color amarillo del fondo simula una tarde soleada otorgando importancia a la sombrilla y al verde de las sillas como si estuvieran a la sombra.

Respuesta: Sin respuesta.

Diseño 33 – Malta – Carlos – 21 años



Una maleta observada desde un punto de vista cenital ocupa toda la composición. Las líneas del asa del objeto nos dirigen la mirada hacia una tarjeta de identificación en la que sobre un fondo azul que simula el mar, se distingue en blanco la forma de la isla de Malta.

Respuesta de Carlos:

Malta es un lugar especial para mí porque era el sitio del reencuentro entre amigos. Playa, fiesta y muchas risas estaban garantizadas, y no se puede pedir más de un lugar si además estás bien rodeado.

Diseño 34 – Dormir en el desierto de Marruecos – Belén - 21 años

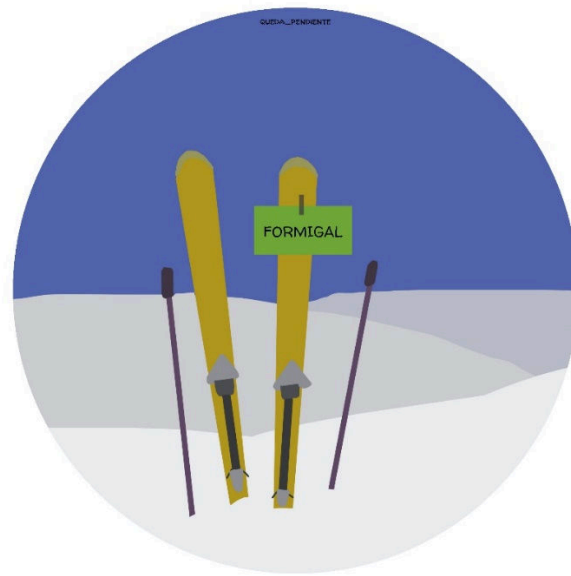


Una escena oscura en medio de unas dunas del desierto indica que es de noche. En primer plano vemos una tienda en la que dormir que destaca por el color blanco de su techo. En un primer momento podemos pensar que el tono más óptimo para esta zona de la tienda sería el negro. Pueblos como los *Tuaregs* del desierto del Sahara visten de oscuro para protegerse del calor y los rayos UVA. Sin embargo, en una tienda para dormir los techos blancos evitan que el calor se concentre en el interior.

Respuesta de Belén:

¡Muchísimas gracias, es un proyecto precioso, y la ilustración me encanta! Gracias por haberme animado a formar parte de una idea tan genial, ahora veo mis ganas de dormir en el desierto un poco más cerca.

Diseño 35 - Formigal, Huesca – David - 26 años



El momento en el que te quitas los esquís y los dejas clavados en la nieve porque necesitas un minuto de descanso es la escena que muestra este diseño. Hacer agujeros con los bastones, pisar la nieve y sentir el crujido al andar sobre ella.

Respuesta de David:

¡Muchas gracias!

Diseño 36 - Cumpleaños en el bar *El Búho* de Madrid - Isabel – 22 años

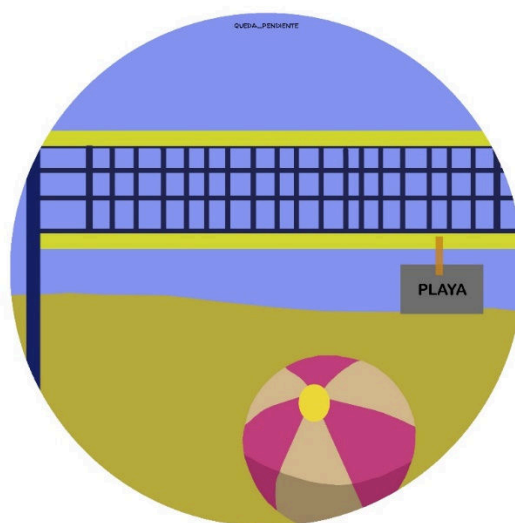


Los pinchos de tortilla son la especialidad del bar *El Búho* de Madrid. Se plantea un trozo del alimento con alusión a una porción de tarta de cumpleaños; con forma triangular y una vela encima. Morado y amarillo son los colores de máximo contraste. Si pasamos estos tonos a una escala de grises, el amarillo equivale casi al blanco más puro y el morado se acerca a la gama de negros.

Respuesta de Isabel:

‘¡Muchísimas gracias! Me parece una idea preciosa para acercarnos a los sitios donde hemos sido felices.

Diseño 37- Playa – Miguel -21 años



Miguel no concretó a qué playa tiene pendiente ir. Por ello, hice una imagen que en general mostrara un escenario de playa. Un balón en primer plano representa el juego en la zona de la arena y el azul del círculo tiene una doble función al ser mar y también cielo.

Respuesta: Sin respuesta.