

# brote



Asociación para la protección  
y conservación de la flora canaria

## MEMORIA

**TRABAJO DE FIN DE GRADO**  
**Yanira Vera Hernández**

Tutorizado por Cristóbal Ruiz Medina  
Grado en Diseño 2018-2022  
Universidad de La Laguna

# Memoria

**Yanira Vera Hernández**  
**Tutor Cristóbal Ruiz Medina**

Grado en Diseño  
Curso 2021 / 2022  
Facultad de Bellas Artes  
Universidad de La Laguna

## Agradecimientos

Me gustaría mostrar mi gratitud a todas las personas que me han apoyado directa o indirectamente en la realización de este proyecto. Entre ellos, quiero destacar a mi tutor Cristóbal Ruiz Medina, por haberme ayudado a poder materializar mis ideas y guiarme en el proceso.

Por otro lado, agradecer a David Tomás Montesdeoca Flores por la aportación de documentación y orientación sobre los temas de botánica, a la asociación ATAN, en concreto a Nestor por responder a mis preguntas. A Javier Cabrera y Javier Torres por aconsejarme y ayudarme. Y a Cristina Saavedra por brindarme útiles consejos.

Finalmente agradecer a mis padres por haberme confortado y animado, en concreto, en estos cuatro años de carrera. Y a mi pareja, por haber conseguido sacarme una sonrisa en los momentos difíciles.

# Índice

<b>Resumen / Abstract</b>	5	2.6. Conclusión investigación específica	72
<b>Objetivos</b>	6	<b>3. Proyecto</b>	73
<b>Introducción al proyecto</b>	7	3.1. Ideación de la iva	74
<b>Metodología</b>	7	3.2. Manual de la iva	80
<b>Cronograma</b>	8	3.3. Material gráfico de promoción	80
<b>1. Investigación primaria</b>	9	3.4. Vídeo de animación	95
1.1 ¿Qué es una asociación?	10	<b>4. Conclusiones del trabajo</b>	97
1.2 Estudio de Referentes	11	<b>5. Bibliografía y webgrafía</b>	98
1.3 Flora Canaria	42		
1.4. Conclusión investigación primaria	46		
<b>2. Investigación específica</b>	47		
2.1. La Lámina	48		
2.2. Material gráfico de promoción	52		
2.3. Ilustración botánica	58		
2.4. Arte digital	65		
2.5. La flora como recurso turístico	68		

## Resumen

Este proyecto muestra y describe la creación de una asociación dedicada a la divulgación y protección de la flora canaria. Se basa en el desarrollo de un espacio comprometido con la conservación y la concienciación hacia la población canaria y extranjera, además de la promoción de la construcción de espacios verdes en el archipiélago. En conclusión, visibilizar la riqueza de la flora canaria apoyándose en el arte y el diseño. Para ello se creará una Identidad Visual Corporativa con su respectivo manual.

En esta memoria se recoge el desarrollo completo de la creación de la asociación. Además, de los numerosos materiales gráficos que apoyan la anterior idea, entre ellos se encuentran láminas ilustradas de plantas endémicas y autóctonas de las islas, un calendario con fechas resaltadas como épocas de siembra o cosecha. Y otros elementos como cuadernos de campo o página web. Además de rutas de senderismo con un mapa indicador de especies.

## Palabras Clave

Diseño editorial, ilustración, maquetación, botánica, diseño gráfico, identidad corporativa, libro, herbario, láminas, institución, endémico

## Abstract

This project shows and describes the creation of an association dedicated to the dissemination and protection of the Canary flora. It is based on the development of a space committed to the conservation and awareness of the Canary and foreign population, in addition to the promotion of the construction of green spaces in the archipelago. In conclusion, to make visible the richness of the Canary flora supported by art and design. To this end, a Corporate Visual Identity will be created with its respective manual.

This memory contains the complete development of the creation of the association. In addition to the numerous graphic materials that support the above idea, among them are illustrated sheets of endemic and native plants of the islands, a calendar with dates highlighted as planting or harvesting seasons. And other elements such as field notebooks or a web page. In addition to hiking trails with a map indicating species.

## Keywords

Editorial design, illustration, layout, botany, botany, graphic design, corporate identity, book, herbarium, laminates, institution, endemic

# Obejtivos

## Obejtivos Generales

Por una parte, este proyecto tiene como objetivo la creación de una asociación dedicado a la divulgación y protección de la flora canaria. Además, del desarrollo de material de promoción para esta organización, en los cuales se incluirán información sobre senderos, espacios verdes y curiosidad sobre el suelo de las islas. Todo lo anterior se realizará apoyándose en el arte y el diseño, para así poder llegar a la mayor cantidad de personas posible. Con esta idea se intenta buscar una solución a la desinformación que invade al archipiélago acerca de su vegetación.

## Obejtivos Específicos

La creación de una asociación requiere del diseño de una Identidad Visual Corporativa y su respectivo manual, del mismo modo ocurre con el material gráfico y digital, a cada apartado le corresponderá un manual (editorial, web, etc.). Por otro lado, se diseñarán elementos gráficos dedicados a la divulgación y protección de la flora, en concreto, un conjunto de láminas sobre ejemplares endémicos y autóctonos de las islas.

Además, se diseñará un cuaderno de campo y un calendario, complementados con las ilustraciones de las láminas, de esta manera, todos los productos gráficos guardarán una cohesión. Por otro lado, la página web será un elemento referente, debido a que en ella se expondrán infografías y otros materiales digitales, que físicamente no se crearán. La web es sumamente importante, ya que será el punto de unión entre los elementos gráficos y digitales, algunos folletos contarán con un código QR, el cual, les llevará a la página web para ampliar información o mostrar imágenes de cierta especie. El objetivo intrínseco en este proyecto es demostrar las capacidades adquiridas en los cuatro años de los que se compone el grado.

En cuanto al material gráfico anteriormente nombrado, se diseñarán los siguientes elementos:

- Una serie de láminas ilustradas con información acerca de la vegetación plasmada.
- Folletos de promoción, con material reciclado
- Carpeta para láminas
- Página web y redes sociales
- Contenido para niños
- Cartelería como promoción de la asociación
- Vídeo de animación sobre plantas endémicas
- Cuaderno de campo

## Introducción

Esta memoria tiene como objetivo exponer el proceso de realización del Trabajo de Fin de Grado de Diseño, por la facultad de bellas artes, en la Universidad de La Laguna y en el curso 2021/2022. Se compone de todo el procedimiento llevado a cabo para finalizar el proyecto, desde la investigación previa, otra más específica y finalmente el desarrollo del diseño.

El proyecto se basa en la creación de una asociación para la prevención y protección de la flora canaria. Se exponen los motivos conductores de realizar este tema, así como el trayecto desde la idea hasta su creación. Recopilando así el paso a paso que se ha ido desarrollando a lo largo de este curso académico, entre los que se encuentra: creación de la identidad visual corporativa, la ilustración digital, el diseño editorial y el diseño web.

Brote es una asociación creada por y para la sociedad, apoyada por expertos en la flora y en el diseño, tiene como objetivo informar y visibilizar la importancia intrínseca de los ejemplares más desconocidos del archipiélago canario. Además de aportar información relevante acerca del territorio y cómo debe ser protegido, así como se encarga de la difusión de artículos y noticias relacionadas con el medio ambiente y las islas.

## Metodología

Para la realización de este proyecto se ha tomado de referencia la metodología utilizada en *Diseño de identidad para espacios naturales : Parque Rural de Teno*<sup>1</sup>. Donde cada diseño lleva detrás una extensa investigación, tanto del contexto como de referentes que pudieran ayudar a resolver los problemas que puedan surgir.

Este proyecto se ha dividido en tres fases:

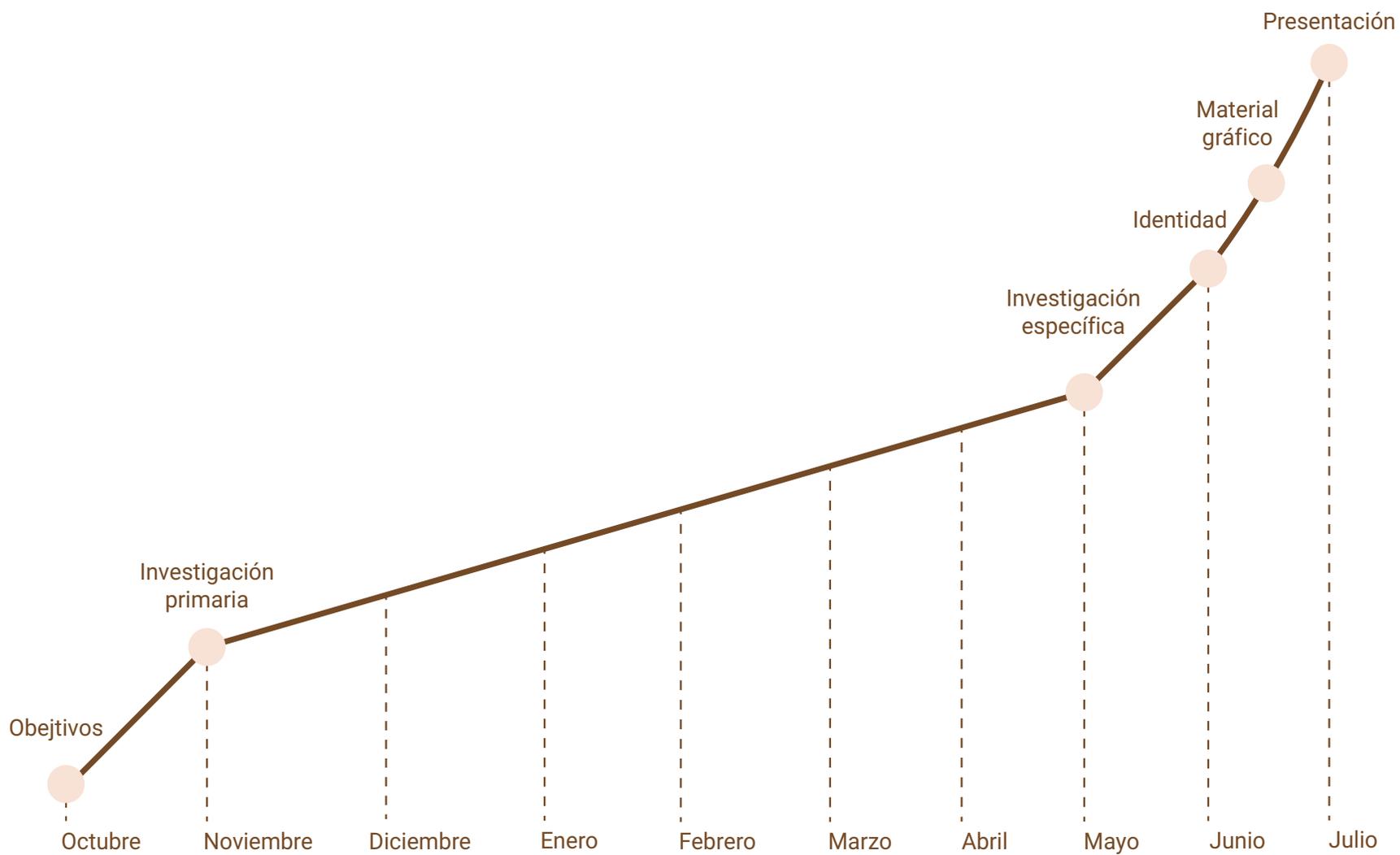
- **Investigación primaria:** donde se ha estudiado todos los aspectos que ayudarán a desarrollar este trabajo. Entre ellos se encuentran las asociaciones y organizaciones a diferentes niveles geográficos.
- **Investigación específica:** donde tras definir las ideas que se quieren llevar a cabo, se investiga cómo se pueden realizar, con referencias concretas.
- **Desarrollo del proyecto:** como el nombre indica, recoge todo el proceso de diseño de cada uno de los productos que se han creado para este proyecto.

Además, y siguiendo las pautas del libro anteriormente nombrado, para cada producto se ha creado un documento con sus respectivas medidas.

---

<sup>1</sup> Hernández, J., Torres, F., & Ruíz, C (et al). (2010). *Diseño de identidad para espacios naturales : Parque Rural de Teno*. Santa Cruz de Tenerife : Cabildo Insular, 2010 (Producciones Gráficas, S.L.).

# Cronograma



# **1. Investigación Primaria**

## 1.1 ¿Qué es una asociación?

Para poder profundizar en los aspectos intrínsecos de una asociación es necesario definir su significado. El objetivo de una asociación es reunir y organizar a un grupo de personas en torno a actividades que pueden ser culturales, educativas, deportivas o de divulgación, entre otras. Para que pueda considerarse una asociación debe componerse de tres o más personas.

### 1.1.a Derecho de asociación

Antes de comentar qué tipos de asociaciones existen, es necesario conocer el *Derecho de asociación*, sin el cuál no sería posible la existencia de ninguna asociación, en el ámbito legal.

En España este derecho no era reconocido pese haber iniciado el proceso constitucional. En la primera mitad del siglo XIX no existía una legislación que regulase este derecho, pero pese a esta carencia jurídica, se crearon varias asociaciones, con fines distintos entre sí, aunque debían obedecer al poder establecido. Pese a esto, el Estado no otorgaba una protección acorde con la de un derecho fundamental. Es más, si se procedía a clausurar algún establecimiento donde se celebraran reuniones, o que fuera la sede de algún grupo o asociación, no se podía apelar la hipotética lesión del derecho pues, dada la ausencia de reconocimiento constitucional, y de disposiciones legislativas sobre la materia, la posibilidad de asociarse no estaba protegida como una libertad individual, al contrario estaba especialmente perseguida si su finalidad era política.

Durante la Revolución de septiembre de 1868, por primera vez, se formaliza la protección constitucional de este derecho. Asociarse, junto con el derecho de sufragio universal, se concibe como una de las grandes conquistas del movimiento democrático europeo del siglo XIX. De hecho, tal era su importancia que la preocupación por el tema se hizo patente desde

el inicio de “la Gloriosa”<sup>5</sup> y, así, uno de los primeros Decretos dictados por el Gobierno Provisional recoge, con gran amplitud, la regulación que ha de darse al derecho de asociación. Gracias a esto se obtuvieron varios beneficios para los movimientos obreros y las comunidades religiosas distintas a la oficial del Estado.<sup>1</sup>

### I. LEY GENERAL DEL DERECHO DE ASOCIACIÓN (1964)

Hasta la promulgación de esta Ley, la regulación del derecho de asociación durante el régimen franquista era un espacio transitorio y sin precisión jurídica adecuada.

Esta Ley estuvo vigente en nuestro sistema actual hasta la entrada en vigor de una nueva regulación sobre el derecho de asociación en el año 2002. En consecuencia, fue una norma con una dilatada vigencia que hubo de adaptarse de un régimen ampliamente restrictivo a un sistema democrático de expansión de los derechos y basado en los principios de igualdad, libertad, justicia y pluralismo. (Olmedo, 2007, *El derecho de asociación en la historia constitucional española*, bit.ly/3NdJys4)

### 1.1.b Cómo crear una asociación

La creación de una Asociación se realiza mediante el acuerdo expreso de tres o más personas, físicas o jurídicas legalmente constituidas, comprometiéndose a poner en común conocimientos, medios y actividades para conseguir unas finalidades lícitas, comunes, de interés general o particular y se dotan de unos Estatutos que regirán el funcionamiento de la asociación. Este acuerdo habrá de formalizarse mediante un acta fundacional, y es desde este momento cuando la asociación adquiere su personalidad jurídica y la plena capacidad de obrar, aunque aún no se hubiere cumplido con la obligación de inscripción en el registro correspondiente. El siguiente

<sup>1</sup> Definición de una asociación. (s. f.). Entidades Jurídicas. bit.ly/3qh8fKZ

paso es la inscripción en el registro. Debe tenerse en cuenta que, aunque una asociación adquiere su personalidad jurídica desde el momento de la firma del acta fundacional, existe la obligación de inscribirla en el registro de asociaciones (autonómico o estatal según el ámbito de actuación) y por tanto se deberá cumplir con el procedimiento administrativo marcado por la administración de que se trate. (Asociaciones, s.f, bit.ly/3qfT98G)

### 1.1.c Tipos de asociaciones

1. Ideológicas, culturales, educativas y de comunicación.
2. Mujer, igualdad de trato y no discriminación
3. Infancia, jóvenes, personas mayores, familia y bienestar
4. Medio ambiente y salud
5. Discapacidad y dependencia
6. Víctimas, afectados y perjudicados
7. Solidaridad
8. Económicas, tecnológicas, de profesionales y de intereses
9. Deportivas y recreativas
10. Varias

En el caso de este proyecto, hablamos de una asociación de medio ambiente y salud, debido a que promueve el cuidado y protección de la flora, lo que repercute en el medio ambiente. Además, podemos observar como ha aumentado el número de inscripciones en asociaciones en los últimos años. [Figuras 1-2]

## 1.2 Estudio de referentes

Este proyecto se basa en la creación de una asociación, como se ha indicado anteriormente. Para poder llevarlo a cabo, era necesario enfocar la investigación en este aspecto, por ello se han estudiado diferentes referentes, los cua-



Figura 1: Gráfica "Evolución de las inscripciones de entidades asociativas" bit.ly/3l7uKPz

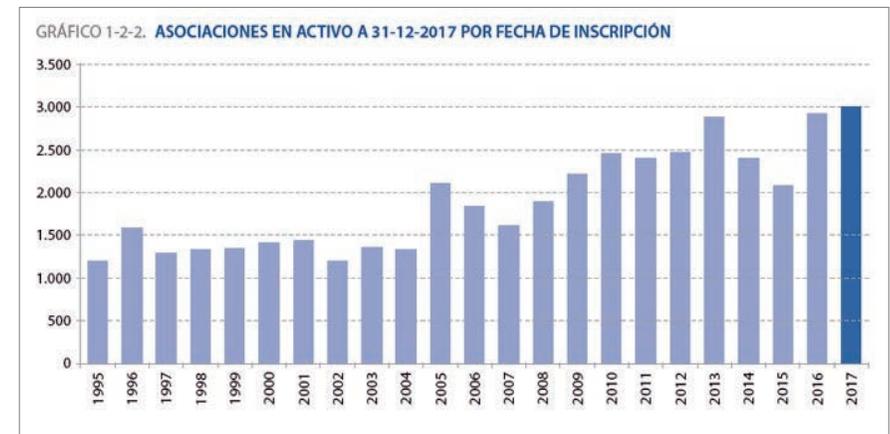


Figura 2: Gráfica "Asociaciones en activo" bit.ly/3l7uKPz

les se han dividido en tres categorías: Internacionales, Nacionales y Locales. Se han agrupado de esta manera debido a que de esta forma se puede observar de forma más óptima las diferentes posibilidades que muestran cada uno de los referentes, los cuales se clasifican en asociaciones, organizaciones y cooperativas. No todas son de la misma índole, debido a que algunas se dirigen al medio ambiente, otras a la ecología y otras a la flora y fauna. Esta variedad es en sí misma una gran ventaja, pues a la hora de diseñar, es fundamental nutrirse de todos los aspectos existentes sobre el tema que se vaya a desarrollar.

A continuación, se hará una pequeña introducción a cerca de la integridad de cada uno de los referentes, y se analizarán los siguientes aspectos:

- Identidad Visual Corporativa
- Tipografía
- Colores
- Formatos
- Imágenes (fotomontaje, collage...)
- Composición
- Material gráfico
- Página web
- Redes sociales

## 1.2.a Internacionales

**WWF:** la mayor organización internacional independiente dedicada a la defensa de la naturaleza y el medio ambiente. Fundada en 1961, trabajan en más de 100 países y cuentan con el apoyo de cerca de 5 millones de miembros en todo el mundo. Ellos son testigos del deterioro acelerado de la naturaleza y el clima, con graves consecuencias para la vida en la Tierra, incluida la nuestra. La misión de WWF es construir un futuro en el que las personas vivan en armonía con la naturaleza.

Es una organización de la sociedad civil apolítica y basada en la ciencia que trabaja para conservar y restaurar la biodiversidad, la red que sus-

tenta toda la vida en la Tierra; para reducir la huella ecológica de la humanidad; y para asegurar el uso sostenible de los recursos para apoyar a las generaciones actuales y futuras. Celebran y respetan la diversidad en la naturaleza y en las personas, los socios y las comunidades con las que trabajan. (WWF, s.f. [bit.ly/3uzYH0g](http://bit.ly/3uzYH0g))

Esta organización es sin duda de las más influyentes en cuanto a diseño de campañas publicitarias se refiere, como podemos ver a continuación, han creado mensajes mediante el diseño gráfico. Para su ejecución han utilizado diferentes herramientas: foto collage, fotomontaje y psicología de la Gestalt entre otras. Utilizan su página web y redes sociales como principal método de comunicación. [Figuras 2-4].

**IVC:** Cómo podemos observar en la imagen [Figura 3], su Identidad Visual Corporativa se compone de un imagotipo, donde observamos la silueta de un oso panda y las siglas de la organización "WWF". Este diseño se ha ido actualizando con el paso del tiempo como se observa en la imagen, en su origen, sólo se contaba con una ilustración del animal, no fue hasta 1986, cuando se incluyeron las siglas. La ivc actual es la desarrollada en el año 2000. Esta evolución ha sido positiva desde el punto de vista del diseño, debido a que una ivc más simple, y con dos colores es considerada una imagen bien diseñada. (WWF, s.f.)

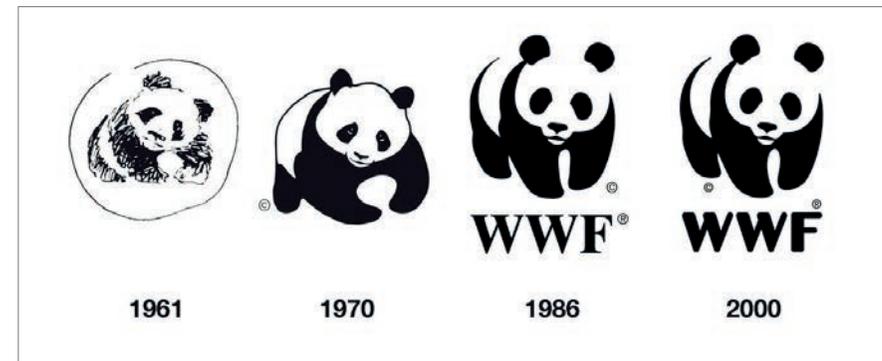


Figura 3: Imagen corporativa WWF. [bit.ly/3yAmDTt](http://bit.ly/3yAmDTt)

**Tipografía:** el logotipo de su imagen corporativa porta una tipografía creada especialmente para la organización “WWF Font”, la cual es de palo seco y su estilo más utilizado es el bold, además siempre se utiliza con mayúsculas en el propio imago tipo. Y para los textos, usan la tipografía Georgia Open Sans, la cual, es gratis y está instalada por defecto en muchos dispositivos. La utilización de esta tipografía para texto seguido no es muy recomendada, ya que visualmente aparenta ser más grande y su forma es muy redondeada. [Figura 3]



Figura 4: Esquema detalles tipográficos (propio)

**Color:** su imagen se basa en dos colores principales, blanco y negro. Esto les ayuda a poder colocar el imago tipo sobre diferentes fondos. En su web, WWF alude la utilización de estos dos colores a la simplicidad. Esta utilización de colores es positiva, ya que en sus elementos gráficos utilizan fondos muy llamativos, es por ello, que es necesario reducir la paleta de colores de la ivc lo máximo posible para que no compita con el resto de colores. [Figuras 4-6].

**Formatos:** utilizan diferentes métodos de comunicación, por ello, manejan una gran variedad de formatos, que van desde un folleto DIN A5 a un anuncio en televisión. Como se nombró anteriormente, en estos aspectos se aprecian las ventajas de componer un diseño con una identidad visual corporativa en blanco y negro. Como vemos en las siguientes imágenes, crean diferentes formatos, dependiendo el tipo de información que vayan a utilizar. Por ejemplo, en el caso de fotomontajes, es muy frecuente la utilización de un formato horizontal, en cambio para mensajes con texto prefieren un formato vertical.



Figura 5: Campaña en apoyo a especies en peligro de extinción. [bit.ly/3FJxXhR](http://bit.ly/3FJxXhR)

- **Imágenes (fotomontaje, collage...):** Se puede observar como algunos fotomontajes son algo exagerados, pero factibles, pues transmiten la idea correcta. En el caso de las fotografías son en alta resolución y centrándose en el elemento fundamental, no se desvían a una fotografía con ruido visual. Por otro lado, podemos observar como pese a utilizar fotomontajes, se pueden apreciar las fotografías reales, no hacen un uso indebido para confundir



Figura 6: Campaña en contra del cambio climático. [bit.ly/3yAdDCT](http://bit.ly/3yAdDCT)

al espectador, dejan ver que es un montaje fotográfico. Utilizan esta herramienta para mostrar lo que puede llegar a ocurrir. [Figuras 5-7]

- **Composición:** Como se nombró anteriormente, encontramos varias composiciones, algunas fotográficas y otras mezclando texto e imagen. Se puede observar como pese a contener texto, las imágenes son las predominantes en sus composiciones. Es que además, esta organización cuenta con una gran experiencia en publicidad, pues desde sus inicios han conseguido llegar a l público creando impresionantes campañas, la mayoría, mostrando cómo el ser humano maltrata a la madre naturaleza, y sus respectivas consecuencias. [Figuras 5-7]

- **Material gráfico:** Esta organización no suele materializar sus campañas en folletos o revistas, para evitar crear residuos, pero en cuanto a material gráfico, encontramos carteles para todo tipo de campañas y en su página web podemos ver gráficos e infografías. Las cuales apoyan con datos, los diferentes estudios que realiza WWF sobre la crisis climática y sus futuras consecuencias. Estas son muy coloridas y con una buena calidad, tanto gráfica como artística. [Figuras 5-7]

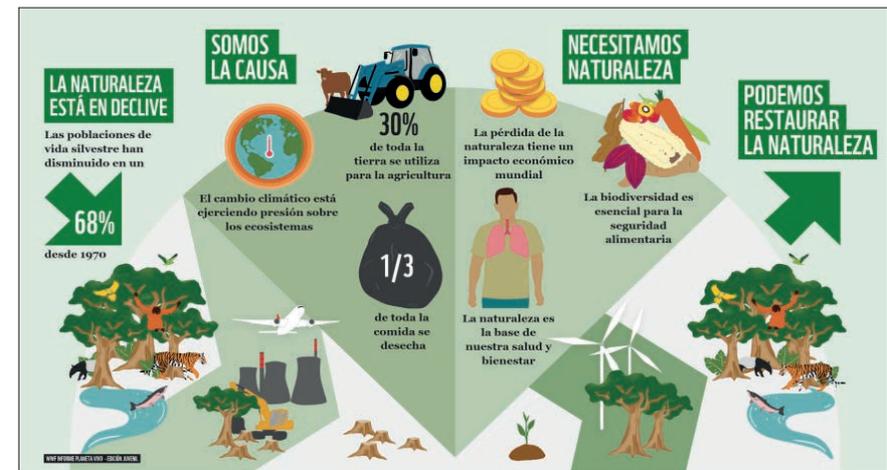


Figura 7: Infografía sobre la extinción de la naturaleza. [bit.ly/3wawg9V](http://bit.ly/3wawg9V)

- **Página web:** Encontramos dos tipos de web, la primera [Figura 10] es la dedicada a WWF Internacional, presenta una cabecera con un fondo oscuro, el cual hace resaltar la imagen que la representa, esta dinámica se repite en cada una de las secciones. Contiene un menú horizontal con submenús desplegables que muestran diferentes apartados como “Our Work” y “Place”. En estos concretamente podemos informarnos acerca de los diferentes proyectos que se están realizando y en qué lugares. Su segunda página web es la destinada a cada uno de los países donde trabajan. Existe una web por cada país, con información relevante de los proyectos que se están llevando a cabo. El esquema es parecido a la web general, pero se diferencia por la presencia del color blanco. La cabecera también está creada en base a una fotografía, en este caso ocupa todo el espacio. El menú horizontal presenta más apartados que la web general, debido a que en esta, la información es más específica.

