

tfg

memòria

belles arts
2020-2021



MENCIÓ: "Arts Visuals i Disseny"

TÍTOL: *La Valencianota*
La teua tenda online de roba i complements.

ESTUDIANT: Adara Bernabeu Irlés

DIRECTOR/A: Imma Mengual Pérez



PARAULES CLAU: Disseny, Moda, Il·lustració, Creació, València.

RESUM: *La Valencianota* és una marca única i creativa de moda que promou el comerç minorista a partir de la venda online de roba i complements. Tots els seus articles són fabricats a València, amb materials sostenibles i ecològics. La marca compta amb una plataforma web considerada com interactiva, dinàmica i gratuïta, que busca visibilitzar la cultura valenciana amb il·lustracions exclusives. Aquest projecte naix de la relació entre les tècniques gràfiques de serigrafia, la il·lustració digital i el disseny web.

Índex	pàg/s.
1. Proposta i Objectius	04 - 04
2. Referents	04 - 07
3. Justificació de la proposta	08 - 09
4. Procés de Producció	10 - 12
5. Resultats	13 - 18
6. Bibliografia	19 - 19

1. Proposta i Objectius

1. 1 Proposta

La valencianota és una empresa de moda que naix a València com un projecte final de carrera en el que s'apliquen els coneixements rebuts en l'ensenyança acadèmica. La marca reflexa la personalitat i els valors socioculturals de la creadora valenciana. A més, presenta un perfil adaptat a les opinions, gustos i necessitats del client objectiu. L'empresa proporciona un servei d'ecommerce amb la venda de productes ecològics i sostenibles que disposen d'estampacions exclusives.

1. 2 Objectius

En quan als objectius, aquestos serien:

- Crear una imatge corporativa per a una empresa valenciana.
- Atribuir a l'empresa un conjunt de característiques emocionals i associatives connectades a la personalitat pròpia.
- Aplicar els valors d'ensenyança apresos a la carrera artística.
- Crear una tenda online amb un mètode de pagament i enviament possible.
- Dissenyar la pàgina web i adaptar-la a la identitat visual de la marca.
- Comercialitzar i vendre productes ecològics i exclusius.
- Donar visibilitat a la cultura valenciana.
- Utilitzar la serigrafia artesanal, el dibuix digital i el disseny com a tècniques de creació.
- Oferir gran varietat de productes personalitzats.
- Difondre la llengua valenciana de manera humorística.
- Expandir la carrera artística com a dissenyadora gràfica.

2. Referents

Aquest projecte identifica i analitza les marques del mercat actual per a proporcionar a l'empresa un disseny d'identitat visual amb avantatge competitiu. Per tant és necessari recopilar referents visuals i temàtics amb característiques pròpies de la cultura valenciana. Els referents visuals es centren principalment en el disseny gràfic i el disseny web de diverses marques comercials amb la venda de productes valencians.

El símbol que compona l'imagotip principal de *la Valencianota* agafa una forma de triangle invertit fent referència al símbol de la lluita per la lliberació de les dones. Aquesta imatge representativa sorgeix al voltant de 1933, en els camps de concentració nazis. Cada presoner portava una insígnia que determinava la condició social.

Les il·lustracions digitalitzades agafen referència de qualsevol imatge audiovisual procedent de la terreta, elements visuals que serveixen de gran inspiració per a aportar un acabat *mel de romer*.¹

¹ Durant tot el document s'ha utilitzat un vocabulari amb un registre informal, fent ús de frases fetes i expressions valencianes, amb la finalitat d'establir relació amb l'estil general del projecte.

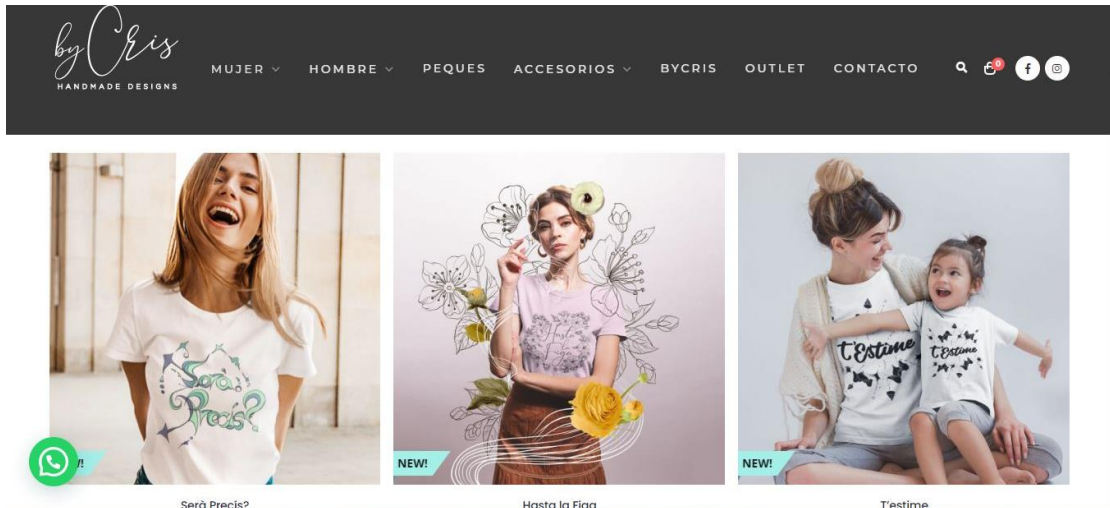


Figura 1 - By Cris, Antoni Nàcher. Menú de Inici. Pàgina web, 2019

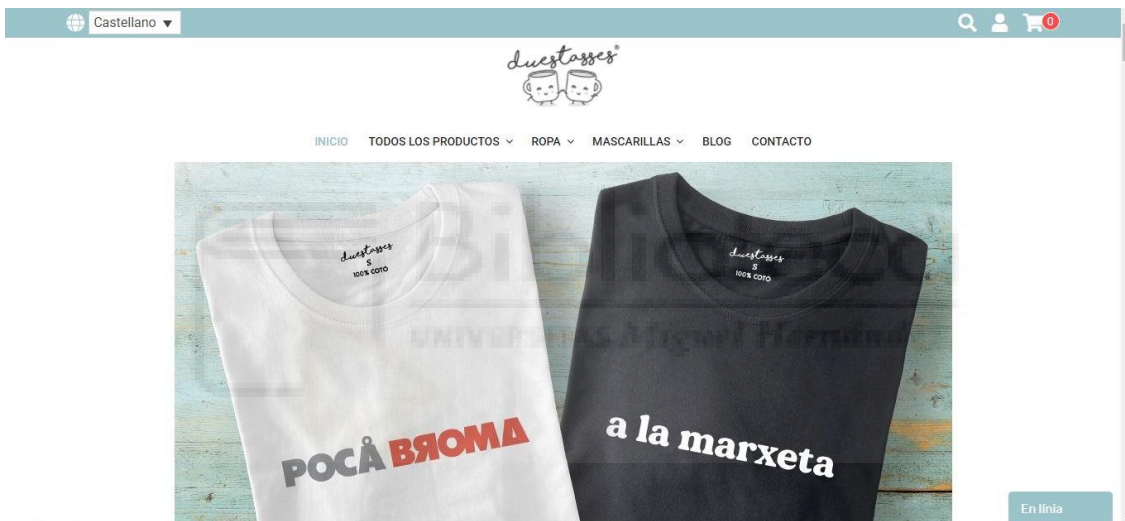


Figura 2 - Gabriela i Edu. Duestasses. Menú de Inici. Pàgina web. 2018

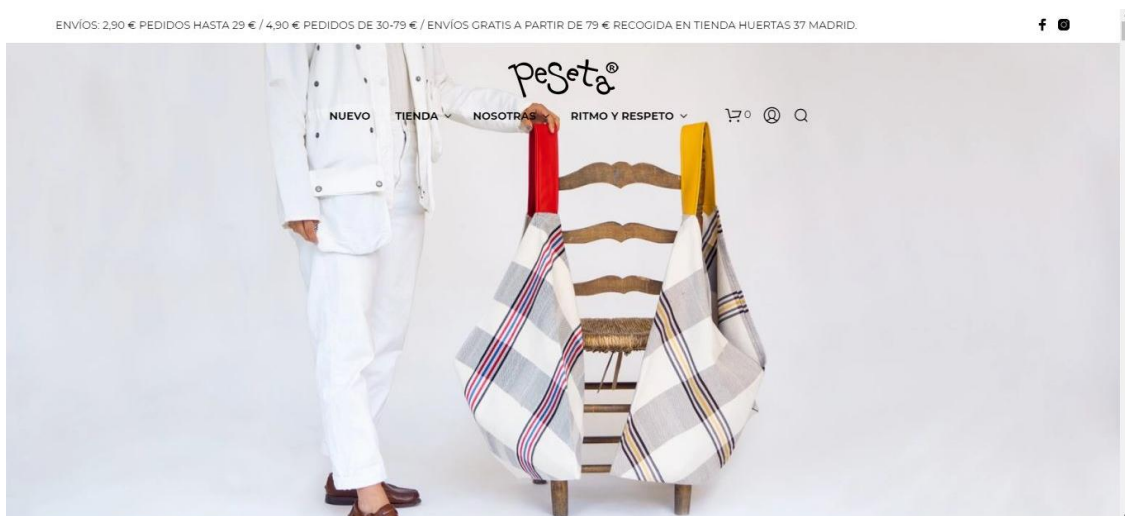


Figura 3 - Peseta. Menú de Inici. Pàgina web. 2006



Figura 4 - Isabel Reig Català. Original CV. Menú de Inici. Pàgina web. 2012



Figura 5 - Sara Caballeria, Empatía Please. Tenda. Pàgina web. 2019



Figura 6 - Productes de Mitumi. Gnomu. 2010



Figura 7. Collage amb diferents marques comercials. Referents visuals. 2021

3. Justificació de la proposta

El projecte naix amb l'exposició d'una gran varietat d'impulsos gràfics, apresos a l'ensenyança acadèmica: creació d'una imatge corporativa, disseny web, utilització de tècniques visuals i plàstiques... Tots aquests mètodes de creació proporcionen a l'empresa una identitat basada en la personalitat i la idiosincràsia de la fundadora. (Fig.13) El disseny, la il·lustració i la moda són els àmbits artístics que més destaquen a la marca, acompanyats amb amor, humor i dedicació van fer sorgir aquesta xicoteta tenda online. Una tenda amb dissenys *de categoria* que aportaran looks diferents, únics i espectaculars.