Como podemos observar, en sus páginas web predominan las imágenes, en su mayoría fotografías de famosos fotógrafos que trabajan para National Geographic. Nos encontramos con imágenes de alta calidad, lo cual, desde el punto de vista del diseño, es algo fundamental, ya que utilizan la fotografía como método de publicidad. Otros aspectos a destacar son la simplicidad de los elementos, esto crea un ambiente limpio y fácil de utilizar. Además, la separación por países hace que la búsqueda de información se agilice y esté más organizada y segmentada. Uniendo estas observaciones, es más eficiente la segunda web, ya que a parte de encontrar noticias específicas de un país en concreto, el diseño mejora la experiencia. [Figuras 8-9]

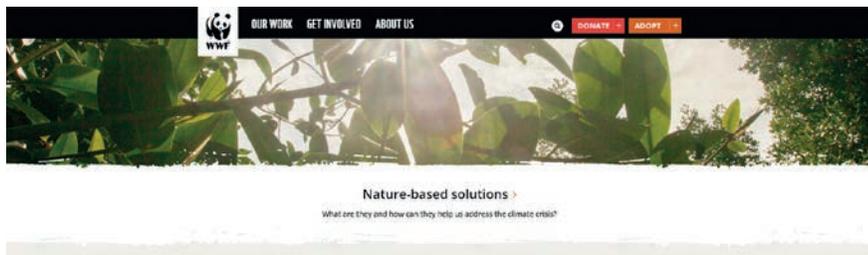


Figura 8: Página web WWF Internacional. [bit.ly/39MzJCP](https://bit.ly/39MzJCP)



Figura 9: Página web WWF España. [bit.ly/3Ld7x9p](https://bit.ly/3Ld7x9p)

- **Redes sociales:** en esta organización encontramos las siguientes rrss: Instagram, Facebook, Twitter y Youtube. A continuación se analizarán cada una de ellas.

**Instagram:** se podría decir que esta es la red social más utilizada por las marcas para llegar a la población joven, ya que es la que más la frecuenta. Además, Instagram está diseñada para compartir contenido digital, fotos y videos. En los últimos dos años, se ha renovado, y en estos momentos predominan más las publicaciones multimedia. En este aspecto WWF ha hecho un buen uso de esta red social, ya que como vemos en las imágenes. Y si nos fijamos en el número de likes y reproducciones, podemos tener la certeza de que están consiguiendo dicha difusión.

Dentro del aspecto del diseño, si nos fijamos en las historias destacadas vemos como cada una presenta una portada diferente, incluso alguna contiene una imagen con texto imposible de leer. Lo más adecuado es crear un diseño común que sea versátil y pueda utilizarse para cada una de las historias. Algo parecido ocurre con el apartado de videos, donde vemos como la imagen que presenta cada uno de ellos, no muestra ningún título y parecen más propias de una agencia de viajes que de una organización como WWF. Una solución sería añadir un título corto que diera a entender al usuario el tema de dicho video. [Figuras 10-12]

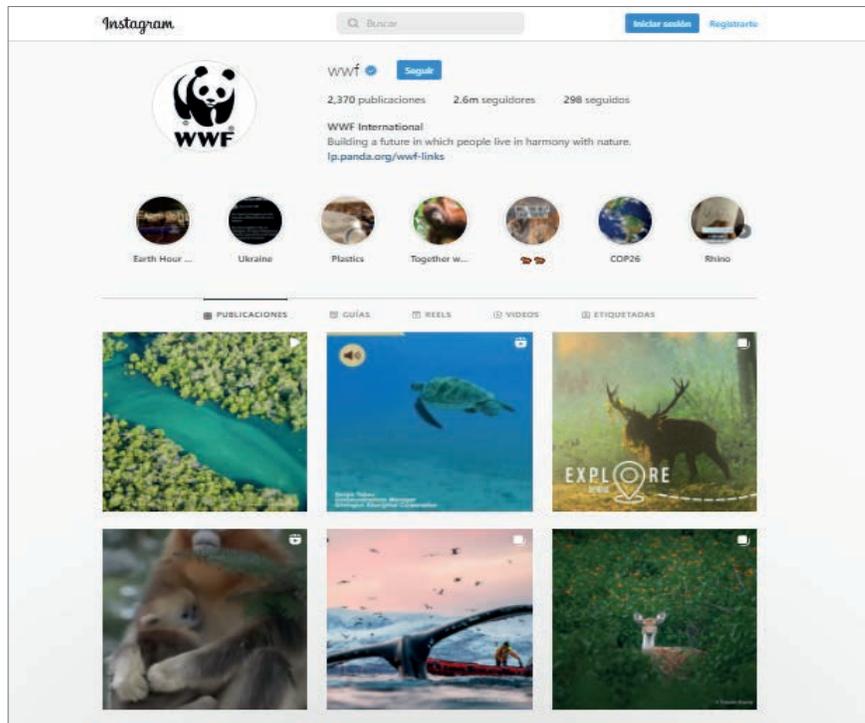


Figura 10: Perfil WWF Internacional. [bit.ly/3a0cQvV](https://bit.ly/3a0cQvV)

**Facebook:** a diferencia de Instagram, esta red social, es usada cada vez menos por los jóvenes, es por ello que se suele utilizar más como método de divulgación de información, y no tanto como mecanismo de entretenimiento visual. Esto WWF lo emplea, ya que su perfil de Facebook cuenta con numerosas publicaciones acerca de datos importantes, noticias relevantes y fotografías impactantes acompañadas de texto. Se puede apreciar como la calidad de tratamiento en las imágenes publicadas desciende respecto a las otras rrss, esto es un aspecto negativo. Ya que en el ámbito de las redes sociales, las imágenes son fundamentales para captar la atención del usuario. Estos aspectos repercuten en el número de seguidores e interacciones, con un simple vistazo, se puede observar como la diferencia con Instagram es signi-

ficante. Un buen uso de las publicaciones puede cambiar la efectividad de la página. [Figura 11]



Figura 11: Página de Facebook de WWF. [bit.ly/3MdyLOS](https://bit.ly/3MdyLOS)

**Twitter:** en este caso, nos encontramos con una red social muy diversa, tanto jóvenes como adultos la transitan, por ello, el contenido debe adecuarse a todos ellos. Como vemos WWF sigue el mismo método que en su página de Facebook, pero presentan una mejor calidad y el estilo empleado en los vídeos se ajusta a las tendencias actuales, lo que se ve reflejado en el número de personas que comparten las publicaciones. El diseño es limpio y legible, aunque algunas imágenes se repiten, sería un aspecto a mejorar dentro de gestión de contenido. [Figura 12]



Figura 12: Perfil de Twitter de WWF. [bit.ly/3sz9giO](https://bit.ly/3sz9giO)

**YouTube:** finalmente hablaremos de esta red social, la cual es la más longeva de las mencionadas en este análisis. Pero no por ello su importancia es inferior, pues el número de usuario de YouTube sigue subiendo cada año. Como vemos en las imágenes, se mantiene una concordancia entre vídeos, utilizando la misma tipografía, estilo de fotografía y duración. Este método de creación de contenido es el idóneo en esta red social, pues a los usuarios les gusta la repetición, la coherencia y la fidelidad en cuanto a diseño se refiere. Vemos como han agrupado en diferentes listas, los vídeos publicados, este aspecto es fundamental, pues ahorra al usuario mucho tiempo en buscar lo que desea ver. En la cabecera se presenta la actual campaña inspirada en la serie de 2004 con el mismo nombre. La tipografía utilizada para este eslogan es moderna, juvenil, la omisión de las contraformas en las letras es una tendencia en auge. Como vemos, se sigue con el hábito de utilizar imágenes de calidad a modo de fondo. [Figuras 13-14]

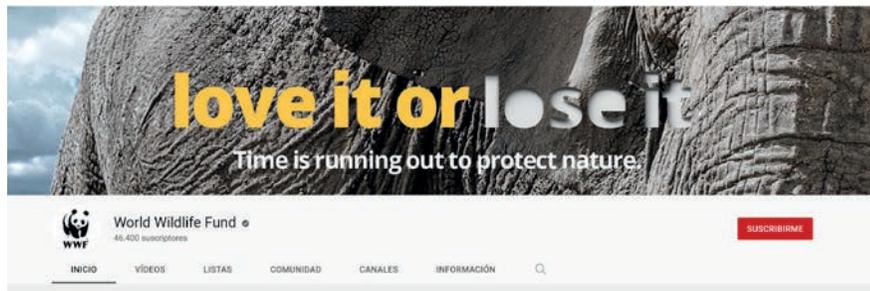


Figura 13: Canal de YouTube. [bit.ly/3PuTxey](https://bit.ly/3PuTxey)

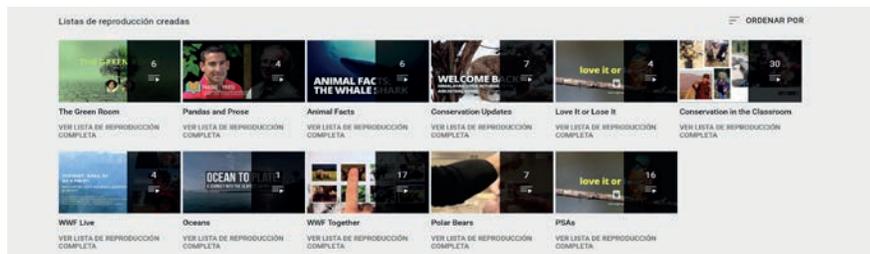


Figura 14: Listas de reproducción. [bit.ly/3PuTxey](https://bit.ly/3PuTxey)

**Conclusión:** tras analizar cada uno de los aspectos, se puede afirmar que WWF tiene un alto nivel en el diseño, desde las imágenes hasta su publicación. Pese a que se han encontrado matices negativos, son fáciles de resolver, y no suponen un agravante en su calidad. Viendo como han desarrollado su identidad en cada uno de los aspectos, se puede confirmar que WWF, puede ser un adecuado referente para este TFG. Además, al ver que han colaborado con grandes marcas, nos refleja que es una empresa de confianza y con un plan de diseño adecuado a sus necesidades. [Figura 15]



Figura 15: Colaboración. [bit.ly/3L5CEna](https://bit.ly/3L5CEna)

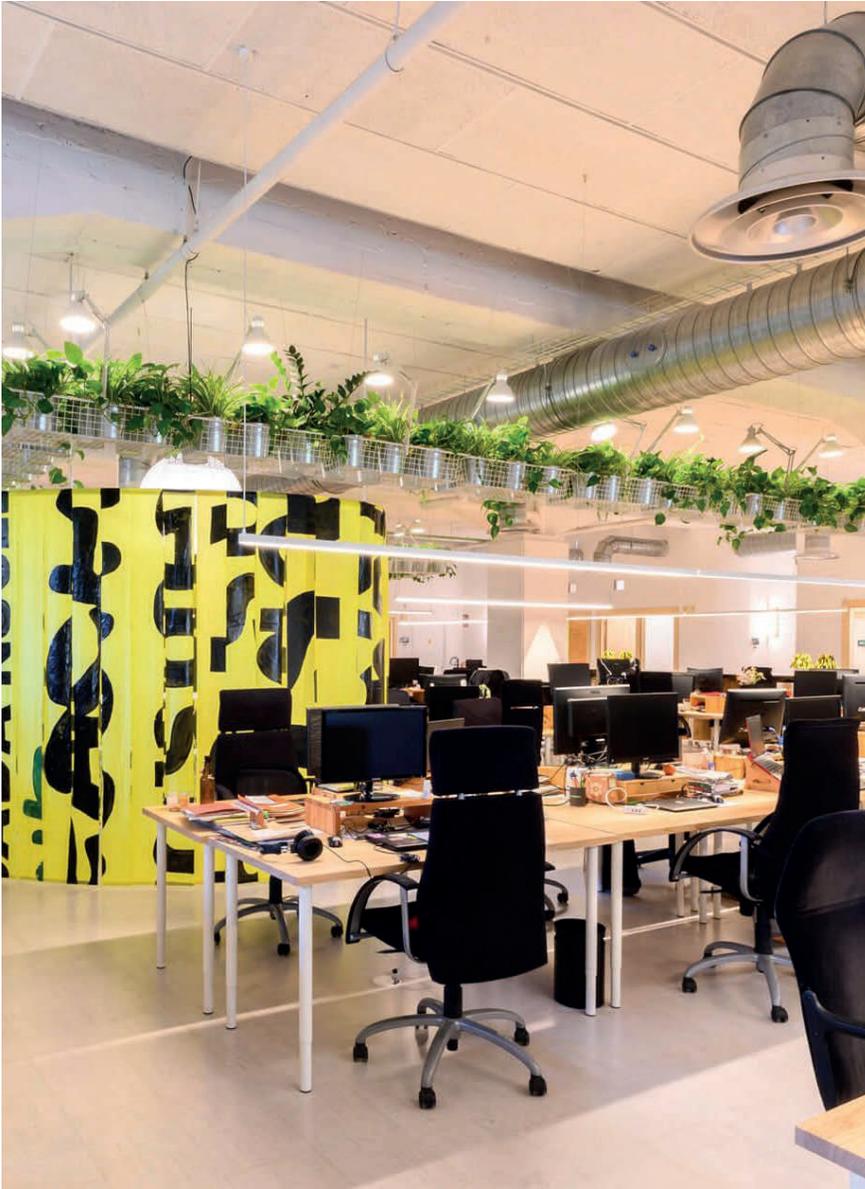


Figura 16: Oficina sostenible

**GREENPEACE:** Greenpeace es una organización medioambiental mundial , que consta de Greenpeace Internacional cuya sede está en Amsterdam y oficinas nacionales y regionales en 55 países. Estas oficinas realizan de manera independiente las estrategias globales de campaña dentro de su contexto local, y buscan el apoyo financiero necesario de socios y donantes para financiar este trabajo. El desarrollo y coordinación de estas estrategias globales es tarea de Greenpeace Internacional. Apoyado en un proceso consultivo internacional, en el que las decisiones se toman junto a las oficinas nacionales y regionales, que son los principales involucrados. Greenpeace Internacional coordina las campañas globales y monitoriza el desarrollo y la puesta en marcha de las mismas por parte de las distintas oficinas. Las oficinas nacionales / regionales están firmemente enraizadas con las comunidades locales en los países donde estamos presentes. Son nuestro contacto directo con el público: puedes contactar con todas las oficinas de Greenpeace directamente por correo o por teléfono.

Greenpeace Internacional es la entidad que mantiene contacto con los socios y donantes en aquellos países en los que no tenemos oficinas. Asimismo proporciona una gran cantidad de servicios a las oficinas nacionales / regionales como: el mantenimiento de los barcos de Greenpeace, la creación de nuevas oficinas, la elaboración combinada de pronósticos financieros y estrategias para la organización en todo el mundo, prestar apoyo de recaudación de fondos a las oficinas nacionales / regionales, proveer de servicios globales informáticos y herramientas de internet y proteger la marca Greenpeace. Las oficinas nacionales y regionales de Greenpeace tienen licencia para usar el nombre "Greenpeace". También contribuyen financieramente a Greenpeace Internacional, realizan las campañas a nivel local, participan en las campañas globales y ayudan a dar forma al programa internacional. [Figura 16]

**-IVC:** Cómo podemos observar en la imagen su Identidad Visual Corporativa se compone únicamente de un logotipo, el cual se compone del nombre de la organización. Las diferencias que se pueden encontrar entre las

dos versiones, es principalmente el color, pues el tono de verde ha variado, siendo ahora un tono más claro y con más presencia de amarillo. Otra gran diferencia es el tracking, ya que en el logotipo actual las letras están más juntas y algunas incluso se solapan como en el caso de la “n y la p” o la “l y la c”. Aunque es necesario destacar que las dos versiones reflejan la filosofía de la organización: “mantener el mundo verde y mantenerlo en paz”. A nivel de diseño, se podría decir que el color del primer logotipo es más adecuado debido a que a la hora de llevarlo a impresión, no supondrá problemas. En cambio, la versión más nueva es muy saturada y sobre un fondo blanco podría existir conflicto.<sup>2</sup> [Figuras 17]



Figura 17: Evolución logotipo. [bit.ly/3FHSTFS](https://bit.ly/3FHSTFS)

**-Tipografía:** Se puede apreciar como en las dos versiones de su icv usan la misma tipografía, cambiando los aspectos anteriormente mencionados. No se ha podido identificar el nombre de esta, seguramente se haya creado a partir de un boceto a mano, ya que es de estilo caligráfico. Aunque es posible descargar una fuente muy similar, llamada Wimp-Out desde la página Dafont.com de forma gratuita. Para sus campañas suelen utilizar la tipografía Verdana, Arial o Helvética. Las tres a nivel de diseño son adecuadas para diferentes formatos, a diferencia de la utilizada para el propio logotipo, la cual, pese a tener un gran personalidad, no siempre funciona adecuadamente en todos los aspectos. [Figura 18]

<sup>2</sup> Logo de Greenpeace: la historia y el significado del logotipo, la marca y el símbolo. | png, vector. (2021, 22 diciembre). 100 marcas. Recuperado 11 de abril de 2022, de <https://bit.ly/3O783lq>

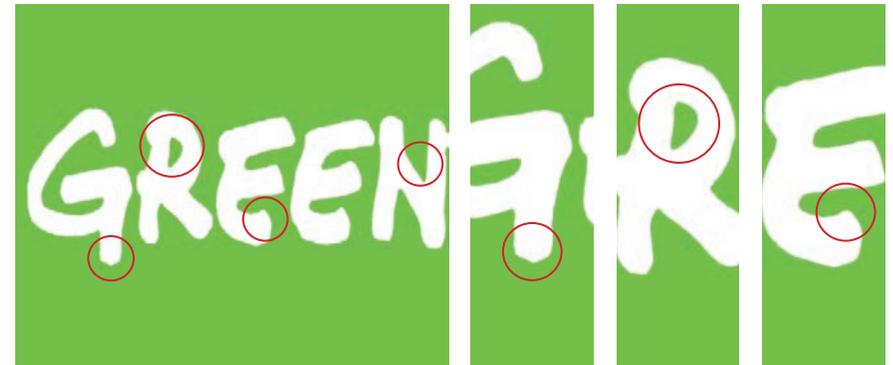


Figura18: Acabados handmade en el logotipo actual

**Colores:** su imagen se basa en un único color, como ya se vió en anteriores puntos, consta de un verde con presencia de amarillo. En su página web utilizan una paleta de cuatro colores: verde corporativo, blanco, negro y un gris como complemento para gráficos. [Figura 19]

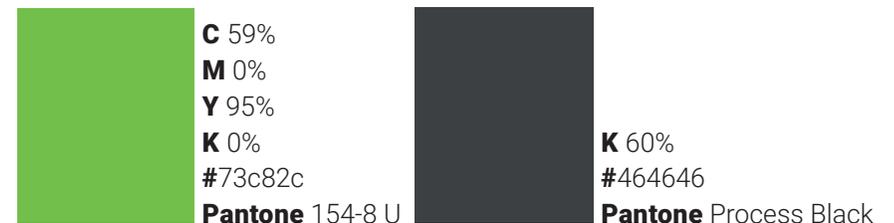


Figura 19: Paleta corporativa

**- Formatos:** Como ocurría con WWF, esta organización utiliza diferentes formatos para sus campañas, como carteles de grandes dimensiones, publicaciones web y rótulos en diferentes vehículos. En todos ellos se muestra el logotipo de la organización, y en este aspecto es donde se puede ver la dificultad que acarrea el color corporativo, debido a que sus campañas se suelen crear en base a una fotografía y el verde que se utiliza, muchas veces compite con el color de fondo. Desde el punto de vista del diseño, sería adecuado utilizar un tono menos saturado, o incluir el logotipo en su versión byn cuando fuera necesario. [Figura 20-22]



Figura 20: Cartel contra la deforestación. [bit.ly/3N8UbMI](http://bit.ly/3N8UbMI)

- **Imágenes:** Como ocurría con WWF, Greenpeace utiliza diferentes tipos de imágenes para sus campañas. Aunque en su mayoría recurren a fotografías y fotomontajes. Además, no existen tantas referencias como en otras organizaciones. Dan mucho protagonismo a sus barcos y manifestaciones, y en concreto a la lucha por el cambio climático en el Ártico, para la cual, cuentan con varios pósters. [Figuras 20-22]



Figura 21: Cartel contra el cambio climático. [bit.ly/3N8UbMI](http://bit.ly/3N8UbMI)



Figura 22: Cartel contra el calentamiento global. [bit.ly/3N8UbMI](http://bit.ly/3N8UbMI)

- **Composición:** como ocurre con WWF, Greenpeace opta por composiciones fotográficas y fotomontajes. Podemos observar como la calidad de éstas es adecuada, aunque en algunas, la saturación es excesiva. En cuanto a composición como tal, utilizan más el fotomontaje. Son buenas composiciones y muestran creatividad. [Figura 20-22]

- **Material Gráfico:** en este caso, no se han encontrado demasiados ejemplos, puesto que es una organización que apuesta por el medio ambiente y no consume ni crea residuos, además de que no hay publicados en la red demasiados ejemplos. Pero los pocos ejemplos que se han estudiado muestran cómo utilizan folletos, flyers y carteles. En su mayoría se componen de texto y alguna foto que lo acompañe. Gráficamente son correctos, aunque sería favorable incluir algo de dinamismo, tanto en la maquetación como en la paleta de colores. Pero por otro lado, Greenpeace destaca por la utilización de vídeos para concienciar a la población, estos muestran una gran calidad de imagen, suelen mostrar los problemas por los que la organización lucha. Por ejemplo, el deshielo en la Antártida, o los [microplásticos](#) en mujeres embarazadas. Sin duda esta organización es un gran referente en cuanto a contenido audiovisual. [Figura 23]



Figura 23: Folletos y flyers. [bit.ly/3L5EyUU](http://bit.ly/3L5EyUU)

- **Página web:** nos encontramos con dos tipos de web, una general y otra específica para cada país como ocurría con WWF. Este método de división hace más sencillo que el usuario distinga la web internacional del resto, lo cual, es un punto favorable. En la página central nos encontramos con una lista de historias recientes de todo el globo. Su menú superior se compone únicamente de cuatro apartados, "Actúa, explora, dona y busca". Es un menú simple, ya que si el usuario quiere saber más acerca de un problema específico solo debe buscar en la página. Al final de la página nos encontramos con el menú secundario, desde el cual podemos ir a otras páginas como "sobre nosotros" o "contacto", en este aspecto Greenpeace puede estar cometiendo un error, pues esas páginas que han decidido que se muestren en segundo plano guardan igual importancia que las principales. El hecho de colocarlas al final puede causar que el usuario no llegue a saber de su existencia. En cuanto a estética, es una web sencilla, ordenada y fácil de usar, lo cual, son atributos necesarios para que una página web funcione correctamente. [Figuras 24-26]

En cuanto a las páginas web de cada país, vemos como el menú es más específico, mostrando más apartados como el de "actualidad". Gracias a esto, cualquier persona que desee estar al día de las iniciativas de la organización en cualquier país, solo debe ir a la página principal y ver las actualidades. Esto supone descargar a la página internacional de sobreinformación. Es un método, tanto para el usuario como para los diseñadores encargados de la página web. En cuanto al aspecto estético, es correcto aunque se necesita más dinamismo, puesto que el diseño es muy estático. [Figuras- 24-26]

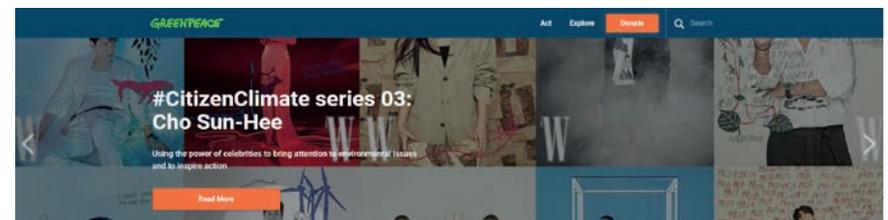


Figura 24: Página web principal. [bit.ly/3yxgY0J](http://bit.ly/3yxgY0J)



Figura 25: Página web España. [bit.ly/3levOB7](http://bit.ly/3levOB7)



Figura 26: Pie página Internacional. [bit.ly/3yXgY0J](http://bit.ly/3yXgY0J)

- **Redes sociales:** en esta organización cuenta con: Instagram, Facebook, Twitter y Youtube. A continuación se analizarán cada una de ellas.