L'empresa ofereix una línia de productes amb gran varietat de dissenys i patrons amb diferents estils i tintes. L'article més destacable és la samarreta, per la seua varietat d'estils, talles i colors. Les il·lustracions estampades poden reflectir la teua personalitat, lluitar per alguna causa social o simplement aportar un canvi creatiu. També cal afegir que, les il·lustracions van acompanyades de frases o cites valencianes que pertanyen a cançons de grups musicals, poemes de grans escriptors valencians o naixen per inspiració pròpia. (Fig. 19)

L'essència de *La Valencianota* proporciona als productes un atribut diferent i original, dirigint-se a un públic general, que sàpiga apreciar la cultura valenciana i vulga donar-li una oportunitat a les xicotetes empreses. *Nyas, coca!*

Les estratègies comunicacionals segueixen una línia d'estil pròpia d'un projecte professional, amb un estudi previ focalitzat en la identitat més representativa de la fundadora i els valors socioculturals del territori valencià. La marca compta amb un imatgotip, compost per un símbol i el nom de l'empresa. El símbol està compost per tres elements gràfics que representen una imatge senzilla i fàcil de reconèixer. (Fig.8)

La nostra filosofia es basa en el respecte social i el suport entre artistes, no pretenem divulgar cap imatge ofensiva. Molts dels nostres dissenys prenen referència d'alguns grups musicals, pel que estem oberts a fer encàrrecs personalitzats o propostes artístiques entre diferents àmbits, així com rebre opinions constructives per millorar i crear una comunitat de valencianots/es de lo més bonica.

Tots els articles que es venen a la tenda online estan creats a partir de material orgànic, que procedeixen de cultius sense cap pesticida ni insecticida. Som una marca compromesa amb el medi ambient, per això oferim teixits naturals com el cotó orgànic, el millor material per a l'estampació amb serigrafia. Treballem amb proveïdors que tenen certificat eco, per garantir l'estatus orgànic als nostres tèxtils, desde la relació amb les matèries primeres, fins a la fabricació social i ambientalment responsable. La utilització de la roba ecològica fa que el material dels productes siga molt més durador i tinga més qualitat. *Com dirien els nostres iaïos, açò és canelleta en rama!* (Fig.18)

4. Procés de producció

La Valencianota naix del suggeriment de diverses idees, les quals definiran la proposta elegida. El projecte agafa forma amb l'elecció d'un nom representatiu i d'una intenció comunicativa. Totes aquestes definicions serveixen per a establir els àmbits artístics que abastarà la proposta.

El procés de producció segueix amb la busqueda de referents visuals que ajuden a construir el material gràfic, necessari per a la creació de la identitat visual i l'arquitectura web. (Fig. 1 – 7) Aquesta recopilació de material visual serveix de gran ajuda per a plasmar tota classe d'esbossos (Fig.9), que més endavant definiran el logotip, la paleta cromàtica i la tipografia. (Fig.8)

Per al disseny del indicador principal de la marca s'ha utilitzat la silueta simplificada d'una perxa de fusta i s'ha repetit la figura fins a formar un símbol circular. L'interior de la forma circular representa un triangle invertit i intencionadament simbolitza la lletra inicial de la marca.

El nom de l'empresa utilitza una tipografia llegible i acorde al estil del projecte. A pesar que treballen juntes, la part textual i la part gràfica estan bastant diferenciades i no es fusionen, cosa que permet la seua funcionalitat com a elements individuals.

La identitat visual utilitza un codi cromàtic que hem considerat més representatiu de la terreta: el groc de la mel i el sol, el taronja de la nostra fruita i el blau del mar Mediterrani. La tipografia que protagonitza el nom de l'empresa al imatge és la Gotham Rounded Bold, un tipus de lletra sense serif, llegible i bastant popular. (Fig.8)

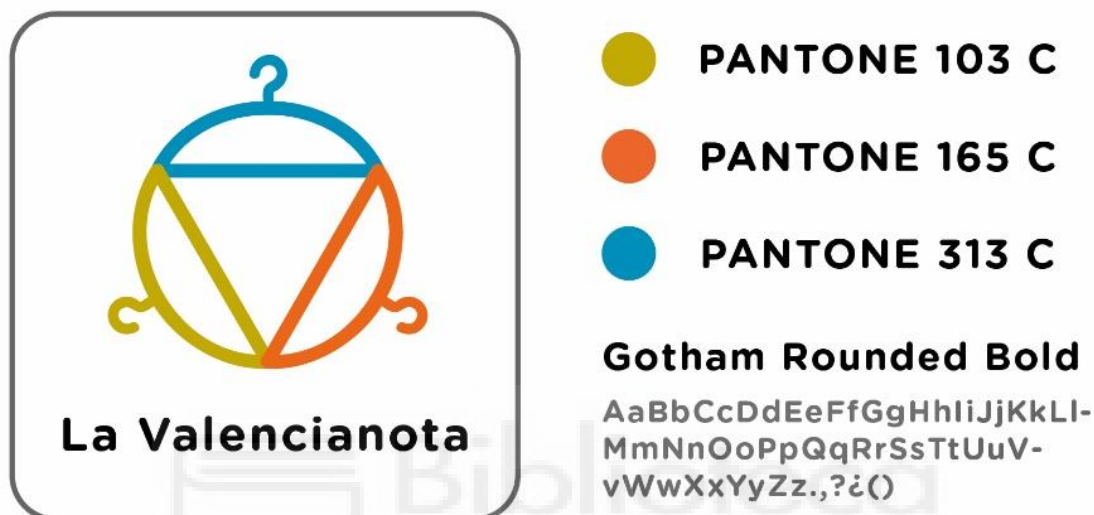


Figura 8 - La Valencianota. Imatge principal, color i tipografia. 2021

El disseny de l'arquitectura web comença amb la creació d'un esquema bàsic i orientatiu. A partir de l'esquema gràfic es recollia el material visual necessari per a la creació del disseny web. L'apartat gràfic es completa amb descripcions gramàtiques seguint el llenguatge informal que descriuen l'essència de la marca i li donen significat.