**Instagram:** como ocurre con el resto de organizaciones, esta red social es fundamental para mantener informada a la población, es por ello que es necesario tener especial cuidado con la calidad gráfica y aunque no sea muy ético, sucumbir a las tendencias que hacen funcionar el algoritmo de esta plataforma. Podemos observar como Greenpeace cumple con estos requisitos, pues su feed muestra imágenes y vídeos de alta calidad, manteniendo cierta estética y cohesión, lo cual hace mucho más atractivo el perfil para los usuarios. Un aspecto a destacar es el diseño de las historias destacadas, podemos encontrar más de siete, las cuales se componen de un título, con fondo verde y se muestra con un emoticono la esencia de la historia, por ejemplo, Forest se muestra con un árbol. Esto hace mucho más rápido y visual identificar la esencia de cada historia destacada. En

cuanto a los reels y vídeos encontramos una gran variedad, desde noticias a datos curiosos, en este caso, sería favorable que cada uno tuviera una imagen con el título de portada, pues a simple vista no se puede saber la integridad de cada uno. Lo cual hará que el usuario lo rechace. [Figura 27]

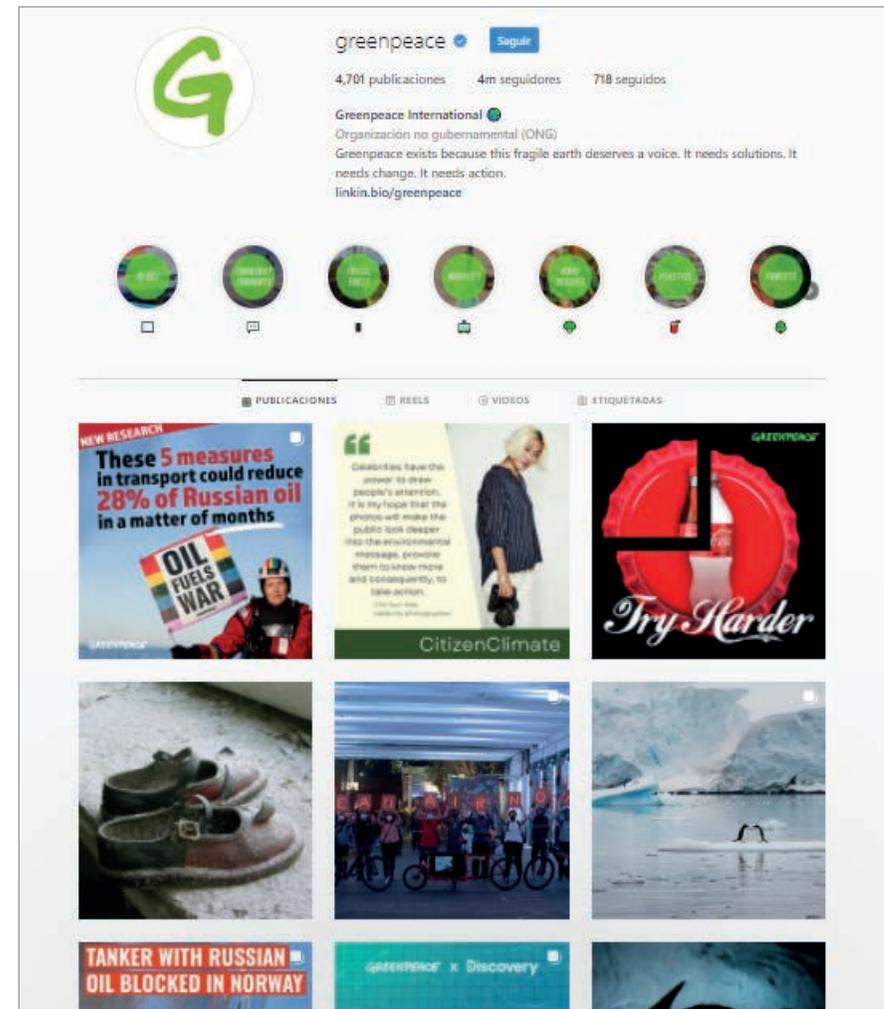


Figura 27: Perfil Instagram. [bit.ly/3a0j4Mn](http://bit.ly/3a0j4Mn)

**Facebook:** en esta red social vemos cómo es menos necesario tener en cuenta la cohesión cromática, puesto que no existe un feed como tal, si no una sucesión de publicaciones. Pese a esto, el diseño de cada imagen subida a esta plataforma debe tener una cierta calidad. En este aspecto Greenpeace difiere en algunas ocasiones, pues podemos encontrar tanto fotografías de gran calidad como algunas pixeladas, esto debe ser corregido, puesto que muestra una mala imagen a la organización. [Figura 28]



Figura 28: Perfil Facebook. [bit.ly/3PwkSx1](https://bit.ly/3PwkSx1)

**Twitter:** nos encontramos antes la misma situación que en la anterior red social, es necesario mantener ciertas reglas de estética y diseño, pero en estos casos, el texto es más relevante, las faltas de ortografía o una mala expresión puede ser nefasto para la asociación. Aunque se debe destacar como ya se ha nombrado anteriormente, que la mayoría de las publicaciones dotan de calidad y buen diseño. [Figura 29]



Figura 29: Perfil Twitter. [bit.ly/3lqD90V](https://bit.ly/3lqD90V)

**Youtube:** en este caso, la calidad visual es lo más relevante, pues es una red social dedicada a ello, en esto Greenpeace ha sabido desenvolverse, ha creado varios tipos de vídeos, los cuales ha clasificado en listas de reproducción. Esto proporciona al usuario una facilidad añadida, lo cual, siempre es positivo. Como en el resto de rrs, utiliza fotografías para las portadas y banners, todas de buena calidad. Algo a destacar es la utilización del logotipo en cada miniatura de los vídeos, es un aspecto distintivo que ayuda al espectador a identificar el origen del vídeo sin ni siquiera reproducirlo. [Figura 30]



Figura 30: Perfil Youtube. [bit.ly/38kJOqt](https://bit.ly/38kJOqt)

**Conclusión:** encontramos que Greenpeace es una organización dotada de buen diseño, lo cual podemos observar en sus rrss así como en sus páginas web. Definitivamente, y pese a mostrar algunos errores de calidad en fotografías, esta organización es un gran referente, debido a su antigüedad y a su gran capacidad para captar la atención del público. Esto es posible gracias al buen diseño de sus métodos para la divulgación de información.

**NATIONAL GEOGRAPHIC SOCIETY:** Durante más de 130 años, la National Geographic Society ha financiado a las mejores y más brillantes personas dedicadas al descubrimiento científico y la comprensión de nuestro mundo. Nuestro compromiso histórico con la exploración intrépida se remonta a nuestra fundación en 1888, cuando 33 destacados académicos y científicos establecieron una organización dedicada al “aumento y la difusión del conocimiento”. En la actualidad, los Exploradores de National Geographic continúan ampliando los límites del conocimiento, descubriendo nuevos conocimientos sobre los mundos naturales y culturales, y fortaleciendo nuestra conexión con ellos y entre nosotros. La Sociedad se embarcó en su primera expedición científica en 1890, encabezada por el explorador Israel Russell, para inspeccionar y cartografiar la región del Monte St. Elias en América del Norte. Eso marcó el comienzo de miles de expediciones de National Geographic dirigidas por exploradores.

Desde nuestra primera expedición en 1890, hemos otorgado más de 15 000 subvenciones a exploradores para que trabajen en los siete continentes. Hoy, nuestros Exploradores salvaguardan ecosistemas frágiles para las generaciones futuras. Investigan nuestro pasado milenario y las raíces de la humanidad. (National Geographic, *Our Story*, <https://www.national-geographic.org/society/our-story/>)

**IVC:** como podemos observar, la identidad visual corporativa de esta organización se compone de un imagotipo, este ha sido el producto de más de 120 años de historia. Pues en sus orígenes, en el año 1888, National Geographic publicaba revistas con unas cubiertas simples, atendiendo a las exigencias estéticas de la época, años más tarde, en 1910 crearon una cubierta con un fondo amarillo y una ilustración de una hoja de roble. Con

el paso de los años se redujo el color amarillo sólo a al borde y la fotografía fue la protagonista, este es el diseño que conocemos actualmente. En la siguiente imagen se puede ver la evolución de los diferentes cambios que ha sufrido la marca, en un principio utilizaban la palabra *channel*, pero esto no engloba todos los productos. Por esto decidieron omitirlo.

Podemos decir que es una ivc muy bien pensada, puesto que su símbolo no necesita encontrar un espacio en sus productos, puesto que la revista es el principal, el símbolo se utiliza como parte del diseño. Esto reduce los problemas de maquetación, ya que es un elemento que se repite en cada número de la revista. [Figuras 31-32]



Figura 31: IVC sobre negro. [bit.ly/3szWjFf](https://bit.ly/3szWjFf)

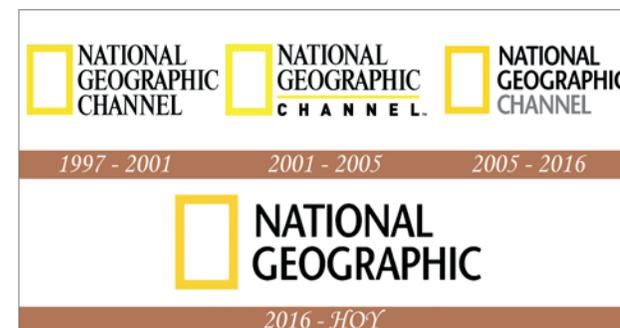


Figura 32: Evolución IVC. [bit.ly/3wtRU8b](https://bit.ly/3wtRU8b)

**Tipografía:** como podemos observar la ivc de esta organización ha sufrido varios cambios en cuanto a tipografía se refiere. Originalmente utilizaban una tipografía con serifa en mayúsculas, seguidamente quisieron incorporar la sans-serif en la palabra channel. Pero seguían teniendo el mismo problema, puesto que la tipografía original contaba con remates muy finos, los cuales dificultan la legibilidad y se pierden al reducir el tamaño del logotipo. Finalmente decidieron utilizar una tipografía sans-serif, siguiendo con la utilización de caja alta. Se puede ver claramente como es más favorable a la hora de leer y aplicar en diferentes formatos. Aunque es necesario destacar que en algunas portadas de las revistas siguen utilizando la versión con serifa. Por otro lado, esta organización cuenta con un imago tipo especificado para los niño/as, como podemos ver también ha sufrido cambios, la primera versión recordaba un poco a el estilo que se utilizaba en los años 90 cuando la era digital daba sus primeros pasos, la imagen actual está acorde con sus otras marcas secundarias y es más sencilla su inclusión en diferentes formatos. [Figuras 33-37]

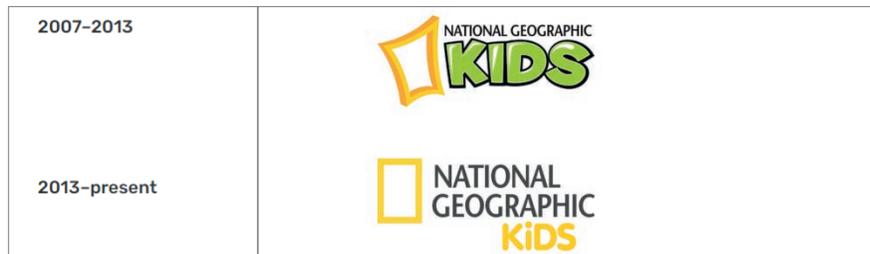


Figura 33: IVC Kids. bit.ly/3szQ4Bw



Figura 34: Detalles tipográficos (I). bit.ly/3szQ4Bw



Figura 35: Detalles tipográficos (II). bit.ly/3szQ4Bw

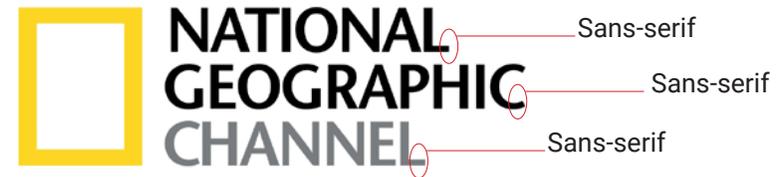


Figura 36: Detalles tipográficos (III). bit.ly/3szQ4Bw

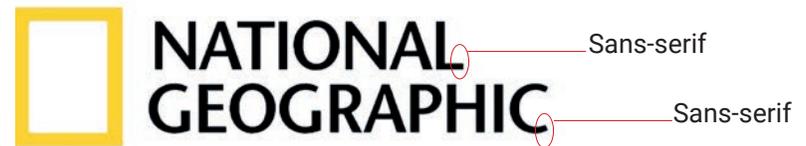


Figura 37: Detalles tipográficos (IV). bit.ly/3szQ4Bw

**Colores:** como ocurría con WWF, la organización de National Geographic es partidaria de la utilización del negro como color principal debido a que es el color de su logotipo, así como la utilización del amarillo para su icono. No es una novedad ver esta combinación de colores, en los últimos años se ha vuelto una apuesta segura a la hora de diseñar. Pero teniendo en cuenta la época en la que los diseñadores de esta organización la incluyeron, estamos ante una idea innovadora. [Figura 38]

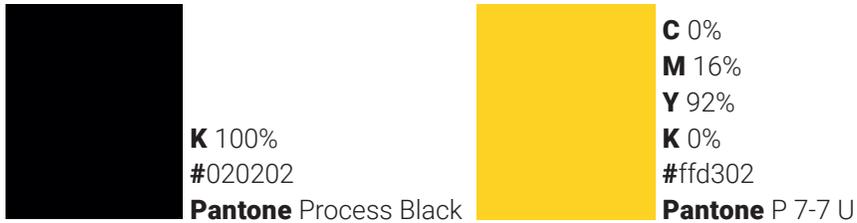


Figura 38: Paleta de colores

**Formatos:** se ha hablado de las revistas, pero esta organización es sin duda de las que más formatos utiliza. Si bien es cierto que la revista es su principal producto, el cual tiene dos versiones, la estándar (26,9 x 37,4 cm) y la versión pequeña (17,5 x 25,5 cm). National Geographic también es destacado por sus productos electrónicos, como cámaras y telescopios. Pero también cuentan con merchandising muy variado como mochilas o peluches, esto se debe a que esta organización cuenta con muchas colaboraciones desde Disney hasta Vans. En este aspecto es cuando se pone a prueba la ivc, pues en este caso se adapta a todos sin problemas. [Figuras 39-40]



Figura 39: Mochilas. bit.ly/3l6F2Q0



Figura 40: Cámara deportiva. bit.ly/3MfRFUG



Figura 41: Telescopio. bit.ly/3MfRFUG

**Imágenes:** a diferencia de otras organizaciones, National Geographic cuenta con personas dedicadas a la fotografía que aportan sus obras, estas son de gran calidad. Cuando hablamos de calidad fotográfica, una de las primeras empresas que nos vienen a la mente es ésta, puesto que desde sus inicios han proporcionado a la sociedad impresionantes imágenes. Tanto es así que trabajar para esta organización supone un éxito en sí mismo. Cada fotografía cuenta con una calidad y edición extremadamente cuidadas, con ellas crean las cubiertas y tripas de las revistas y libros, además de posters. Cabe destacar que National Geographic cuenta con su propia línea de cámaras y herramientas fotográficas, entre las que se encuentran teleobjetivos, macro objetivos y hasta cámaras submarinas. Desde el punto de vista del diseño, no existen objeciones hacia las imágenes producidas por esta organización. Por otra parte, de vez en cuando utilizan fotomontajes e ilustración digital. [Figura 39-42]



Figura 42: National geographic x Vans. bit.ly/39je84K



Figura 43: Categorías. [bit.ly/39T6b6B](http://bit.ly/39T6b6B)

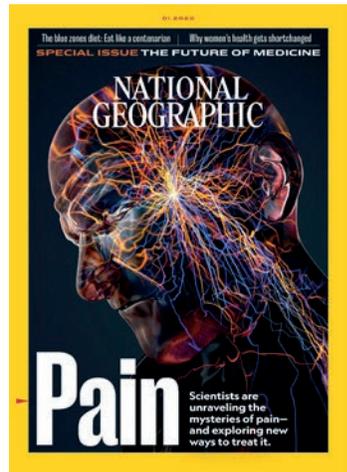


Figura 45: Revista en inglés. [amzn.to/39ngQnN](http://amzn.to/39ngQnN)



Figura 44: Interior revista. [bit.ly/3szEx57](http://bit.ly/3szEx57)

**Composición:** en este caso, no se utilizan fotomontajes ni foto collage, ya que esta organización destaca por sus fotografías como se ha nombrado anteriormente. En cuanto a composición, es necesario hablar sobre las portadas de las revistas que produce National Geographic. Como podemos ver, cuenta con varias categorías, entre las que destacan “Historia”, “Ciencia” y “Viajes”. [Figura 43-45]

**Material Gráfico:** como ya se ha nombrado reiteradamente, esta organización cuenta principalmente con un producto gráfico, la revista. Se puede observar como no solo las portadas portan un exquisito diseño, si no que la propia maquetación de la tripa destaca sobre otras revistas. Las imágenes, tipografía y retícula utilizadas funcionan perfectamente. [Figura 44]

**Página web:** como ocurre con otras organizaciones y asociaciones, National Geographic cuenta con dos páginas web distintas en cuanto a diseño. Una es la que se identifica como la principal National Geographic Internacional, la cual presenta un diseño simple, protagonizado por un fondo verde, el cual diferencia esta web de las pertenecientes a los países. Contiene un menú horizontal, con seis apartados, de los que debemos destacar Login, Renew y Suscribe. Se ha dado importancia a estos debido a que esta organización se sustenta principalmente por la venta de sus revistas, es por ello que dedican un espacio relevante en su web a sus consumidores. Siguiendo con la disposición de elementos, encontramos muchos apartados con enlaces a páginas secundarias, así como vídeos e imágenes de fondo. Es posible afirmar que cuenta con una página web bien estructurada y atractiva.

En cuanto a las páginas secundarias, pertenecientes a cada uno de los países en los que esta organización ha podido instalarse. Su diseño es muy parecido entre ellas, compartiendo un fondo blanco y dos menú horizontales, en este caso no encontramos vídeos ni imágenes de fondo. Pese a esto, la página está correctamente diseñada, aunque sin lugar a dudas, la página principal destaca sobre las otras, y sería la elegida para tomar como referencia del buen diseño web. [Figuras 46-47]

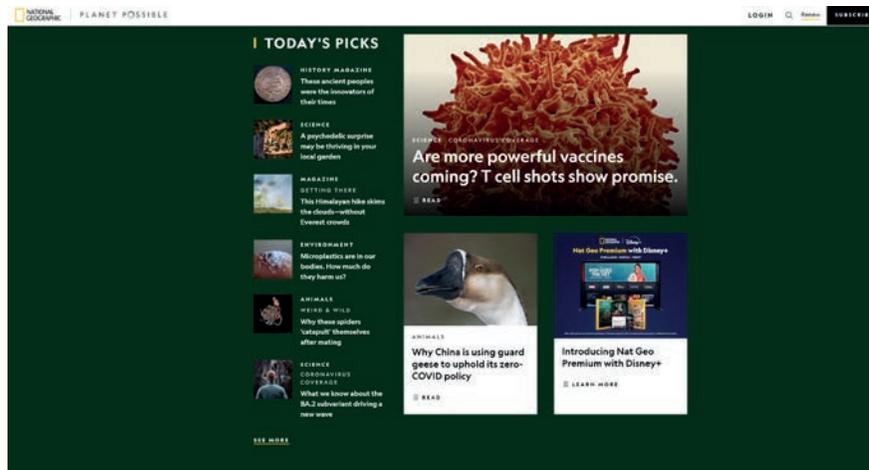


Figura 46: Página web internacional. [on.natgeo.com/3IsT7Yp](https://on.natgeo.com/3IsT7Yp)

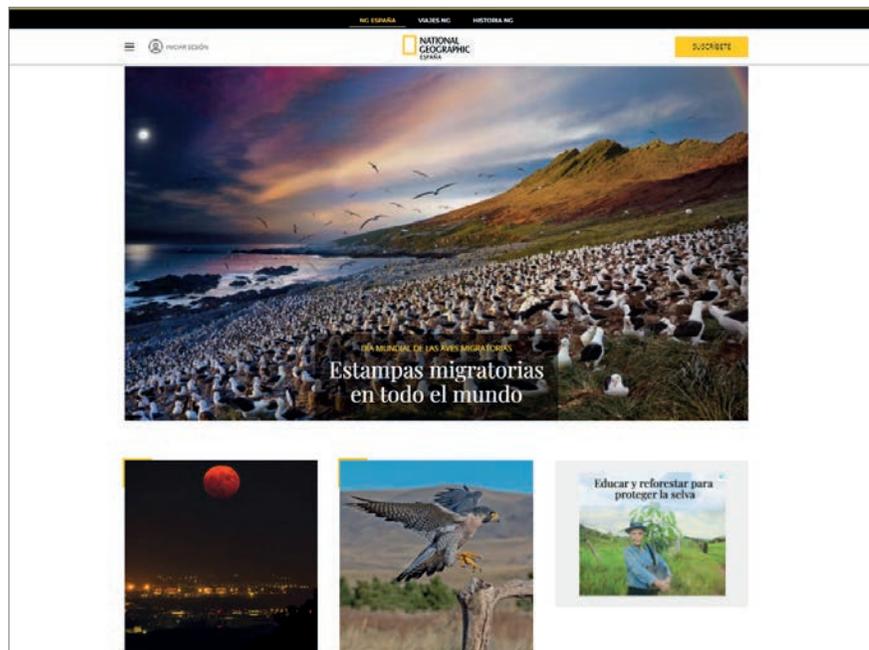


Figura 47: Página web nacional. [bit.ly/3PkOYDr](https://bit.ly/3PkOYDr)

**Redes sociales:** se analizarán cada una de ellas a continuación.

**Instagram:** debido a la gran calidad de sus imágenes poco podemos decir sobre cómo gestionar esta red social, además de destacar el potencial que consiguen con ellas. Cada vídeo contiene la marca de la empresa, visibilizando armonía y cohesión, las imágenes se alternan entre fotografía a color, blanco y negro y con texto. También han sabido aprovechar el apartado de reels (vídeos cortos) y cada uno porta un hashtag con el nombre de la empresa, las portadas de estos no son borrosas y están bien elegidas. Así como las historias destacadas, donde cada una porta una imagen que la identifica. [Figura 50]

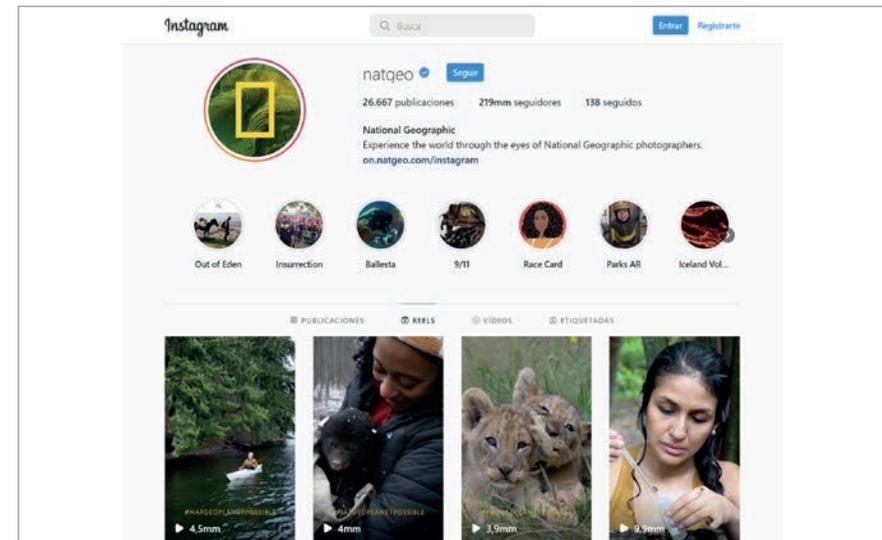


Figura 48: Perfil Instagram. [bit.ly/37J4My0](https://bit.ly/37J4My0)

**Facebook:** en esta red social, National Geographic utiliza la misma imagen para el banner que para la foto de perfil, pues crea un ambiente estructurado y cuidado. En cuanto a las publicaciones, cuida tanto las imágenes como el texto, lo cual sobresale sobre otras organizaciones, ya que no encontramos imágenes pixeladas ni texto sin cohesión. [Figura 49]



Figura 49: Perfil Facebook. [bit.ly/3PISX2n](https://bit.ly/3PISX2n)

**Twitter:** como ocurre con Facebook, cuidan cada detalle y vuelven a apostar por la repetición de banner y foto de perfil. Utilizan las fotografías como medio de comunicación en todo momento, además de cuidar los textos en cada publicación. [Figura 50]



Figura 50: Perfil Twitter. [bit.ly/3wcdgrv](https://bit.ly/3wcdgrv)

**YouTube:** al igual que en las otras rrss, porta el mismo banner y foto de perfil, creando una cohesión entre todas sus cuentas. Además contiene listas de reproducción por categorías. [Figura 51]

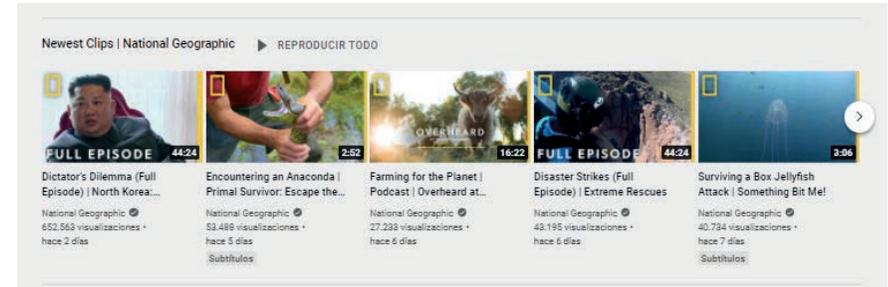


Figura 51: Perfil YouTube. [bit.ly/3MjO4Fi](https://bit.ly/3MjO4Fi)

**Conclusión:** como se ha podido deducir del análisis, esta organización es sin duda de las mejores referencias en cuanto a diseño se refiere. Destacando sus impresionantes fotografías y la forma en las que son utilizadas. Tanto la maquetación de sus revistas como la organización de sus páginas web hacen de esta organización un perfecto referente para la realización de este proyecto.

## 1.2.b Nacionales

**Ecologistas en acción:** "Ecologistas en Acción es una confederación de más de 300 grupos ecologistas distribuidos por pueblos y ciudades. Formamos parte del ecologismo social, que entiende que los problemas medioambientales tienen su origen en un modelo de producción y consumo cada vez más globalizado, del que derivan también otros problemas sociales, y que hay que transformar si se quiere evitar la crisis ecológica.