El sistema d'estampació que ens representa és la serigrafia tèxtil. Aquesta tècnica antiga la utilitzà Andy Warhol en els anys 60 per estampar el retrat de Marilyn Monroe.

- Com et quedes?... - De cine! Actualment aquesta tècnica està assistida per màquines, però nosaltres no em deixat d'utilitzar-la com abans, amb el seu procés artesanal. Les composicions gràfiques s'adapten a la creació dels fotolits i les pantalles, les mesclades dels colors es fan a mà i les camises s'infunden individualment. Tots els nostres dissenys és poden adaptar al gust de cada comprador amb diferents opcions de lliure elecció.

Pel procés d'estampació en serigrafia es preparen els fotolits amb la digitalització de les il·lustracions i la seua impressió en paper transparent. Ademés, també es necessari la preparació de les pantalles i la recollida de materials plàstics per a l'estampació. L'últim pas és la impressió sobre tèxtil, els productes es preparen per al seu funcionament comercial.

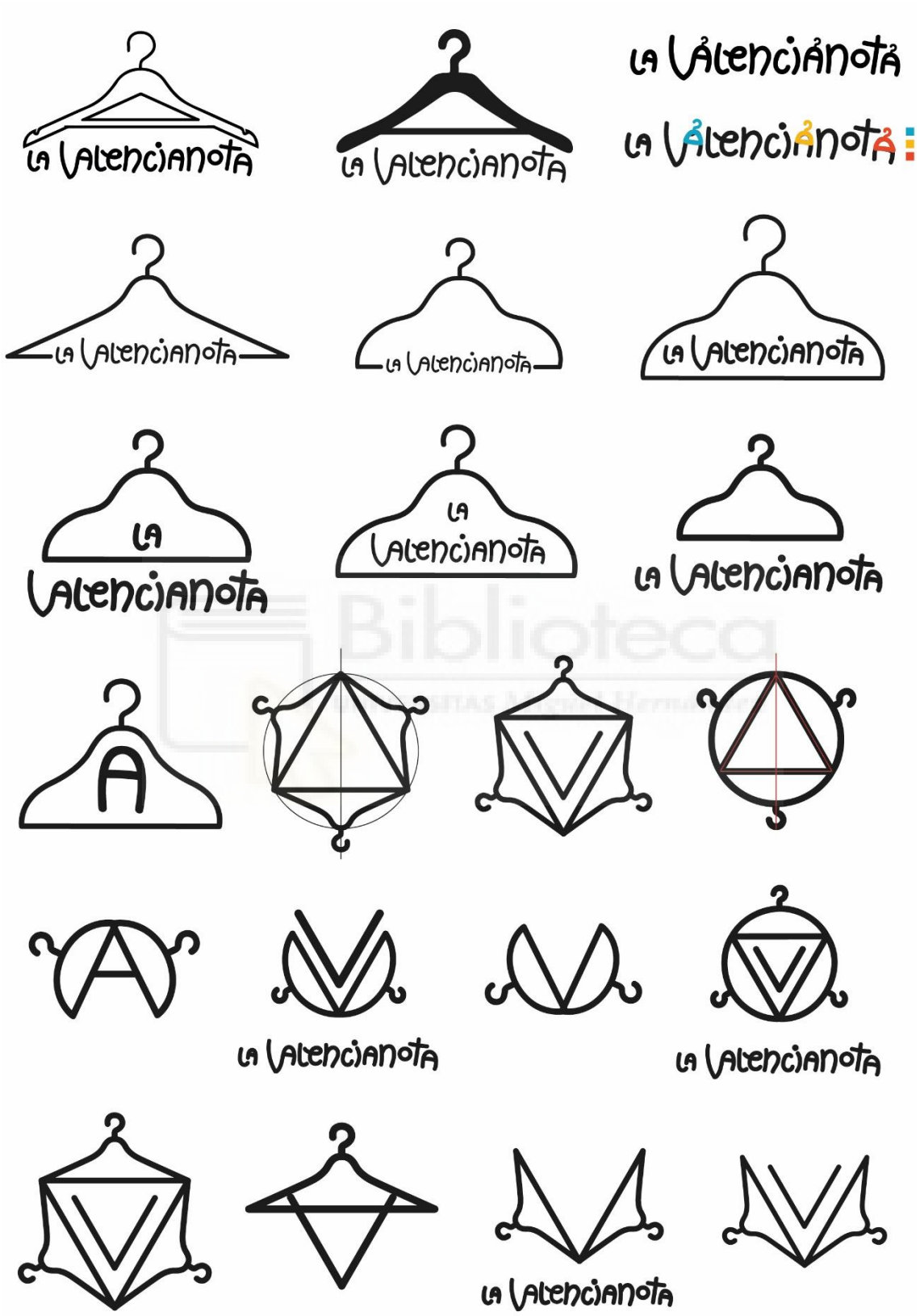


Figura 9 - La Valencianota. Esbossos Imagotip. 2021

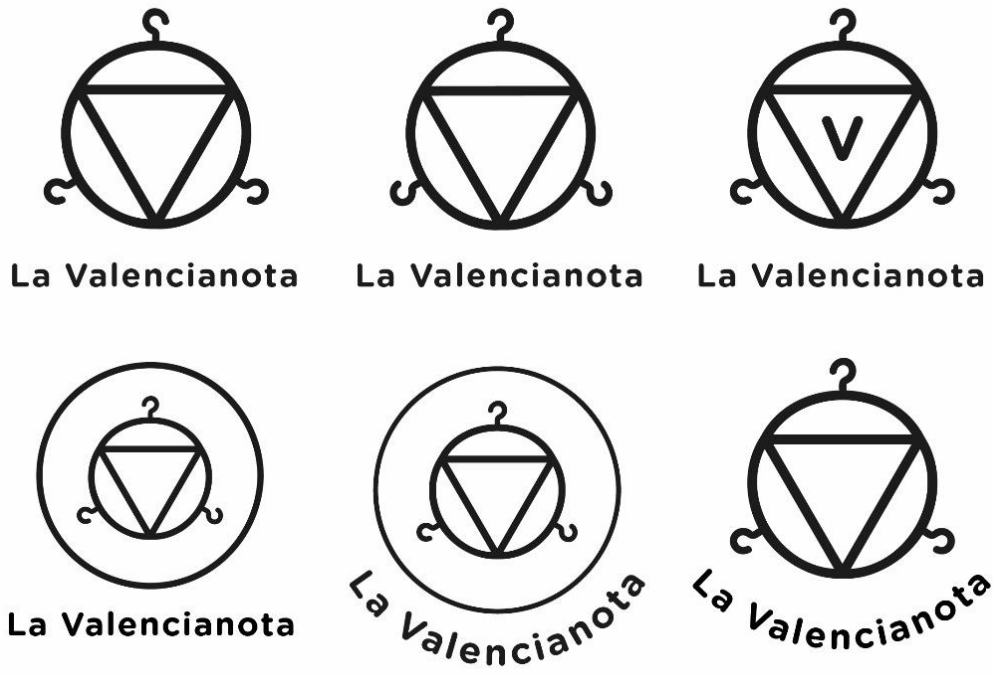


Figura 10 - La Valencianota. Variacions imagotip. 2021



Figura 11 - La Valencianota. Proves de color imagotip. 2021

5. Resultats

La Valencianota naix amb la voluntat de: crear una empresa lligada al territori, expandir la llengua i cultura valencianes per mig del disseny i lluitar pels valors de sostenibilitat i ecologia. El concepte de la marca proporciona al públic una imatge diferent que genera confiança i aconsegueix reflexar l'essència visual. La marca és molt més que un simple nom, es