Para ello realiza campañas de sensibilización, denuncias públicas o legales contra aquellas actuaciones que dañan el medio ambiente, a la vez que elabora alternativas concretas y viables en cada uno de los ámbitos en los que desarrolla su actividad. La organización se estructura territorialmente mediante Federaciones y grupos, siendo estos la base organizativa y de toma de decisiones de la asociación. Esta toma de decisiones descentralizada se basa en la Asamblea como órgano máximo de de-

cisión. Todos los grupos que conformamos la confederación compartimos los mismos principios ideológicos y nos reunimos en la asamblea confederal anual para decidir las líneas estratégicas de la organización.” (Ecologistas en acción, s.f. <https://www.ecologistasenaccion.org/>)

**Ivc:** como podemos ver la identidad visual corporativa de esta confederación se compone de un imagotipo, donde el icono se compone de un sol en estilo abstracto, formado por una línea orgánica con remates orgánicos. Aunque este diseño ha evolucionado, en 2013 la asamblea de Ecologistas en Acción decidió renovar su ivc para que se adaptara mejor en las diferentes plataformas digitales. El nuevo diseño es muy parecido al anterior, salvo que ahora no cuentan con una versión horizontal y el imagotipo se encuentra dentro de una forma aludiendo a una hoja. Además, se intercambian los colores, ahora el verde característico de la tipografía es ahora el color de fondo, sobre el que integra el imagotipo en color blanco. Desde el punto de vista del diseño, el icono no es adecuado, debido a la forma de la línea y sus remates. Sería más adecuado utilizar una forma más geométrica, esto simplificará los detalles. [Figura 52-54]



Figura 52: Imagotipo I. [bit.ly/3Ndkz83](http://bit.ly/3Ndkz83)



Figura 53: Imagotipo II. [bit.ly/3l8T6sb](http://bit.ly/3l8T6sb)



Figura 54: Detalles símbolo [bit.ly/3l8T6sb](http://bit.ly/3l8T6sb)

**Tipografía:** la tipografía utilizada en la ivc es la conocida Gill sans en caja baja, esta tipografía no es la más adecuada actualmente ya que ha perdido gran parte de su fama, debido a que fue muy utilizada al principio de la era tecnológica. Para sus publicaciones utilizan una tipografía sans-serif que no ha podido ser identificada. Esto no ha sido modificado en el rediseño de la identidad. [Figura 55-56]



Figura 55: Tipografía corporativa. [bit.ly/3l8T6sb](http://bit.ly/3l8T6sb)



Figura 56: Tipografía corporativa. [bit.ly/3l8T6sb](http://bit.ly/3l8T6sb)

**Colores:** en cuanto a los colores utilizados, predominan el verde y blanco acorde a los colores corporativos. En sus publicaciones, siguen presentes estos colores, aunque se añaden rojos y marrones, propios de la naturaleza. [Figura 57]

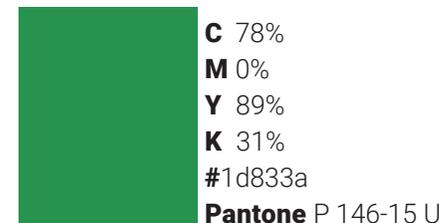


Figura 57: Paleta de colores corporativos

**Formatos:** entre sus publicaciones destacan las revistas y folletos (trípticos en su mayoría). Se ha hecho una búsqueda para observar el interior de una de las revistas, pero ha sido imposible encontrarlo, ya que es necesario pagar una suscripción. Pero se ha podido averiguar características técnicas de estas, el formato utilizado es DIN A4 y con una trama de 150 líneas/pulgada. Además, sólo publican cuatro números al año. Han desarrollado un logotipo para la revista, llamado “ecologista”, aunque este no sigue las directrices de la imagen general de la asociación. [Figura 58-60]

**Imágenes:** para sus exposiciones y revistas utilizan ilustración digital y fotografía, como podemos ver, tienen bastante variedad. Incluso en algunas portadas de la revista, encontramos fotografías no muy adecuadas para el fin que se utilizan. [Figuras 58-61]

**Composición:** como podemos observar, utilizan bastante el foto collage y la fotografía. Aunque lo más relevante son las portadas de las revistas, pues utilizan ilustración y fotomontajes. [Figuras 58-61]



Figura 58: Revista I.  
bit.ly/3ldf6IG



Figura 59: Revista II  
bit.ly/39nHvCT



Figura 60: Revista III  
bit.ly/3L8jwFa

**Material gráfico:** como se ha nombrado anteriormente, el principal producto gráfico de esta organización es la revista, aunque también encontramos folletos y carteles. En su mayoría presentan buena calidad gráfica y las portadas son muy ingeniosas, juegan muy bien con la paleta de colores y blancos. Pese a esto, desde el punto de vista del diseño, sería



Figura 61: Revista IV. bit.ly/3ywNa4i

necesario incluir el imatogipo en la portada, y sería adecuado utilizar la tipografía corporativa para el nombre de la revista. [Figura 62]

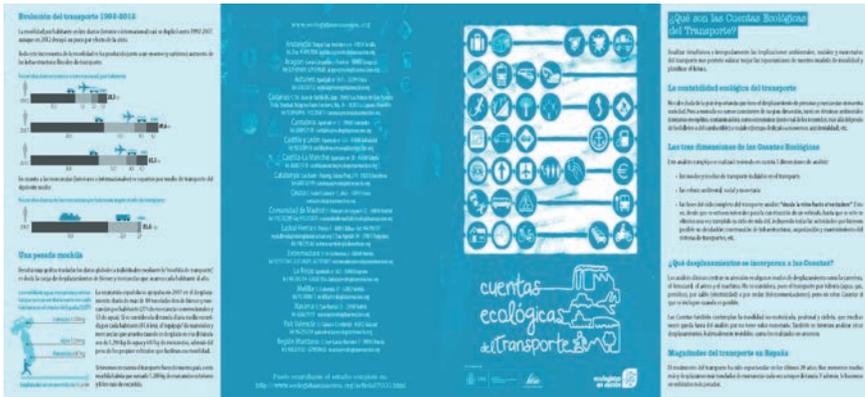


Figura 62: Folleto. [bit.ly/3sA1wwQ](http://bit.ly/3sA1wwQ)

**Página web:** cuentan con una única página, aunque si lo deseas puedes acceder a las noticias en función de la comunidad autónoma. El principal error es que no se ajusta adecuadamente a ciertos dispositivos (tablets y móviles), esto es grave, ya que la gran parte de la población los utiliza para navegar por internet. Utilizan dos menús horizontales como podemos observar, y su contenido varía en función de los eventos que promuevan. Algo favorable es que cuentan con una buena distribución de elementos. Un ejemplo es el apartado de publicaciones y territorios, además cuenta con un apartado de búsqueda esto agiliza el tiempo al usuario. [Figuras 63-64]



Figura 63: Página web. [bit.ly/3wbDbjk](http://bit.ly/3wbDbjk)



Figura 64: Detalle menú desplegable. [bit.ly/3wbDbjk](http://bit.ly/3wbDbjk)

**Redes sociales:** esta confederación cuenta con varias redes sociales que se analizarán a continuación.

**Instagram:** a primera vista vemos algo que no encaja, pues su icono de perfil es una variante de su símbolo dentro de un corazón. Esto sería viable con el antiguo imatogipo, y que el símbolo del sol no dependía de una forma externa, desventaja que si presenta la nueva versión incrustando la ivc en una forma de hoja. No es favorable cambiar esto, debido a que el usuario podría confundirse. Por otro lado, utilizan emoticonos para identificar sus historias destacadas, pero las portadas de las mismas no se corresponden a la paleta de colores corporativa, tampoco la tipografía. Si se deseara utilizar, debería incluirse en el manual de uso de la identidad. [Figura 65]



Figura 65: Cuenta de Instagram. [bit.ly/3L8BYgZ](http://bit.ly/3L8BYgZ)

**Facebook:** en este caso vemos como utilizan el mismo icono que en Instagram para la foto de perfil, pero en el banner encontramos un slogan y el imago tipo actual en su forma correcta. En cuanto a las publicaciones, hacen un uso adecuado de la fotografía para hacer más visual las noticias. [Figura 66]



Figura 66: Cuenta de Facebook. [bit.ly/37Jmlcy](https://bit.ly/37Jmlcy)

**Twitter:** en este caso, se repite la estructura del perfil ya detallada anteriormente. Y las publicaciones, son también correctas. Quizás se podría aludir a la repetición de fotografías, ya que en varias ocasiones utilizan imágenes muy similares. [Figura 67]



Figura 67: Cuenta de Twitter. [bit.ly/3sXGWqH](https://bit.ly/3sXGWqH)

**YouTube:** a diferencia de las otras rrss, en esta encontramos menos cohesión en sus publicaciones, debido a que utilizan como imagen de miniatura de los vídeos, una combinación de textos e imágenes discordantes entre sí.

Esto crea ruido visual y no es recomendable. Además, destacar que en su foto de perfil tienen el imago tipo actualizado, no la versión con el corazón, y el banner carece del slogan utilizado anteriormente. [Figura 68]

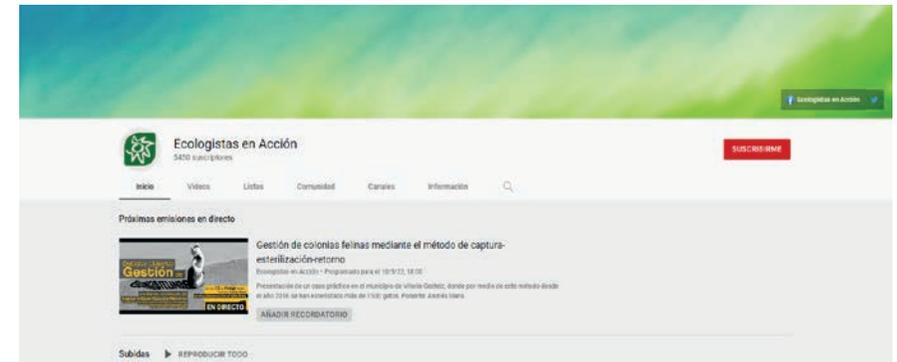


Figura 68: Cuenta de Youtube. [bit.ly/3sCz7GF](https://bit.ly/3sCz7GF)

**Conclusión:** en cuanto a material gráfico y composición de imágenes, como es su revista, son un buen referente de cara a este proyecto. Pero desde el punto de vista del diseño de identidad visual no es favorable tomarlo como referencia, debido a los aspectos que se han ido comentado en los puntos anteriores.

**SEBICOP:** La Sociedad Española de Biología de Conservación de Plantas es una sociedad abierta a científicos, técnicos, gestores y a todos aquellos interesados en la conservación de la flora silvestre.

Desde su constitución en 2003 ha estudiado y defendido la protección de la biodiversidad, ha servido de foro de intercambio y comunicación entre conservacionistas vegetales y ha actuado como colaboradora y voz crítica ante las diferentes Administraciones responsables de la preservación del patrimonio natural.

La Sociedad nació con la intención de actuar como foro de intercambio científico y técnico entre expertos, estudiosos e interesados en la conser-

vación de la flora silvestre. También como plataforma colectiva capaz de abordar proyectos comunes relacionados con la conservación de la flora y de asesorar, llegado el caso, a las administraciones públicas sobre el desarrollo de estrategias de conservación o medidas de protección de la diversidad vegetal. (SEBICOP, s.f, <https://www.conservacionvegetal.org/>)

**IVC:** como podemos observar se trata de un imagotipo, como en los casos anteriores. La imagen de Sebicop se compone de tres elementos, por un lado tenemos el símbolo, el cual contiene también texto. Esto es algo inusual, puesto que lo normal que un logotipo y su icono. Este texto se forma siguiendo la trayectoria de una espiral alrededor del icono, el cual, es una hoja que recuerda a un corazón, presente en diferentes plantas. También posee líneas internas, que aluden a los nervios de la hoja, se puede decir que es un icono bien resuelto, ya que es simple y bien estructurado, aunque no es tan acertado la colocación del texto a su alrededor. Por otro lado, encontramos el logotipo, simple, legible y bien compuesto. Exponer que no se ha podido encontrar imágenes de buena calidad de esta ivc, y las únicas que se han podido rescatar, están pixeladas. [Figuras 69-70]



Figura 69: Imagotipo SEBICOP. [bit.ly/3lemQUO](http://bit.ly/3lemQUO)

**Tipografía:** como veíamos anteriormente, el logotipo se compone de tipografía sans-serif y en caja alta, dado que son siglas, es lo adecuado. No

se ha podido identificar la tipografía, pero sus características son muy similares a la DIN 1451 Pro MittelSchrift de Linotype. Para sus publicaciones utilizan tanto para títulos como texto, una tipografía con serifa. [Figura 70]



Figura 70: Detalle tipografía. [bit.ly/3lemQUO](http://bit.ly/3lemQUO)

**Colores:** su ivc se compone de rojo y blanco, también siguen esta paleta en sus publicaciones. Aunque en rrss, utilizan el verde como color complementario, pero no se decantan por uno en concreto, si no fotografías que presentan una gama de verdes. [Figura 71]

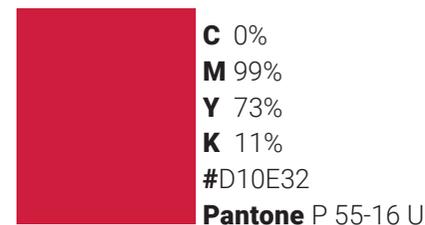


Figura 71: Paleta de colores corporativos

**Formatos:** sólo se ha podido saber de un formato utilizado, el conocido DIN A4. Utilizado en casi todas sus publicaciones, folletos, atlas, ect. Sería recomendable que utilizarán más formatos, ya que para ciertos productos gráficos es necesario recurrir a medidas más pequeñas. [Figura 72]

**Imágenes:** las únicas imágenes que se han podido encontrar, son las utilizadas en los atlas, las cuales todas son fotografías. Estas presentan buena calidad, pero no todas, algo que debe arreglarse cuanto antes. [Figura 72]

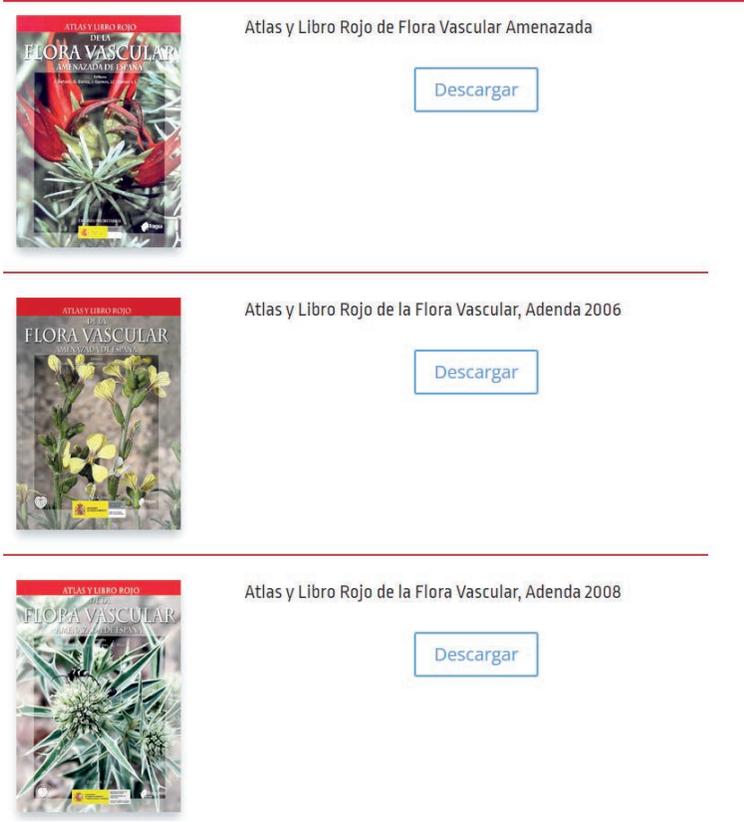


Figura 72: Ejemplos atlas. bit.ly/3yH01PB

**Composición:** como se ha nombrado anteriormente, sólo se ha podido saber de un tipo de imagen, con lo que la composición es casi nula, sólo atienden a la calidad y detalle de la planta. [Figura 73]

**Material gráfico:** sólo se ha podido encontrar dos tipos de publicación, un atlas en versión pdf, con sus correspondientes variaciones y un boletín. Lamentablemente, del atlas ha sido imposible conseguir imágenes de buena calidad. [Figura 73]



Figura 73: Boletín. bit.ly/3wotIUC

**Página web:** se compone de un menú horizontal con varios apartados, demasiados a decir verdad, sería más adecuado organizarlos en submenús. Por otro lado, encontramos un banner en movimiento, algo muy recomendable en el diseño web. El fondo de la página es blanco y con detalles en rojo, como su paleta corporativa, otro punto a favor. Al final encontramos un apartado negro dedicado a la venta de productos, este color no es acertado, pues no representa la naturaleza. [Figura 74]



Figura 74: Página web. bit.ly/3lemQUO

**Redes sociales:** esta sociedad sólo cuenta con dos rrss.

**Instagram:** lo primero a destacar, es que en su página web no cuentan con un acceso directo a esta red social, como lo hacen con otras, esto supone que muchas personas nunca lleguen a saber de su existencia. Por otro lado, la calidad gráfica de sus publicaciones no es la adecuada, además no cuentan con un feed organizado cromáticamente. Lo cual muestra una discordancia entre fotos, historias y publicaciones. Sería necesario unificar la paleta de colores y sumar calidad a los elementos que se publican. [Figura 75]

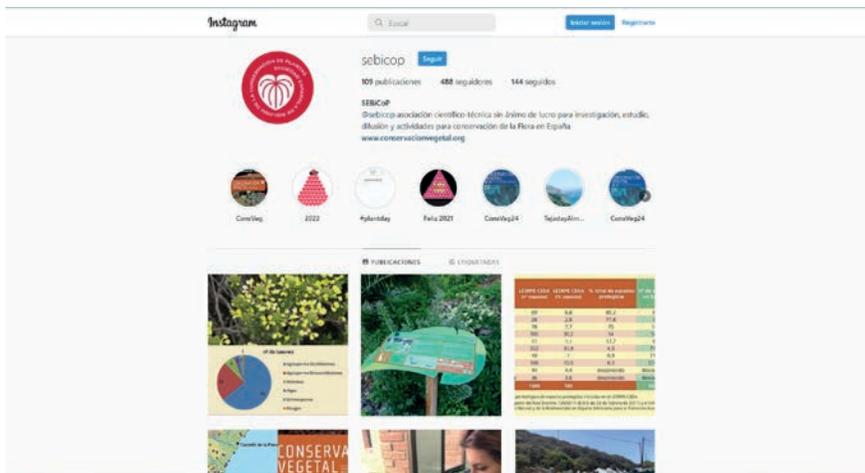


Figura 75: Cuenta de Instagram. bit.ly/3sy0ikc

**Facebook:** en este caso, algunas imágenes tienen mejor resolución, pero la foto de perfil está pixelada y no permite ver con claridad el imago tipo. Además el banner no concuerda con el de otras rrss. [Figura 76]



Figura 76: Cuenta de Facebook. bit.ly/3yLmblo



Figura 77: Cuenta de Twitter. bit.ly/3sD5Rzk

**Twitter:** a primera vista encontramos como el banner presenta una imagen muy pixelada del icono de la ivc, esto muestra una mala muestra de la sociedad. Lo mismo ocurre con las imágenes publicadas, algunas son capturas de pantalla con una baja resolución. [Figura 77]

**Conclusión:** al ser una sociedad nacional, debería tener en cuenta ciertos aspectos fundamentales para la correcta visualización de sus publicaciones, atender a la experiencia de usuario de su web y favorecer la

búsqueda de sus publicaciones. Pese a esto, su icono es adecuado, y podría ser un buen referente para la realización de la ivc de este proyecto.

### 1.2.c Locales

**ATAN:** Fundada en 1972, ATAN es una de las primeras organizaciones ecologistas de Tenerife. Nuestros objetivos concretos son la defensa del patrimonio natural y cultural de las Islas Canarias, así como la ordenación y uso sostenible de los recursos del territorio y de la calidad de vida de sus habitantes.

Para lograrlo, ATAN lleva a cabo actividades de diversos tipos, como denuncias y acciones reivindicatorias, investigación y estudio, información y educación pública, culturales y recreativas. Somos independientes. ATAN no pertenece a ningún otro colectivo, pero siempre estamos dispuestos a colaborar, con cualquier otra asociación, como Ben Magec, SEO Birdlife, Greenpeace, Amnistía Internacional, Ecologistas en Acción... (ATAN, "¿Quiénes somos?", <https://atan.org/>)

**IVC:** como podemos observar, se compone de un imagotipo algo complejo, pues contramos más peso sobre el icono. En este caso, el icono no es simplemente un grafismo si no una ilustración completa, se compone de un círculo, que a su vez se divide en dos secciones. La primera, cuenta con un fondo degradado de azul a blanco, además encontramos lo que parece el pico de una montaña verde coronado con una flor violeta, con sus pétalos degradados en blanco y el centro porta un verde amarillento.

La segunda sección se compone de un fondo turquesa liso, la falda de la montaña verde y el logotipo en blanco, cuyos remates se funden con los bordes de la montaña. La versión horizontal, es directamente un recorte de la versión vertical. Desde el punto de vista del diseño, la utilización de un icono tan complejo no es adecuado, debido a que presentará problemas para impresión, composición en espacios digitales y físicos. Sería reco-

mendable simplificar la paleta de colores y crear una versión únicamente con el logotipo. Pudiendo tener una con icono y otra sin el. [Figura 78]



Figura 78: Imagotipo. [bit.ly/3FMt0oi](https://bit.ly/3FMt0oi)

**Tipografía:** en cuanto a la tipografía, no se ha podido identificar cual es la que utilizan para su ivc, aunque parece ser que han modificado una ya existente, siendo sans-serif y en caja alta, ya que se trata de siglas. En su web utilizan la Helvética como principal tipografía. En sus publicaciones, encontramos un mix de tipografías tanto con serifa como sin ella. [Figura 79]



Figura 79: Imagotipo. [bit.ly/3FMt0oi](https://bit.ly/3FMt0oi)

**Colores:** como se ha nombrado anteriormente, la paleta de colores no está muy bien definida, pero destacan el verde, azul y blanco. [Figura 80]

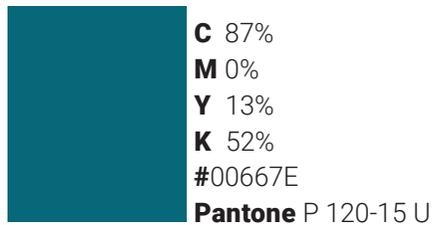


Figura 80: Paleta de colores corporativos

**Formatos:** únicamente se ha encontrado la utilización del formato Podcast, el cual suele durar alrededor de una hora y media.

**Imágenes:** utilizan únicamente la fotografía como recurso gráfico, aunque en ocasiones, como es la promoción de su Podcast, utilizan una ilustración a modo de icono.[Figura 81]

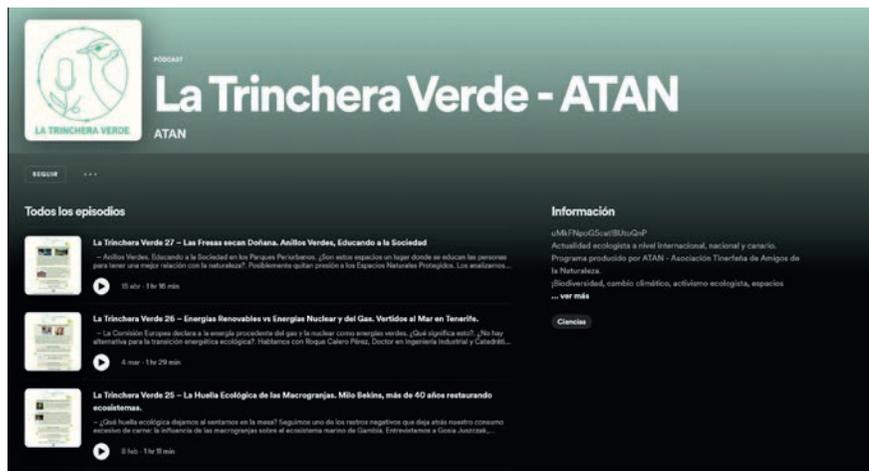


Figura 81: Espacio para Podcast spoti.fi/3NhcDCT

**Composición:** como se ha nombrado anteriormente, no se han encontrado composiciones fuera del ámbito de la fotografía.

**Material gráfico:** no se ha podido encontrar ningún ejemplo, ya que utilizan su página web y rrs para la difusión de su material escrito.

**Página web:** encontramos dos menús, uno horizontal y otro vertical, el horizontal se sitúa en la parte superior de la página web, donde se muestran diferentes apartados. El vertical es una ampliación del apartado “temas”, lo cual no termina de encajar, ya que en el propio menú horizontal existe un submenú desplegable de este apartado. En cuanto a la estética, el fondo es blanco, con diferentes secciones, una con color verde y otra violeta. En términos generales, la disposición es adecuada, aunque sería recomendable simplificar la estructura, ya que existen demasiados rectángulos que separan partes de la sección. [Figura 82]

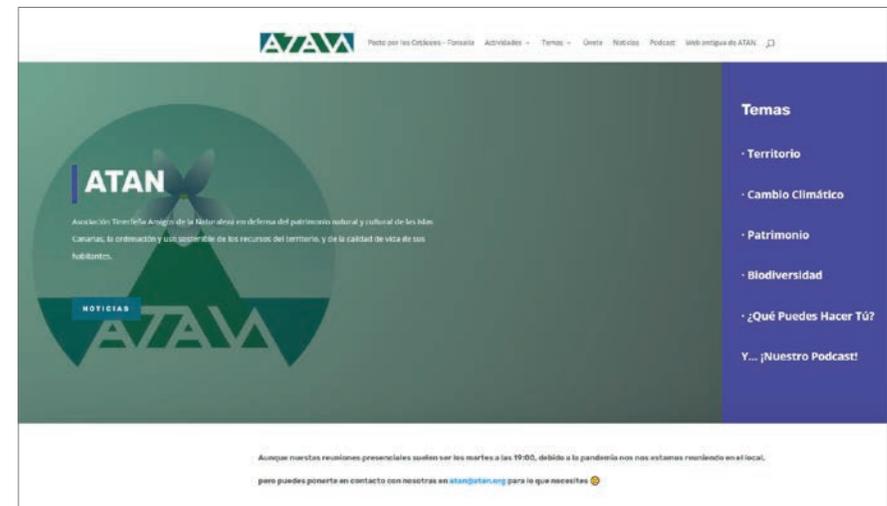


Figura 82: Página web.

**Redes sociales:**

**Instagram:** de foto de perfil se muestra la ivc. Encontramos como las historias destacadas no presentan cohesión, ya que las imágenes que las representan son capturas de pantalla con texto imposible de leer. En cambio sus publicaciones si presentan un orden, y se basan en una plantilla, la cual se compone de una cabecera verde, donde se expone el título de la misma, y de una fotografía o texto. [Figura 83]

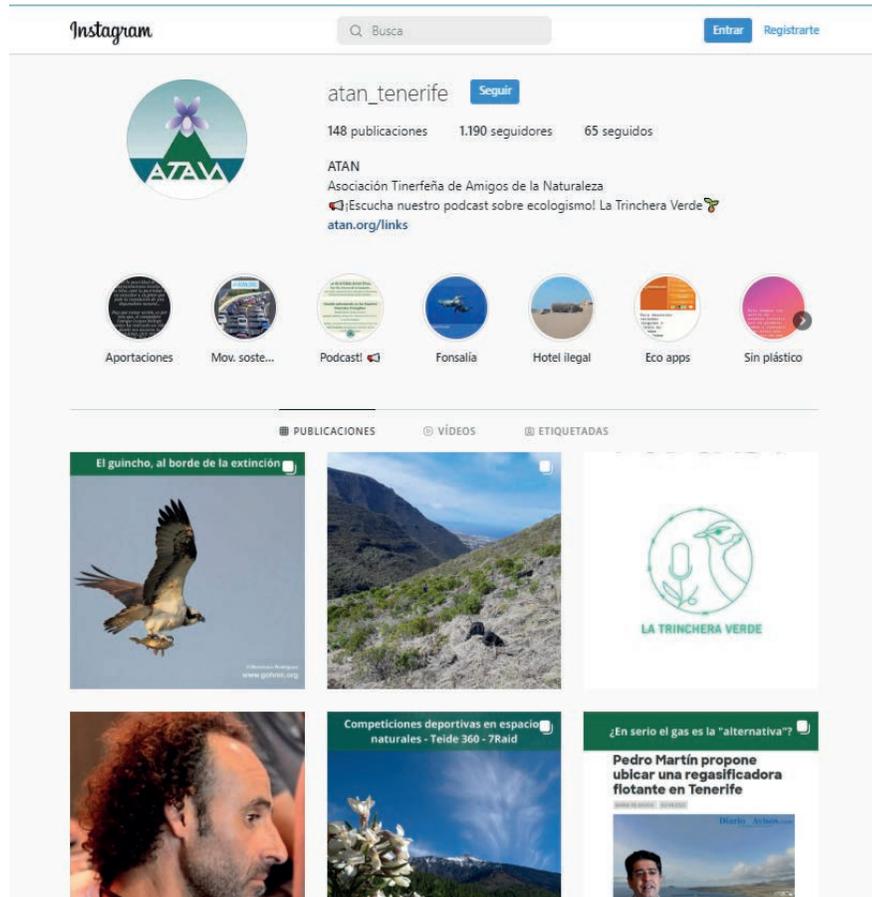


Figura 83: Cuenta de Instagram. bit.ly/3wlbx3k

**Facebook:** la foto de perfil es la ivc, el banner se presenta con un carrusel de imágenes, todas fotografías, sus publicaciones muestran la misma plantilla que en Instagram. [Figura 84]

**YouTube:** es sin duda la red social menos cuidada desde el aspecto del diseño, no cuenta con banner ni foto de perfil, y sólo hay publicados tres vídeos. [Figura 85]



Figura 84: Cuenta de Instagram. bit.ly/3wlbx3k

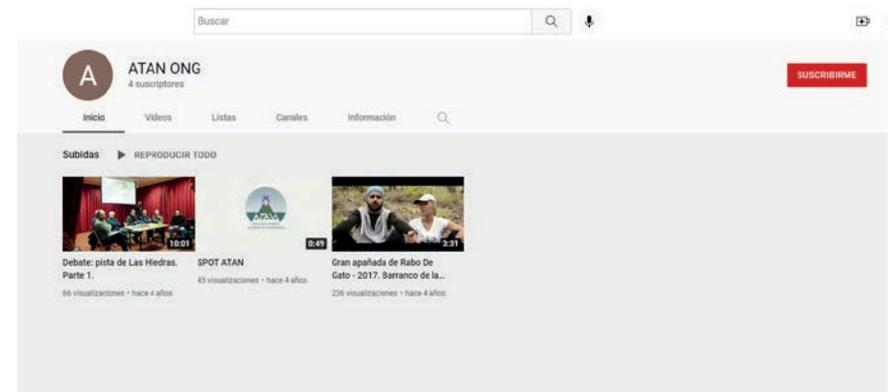


Figura 85: Cuenta de Facebook. bit.ly/3wzWm5c

**Conclusión:** en este caso, no encontramos muchos aspectos relevantes a modo de referencia para este proyecto, pero es necesario destacar la utilización del Podcast como elemento innovador.

**ACBC:** Es una asociación constituida mayoritariamente por científicos y técnicos con inquietudes en la conservación de la biodiversidad en el archipiélago canario, aunque puede formar parte de ella cualquier persona interesada en la preservación de nuestro patrimonio natural.

Surge a consecuencia de la necesidad de paliar el deterioro que sufre la naturaleza Canaria, de los problemas de conservación de múltiples especies y de la degradación de sus hábitats.

Entre sus fines, destacan el promocionar y fomentar el progreso del conocimiento científico y técnico relativo a la biodiversidad canaria y desarrollar labores que conlleven la aplicación práctica o la divulgación de tales conocimientos, tanto en lo relativo a las especies como a los hábitats o ecosistemas que las albergan, a los valores culturales que contienen y a su relación con el ser humano.

**IVC:** como podemos observar, se trata de un logotipo, compuesto por las siglas y sobre ellas el desarrollo de las mismas. Las siglas presentan una partición en forma y color, donde se separa por una delgada línea blanca. Esto alude al mar y la tierra, pero sería más funcional decantarse por un sólo color, o al menos que las letras sean de un color, aunque se intercalan entre azules y verdes. La construcción de esta identidad no termina de encajar, pues la "A" crea un espacio blanco muy grande a su izquierda, rompiendo la sensación de bloque que se pretendía. Por otro lado, el texto del desarrollo de las siglas, en la segunda línea muestra un kerning muy amplio, que dista del apartado para la primera línea. Sería favorable arreglar esos ajustes tipográficos, para así crear una construcción más homogénea. [Figura 86]



Figura 86: Logotipo ACBC. [bit.ly/3yN3jmp](http://bit.ly/3yN3jmp)

**Tipografía:** para su ivc y para la página web utiliza la tipografía Roboto, en su versión bold. En cambio para sus publicaciones utilizan Calibri, con sus diferentes variaciones. Las dos son buenas tipografías, aunque en las publicaciones es recomendable, en caso de ser muchas páginas de sólo texto, utilizar una tipografía con serifa, y dejar la sans-serif para títulos y apartados. [Figura 87]



Figura 87: Logotipo ACBC. [bit.ly/3yN3jmp](http://bit.ly/3yN3jmp)

**Colores:** su paleta de colores se basa en el verde, azul y blanco. Los cuales, son los colores corporativos. En este aspecto, presentan una buena combinación. [Figura 88]

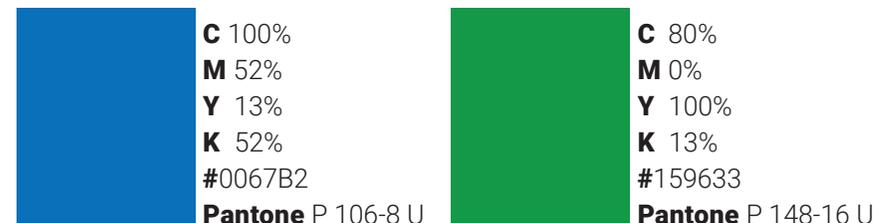


Figura 88: Paleta de colores corporativos

**Formatos:** publican en DIN A4 en formato pdf y en notas de prensa, donde el tamaño estándar es de 38 x 58 cm. [Figura 89]

**Imágenes:** no se han encontrado imágenes más allá de las fotografías utilizadas en sus publicaciones.



Figura 89: Ejemplo de informe de ACBC. [bit.ly/3sFuhIN](http://bit.ly/3sFuhIN)

**Composición:** no existe una composición como tal, ya que las publicaciones son tipo Word y no muestran composición de imágenes.

**Material gráfico:** encontramos únicamente las notas de prensa.

**Página web:** su aspecto es algo antiguo, con una imagen de fondo, un menú horizontal con submenús verticales y una cabecera algo dispar, ya que cuenta con el logotipo y de nuevo con el nombre de la organización, pero esta vez en negro y con un hipervínculo a la página principal. Esto se repite en el menú pero sin el logotipo. Suele ser recomendable usar la propia imagen de la ivc como enlace a la página de inicio. Por otro lado, las páginas secundarias portan un fondo blanco, otras una fotografía...no hay una cohesión. Sería recomendable sintetizar una paleta de colores y una estética única. [Figura 90]



Figura 90: Ejemplo de informe de ACBC. [bit.ly/3yN3jmp](http://bit.ly/3yN3jmp)

**Redes sociales:**

**Facebook:** en su foto de perfil muestran una nueva variación de su ivc que no se muestra en su página web, como banner presentan una fotografía.

En sus publicaciones, comparten fotografías, la mayoría de buena calidad. Pero es necesario destacar que no es viable utilizar diferentes versiones del logo si no se muestra en otros sitios. [Figura 91]



Figura 91: Página web. bit.ly/3NI4Fsw

**Conclusión:** es una buena referente en notas de prensa, ya que es la única que ha mostrado esta vía de difusión, en cuanto a los aspectos de diseño, no se encuentra una suficiente calidad ni cohesión.

## 1.3 Flora canaria

Antes de entrar en materia, es necesario conocer algunos términos:

**Especies invasoras:** son especies introducidas de forma natural, accidental o intencionada en un medio que no es el suyo y que, después de cierto tiempo, consiguen adaptarse al él y colonizarlo.<sup>3</sup>

**Especie autóctona:** una especie autóctona es una especie que pertenece al lugar en el que se encuentra, pero no de forma exclusiva. Suelen ser especies con un área de distribución bastante amplia.<sup>4</sup>

**Especie endémica:** es una especie cuyo ámbito geográfico es limitado, cuya vulnerabilidad es enorme al contar con poblaciones más reducidas. Son claves para sus ecosistemas y se convierten en un termómetro a la hora de medir el estado de salud de un territorio.<sup>5</sup>

### 1.3.a Origen

Las Islas Canarias forman parte de una región denominada Macaronesia, término procedente del griego makárôn nêsoi, que significa islas afortunadas. Su carácter volcánico, la insularidad, su cercanía al continente africano y las condiciones climatológicas de la zona, han convertido a este territorio en un lugar con una alta y singular diversidad de ambientes naturales. La biodiversidad o diversidad biológica es un término que se refiere a la

<sup>3</sup> Iberdrola. (2020, 5 junio). *¿Cómo impactan las especies exóticas invasoras sobre la biodiversidad?* Recuperado 20 de mayo de 2022, de <https://www.iberdrola.com/sostenibilidad/especies-invasoras>

<sup>4</sup> Sánchez, M. (2021, 15 noviembre). *Especies endémicas, autóctonas, alóctonas, exóticas e invasoras ¿Sabemos cuál es cual?* Restauración de Ecosistemas. Recuperado 20 de mayo de 2022, de <https://www.restauraciondeecosistemas.com/especies-endemicas-autoctonas-aloctonas-exoticas-e-invasoras-sabemos-cual-es-cual/>

<sup>5</sup> Iberdrola. (s. f.). *Las especies endémicas y su valor para la biodiversidad.* Recuperado 20 de mayo de 2022, de <https://www.iberdrola.com/sostenibilidad/especies-endemicas>

extensa variedad de seres vivos existentes en el planeta, pero además se debe considerar como un sistema dinámico que está en evolución constante. El Archipiélago Canario está considerado como un punto caliente de biodiversidad en el planeta. Se trata de un área donde se concentra una gran cantidad de especies endémicas o únicas en el mundo por unidad de superficie que, además, se encuentra sometida a importantes amenazas generadas por la actividad humana.

Canarias Posee: 1.893 especies de plantas silvestres. De las cuáles, aproximadamente, 600 especies son exclusivas de estas islas, es decir, no se encuentran de forma natural en otro lugar del mundo. (Suárez, 2017)

Para entender el origen de la flora autóctona de Canarias hay que considerar el carácter oceánico del archipiélago y la edad del mismo. En este sentido, la colonización vegetal de las islas debió producirse a partir de las formaciones vegetales existentes en los territorios continentales más cercanos desde el momento en que emergieron cada uno de los “edificios” insulares. De este modo, la mayoría de los autores reconocen que la flora vascular autóctona del archipiélago canario deriva de dos grandes fuentes suministradoras: el contingente Mesógeno y el contingente Africano.

El contingente mesógeno no se corresponde con la flora que se desarrollaba en los bordes del antiguo mar de Tetis, cuyo reducto actual es el mar Mediterráneo. Esta flora tenía características tropicales o subtropicales y su área de distribución originaria se vio drásticamente reducida como consecuencia de las distintas fases glaciares que afectaron a Europa durante el Cuaternario. Los elementos presentes en Canarias que tienen su origen en esta flora, hay que buscarlos en los bosques de laurisilva del archipiélago, en especies como el acebiño (*Ilex canariensis*), el til (*Ocotea foetens*), el viñático (*Persea indica*) o el laurel (*Laurus azorica*). (Cabrera, 1999)

Por otro lado, entre las distintas fuentes que componen el contingente Africano, hay que destacar una muy antigua que los especialistas han denominado Rand Flora. Esta flora se extendió desde Sudáfrica hasta el norte de

África, siendo propia de áreas áridas o semiáridas. Esta flora también sufrió una importante merma en su superficie original debido, en este caso, a los procesos de desertización que han afectado al continente africano. Su carácter xerófilo hace que los componentes florísticos derivados de este contingente se localicen en las zonas bajas y áridas de las Islas, teniendo como representantes más llamativos las especies del género *Dracaena*, *Euphoria*, *Aeonium* o *Ceropegia*. (Cabrera, 1999)

### 1.3.b La importancia de la flora canaria

Las islas oceánicas se caracterizan por ser enclaves de una elevada diversidad biológica, de tal manera que, a nivel mundial, una sexta parte de las especies vegetales terrestres se concentran en ecosistemas insulares. El archipiélago canario no es ajeno a este hecho, albergando una importante riqueza florística, con un elevado número de especies endémicas. Bastan dos ejemplos para evidenciar este hecho:

- Canarias, con una extensión que no supera el 1,5% de la superficie del Estado español, alberga más de la mitad de los endemismos vegetales presentes en España.
- Si comparamos las Islas con Gran Bretaña, veremos que aunque este país cuenta con una superficie 34 veces mayor que Canarias, alberga únicamente 16 plantas endémicas, frente a las más de 500 que aparecen en el archipiélago.
- La insularidad ha permitido la persistencia de un número elevado de especies relictas, mucho más abundantes en épocas anteriores en otras partes del globo y que en Canarias pudieron subsistir al no verse afectadas por los distintos cambios climáticos sufridos en las áreas continentales. Estos endemismos pertenecen al grupo de los *paleoendemismos*.
- De otro lado, la diversidad de hábitats y de nichos ecológicos derivados de las diferentes condiciones ambientales (régimen de precipitaciones, altitud, humedad, sustratos, etc.)

No obstante, el número de taxones endémicos varía de un grupo a otro de vegetales. Así, la proporción de elementos endémicos en el caso de las algas no supera el 9%, mientras que en el caso de los hongos tampoco supera el 10% de taxones endémicos del archipiélago. Del mismo modo ocurre con la flora briológica, donde los endemismos canarios y macaronésicos constituyen un bajo porcentaje (aproximadamente el 5,6%). Mención aparte ha de hacerse de las plantas vasculares (helechos, gimnospermas y angiospermas), donde se concentran el mayor número de endemismos de Canarias. Según las últimas estimaciones realizadas, el número total de especies presentes en el archipiélago canario es de 1978, de las cuales 575 son endémicas de la Macaronesia, mientras que 514 tienen su área de distribución restringida a Canarias. Esto supone que el porcentaje de endemismos canarios asciende en este caso al 25,9% de los cuales el 57% es exclusivo de una única isla.

La riqueza florística de cada una de las islas está estrechamente relacionada con los factores como superficie, altitud, edad, diversidad de hábitats, etc... de tal forma que la combinación de esos elementos condiciona el mayor y menor número de endemismos. Así, la isla de Tenerife, con la mayor superficie y altura del archipiélago, alberga un total de 1.370 especies, de las cuales aproximadamente el 54% son endemismos macaronésicos y/o canarios. En el otro extremo se encuentran las islas de Lanzarote y Fuerteventura, que con mayor edad y altitud inferior, presentan el menor porcentaje de endemismos del archipiélago. (Cabrera,1999)

### 1.3.c Pisos de vegetación

Se recogen los caracteres climatológicos más importantes para la caracterización de los distintos pisos bioclimáticos y se discute la vegetación asociada a los mismos. Si bien no se ha hecho un análisis exhaustivo de todos los datos climatológicos disponibles, los estudiados permiten dar unas características bastante aproximadas para los principales tipos de vegetación conocidos en las islas. Se hace necesario disponer de más estaciones - termopluviométricas en los pisos bioclimáticos meso y supracanario.

El clima de las Islas Canarias ha recibido la atención de distintos investigadores, en su mayoría extranjeros, que han establecido, de forma clara y precisa, sus factores determinantes (Font Tullot 1955 y 56, Huets de Lempis 1969) y sus características más sobresalientes (Granville 1969, Hernandez Ahreu 1979). En tiempos más recientes han dirigido sus investigaciones a fenómenos concretos tales como la medida de las precipitaciones horizontales (Cehallos y Ortuno 1951, Kammer 1972) o sus aspectos agronómicos (Hernandez Ahreu 1979). Otros investigadores han realizado medidas sobre la resistencia de algunas plantas canarias al frío (Larcher) o al calor (Losch 1980).

Los intentos de relacionar clima y vegetación se inician, también, con los primeros trabajos de Humbolt y se siguen en los demás antes mencionados, hasta alcanzar el siglo XX. Los datos relacionados se refieren, fundamentalmente, a las precipitaciones, temperaturas medias y nubosidad, sin que existan valores definidos, sino aproximativos, para los distintos tipos de vegetación. En la reunión de trabajo de Saint-Maximin (Marsella, 1981) tuvimos ocasión de exponer cuáles eran, a nuestro parecer, los ecosistemas vegetales más característicos de la subregión canaria (Región Macaronésica) señalando brevemente algunas particularidades climatológicas ligadas a los mismos.

Nuestro conocimiento de la vegetación potencial y actual del archipiélago canario nos permite relacionar los estudios climatológicos, ya realizados, y la vegetación, especialmente los de Granville y Hernandez Abreu y caracterizar, por tanto, los pisos bioclimáticos de las islas. Otras estaciones climatológicas de reciente instalación (aeropuerto de La Palma el Hierro, Centro Regional de investigaciones Agrarias, etc) cuentan con datos interesantes que también podrían considerarse bajo la clasificación de Emberger. Pensamos que estas estaciones son comparables a otras ya estudiadas por lo cual no resultan imprescindibles para el propósito de este trabajo. Si somos conscientes de que sería necesario disponer de más estaciones climatológicas en los pisos mesocanario subhúmedo y seco supracanario, a pesar de que los datos existentes son muy significativos por su localización altitudinal. (Santos, 1984)

Desde el nivel del mar hasta el nivel de las cumbres se distinguen los siguientes pisos de vegetación:

- **Piso basal (hasta los 400 m de altitud).** Está condicionado por unas altas temperaturas, propias de la zona tropical, y una acusada aridez. Estas condiciones solo permiten el desarrollo de matorrales xerófilos de clara influencia africana. Las especies dominantes son el cardón y la tabaiba (euphorbias), a las que acompañan otras introducidas por el ser humano, como la chumbera y la pita. En las zonas costeras salinas crecen plantas halófilas (amantes de la sal), como el tamarindo.
- **Piso intermedio o de transición al piso montano (hasta los 800 m de altitud).** La mayor humedad y las temperaturas más suaves hacen posible el crecimiento de dos especies endémicas, el drago y la palmera canaria (*Phoenix canariensis*), junto a la sabina. Ha sufrido una espectacular disminución como consecuencia del intenso aprovechamiento que el hombre ha hecho. La franja que ocupa el bosque termófilo ha sido tradicionalmente zona de establecimiento poblacional.
- **Piso montano termo canario (entre los 600-800 m hasta los 1.200-1.400 m).** El descenso térmico introducido por la altura y la constante humedad que aportan los vientos alisios, que se condensa en forma de nieblas y forma el llamado mar de nubes, determina la aparición del «monte verde», integrado por el bosque de laurisilva, una formación forestal de gran frondosidad y de carácter perennifolio, con gran variedad de especies, entre las que encontramos un elevado número de endemismos como el laurel, el viñátigo, el til y el naranjo salvaje.
- **Piso montano mesocanario (entre los 1.200 y los 2.000 m).** El pino canario (*Pinus canariensis*) constituye la formación monoespecífica climática de este piso, en el que nuevamente la aridez es un rasgo decisivo, así como su capacidad de ser pirófito. Se trata de una especie arbórea que puede llegar a alcanzar los 40 metros de altura, presentando una excelente capacidad de adaptación, pues puede crecer en sue-

los pobres y resistir temperaturas inferiores a los -10 grados, así como superiores de los 40° centígrados. En este sentido, se ha adaptado a las condiciones de sequedad mediante el desarrollo de sistemas radiculares, hojas de tamaño reducido y cubiertas duras, pelosidad, savia olorosa y resinosa, semillas con cortezas duras, etc.

- **Piso de alta montaña supracanario y orocanario (a partir de los 2.000 m).** Esta zona se caracteriza por el endurecimiento climático, con una mayor aridez y frecuentes heladas invernales. Después de sobrepasar el límite del pinar, tan sólo las islas de Tenerife y La Palma ofrecen aún una vegetación variada y especializada. A ello hay que añadirle algunos testimonios de matorral de montaña que se encuentran en las cumbres de Gran Canaria, pero que no constituyen un piso de vegetación en sí.

La vegetación va siendo más escasa a medida que ascendemos, con matorrales de alta montaña, como la retama del Teide y el codeso. Volverán a tener lugar adaptaciones fisionómicas de las especies con el propósito de evitar la pérdida de agua, por lo que tanto su porte, como su forma y el color de los tallos y troncos estarán preparados para intentar solventar las condiciones climáticas de gran aridez. En las altas cumbres se asientan especies rupícolas (que crecen sobre la roca), caracterizadas por el elevado número de endemismos, entre los que destaca la violeta del Teide. A este nivel desaparecen las formaciones boscosas y las comunidades son de matorrales o arbustos de pequeño porte. En Tenerife La especie dominante es la retama del Teide (*Spartocytisus supranubius*), acompañada del codeso de cumbre (*Adenocarpus viscosus*) y otras especies. Los únicos árboles que sobreviven son el Pino Canario (hasta un cierto umbral) y el cedro (*Juniperus cedrus*), del que quedan escasos ejemplares. (Correa, 2019)

En la siguiente imagen podemos observar una infografía de este último piso de vegetación “Piso de alta montaña supracanario y orocanario”. Se destacan diferentes especies propias de este. Además de un esquema geográfico de cada uno de los pisos, en este caso en la isla de Tenerife. [Figura 92]

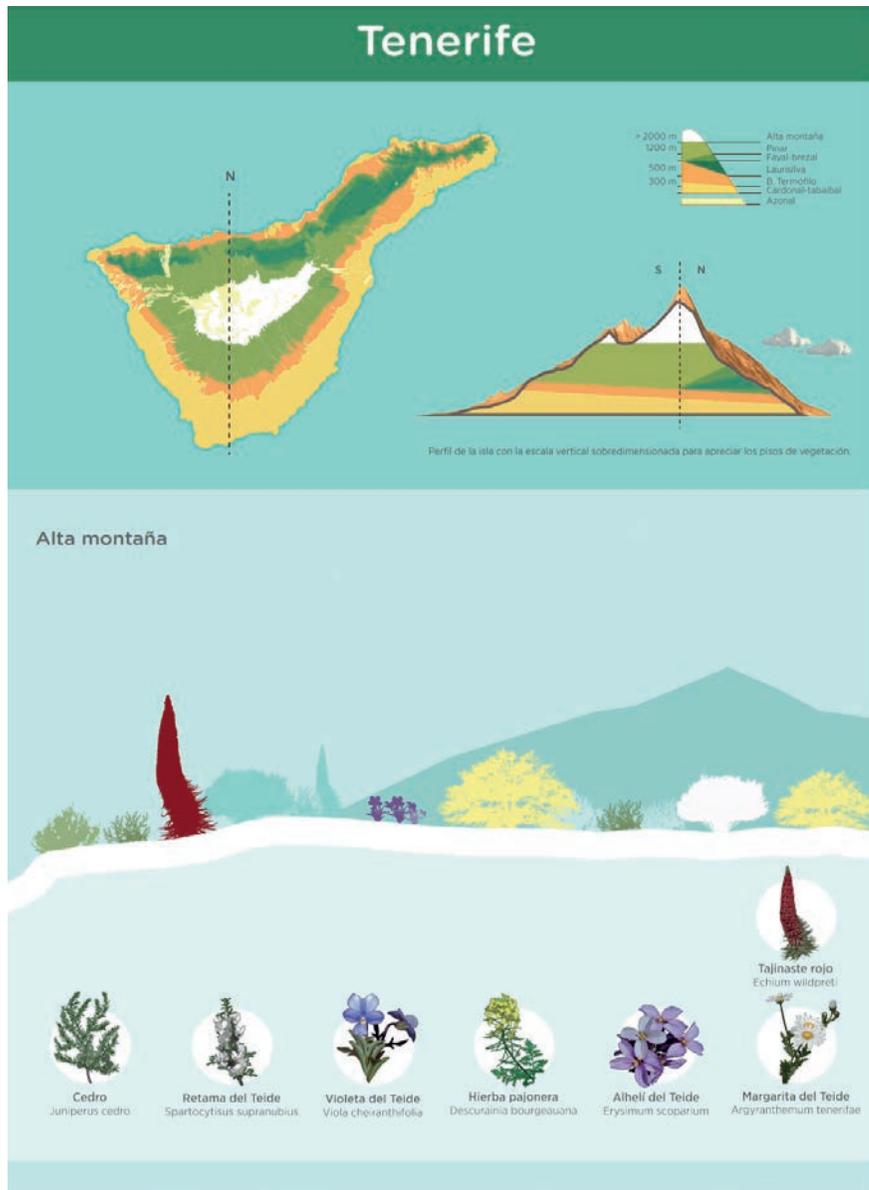


Figura 92: Infografía Tenerife.bit.ly/3NteEMw

## 1.4 Conclusión investigación primaria

Tras haber analizado siete organizaciones y asociaciones de diferentes aspectos. Se han llegado a varias conclusiones. Se ha podido ver cómo al crear una asociación, es necesario tener en cuenta que la marca debe cumplir con algunos requisitos, cómo es la calidad en las imágenes para evitar la pixelación, cómo ocurre con los referentes nacionales y locales estudiados. Además, la paleta de colores corporativa debe estar bien definida, ya que como vimos en el caso de WWF, una paleta sencilla facilita el diseño y la aplicación de la ivc. En cambio, la asociación ATAN, porta una IVC (identidad visual corporativa) con demasiados colores, como resultado, obtiene una identificación poco simplificada lo que dificulta en sus varias lecturas la identificación clara de su imagen en el material gráfico.

Sobre este último aspecto, se ha podido observar como el diseño de material gráfico de calidad es indispensable para la promoción de la asociación. Pues aunque las redes sociales están en auge, es recomendable crear contenido impreso, o digital, pero de carácter narrativo-visual. WWF y NatGeo son expertos en esto, en concreto este último, al contener una plantilla de fotografías profesionales, hace que sus publicaciones gráficas muestren una calidad exquisita. Tras estudiar los contenidos expuestos al público por cada uno de los referentes, se ha podido dar con varias claves que se tomarán en cuenta para el desarrollo de este proyecto:

En primer lugar, a parte de la creación de folletos o carteles. ATAN, ha innovado con la creación una cuenta de Podcast en Spotify, aunque esta idea no concuerde con este proyecto, sugiere algunas ideas, cómo crear enlaces a Podcast sobre flora desde la página web. En segundo lugar, se ha encontrado con que no existen láminas de flora canaria, ni dibujos, sólo fotografías, en las cuales no se ve claramente la planta. Finalmente, en el apartado de promoción, se ha visto como además de necesario, es fundamental innovar y crear vídeos o animaciones que llamen la atención del público.

# **2. Investigación Específica**

## 2.1 La lámina

Hay varias definiciones: <sup>6</sup>

- Hoja de papel destinada al dibujo.
- Grabado hecho en una lámina.
- Figura trasladada al papel u otra materia.
- Plancha de cobre o de otro metal en la cual está grabado un dibujo para estamparlo

Nos quedaremos con la primera definición, ya que la finalidad del proyecto es plasmar ilustraciones sobre una hoja.