tracta d'una identitat visual. Aquesta està dissenyada per atorgar a l'empresa qualitat, seguretat, fiabilitat i valors socioculturals arralats a la terra. La percepció que té la societat i el consumidor sobre la marca es relaciona amb un disseny atractiu, divertit i ecològic. Els nostres productes busquen generar sentiments i significats en la ment del consumidor.

La Valencianota és una marca amb una visió productiva, que vetla pel seu creixement comercial i no descarta l'adaptació a les mesures de venda més actuals. Actualment el projecte proposa un tipus de negoci amb venda nacional, entrega disponible a les localitats de la Comunitat Valenciana i recollida local a la vivenda particular de l'empresa. El tipus de pagament és fa en ma i es facilita al client l'opció de pagar en efectiu a l'entrega de la comanda. Aquestes mesures de venda online no són definitives, s'adeqüen al present d'un projecte que està a l'inici del seu funcionament. (Fig.16)

L'empresa està disposta a administrar millor els seus recursos per a produir més amb la mateixa quantitat. Per tant la finalitat del projecte pretén ampliar les seues vendes, aportant gran varietat de productes, disposant nous patrons i actualitzant els dissenys a les tendències més destacades. La pàgina web pretén generar tràfic excel·lent i reflexar la identitat visual i corporativa de la marca. Els productes es mantindran actualitzats a la moda i la marca s'adaptarà a les xarxes socials més utilitzades. A mesura que l'empresa vaja assentant-se comercialment, es preveu l'apertura d'un local comercial obert al públic, a la capital valenciana.

<https://adarabernabeuirles.wixsite.com/la-valencianota>

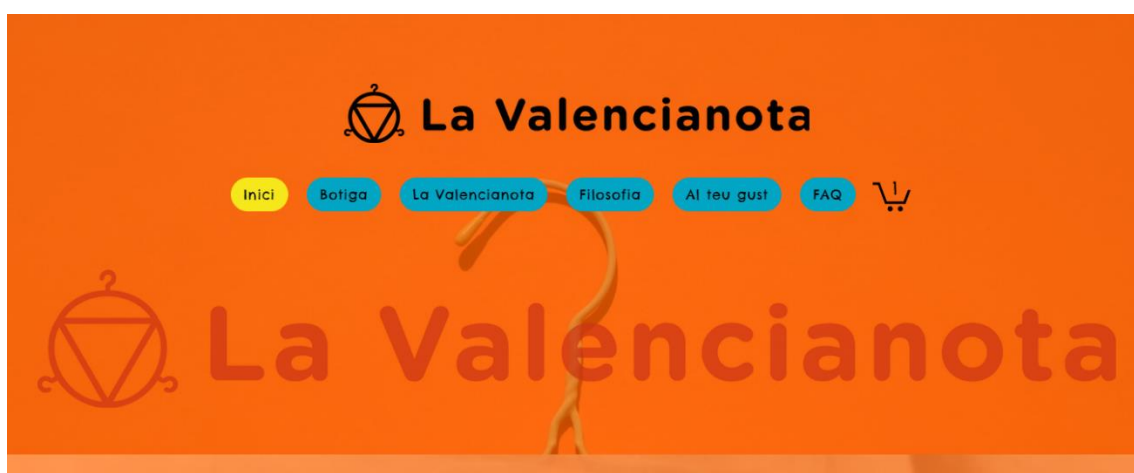


Figura 12 - La Valencianota. Menú de inici. Pàgina web. 2021



Figura 13 - La Valencianota. Pàgina web. 2021

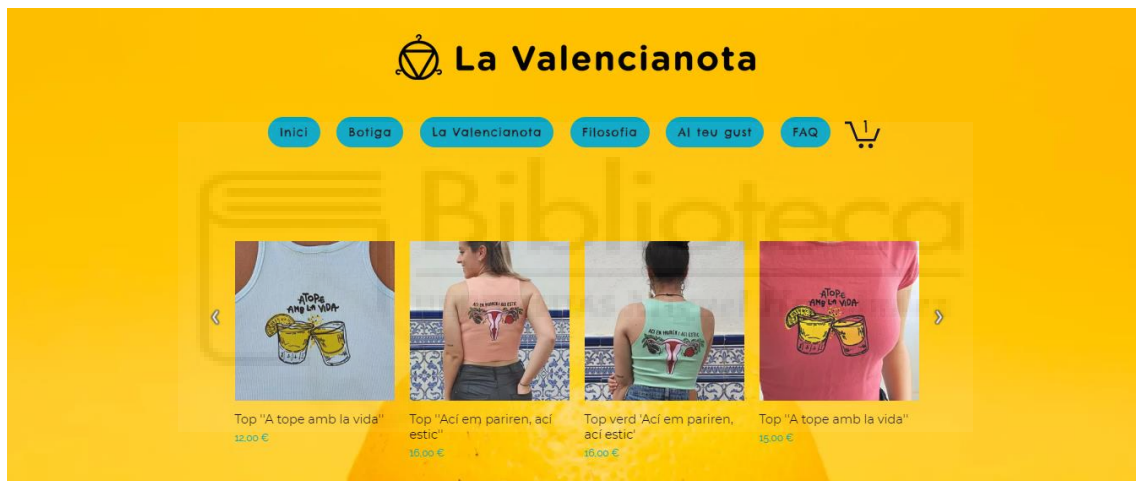


Figura 14 - La Valencianota. Productes. Pàgina web. 2021

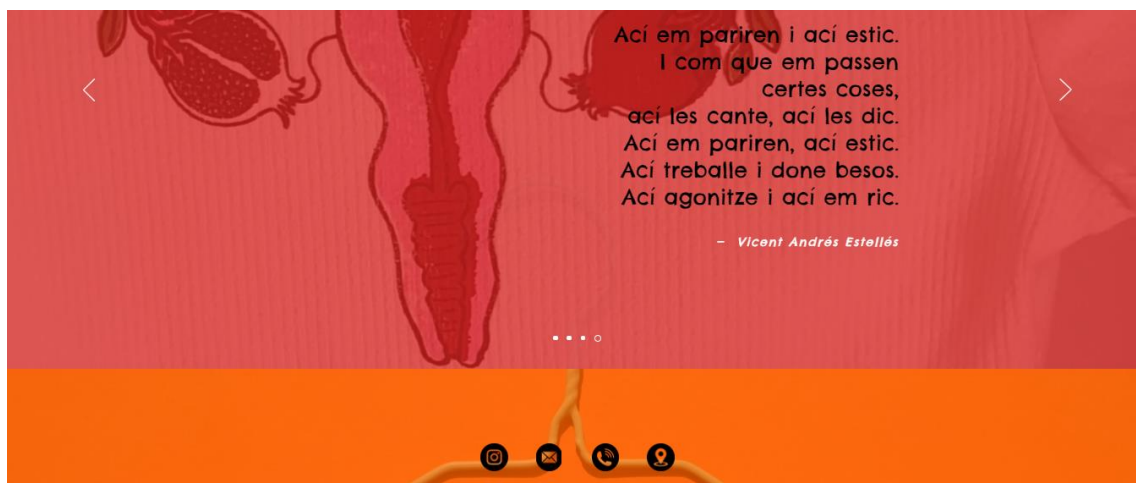


Figura 15 - La Valencianota. Peu de pàgina i contacte. Pàgina web. 2021



Figura 16 - La Valencianota. FAQ. Pàgina web. 2021

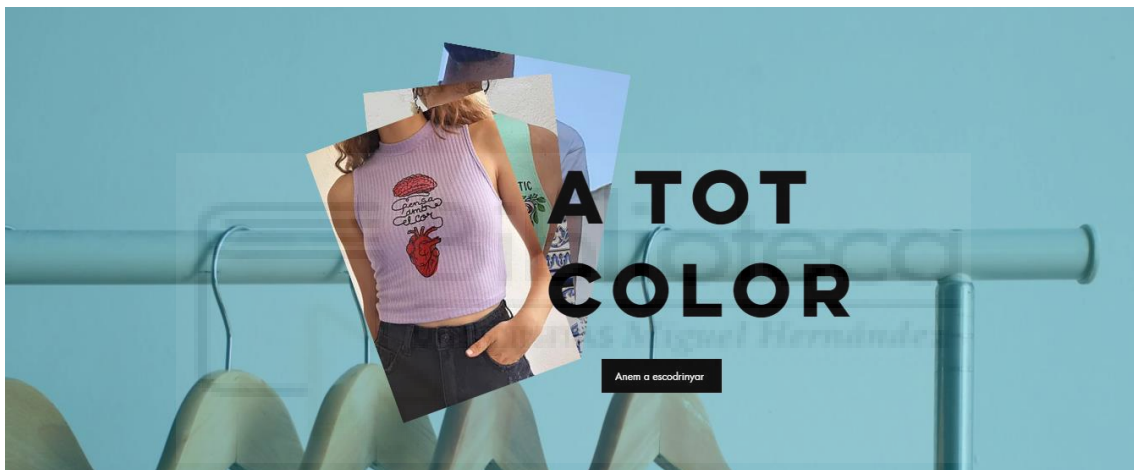