### 2.1.a Historia

Las primeras láminas surgieron a consecuencia del grabado. Entendemos por grabado el resultado del trabajo realizado sobre una superficie de madera o metal, llamada plancha, por medio de instrumentos cortantes, punzantes o de ácidos que atacan la superficie metálica. El resultado es la estampa, soporte generalmente de papel al que se ha trasladado la imagen por medio de la tinta, al poner en contacto la hoja con la plancha grabada entintada y ejercer presión con un tórculo o una prensa vertical. A esta hoja de papel se le denomina lámina.<sup>7</sup> El grabado se originó en el oriente, en China concretamente, con las imágenes de Buda, y posteriormente se trasladó al Japón, donde en el XVI se dio origen a una estética llamada Uki-yo-e, estilo que dió paso al manga en la actualidad. El grabado llegó a Europa posiblemente gracias a los árabes que trajeron consigo, el papel, la tinta y pequeñas planchas de madera.

---

<sup>6</sup> Asale, R. *Lámina- Diccionario de la lengua española*. Edición del Tricentenario. Recuperado 2 de marzo de 2022, de <https://dle.rae.es/!%C3%A1min>

<sup>7</sup> María, C. Las técnicas artísticas: El grabado. El taller del grabado. [bit.ly/3COIGY0](https://bit.ly/3COIGY0)

Sin embargo, el grabado occidental está vinculado a la imprenta. Antiguamente los grabados cumplían diferentes funciones tales como medios culturales y evangelizadores del pueblo, pues con el invento de la imprenta, (que fue gracias a los conocimientos del grabado xilográfico) se podía obtener libros ilustrados, la biblia ilustrada y estampas religiosas, también eran utilizadas como medio de comunicación por medio de las fotos grabadas, etc.

Cuando hablamos de técnica, existen muchas de ellas, cada una con sus métodos, herramientas y procesos artísticos. Las más relevantes son: la xilografía, el aguafuerte, el aguatinta, el grabado a buril, la punta seca y la litografía. Por otro lado encontramos la xilografía es la técnica más antigua del grabado en madera y se le conoce como grabado a fibra o al hilo, que pertenece a finales del siglo XIV. El método de trabajo en primer lugar es el traslado del dibujo a la madera, teniendo en cuenta la inversión prima de la imagen una vez estampada. De esta surgieron el resto de técnicas. <sup>8</sup>

a) El aguafuerte es el procedimiento de grabado en el que sobre una plancha metálica cubierta por una fina capa de barniz protector se dibuja con una punta metálica el tema iconográfico. Al dibujar sobre el barniz protector éste se elimina. Al introducir la lámina en un baño de ácido, o aguafuerte, se produce la corrosión del metal en las zonas dibujadas, es decir, en las que se ha eliminado el barniz protector.

b) El aguatinta es un procedimiento de grabado que consiste en verter sobre la plancha una capa uniforme de resina. La plancha se calienta para que la resina se funda y se adhiera. Posteriormente, se introduce en ácido, y éste penetra en las partes en las que la superficie no está protegida por la resina. El aguatinta está casi siempre asociada al aguafuerte. En una misma plancha las dos técnicas se complementan: el dibujo queda

---

<sup>8</sup> Castro, V. M. L. (26 de agosto de 2021). *El grabado, la técnica y su evolución histórica*. Repositorio Une. [bit.ly/3Jn4xXS](https://bit.ly/3Jn4xXS)

definido por el procedimiento del aguafuerte y el aguainta se utiliza para rellenar las superficies y conseguir los contrastes de luces y sombras.

c) El grabado a buril es el procedimiento de grabar sobre una plancha metálica muy pulida, haciendo incisiones muy profundas por medio de un utensilio llamado buril, que extrae en su recorrido limaduras de la propia plancha. Los surcos resultantes se rellenan con la tinta, que pasará al papel cuando ambas superficies se pongan en contacto.

d) La punta seca es, al igual que el buril, una técnica de grabado directo. Consiste en dibujar directamente sobre la plancha metálica con una aguja de acero o punta seca.

e) La litografía es una técnica diferente y más evolucionada en relación con el grabado en hueco. Se trata de dibujar con un lápiz grasoso, o lápiz litográfico, sobre una piedra calcárea denominada piedra litográfica.

Hoy en día se siguen aplicando estas técnicas, pese a conllevar un esfuerzo mayor, el resultado sigue atrayendo interés por la población. El grabado es ahora una técnica ancestral que es admirada y deseada por muchos artistas.<sup>9</sup> [Figura 93]

### 2.1.c La lámina como objeto de estudio

Un ejemplo: Para reconocer especies de árboles tropicales es necesario observar su forma de crecimiento, características de la corteza, disposición de ramas, posición y morfología de las hojas, características de inflorescencias, flores y frutos. Estas estructuras se presentan por fotos para 13 especies de árboles importantes en tierras bajas de Chiriquí, Panamá, etc.

<sup>9</sup> Castro, V. M. L. (26 de agosto de 2021). *El grabado, la técnica y su evolución histórica*. Repositorio Une. [bit.ly/3Jn4xXS](https://bit.ly/3Jn4xXS)

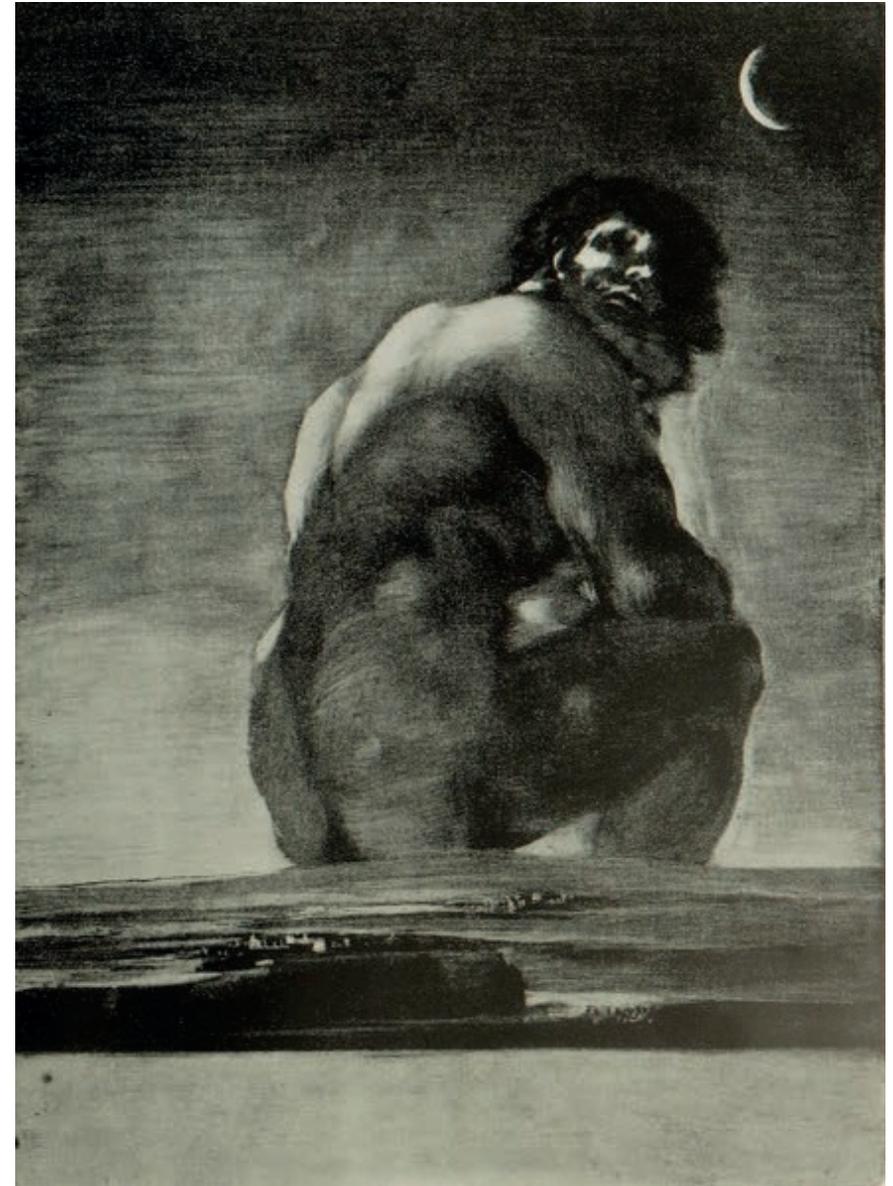


Figura 93: Grabado. [bit.ly/3MPkxDA](https://bit.ly/3MPkxDA)

Las fotos fueron tomadas durante el transcurso de varios años en esta provincia. Se presentan junto con información sobre nombres científicos y vulgares, características distintivas, ecología, usos y otros detalles. Las láminas son dirigidas a estudiantes y al público en general para contribuir a la educación ambiental en escuelas, colegios, en el jardín botánico de la Universidad Autónoma de Chiriquí y en otros contextos educativos.<sup>10</sup> [Figura 95]



Figura 94: Láminas para conocer árboles. bit.ly/3qd2HB9

<sup>10</sup> Piepenbring, M., & Miranda, E. (2019). PB Láminas para conocer 13 árboles importantes en tierras bajas de Chiriquí, Panamá. *Puente Biológico*, 4(1), 59-87. Recuperado a partir de <https://bit.ly/3qd2HB9>

El más conocido de los medios gráficos es la «lámina» o carta mural, pudiendo incluirse dentro de esta categoría los mapas. Todos los profesores de ciencia política conocen la importancia de éstos, aunque hasta el presente su uso haya sido algo restringido. Las láminas presentan hechos, situaciones u objetos, para hacer comparaciones o extraer tendencias y desarrollos.

Hay dos tipos muy familiares a la ciencia política: las láminas de organización y las de estadística, sobre todo estas últimas, ya que el profesor necesita referirse constantemente a la población y otros datos esenciales. De mayor utilidad aún son los llamados propiamente «gráficos», destinados a representar de una manera muy simple los elementos esenciales para un conocimiento o información. Mediante dibujos pueden representarse relaciones, desarrollos, circunstancias cambiantes y factores cualitativos, además de las simples comparaciones cuantitativas.

Láminas de todas clases fueron empleadas en gran número por las fuerzas armadas americanas, y muchas veces la vida o muerte de muchos hombres dependió del grado de comprensión creado. El Departamento de Guerra utilizó métodos gráficos para analizar procedimientos o formas de acción y para presentar nuevos modelos de dirección del personal administrativo.<sup>11</sup>

### 2.1.c Kamishibai

Se ha estudiado esta manifestación cultural, debido a que es uno de los métodos más antiguos que se conocen, donde las láminas eran utilizadas como un instrumento de aprendizaje, en este caso, para la población infantil. Este descubrimiento supone un enfoque para el proyecto, ya que se podría tomar como referencia de cara a crear material para los niños y niñas.

<sup>11</sup> M Sáez, F de Toro - Revista de estudios políticos, 1949 - dialnet.unirioja.es

El kamishibai está formado por un conjunto de láminas que tienen un dibujo en una cara y un texto en la otra. Su contenido, generalmente en forma narrativa, puede referirse a un cuento o a algún contenido de aprendizaje. La lectura del kamishibai se realiza colocando las láminas en orden sobre un soporte, "teatrillo" de tres puertas, de cara al auditorio y deslizando las láminas una tras otra mientras se lee el texto. Se necesita un presentador o intérprete que lee el texto mientras los espectadores contemplan los dibujos. [Figura 95-96]



Figura 95: Kamishibai por delante. [bit.ly/3Nvezrs](http://bit.ly/3Nvezrs)



Figura 96: Kamishibai por detrás. [bit.ly/3Nvezrs](http://bit.ly/3Nvezrs)

El kamishibai es una manifestación cultural peculiar de Japón. Es una técnica especial de lenguaje oral, tan extendido en dicho país, que en este momento se considera como parte de su herencia cultural. El kamishibai contemporáneo nació en los barrios más concurridos de Tokio a finales de los años 20. Desde entonces ha estado presente en los grandes acontecimientos de la historia de Japón, teniendo gran influencia durante la II Guerra Mundial.

Entre los años 20 y 50 fue muy conocida en todo el país la figura del cuentacuentos, que era un vendedor de dulces ambulante que se desplazaba en bicicleta de pueblo en pueblo narrando historias ayudado de ilustraciones. Como consecuencia de la depresión de los años 30, miles de desempleados estaban en las esquinas de las calles con su teatrillo portátil, láminas de kamishibai y dulces para vender como un medio de sacar dinero para sobrevivir. Este fue el origen del kamishibai "callejero".

Después de la II Guerra Mundial se estima que cincuenta mil presentadores de kamishibai estaban trabajando en las esquinas de las calles de Japón. Paralelo al "kamishibai callejero" surgió el "kamishibai educativo". Varias fueron las personas que contribuyeron a ello, destacando entre ellas Gozan Takahashi que se considera la iniciadora de este movimiento a partir de 1935. En 1938 se creó la "Asociación del Kamishibai Educativo en Japón". Se siguió usando el mismo formato pero se empezó a cuidar el contenido para que fuera educativo. El educador Kenya Matsunaga desarrolló el kamishibai como una técnica de enseñanza, no sólo para escolares sino también en educación social dirigida a adultos. También se ha desarrollado el "kamishibai casero", creado por aficionados. Las bibliotecas públicas empezaron a cuidar el kamishibai, y se dice que hoy en día el número de préstamos de ellos es mayor que el de libros para estas edades.<sup>12</sup> [Figuras 95-96]

<sup>12</sup> Aldama Jiménez, A. C. (2005, 25 diciembre). La magia del kamishibai. Educación Navarra. [bit.ly/3lrK4Qw](http://bit.ly/3lrK4Qw)

## 2.2. Material gráfico de promoción

### 2.2. a Análisis del material de las asociaciones estudiadas

**Formato y plegado (troquelados):** Se trata de un cuadríptico, se pliegan por cuatro caras del mismo tamaño. En total forman 8 páginas. Al tener una superficie amplia de 4 palas, permiten ofrecer información más completa, de manera ordenada y entendible. <sup>13</sup> [Figura 97 -98]

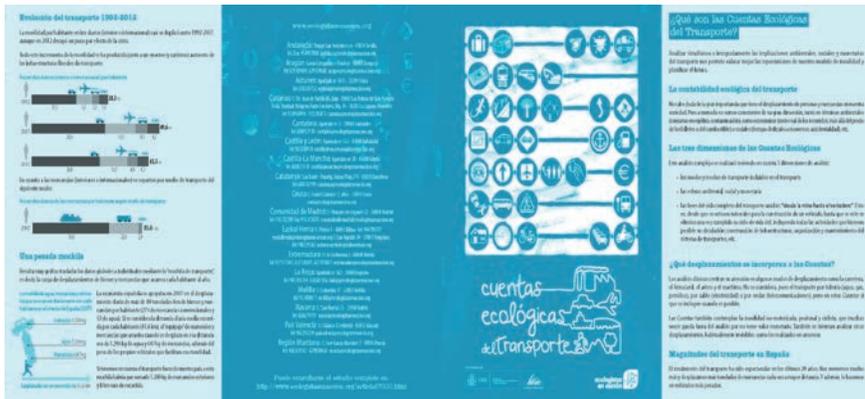


Figura 97: Folleto. [bit.ly/3sA1wwQ](http://bit.ly/3sA1wwQ)

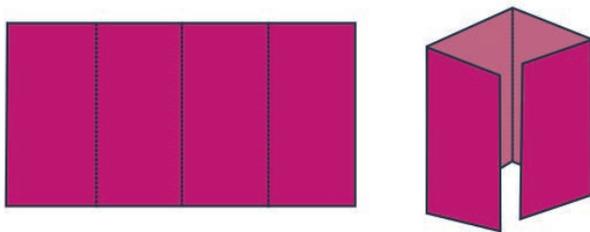


Figura 98: Plegado en ventana. [bit.ly/30bb7CS](http://bit.ly/30bb7CS)

<sup>13</sup> [bit.ly/3bZYCMJ](http://bit.ly/3bZYCMJ)

**Tipos de contenido (parecidos a mi tema):** en este caso el tema tratado no tiene relación con este proyecto. Ya que se habla de los tipos de transporte y su correspondiente contaminación.

**Análisis de diagramación:** en la parte externa se han dividido dos caras para la portada y contraportada, y las dos restantes muestran el primer punto de la información “¿Qué son las Cuentas Ecológicas del Transporte?” El desarrollo de esta pregunta abarca dos páginas, como podemos ver en la imagen. En cuanto al interior, debido al tipo de plegado en ventana, la información comienza en la página de la izquierda, hasta la última página de la derecha. Este esquema es acertado, dado la disposición de las páginas, aunque quizás sería mejor no poner tanta información, ya que se muestran demasiados datos. [Figura 99]

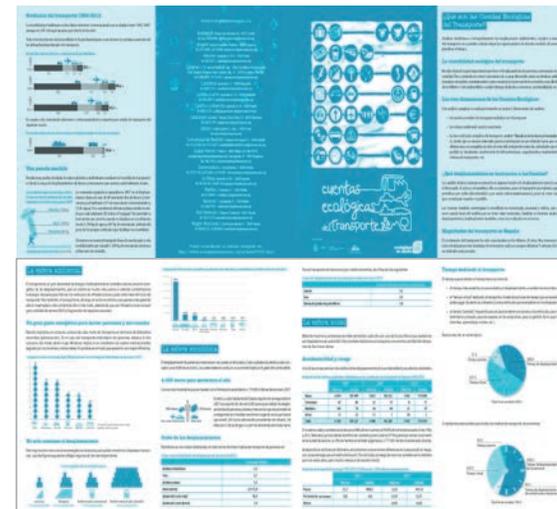


Figura 99: Páginas del cuadríptico. [bit.ly/3sA1wwQ](http://bit.ly/3sA1wwQ)

**Análisis tipográfico:** utilizan tres tipos de tipografía, una handscript para el título, una con serifa para los títulos internos y otra sans-serif para el texto general. Debido a que se intercalan imágenes y texto, la tipografía está correctamente elegida. Pues son legibles y compaginan bien en el texto.

**Análisis de material visual (fotografía/ilustración):** en este folleto se exponen muchos datos, y para ello se ha optado por la ilustración, diagramas e infografías. Esto es favorable ya que pueden mostrarse muchos datos de manera visual y práctica. Además se van intercalando, en función del tipo de dato. Las ilustraciones de las infografías son digitales de estilo plano (sin luces ni sombras) creando así menos ruido visual.[Figura 100]



Figura 100: Detalles. [bit.ly/3sA1wwQ](https://bit.ly/3sA1wwQ)

**Análisis de color:** en este aspecto se utilizan los siguientes colores, mostrando así una paleta de azules, que nada tiene que ver con la paleta corporativa de la asociación. Pero dado que se habla sobre “la esfera ambiental” se puede justificar la utilización de estos colores. Además el resultado es bastante homogéneo.[Figura 101]

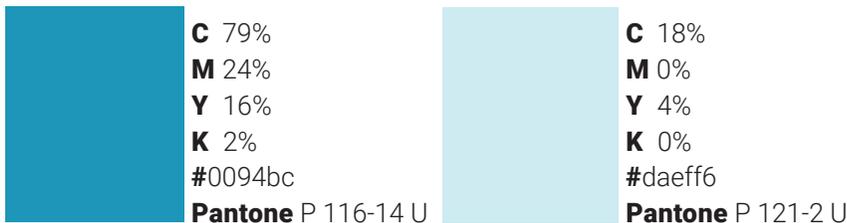


Figura 101: Paleta de colores corporativos

El segundo caso expuesto es el de la organización Greenpeace, en este caso, no sólo se trata de un folleto si no de un pack, de varios elementos gráficos que se explicarán a continuación.

**Formato y plegado (troquelados):** en este caso nos encontramos ante un políptico (es decir, que contiene más de 4 cuerpos). Y tienen más de 8 páginas, con un plegado en cruz. En este pack también encontramos un flyer (1 hoja, dos páginas), un marcapáginas y el sobre donde se incluyen todos los elementos. Esta idea es innovadora, pues hasta el propio sobre contiene información, y cada uno guarda relación entre sí. Podría tomarse como referencia de cara a la realización de material gráfico en este proyecto. Además, fue impreso en papeles Favini Siro Echo, 100% reciclados y con el grado máximo de certificación FSC®, algo muy relevante para el proyecto. [Figura 102]



Figura 102: Pack. [bit.ly/3L5EyUu](https://bit.ly/3L5EyUu)

**Tipos de contenido (parecidos al de este proyecto):** en este caso la información representada es sobre la propia organización, y aunque no trata exactamente el mismo tema que este proyecto, presenta los mismos valores, proteger y promover un buen uso de los recursos naturales, en nuestro caso de la flora en el archipiélago canario. Con lo cual, se podrían extraer ideas de la forma de redactar y los puntos a tratar para este proyecto.

**Análisis de diagramación:** en este aspecto, hay una gran mezcla de información distribuida de diferente manera como se muestra en la imagen, pese a que el texto lleva coherencia, visualmente algunas páginas parecen

propias de otro folleto. Como ocurre con la página 5, donde el fondo oscuro distrae al lector. Aunque es relevante cómo han representado gran cantidad de información concentrada en un esquema que ocupa dos páginas (4-6), se podría aplicar en este trabajo. De nuevo vemos como existe una portada y contraportada, que en este caso comparte una imagen que las une. Luego encontramos el resto de páginas interiores de información, pero una página a destacar es la última, ya que parece una contraportada, ya que se coloca la ivc de la organización y apenas muestra información, sólo la de contacto. Esto se debe al tipo de plegado, se puede leer como un libro, o desplegarlo, con lo cual, tienen en cuenta esta posibilidad a la hora de la diagramación de cada una de las páginas. [Figuras 103-104]



Figura 103: Folleto plegado. [bit.ly/3L5EyUU](http://bit.ly/3L5EyUU)



Figura 104: Folleto desplegado. [bit.ly/3L5EyUU](http://bit.ly/3L5EyUU)

**Análisis tipográfico:** utilizan una única tipografía sans-serif, con sus diferentes variantes. Esto es muy positivo pues crea un estilo minimalista y legible. [Figura 105]



Figura 105: Detalle tipografía.

**Análisis de material visual (fotografía/ilustración):** en este caso encontramos las dos partes, en la portada y contraportada vemos la utilización de la fotografía, pero en las páginas anteriores se repite su uso, como podemos observar en mayor o menor medida. Las ilustraciones son digitales y de estilo plano, se utilizan como apoyo visual para describir los datos. [Figura 106-107]



Figura 106: Detalle fotografía



Figura 107: Detalle ilustración

**Análisis de color:** la paleta que se utiliza se compone del color corporativo de la organización más de un color complementario. [Figura 108]



Figura 108: Paleta de colores corporativos

**Conclusión:** Tras haber analizado los dos casos se ha podido ver como el uso de un políptico frente al tríptico es mucho más versátil, utilizándolo correctamente puede ser un material esencial para este trabajo, aunque es posible utilizar otro tipo de plegado para crear un producto más innovador. Además, siguiendo el ejemplo de Greenpeace, se podría crear un pack promocional de la propia asociación, incluyendo diferentes elementos gráficos.

Siguiendo con el resto de aspectos analizados, encontramos como la diagramación es fundamental, pues hemos visto como es necesario que haya coherencia entre páginas, teniendo en cuenta el tipo de plegado. Por otro lado se ha visto cómo se abusa de la cantidad de información expuesta, quizás sería recomendable dejar más espacios en blanco, o rellenar con imágenes/ilustraciones, que como vimos en los dos casos funcionan muy bien para entender visualmente los datos proporcionados. Las fotografías deben ser de calidad y se pueden utilizar para unir páginas como en el segundo caso.

En cuanto a la tipografía, menos es más y se puede ver claramente como existe una buena legibilidad utilizando tipografía sans-serif para el texto general. Finalmente, la elección de la paleta de colores, debe ir en función de la paleta corporativa, pues el primer caso refleja cómo distrae de la identificación de la asociación al no contener ningún color corporativo. En cambio el segundo caso refleja la ivc, aunque haya utilizado un color secundario. Para el desarrollo de este proyecto, y tras este análisis se tomará como referencia la creación de un políptico, con un plegado más elaborado, páginas más visuales y con concordancia estética. Aunque no se descarta la posibilidad de crear un pack promocional, con elementos afines al tema que se expone en este proyecto.

## 2.2.b Otro material de promoción

En primera instancia se tenía pensado crear un folleto informativo sobre la asociación, tras investigar los más comunes, como son los trípticos.

Se observó como estos no aportan el espacio ni diseño que se buscaba de cara a este proyecto. Es por esta razón que la investigación se dirigió a los polípticos. Pero tras hacer una intensa búsqueda, se encontró un gran inconveniente, el coste de impresión y plegado. Por ello se descartó esta idea. Pero no por ello la idea de crear un folleto.

Se cambió el enfoque, y se orientó a la creación de un folleto auto plegable o que el propio usuario pudiera plegar siguiendo unas instrucciones. Creando así un políptico sin coste de plegado. Para ello se buscaron diferentes ejemplos reales, se han ordenado en función de la dificultad del plegado. En este caso no se tendrá en cuenta la paleta de colores ni la tipografía, pues esto ya se ha analizado en el apartado anterior.

### Nivel 1: Dificultad baja



Figura 109: Ejemplo 1. bit.ly/3OobAKW

En este caso, observamos como tanto la información como el plegado es muy simple, pero no deja de ser atractivo y original. Al ser un plegado en dos pasos, no es necesario que se haga en imprenta, perfectamente el usuario puede plegar. Y de esta manera se crea una relación entre público/ producto. [Figura 109]



Figura 110: Ejemplo 2. bit.ly/3QvkFdA

Este caso es muy parecido al anterior, el plegado sería en dos pasos, y además el propio diseño contiene un elemento [Figura 111], que mantiene el plegado unido. Como vemos, de nuevo la información no es muy extensa, pero visualmente el producto llama la atención y se ha resumido lo más importante sobre la marca en pocas líneas de texto. [Figura 110]



Figura 111: Detalle. bit.ly/3QvkFdA

## Nivel 2: Dificultad media



Figura 112: Ejemplo 3. bit.ly/39vcHR8



Figura 113: Ejemplo 3 (plegado). bit.ly/39vcHR8

Aunque a primera vista parezca un plegado complejo, apenas lleva tres pasos para realizarlo. En este caso, no se trata de un folleto si no de una carta de presentación, vemos como el resultado es muy vistoso, utilizando únicamente el plegado como elemento principal. [Figuras 112-113]

### Nivel 3: Dificultad alta



Figura 114: Ejemplo 4. bit.ly/3bcmUmh

Finalmente nos encontramos ante un folleto con un plegado complejo, que quizás ni siquiera podría realizarse por el usuario que lo recibiera. Es una buena referencia de cómo un folleto simple se convierte en un elemento con valor añadido, proporcionado por el plegado. [Figura 114]

#### Conclusión:

Tras haber analizado los diferentes niveles de plegado, se ha llegado a la conclusión de que para que realmente llame la atención, sería favorable crear un diseño con dificultad de nivel 3. El problema es que como vemos, no sería posible que el usuario lo plegara, con ello habrían gastos de plegado en imprenta, y por ende sería inviable su realización.