Figura 17 - La Valencianota. Productes. Pàgina web. 2021

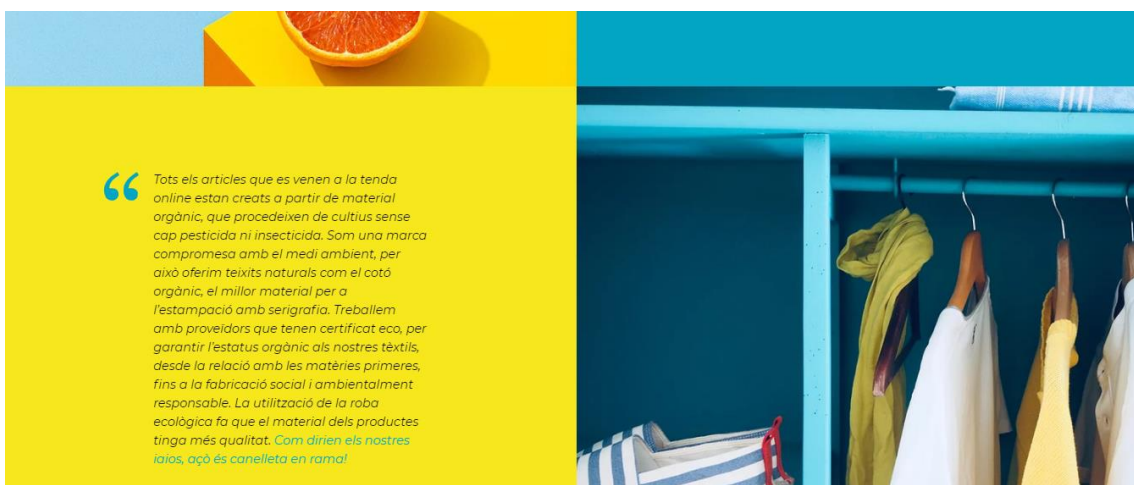


Figura 18 - La Valencianota. Filosofia. Pàgina web. 2021

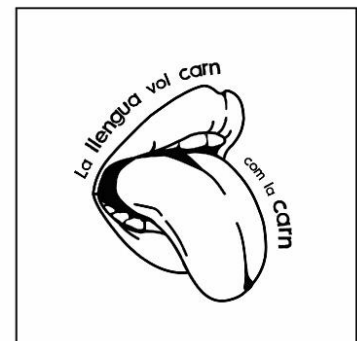
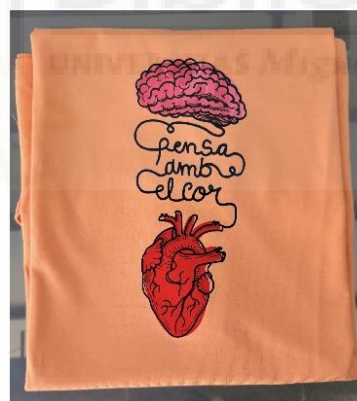
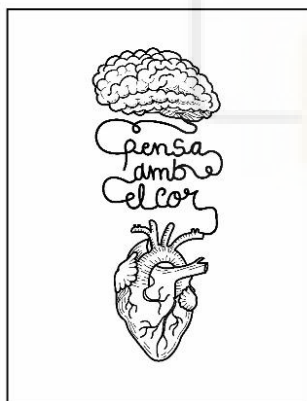


Figura 19 - La Valencianota. Il·lustracions digitals i estampacions. 2021



Figura 20 - La Valencianota. Etiqueta. Aplicació del Imagotip Principal. 2021



Figura 21 - La Valencianota. Gorro de llana. Aplicació tèxtil del Imagotip principal. 2021