Pero gracias al último ejemplo se pudo observar la gran similitud que existe entre ese folleto y el conocido juego “comecocos”, que se explicará a continuación.



Figura 115: Comecocos 1. bit.ly/3006CuV

#### Comecocos:

Es un juego muy antiguo y conocido en muchas partes del mundo, por ende se le conoce por muchos nombres comecocos, pío-pío, pico-pico.. Pero su procedencia es asiática, fue creado por Akira Yoshizawa<sup>14</sup>. En España, y en concreto en Canarias, se lo conoce por un juego infantil, que debido a que es muy simple de crear ( se necesita una hoja de papel y un bolígrafo/lápiz), fue un juego muy popular en épocas complicadas como la posguerra. Ha llegado a nuestros tiempos, y no ha cambiado desde entonces. [Figuras 115-117]

<sup>14</sup> Akira Yoshizawa, nacido en Tochigi, el 13 de marzo de 1911, fallecido el 14 de marzo de 2005 en Tokio. Fue un notable maestro del origami japonés. Se le reconoce haber elevado el origami desde la artesanía o el simple pasatiempos a su condición artística, siendo por tanto uno de los “padres del origami”. [https://es.wikipedia.org/wiki/Akira\\_Yoshizawa#cite\\_note-biography-1](https://es.wikipedia.org/wiki/Akira_Yoshizawa#cite_note-biography-1)

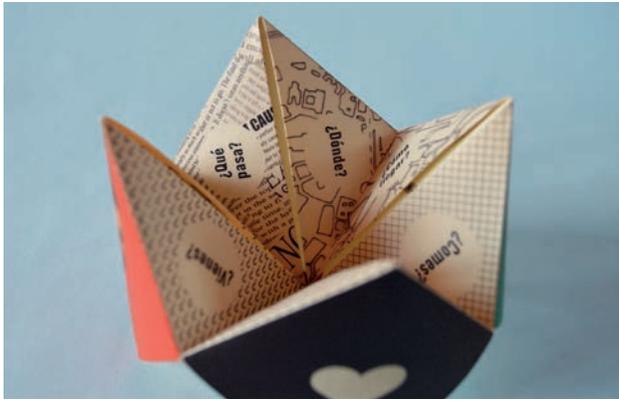


Figura 116: Comecocos 2. [bit.ly/3xZWqNA](https://bit.ly/3xZWqNA)



Figura 117: Comecocos 2 (interior). [bit.ly/3xZWqNA](https://bit.ly/3xZWqNA)

## 2.2. c Conclusión y justificación de la opción elegida

Sabiendo lo anterior, y tras los análisis realizados. Es posible aprovechar la cultura popular de este juego, y utilizarlo para divulgar información de la flora de una manera atractiva, además recordemos que este juego no tiene edad, lo conocen muchas generaciones. De igual modo, se pondrán unas instrucciones, por si alguna persona no lo recuerda o no lo conoce. De esta manera, olvidaremos el coste de plegado y ganaremos una revaloración del producto, al contener una función didáctica e interactiva.

## 2.3. Ilustración botánica

### 2.3.a Definición e historia

“La ilustración botánica es un tipo de ilustración que toma como base la estética de las plantas, bien sea con propósitos artísticos o científicos. El significado actual del término proviene de los trabajos de registro médico de las plantas en la época de las expediciones o viajes de exploración científica.

En el siglo XVI, la definición de ilustración botánica empezó a tener mayor fuerza e importancia para valorar el desempeño de los artistas que trabajaban con los científicos, jardineros o farmacéuticos. Gracias a los ilustradores botánicos, se podía compartir y expandir el conocimiento de las plantas, su labor era clasificar, identificar y analizar las distintas especies. Cuando se inició la ilustración de las plantas medicinales no existían las cámaras fotográficas y la única manera de conocer y saber a detalle cómo eran las flores y plantas, era a través de la ilustración botánica.” (Machuca, 2022)<sup>15</sup>

Aunque existen otras definiciones, como esta dada por la botánica Sylvia Strigari<sup>16</sup> “se basa en una observación minuciosa y tiene como objetivo servir a la ciencia. “La estrecha colaboración del botánico con el artista es necesaria para que se puedan resaltar los detalles que permitan la identificación inequívoca de la especie” Se podría decir, uniendo estas dos versiones que la ilustración botánica es a la vez arte y ciencia. Pues comenzó siendo el único método de captación y divulgación de la flora, pero con el

<sup>15</sup> Machuca, F. (2022, 7 enero). Ilustración botánica: ¡Descubre cómo incursionar en el arte botánico en pocos pasos! <https://www.crehana.com>. Recuperado 19 de junio de 2022, de <https://www.crehana.com/blog/dibujo-pintura/ilustracion-botanica/>

<sup>16</sup> La artista Sylvia Strigari es miembro de la American Society of Botanical Artists y del AM Painting Group de Inglaterra. Ha publicado sus acuarelas de orquídeas en las más reconocidas revistas ilustradas de botánica, entre ellas el prestigioso Curtis' Botanical Magazine, la Orchid Review y el Orchid Digest. <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2012/02/11/sylvia-strigari-la-acuarelista-de-las-orquideas.html#:~:text=La%20artista%20Sylvia%20Strigari%20es,Review%20y%20el%20Orchid%20Digest>.

tiempo se ha convertido en un estilo artístico muy valorado. Para poder comprender cómo se dió este gran paso es necesario conocer su historia.

“Antes de la invención de la fotografía, las ilustraciones botánicas eran la única forma de tener un registro de las especies de plantas en el planeta. Hoy en día, los libros de ciencias están llenos de detalladas fotografías muchas veces tomadas con un lente macro o con un microscopio que nos acercan al fascinante mundo de la flora y fauna. Sin embargo, antes de que existieran estas nuevas tecnologías, la ciencia dependía de artistas e ilustradores para poder compartir la belleza de las plantas con el mundo. El trabajo requería de una gran habilidad artística, mucha atención a los detalles, y conocimientos técnicos de horticultura.

En el pasado, las ilustraciones botánicas eran utilizadas por médicos, farmacéuticos, científicos y jardineros para ayudar en la identificación, análisis y clasificación de especies. Mientras que estas piezas ya no son tan relevantes para los investigadores actuales, los dibujos se han convertido en una fuente de inspiración para artistas que quieren hacer un homenaje contemporáneo a la vida vegetal.

La ilustración botánica es el arte de representar la forma, el color y los detalles de las plantas. La práctica se remonta al periodo entre el 50 y el 70 d.C., cuando el botánico griego Pedanius Dioscorides creó un libro Investigación específica 54 ilustrado titulado De Materia Medica para ayudar a los lectores a identificar especies de plantas con propiedades medicinales. Los procesos de impresión mejoraron mucho durante el siglo XVIII, lo que permitió que los colores y los detalles de los dibujos fueran aún más precisos en el papel. A medida que aumentó el interés por las publicaciones botánicas, los ilustradores botánicos se convirtieron en profesionistas respetados.” (Vargas, 2018)<sup>17</sup>

<sup>17</sup> Vargas, S. (2019b, marzo 14). Ilustraciones botánicas de 300 años de antigüedad y el arte que inspiran hoy. My Modern Met en Español. Recuperado 19 de junio de 2022, de <https://mymodernmet.com/es/historia-de-las-ilustraciones-botanicas/>

Dentro de la ilustración científica encontramos tres tipologías: formal, informal y artística.

**Formal:** medio visual que debe representar un concepto científico de forma fiel, exacta y objetiva, sin dejar espacio a ninguna licencia artística. Todo debe servir a un propósito científico y útil.<sup>18</sup>

**Informal:** tiene estilo propio y hace una clara interpretación de la realidad. Y, sin embargo, las especies son perfectamente reconocibles.<sup>19</sup>

**Artística:** a diferencia de las anteriores, no muestra la realidad, y toma referencia de la naturaleza para crear ilustraciones naturalistas, pero no realistas.

Desde el inicio de la ilustración botánica se han establecido ciertas técnicas, conocidas actualmente como clásicas:

“Las primeras fases de un dibujo elaborado se realizaban con instrumentos sencillos de trazo: punta de plata, tinta aplicada con pluma de ave o de caña, lápices de sanguina, carbón, plomo o sepia. La llegada del grafito a mediados del siglo XVII, junto con las acuarelas, que aportan sombreado y color, cambiaron un poco las reglas. El trazado a lápiz constituye, aún hoy, la base del proceso, aunque las herramientas y técnicas usadas en la elaboración posterior dependerán, fundamentalmente, de la finalidad del dibujo y de cómo será reproducido. La pintura al óleo ha sido escogida, de forma excepcional, para representaciones de gran formato, como los cuadros anatómicos, de especies botánicas o zoológicas, o naturalezas muertas.” (Ilustraciencia, s.f.)<sup>20</sup>

<sup>18</sup> Fraile, V. T. L. E. D. L. (2021, 28 septiembre). La libertad creativa como herramienta de divulgación científica. laurafrailart. Recuperado 21 de junio de 2022, de <https://laurafrailart.com/2021/09/28/la-libertad-creativa-como-herramienta-de-divulgacion-cientifica/>

<sup>19</sup> IDEM

<sup>20</sup> Cabezas L, López I, Olivier JC, Campos R, Barbero M. Dibujo Científico: arte y naturaleza, ilustración científica, infografía, esquemática. Dibujo y Profesión 4. Ed Cátedra, 2016, Madrid. <http://www.blog.illustraciencia.info/2017/01/tecnicas-tradicionales-de-dibujo.html>

Las que más destacaron fueron la acuarela y el óleo. Actualmente siguen siendo las más recurrentes dentro de las técnicas clásicas como el óleo o las acuarelas.

### 2.3.b Referencias tipológicas y autores clásicos

Cómo ya se ha mencionado anteriormente, encontramos tres grupos acerca de la ilustración botánica: Formal (científica), informal (divulgativa) y artística. Pero si hablamos de autores clásicos (1300-1900), debemos quedarnos únicamente con la ilustración formal, pues era la principal función de las láminas botánicas.

A continuación, se hará una breve introducción de algunos autores más influyentes de la época clásica y se hará un análisis de sus obras, en función de estos aspectos:

- Título
- Año de realización
- Formato
- Técnica
- Color
- Soporte
- Estilo

“Alberto Dürero (1471 – 1528) nace y muere en Núremberg, al sur de Alemania. Ya desde muy joven recibe conocimientos sobre pintura y grabado a través de su padre, orfebre, y de Michael Wolgemut, el pintor más destacado de su ciudad natal. Como era habitual en aquella época, al concluir sus estudios continuó su formación viajando a diversas ciudades de Alemania y a Venecia (1494), ciudad a la que regresaría entre 1505 y 1507, donde recibió las influencias de Mantegna y Giovanni Bellini. Previamente había contraído matrimonio y abierto un taller en Núremberg. En su trabajo Dürero representa por primera vez a las plantas tal y como crecen en la naturaleza. Reflejará hasta el más mínimo detalle, y sus observaciones tendrán una gran influencia en la representación de

flores y plantas hasta bien entrado el siglo XVII. Tan solo se conservan diez de estos fabulosos estudios. La rigurosidad con la que Dürero dibujó las diferentes hierbas que componen la imagen nos permite identificar la tipología de pradera representada, las especies e, incluso, descubrir algunas cualidades del entorno donde se desarrolla la escena.”<sup>21</sup> [Figura 119]



Figura 118: Paleta de colores. [bit.ly/3tSJE0E](https://bit.ly/3tSJE0E)

**Título:** La gran pradera  
**Año de realización:** 1503  
**Formato:** 40,8 cm x 31,5 cm  
**Técnica:** acuarela y gouache  
**Color:** [Figura 117]  
**Soporte:** papel  
**Estilo:** renacentista

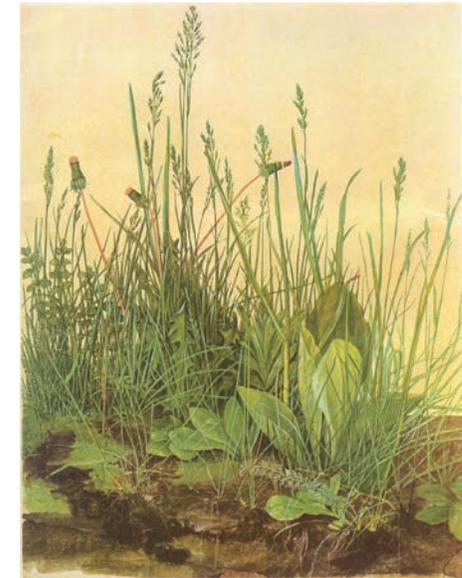


Figura 119: La gran pradera. [bit.ly/3NI6qzY](https://bit.ly/3NI6qzY)



Figura 120: Detalles. [bit.ly/3NI6qzY](https://bit.ly/3NI6qzY)



<sup>21</sup> Losa, C. (2016, 11 junio). La gran pradera de Dürero. Análisis botánico y paisajístico. | Herba Nova. Herba Nova | Estudio de Paisajismo. Recuperado 21 de junio de 2022, de [bit.ly/3n8k6JB](https://bit.ly/3n8k6JB)

Leonardo Da Vinci (1452-1519) Considerado el paradigma del homo universalis, del sabio renacentista versado en todos los ámbitos del conocimiento humano, incursionó en campos tan variados como la aerodinámica, la hidráulica, la anatomía, la botánica, la pintura, la escultura y la arquitectura, entre otros.<sup>22</sup> El método científico de Leonardo se basó en gran medida en la observación, y trató de comprender los elementos describiéndolos e ilustrándolos en detalle. Por eso se conservan en la actualidad muchos de sus dibujos y bocetos.<sup>23</sup> [Figura 122]



Figura 121: Paleta de colores. [bit.ly/3tSJE0E](https://bit.ly/3tSJE0E)

**Título:** Estrella de Belén  
**Año de realización:** 1505-1510  
**Formato:** 19,8 x 16 cm  
**Técnica:** pluma  
**Color:** [Figura 120]  
**Soporte:** pergamino  
**Estilo:** renacentista



Figura 122: Estrella de Belén. [bit.ly/30DL6fM](https://bit.ly/30DL6fM)



Figura 123: Detalles. [bit.ly/30DL6fM](https://bit.ly/30DL6fM)

<sup>22</sup> Colaboradores de Wikipedia. (2022, 20 junio). Leonardo da Vinci. Wikipedia, la enciclopedia libre. Recuperado 20 de junio de 2022, de [https://es.wikipedia.org/wiki/Leonardo\\_da\\_Vinc](https://es.wikipedia.org/wiki/Leonardo_da_Vinc)

<sup>23</sup> La botánica y Leonardo Da Vinci - El Genio Del Renacimiento. (2021, 18 julio). Leonardo Da Vinci. Recuperado 21 de junio de 2022, de [debit.ly/3HKodoq](https://debit.ly/3HKodoq)

### 2.3.c Referencias tipológicas y autores contemporáneos

A diferencia de la tipología anterior, cuando hablamos del arte botánico contemporáneo (1900-2020), hablamos tanto de ilustración formal como artística. Se pueden destacar las siguientes artistas, reconocidas tanto nacional como internacionalmente, se analizarán los mismos aspectos que en el punto anterior:

Joana Santamans, cursó Diseño y Arte en la EINA, Centro Universitario de Diseño y Arte de Barcelona y se siguió formando en Londres y Nueva York. Después de trabajar en varios estudios de diseño se pudo establecer por su cuenta. Su participación en proyectos muy diversos, le han hecho dominar un gran abanico de estilos diferentes, desde la pintura mural, el graffiti y la ilustración, hasta la pintura.<sup>24</sup> [Figura 125]

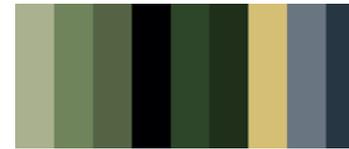


Figura 124: Paleta de colores  
[bit.ly/3tSJE0E](https://bit.ly/3tSJE0E)

**Título:** Flor de sauco  
**Año de realización:** 2020  
**Formato:** 29,7 x 42 cm  
**Técnica:** óleo  
**Color:** [Figura 123]  
**Soporte:** lienzo  
**Estilo:** realista



Figura 125: Flor de sauco. [bit.ly/3QEzwTI](https://bit.ly/3QEzwTI)

<sup>24</sup> Joana Santamans. (2020, 28 agosto). En Wikipedia, la enciclopedia libre. [https://es.wikipedia.org/wiki/Joana\\_Santamans](https://es.wikipedia.org/wiki/Joana_Santamans)



Figura 126: Detalles. [bit.ly/3QEzwTI](https://bit.ly/3QEzwTI)

Sara Boccaccini Meadows Diseñadora de estampados e ilustradora que divide su tiempo entre Brooklyn, Nueva York y Peak District. Sara se inspira en la naturaleza y en los pequeños detalles de su entorno cotidiano para crear ilustraciones impresas únicas y extravagantes.<sup>25</sup> [Figura 128]



Figura 127: Paleta de colores. [bit.ly/3tSJEOE](https://bit.ly/3tSJEOE)

**Título:** sin título

**Año de realización:** 2020

**Formato:** desconocido

**Técnica:** gouache

**Color:** [Figura 126]

**Soporte:** papel

**Estilo:** propio



Figura 128: Ilustración. [bit.ly/39K6xwG](https://bit.ly/39K6xwG)

<sup>25</sup> Sara Meadows – Botanical Watercolour Tutorial. (s. f.). Illuminated Shadows. Recuperado 21 de junio de 2022, de <https://www.illuminatedshadows.com/products/saraboccaccinimeadows>



Figura 129: Detalles. [bit.ly/39K6xwG](https://bit.ly/39K6xwG)

### 2.3.c Infografía y técnicas, en las láminas botánicas contemporáneas

En este apartado se analizarán infografías y libros con láminas botánicas. Se dividirá en tres grupos, internacional, nacional y local. Como ya se había hecho con el análisis de las asociaciones. Esto nos permitirá conocer diferentes formas de resolver el diseño de una infografía. Recordemos que se trata de ilustrar de manera muy visual una serie de datos, incluyéndose dentro de la propia ilustración. Este producto gráfico se utiliza mucho en los colegios porque atrae la atención de los alumnos y consiguen asociar los datos a los dibujos. Por esta razón se ha pensado que puede ser un buen recurso de cara a este proyecto, otro método de divulgación.

#### Internacional

En Canadá existe una empresa llamada Statistics Canada, que recopila datos de información diversa, los cuales ayudan a la población, empresarios, docentes y administraciones a comprender dicha información.<sup>26</sup>

Como podemos observar en la imagen, esta infografía representa los datos sobre las expectativas comerciales en Canadá a vista de 3 meses. Debido a que son muchos datos, se han mostrado de forma muy visual, la paleta de colores capta la atención, pero no eclipsa los datos, un punto fundamental a la hora de diseñar una infografía. Uno de los recursos que más

<sup>26</sup> Infographics. (2014, 22 septiembre). Statistics Canada. Recuperado 26 de junio de 2022, de <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/11-627-m/index-eng.htm>

se repiten en este ejemplo es la utilización de iconos, estos muestran una pista de qué hablan los datos. De esta manera es mucho más rápido buscar información concreta con mirar qué icono la representa. [Figura 130]

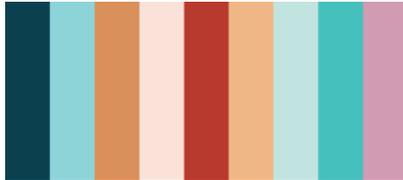


Figura 129: Paleta de colores. [bit.ly/3tSJE0E](https://bit.ly/3tSJE0E)

**Título:** Business conditions in Canada  
**Año de realización:** 2022  
**Formato:** 14,39 x 27,02 cm  
**Técnica:** digital  
**Color:** [Figura 130]  
**Soporte:** digital  
**Estilo:** plano/vectorial

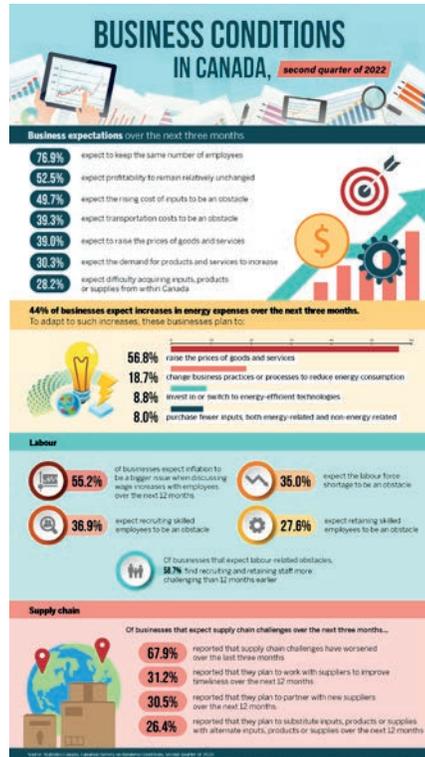


Figura 130: Infografía. [bit.ly/3ua25yf](https://bit.ly/3ua25yf)



Figura 131: Detalles. [bit.ly/3ua25yf](https://bit.ly/3ua25yf)



**Nacional**

Otro ejemplo sobre infografías, en este caso, proveniente de la empresa Iberdrola, una productora energética. La cual comparte información acerca de temas sostenibles y naturales.<sup>27</sup>

Se muestran las principales características de las especies endémicas. En este caso, no encontramos datos numéricos, sino pequeños párrafos de información. A cada párrafo se le ha asignado un icono, los cuales son también de estilo plano. Además, cada párrafo se asocia con un color plasmado en el título de estos. Lo más característico de esta infografía es sin duda, la ilustración de fondo, la cual contiene numerosos detalles, y es de carácter realista. Aclarando esto, no encontramos ante un buen diseño de infografía, pues la información es legible, se adecuan los colores de los iconos, ya que no interfieren con el fondo. [Figura 133]

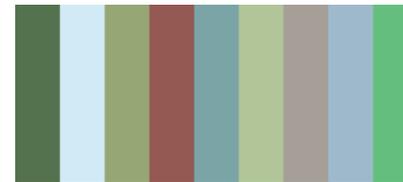


Figura 132: Paleta de colores. [bit.ly/3tSJE0E](https://bit.ly/3tSJE0E)

**Título:** Las principales características de las especies endémicas  
**Año de realización:** desconocido  
**Formato:** 14,00 x 19,80 cm  
**Técnica:** digital  
**Color:** [Figura 133]  
**Soporte:** digital  
**Estilo:** vectorial/realista



Figura 133: Infografía. [bit.ly/3QUtEoU](https://bit.ly/3QUtEoU)

<sup>27</sup> Iberdrola. (s. f.-a). Conoce a la Energética del futuro. Recuperado 26 de junio de 2022, de <https://www.iberdrola.com/conocenos>

## Investigación específica



Figura 134: Detalles. [bit.ly/3QUtEoU](https://bit.ly/3QUtEoU)

El primer ejemplo proviene de una página de la Primera revista especializada en temas botánicos publicada en Canarias, iniciativa del botánico alemán Günther Kunkel. Desde 1967 hasta 1977 editó desde su finca de Santa Lucía de Tirajana (Gran Canaria) los 28 números de estos Cuadernos, junto con suplementos y monografías, así como la revista Botánica Macaronésica. Publicada a intervalos irregulares, con una periodicidad mínima de, al menos, dos veces al año, ha sido obra de consulta imprescindible en el ámbito de la botánica macaronésica, incluyendo numerosas aportaciones de los más destacados especialistas de la flora canaria. Los cuatro primeros números aparecieron al amparo de la Sociedad Científica El Museo Canario y, a partir del quinto, con el patrocinio del Cabildo Insular de Gran Canaria.<sup>28</sup> [Figuras 136]



Figura 135: Paleta. [bit.ly/3tSJEOE](https://bit.ly/3tSJEOE)

**Título:** *Echium x lidii*  
**Año de realización:** 1977  
**Formato:** desconocido  
**Técnica:** tradicional  
**Color:** [Figura 129]  
**Soporte:** papel  
**Estilo:** científico / realista



Figura 136: *Echium x lidii*. [bit.ly/3HSY4Uz](https://bit.ly/3HSY4Uz)

<sup>28</sup> ULPGC. (s. f.). Cuadernos de botánica canaria. Recuperado 22 de junio de 2022, de <https://mdc.ulpgc.es/cdm/landingpage/collection/cbotanica>



Figura 137: Detalles. [bit.ly/3HSY4Uz](https://bit.ly/3HSY4Uz)

Por otro lado encontramos ilustraciones más actuales, que forman parte de una serie de infografías creadas por el Gobierno de Canarias. Han sido diseñadas para utilizarse en las aulas, enfocada a estudiantes de primaria y secundaria principalmente.<sup>29</sup> [Figuras 138]



Figura 138: Paleta. [bit.ly/3tSJEOE](https://bit.ly/3tSJEOE)

**Título:** Margarita de Famara  
**Año de realización:** 2017  
**Formato:** Din A4 extendido  
**Técnica:** digital  
**Color:** [Figura 138]  
**Soporte:** papel  
**Estilo:** plano / realista



Figura 139: Paleta. [bit.ly/39P097s](https://bit.ly/39P097s)

<sup>29</sup> Gobierno de Canarias. (2020, 21 abril). Flora canaria -. Recuperado 21 de junio de 2022, de <https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoescuela/recursosdigitales/coleccion/flora-canaria/>



Figura 140: Detalles. [bit.ly/39P097s](https://bit.ly/39P097s)

### 2.3.e Observaciones finales y Conclusiones.

Tras haber realizado este análisis, mezclando tanto artistas clásicos como contemporáneos, así como ejemplos locales, se han obtenido las siguientes conclusiones.

Se ha podido investigar los estilos que cada artista muestra en su obra, y se ha decidido optar por un estilo más cercano al de Sara Boccaccini y al de las infografías del Gobierno de Canarias. Manteniendo la estructura real de la planta, pero al proporcionarle color, se simplificará su paleta, llevándola a un registro claro y simple. Como pudimos ver en las ilustraciones anteriores, cada una tenía una variedad de verdes y marrones, esto se mantendrá pero no se crearán detalles de cada parte.

A pesar de que la calidad y perfección de autores como Durero, captan la atención, quizás no sea el mejor estilo a llevar en las láminas. Pues se debe recordar que este proyecto va dirigido a la población general, la cual no conoce términos científicos. Por lo que sería más viable diseñar una ilustración menos detallista, con la finalidad de que sea reconocible sin la necesidad de representar la rugosidad de sus tallos y hojas.

Finalmente, tras la reflexión anterior, se ha optado por utilizar la ilustración digital, ya que facilita la integración de las ilustraciones en más productos gráficos. Además, permite una simplificación más viable de las especies.

## 2.4. Arte digital

Tras haber decidido la ilustración digital como la técnica que se utilizará en este proyecto, es necesario conocer bien de qué se trata y cómo podemos llevarla a cabo.