Figura 22 - La Valencianota. Davantals. 2021



Figura 23 - La Valencianota. Aplicació tèxtil del Imagotip principal. 2021

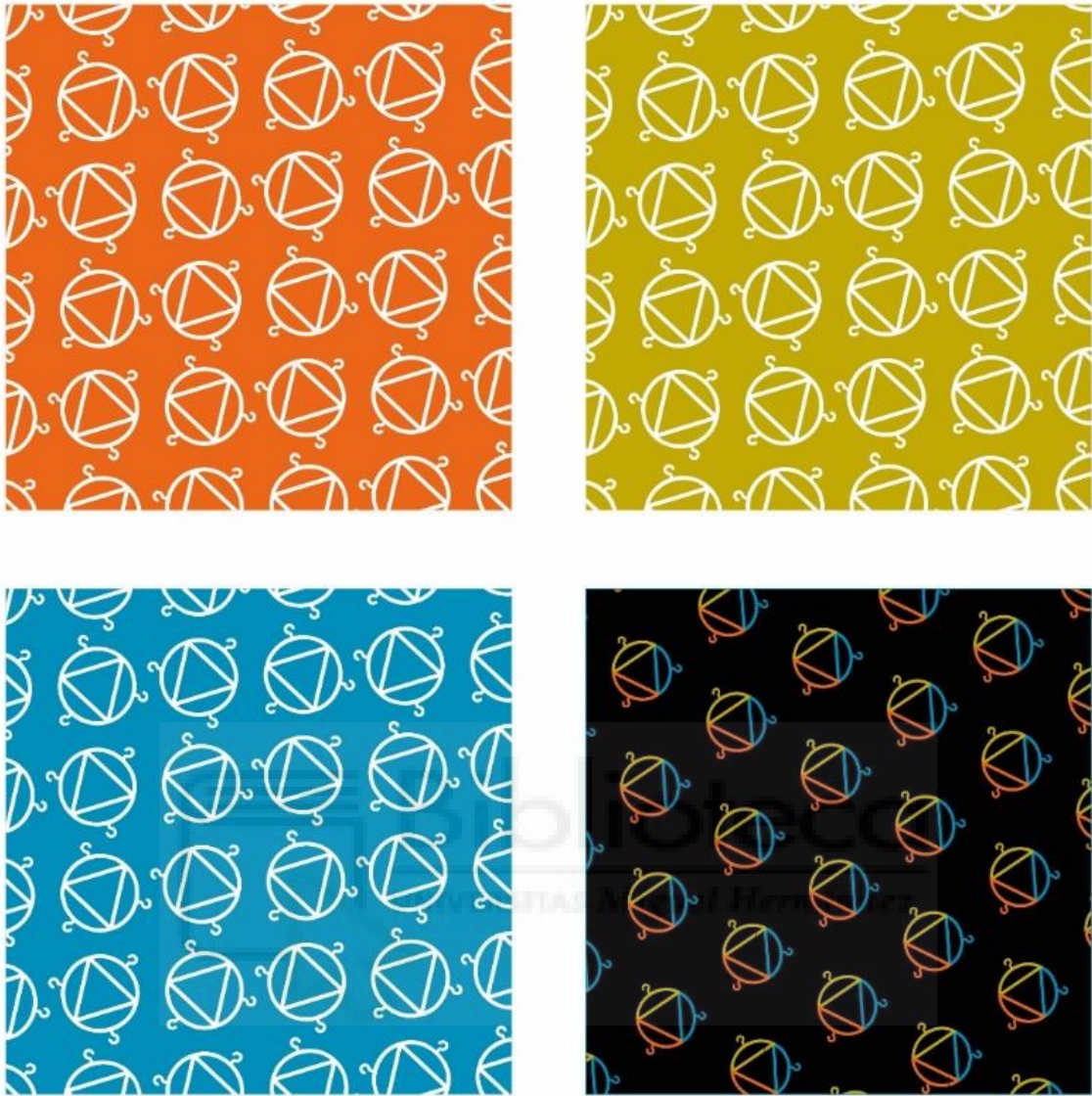


Figura 24 - La Valencianota. Disseny de patró amb el imatip principal. 2021

6. Bibliografía

- BEHANCE. URL: <https://www.behance.net/>
- FREEPIK. URL: <https://www.freepik.es/>
- GRAFFICA.INFO. Valencia. Blog. – URL: <https://graffica.info/>
- Google Design. (2014). URL: <https://design.google/>
- Guerrero Susana. Material de la asignatura *Estrategias de reproducción Gráfica*. Grado en BBAA. Universidad Miguel Hernández. Campus de Altea. URL: <https://www.umh.es/>
- Heller Eva. (2010). *La psicología del color -Como actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Editorial GG
- Matsuda Leo. (2016). Inner Workings. Walt Disney Animation Studios- 6 min. – URL: <https://www.disneyplus.com/es-es/movies/funcionamiento-interno/2am4tRzFOOXI> - <https://cortosdemetraje.com/inner-workings/>
- MOCKUP WORLD. URL: <https://www.mockupworld.co/all-mockups/>
- Montero Hassan. (2006). YUSEF. *Factores del Diseño Web Orientado a la Satisfacción y No-Frustración de Uso*. Granada: Universidad de Granada.
- Oques Grasses. (2010). *De Bonesh (A tope en la vida)*. Discogràfica Halley Records. – URL: <https://oquesgrasses.com/es/>
- UNSPLASH. URL: <https://unsplash.com/>
- WIX – URL: https://es.wix.com/freesitebuilder/hiker-crea?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=161792515^10070311435&experiment_id=wix^e^430421174629^&gclid=Cj0KCCQjwg7KJBhDyARIsAHRAXaFSGalQwqUTZu96egJQlR0474y7-ERqfClcl-scKnDoqPiMgX5zTC0aAhXzEALw_wcB
- ValenciaBonita. (2021). *Expresiones típicas valencianas – Expressions típiques valencianes*. Historia y tradiciones – URL: <https://www.valenciabonita.es/2016/01/26/expresiones-tipicas-valencianas-expressions-tipiques-valencianes/>
- Zoo Posse. (2014). *Llepolies (Llepolies)*. Discogràfica Propaganda pel Fet! – URL: <https://zooposse.com/>