Dentro del arte digital, en concreto, dentro de la ilustración digital, existen numerosas opciones para crear una obra artística. Es por ello, que es necesario investigar cuales son los más utilizados y estudiar, cual de ellos aportará un mejor resultado, para este proyecto. El primer paso, como en el punto anterior, es estudiar qué es y cómo se desarrolla.

**Definición:** “La ilustración digital es la realización de imágenes artísticas por medio de herramientas tecnológicas, principalmente el ordenador. De esta manera el artista puede crear una amplia gama de imágenes a partir del uso de programas que simulan técnicas tradicionales en un ambiente digital. La Ilustración Digital se combina muchas veces con la Ilustración Tradicional, para llegar a resultados muy personales y estilos únicos que están marcados por la impronta del artista.” (xcolme, 2019)<sup>30</sup>

A continuación, se estudiarán diferentes puntos referentes a la evolución de la ilustración digital. Y se mostrarán referencias de cada uno:

- Programas más utilizados
- Rebelle, más allá de la ilustración digital
- Tabletas gráficas

### Programas más utilizados

**Krita:** es una completa aplicación creativa para dibujar y pintar con funciones avanzadas de calidad comercial. Es gratuito, de código abierto y está disponible en todas las principales plataformas de escritorio. Interfaz de usuario intuitiva que se mantiene fuera de su camino. Los acopladores y

<sup>30</sup> marketing. (2019, 12 julio). *¿Que es la Ilustración digital? Herramientas y técnicas.* xcolme. Recuperado 19 de junio de 2022, de <https://xcolme.es/ilustracion-digital/>

## Investigación específica

los paneles se pueden mover y personalizar para su flujo de trabajo específico. Una vez que tenga su configuración, puede guardarla como su propio espacio de trabajo. También puede crear sus propios accesos directos para herramientas de uso común.<sup>31</sup> [Figura 141]

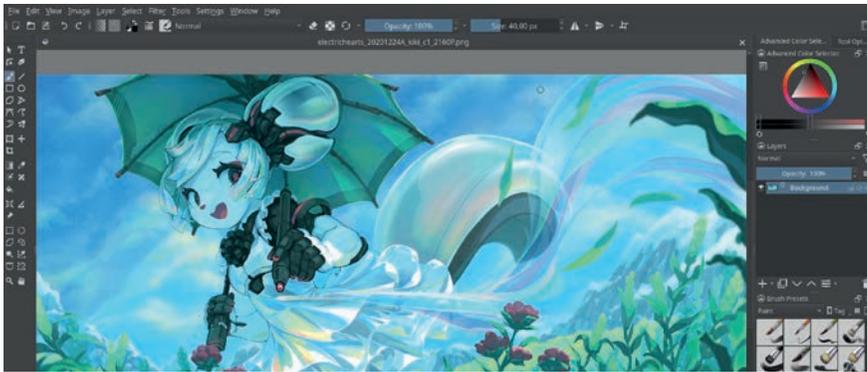


Figura 141 Interfaz Krita. [bit.ly/3NaWUol](https://bit.ly/3NaWUol)

**Clip Studio Paint:** Potente herramienta de dibujo e ilustración. Si busca más información sobre Clip Studio Paint como capturas de pantalla, comentarios y revisiones, debe visitar nuestra página de información al respecto. A continuación encontrará las mejores alternativas.<sup>32</sup> [Figura 142]

**Corel Painter:** es una aplicación de arte digital basada en ráster creada para simular con la mayor precisión posible el aspecto y el comportamiento de los medios tradicionales asociados con el dibujo, la pintura y la impresión. Está destinado a ser utilizado en tiempo real por artistas digitales profesionales como una herramienta creativa funcional.<sup>33</sup> [Figura 143]

<sup>31</sup> Alternativas a Krita. (s. f.). Mejor software. Recuperado 19 de junio de 2022, de <https://mejorsoftware.info/tools/krita>

<sup>32</sup> Alternativas a Clip Studio Paint. (s. f.). Mejor software. Recuperado 19 de junio de 2022, de <https://mejorsoftware.info/tools/clip-studio-paint>

<sup>33</sup> Alternativas a Corel Painter. (s. f.). Mejor software. Recuperado 19 de junio de 2022, de <https://mejorsoftware.info/tools/corel-painter>



Figura 142: Interfaz Clip Studio Paint. [bit.ly/3zYNYJI](https://bit.ly/3zYNYJI)



Figura 143: Interfaz Corel Painter. [bit.ly/3HMuzUq](https://bit.ly/3HMuzUq)

**Procreate:** Procesamiento o aplicación de la ilustración digital más potente e intuitiva disponible para iPad. Reemplazo de los recursos que los artistas adoran, incluido 120 puntos incrustados, combinación avanzada de cámara de diseño de 64 bits y un mecanismo de pincel excepcionalmente poderoso.<sup>34</sup> [Figura 144]

<sup>34</sup> Alternativas a Procreate. (s. f.). Mejor software. Recuperado 19 de junio de 2022, de <https://mejorsoftware.info/tools/procreate>

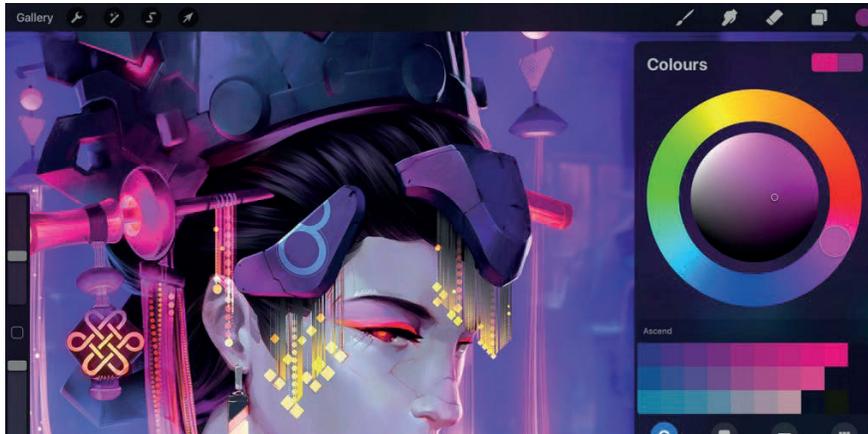


Figura 144: Interfaz Procreate. [bit.ly/3nclje4](https://bit.ly/3nclje4)

## Rebelle

Este programa se ha puesto por separado debido a su singularidad. Rebelle es el galardonado software de pintura hiperrealista con óleos, acrílicos, acuarelas y otros medios húmedos y secos fenomenales. La mezcla de colores de pigmentos de pintura, el espesor del aceite, la difusión de acuarela y la tecnología NanoPixel imitan de manera convincente la forma en que los medios naturales interactúan con el lienzo y con ellos mismos. Está diseñado para todos los que quieran explorar sus habilidades artísticas utilizando la tecnología digital, sin importar el nivel de competencia. Sus herramientas de última generación sin duda cambiarán la mente de todos los que no creen en el arte digital.

La simulación de acuarela única fue creada por el artista Peter Blaškovič como uno de sus proyectos de dibujo experimental. La visión es crear un software versátil con las herramientas de pintura más naturales. Los artistas pueden explorar todo tipo de técnicas de pintura muy realistas trabajando con una amplia gama de medios. <sup>35</sup> [Figura 145]

<sup>35</sup> Blaskovic, P. (s. f.). *Rebelle | real media paint software @escapemotions*. Peter Blaskovic. Recuperado 19 de junio de 2022, de <https://www.escapemotions.com/products/rebelle/about?//products/rebelle/index.php>

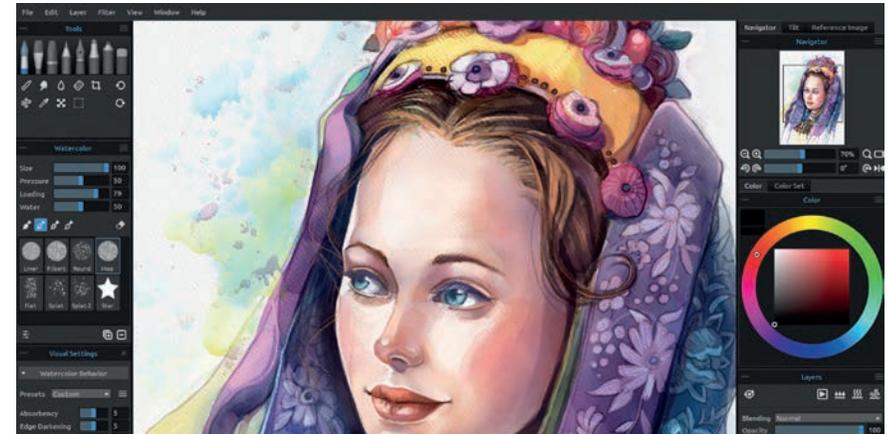


Figura 145: Interfaz Rebelle. [bit.ly/3xOL51B](https://bit.ly/3xOL51B)

Dentro de todas las posibilidades artísticas que ofrece, se encuentran las siguientes:

- Mezcla de acuarela transparente
- Acuarelas reales con granulación
- Grabar lapso de tiempo

## Tabletas gráficas

Ya hemos conocido los diferentes programas que se pueden utilizar, y sus fortalezas. Pero hoy en día, existen más herramientas de cara a la ilustración digital. Hablamos de las tabletas gráficas (dejando a un lado el Ipad, ya que no se utiliza específicamente para la ilustración).

Una Tableta Gráfica o también llamada Tableta Digitalizadora, es un dispositivo externo, que se conecta a una computadora mediante un cable USB o de forma inalámbrica por medio de la tecnología del bluetooth y que permite mediante un bolígrafo o lápiz dibujar directamente sobre la tableta viendo los resultados en el ordenador.

Estos dispositivos, gracias a sus niveles de sensibilidad permiten detectar la presión y el ángulo del trazo, logrando efectos muy realistas, como si

fueran hechos en un papel con un lápiz tradicional.<sup>36</sup> Existen dos tipos de tabletas, con pantalla y sin pantalla. [Figuras 146-147]



Figura 146: Tableta con pantalla. [bit.ly/3tRvhtR](https://bit.ly/3tRvhtR)



Figura 147: Tableta sin pantalla. [bit.ly/30kSvRe](https://bit.ly/30kSvRe)

## 2.4.a Conclusión

Tras haber investigado los puntos anteriores, se han llegado a varias conclusiones. En cuanto al tipo de ilustración, ya se había comentado que era más viable la utilización de la ilustración digital frente a la tradicional, debido a la versatilidad de esta. Pero tras estudiar los diferentes programas con los que se puede desarrollar, se ha elegido Procreate, como principal herramienta. Esto se ha decidido, debido a sus características ya nombradas, este proyecto se basa en la naturaleza, y es necesario poder transmitir en la ilustración un trazo orgánico y plasmar los detalles de una forma muy natural. Y este programa es idóneo debido a sus numerosos pinceles y puntos de presión. Aunque también se ha elegido por su soporte, el Ipad, al ser portátil, se puede desarrollar el trabajo desde cualquier lugar.

## 2.5. La flora como recurso turístico

“El turismo de naturaleza es una vía útil para adjudicar valor de uso directo a la biodiversidad. De esta forma se puede compatibilizar su conser-

vación con la obtención de ciertos beneficios económicos que fomenten el desarrollo de las comunidades asentadas en las áreas protegidas. En España, un país donde el turismo tiene un papel económico dominante, se abre camino este tipo de actividad aprovechando su variedad ambiental. La Península Ibérica es uno de los entornos más biodiversos de Europa, el origen de los turistas que visitan la zona. Su pasado biogeográfico, su condición montañosa y la insularidad de ciertas áreas la hacen particularmente atractiva para el disfrute de la naturaleza. Además, su complementariedad climática con Centroeuropa la configuran como un destino interesante durante el invierno, período en el que los lugares más térmicos del mediterráneo conocen su óptimo ambiental (floración, fructificación, recepción de avifauna invernante...). En este contexto, la extensa red de espacios naturales protegidos ejerce un papel centrípeto sobre los visitantes que desarrollan allí diferentes actividades (senderismo, observación de la fauna, etc.).

También realizan actividades potencialmente perjudiciales para la conservación de la biodiversidad que hay que controlar. La afluencia turística a los espacios naturales se compone, básicamente, de visitantes nacionales. Hay un pequeño aumento de visitantes extra-ibéricos especializados en actividades de observación y estudio de la naturaleza. Se trata de un turismo minoritario que está siendo promocionado a través de diferentes medidas regionales, nacionales y europeas.” (Tellería, 2009)

## 2.5.a El papel de las áreas protegidas

“Las áreas protegidas constituyen un reclamo explícito para el turismo de naturaleza en la medida en que son creadas para conservar especies frecuentemente emblemáticas o espacios relevantes por su belleza o interés. Son, además, los lugares donde se ordena ese flujo de visitantes para evitar su impacto sobre el medio ambiente y se les brindan los servicios necesarios. Es evidente que en aquellos países que ofrecen un turismo de naturaleza a escala internacional, los parques configuran una red de enclaves en cuyas inmediaciones se concentran los servicios necesarios

<sup>36</sup> Qué es una Tableta Gráfica y para qué sirve. (2020, 26 abril). Tablet Digitalizadoras. Recuperado 19 de junio de 2022, de <https://tabletasdigitalizadoras.net/que-es-una-tableta-grafica/#.Yq-WxnbP0dU>

para atender a los visitantes foráneos. Son los lugares donde se generan buena parte de las divisas ingresadas a través de la actividad turística. En otros contextos más locales o regionales, el flujo de visitantes de día o fin de semana también genera una actividad vital para las localidades afectadas (hoteles, casas rurales, deporte de naturaleza, etc.). Es casi inevitable, por lo tanto, considerar que las áreas protegidas son los enclaves alrededor de los que se realiza buena parte del turismo de naturaleza.” (Tellería, 2009)

### 2.5.b El turismo de naturaleza en España

“El turismo de naturaleza en España viene creciendo de forma continuada, en particular en las áreas más montañosas o frías de la mitad norte donde se combina con otro tipo de ofertas (arte, gastronomía, etc.) constituyendo, por lo tanto, una parte de este turismo rural. Su desarrollo ha sido tardío en comparación con otros países del entorno europeo donde este turismo inicia sus actividades en los primeros años del siglo XX. Su impulso en España tiene lugar en un contexto del despoblamiento del medio rural (aflujo de la población hacia las grandes ciudades desde los años 60), en una coyuntura internacional de promoción de esta actividad (el año 2002 fue declarado Año Internacional del Ecoturismo por la ONU, tuvo lugar la Cumbre Mundial sobre Ecoturismo en Quebec, etc.) y se ha encuadrado dentro de la Política Agraria Comunitaria de la Unión Europea (por ejemplo, los programas LEADER y PRODER).” (Tellería, 2009)

Particularmente en el ámbito de las Islas Canarias, esta ventaja turística se multiplica, pues el sector del turismo está aún más desarrollado que en el resto de España. Por lo que utilizar los parajes naturales como método para atraer turismo, es posiblemente uno de los recursos más factibles que podemos utilizar en el archipiélago. La idea no es utilizar el medio para conseguir visitantes, sino aprovechar los visitantes para conseguir conservar la biodiversidad. Hay varios tipos de turismo en la isla, por un lado encontramos el famoso turismo de sol y playa, en el cual, también se podría promover el cuidado de la flora oceánica para promover playas con

agua de calidad. Pero el turismo que realmente interesa en este ámbito, es el turismo rural, donde los turistas buscan disfrutar de los paisajes y especies únicas de las islas. Cuanto mejor conservemos la flora de las islas, más prestigio adquiriremos como destino rural, como destino ecológico y limpio. Se debe hacer un cambio de pensamiento, ya que actualmente, se adapta el medio para el turista, pero lo ideal es conservar la integridad del terreno y que sean las personas las que deben adaptarse a él. Aunque es cierto que en ciertos casos es necesario crear accesos y adaptar ciertos senderos, siempre debe hacerse sin dañar el entorno natural.

A continuación, veremos un esquema de las zonas protegidas de las islas, donde podemos probar lo anteriormente mencionado. Ya que contamos con gran superficie que presenta las suficientes características para que se consideren zonas protegidas. [Figura 148]

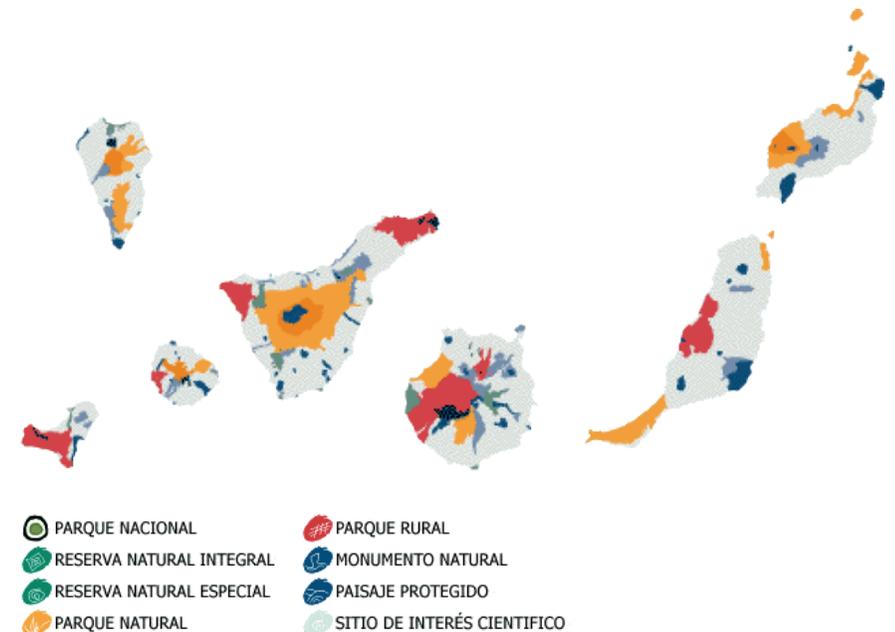


Figura 148: Esquema zonas protegidas. [bit.ly/38ugbCZ](https://bit.ly/38ugbCZ)

## 2.5.c Políticas ambientales orientadas hacia el turismo

Ecuador en 2019, antes de la crisis sanitaria, registró un volumen de turistas superior a los 2,4 millones, principalmente concentrados en los espacios naturales protegidos de Islas Galápagos y la Amazonía. Este flujo turístico generó un total de 1.871 millones de dólares USD en ingresos directos por la actividad turística y más de 2.287 millones en ingresos por divisas por turismo, alcanzándose la mejor cifra de aportación de la actividad turística al PIB Nacional (un 2,2%) tras un crecimiento continuo en la última década sólo truncado por la crisis de la pandemia del Covid-19 en 2020 (Instituto Geográfico Militar, 2020).

En este sentido, hay que aclarar que en 2019 del total de turistas registrados en Ecuador (2.430.000), unos 2.057.847 (un 84,6%) visitaron algún espacio natural protegido, siendo el Parque Nacional de Machalilla, las Islas Galápagos y la Reserva Marino-Costera de Puntilla de Santa Elena los que acapararon una parte muy importante de dichas visitas.

La importancia de las áreas protegidas de Ecuador como soporte fundamental de su oferta turística se explica por ser uno de los 17 países de mayor biodiversidad del mundo y por ocupar el segundo lugar en número de especies endémicas, además de contar con 17 diferentes ecosistemas y con un 35% de su extensión territorial cubierta por biomas no perturbados, sobre todo en la región del Amazonas. Su Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) abarca, de hecho, el 13,64% del territorio nacional, con un total de 64 espacios protegidos y una extensión de 18.401.927 has. (Mendoza et al., 2022).<sup>37</sup>

La declaración final contiene disposiciones sobre los derechos y responsabilidades de las Partes Contratantes en sentido amplio, que siguen siendo relevantes y algunas de ellas incluyen obligaciones generales y otras más detalladas. Las principales disposiciones que se aplican son

las que instan al establecimiento de áreas protegidas, de manera que el artículo II estipula que los Gobiernos Contratantes establecerán parques o reservas nacionales, monumentos naturales o reservas de regiones vírgenes tan pronto como a juicio de las autoridades del país sea necesario, lo permitan las circunstancias y se notifique previamente a la Unión Panamericana la creación de dichas áreas y de los sistemas administrativos adoptados para su gestión y planificación. Esta convención define cuatro categorías de áreas protegidas (Art. I) que siguen teniendo vigencia y sentido en las distintas regiones de Ecuador:

1. Los parques nacionales, establecidos para la protección y conservación de las bellezas escénicas naturales y de la flora y fauna de importancia nacional, así como para su disfrute por parte de la ciudadanía.
2. Las reservas nacionales, establecidas para la conservación y utilización, bajo vigilancia oficial, de las riquezas naturales, en las cuales se dará a la flora y la fauna la máxima protección que sea compatible con los diversos fines para los que son creadas, entre ellos –al menos en teoría– el desarrollo sostenible de las poblaciones aledañas.
3. Los monumentos naturales, cuyo fin es conservar algún elemento natural específico tales como especies vivas tanto animales como vegetales y de interés biológico, estético o valor histórico o científico. A estos monumentos se les da una protección absoluta y en ellos sólo permiten los usos de carácter investigador y científico debidamente autorizados, así como las inspecciones de control ambiental pertinentes de las autoridades gubernamentales.
4. Las regiones vírgenes, que son administradas por los poderes públicos en aquellos lugares en los que existen condiciones primitivas de muy alto nivel de conservación en materia de flora y fauna, paisaje, culturas y formas de vida tradicionales, etc., con ausencia de caminos y vías de comunicación para el tráfico rodado de motor y sin explotación comercial apreciable.

<sup>37</sup> Mendoza-Montesdeoca, I. et al. (2022). *Environmental public policies and sustainable tourism development in Ecuador's protected areas*. Revista de Estudios Andaluces, 43, 106-124. <https://dx.doi.org/10.12795/rea.2022.i43.06>

La utilización de esta gama de categorías de áreas protegidas en función de una serie de objetivos de conservación y manejo sostenible de estos espacios, tiene en Ecuador su plasmación en una gama aún más amplia de áreas protegidas que van desde una protección integral y absoluta de determinados espacios hasta la compatibilización con la autorización en otras áreas de determinados usos del suelo y actividades económicas y sociales sometidas a determinadas regulaciones.<sup>38</sup>

Por otro lado, el Gobierno de Costa Rica, ha desarrollado varios proyectos para visibilizar la importancia de la política ambiental. A raíz de esto, se han creado varios productos gráficos que incluyen imágenes y fotomontajes. A continuación se muestran dos ejemplos. [Figura 149-150]

En la primera imagen encontramos el cartel anunciador del Plan del programa Gestión Ambiental institucional. Vemos que se trata de un fotomontaje, la imagen de fondo muestra un tratamiento de filtros con degradados, esto no es recomendable de cara a la impresión, pues puede causar problemas. Por otro lado encontramos las imágenes, incrustadas dentro de unos círculos, este recurso es algo anticuado, e inhabilita la correcta visión de las fotografías. En cuanto a la fotografía, es adecuada, es sans-serif y legible. [Figura 149]

La segunda imagen, se trata de un cartel dedicado a la publicidad sobre por qué la cultura de Costa Rica está afectada por la política ambiental. Se compone de dos ilustraciones, las dos se han realizado mediante técnica digital, imitando acuarelas. El resultado es muy vistoso y refleja la cultura costarricense con un estilo moderno. En cuanto al título, presenta dos tipografías de palo seco, el título principal muestra una versión bold y compensa el peso visual frente al subtítulo y la cenefa que lo acompaña. Por esta razón presenta un buen diseño, equilibrado y atractivo. [Figura 150]



Figura 149: Cartel 1. [bit.ly/3zYZ4o8](https://bit.ly/3zYZ4o8)

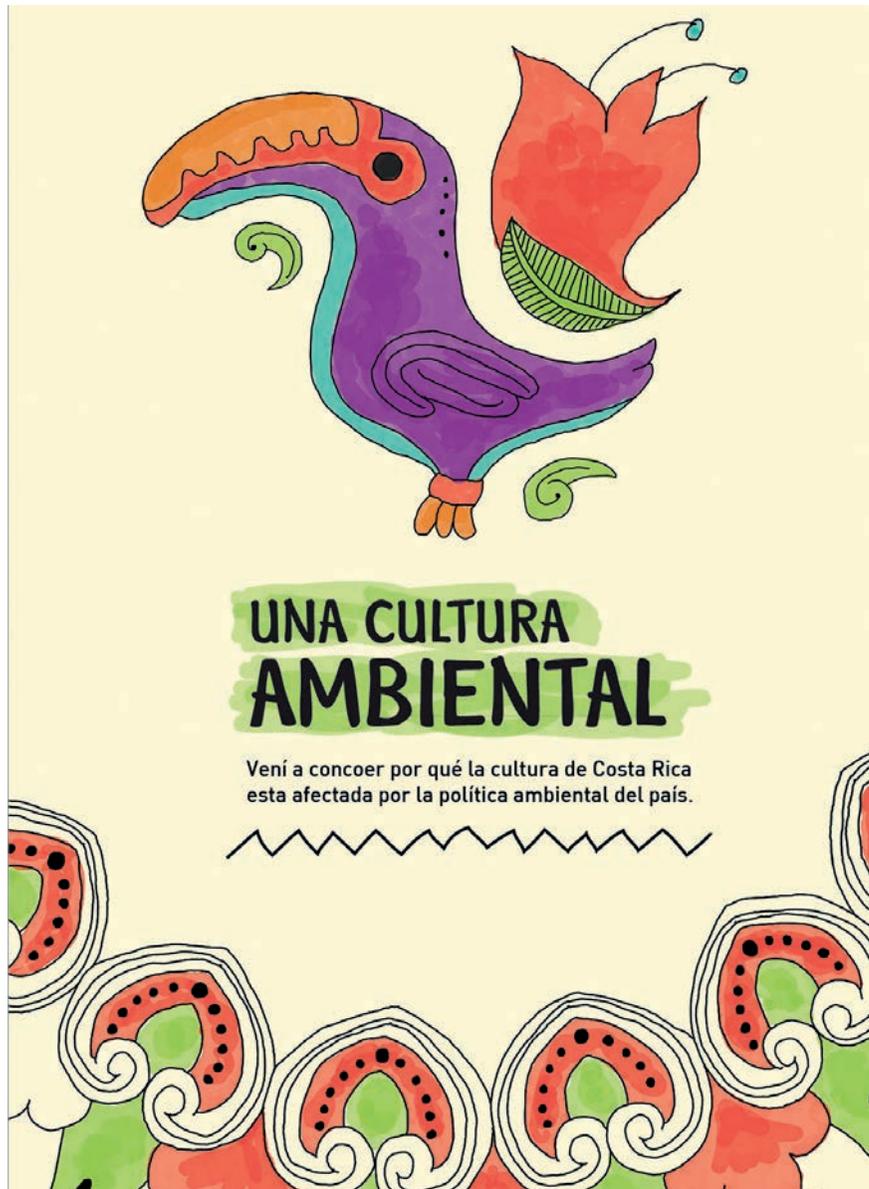


Figura 150: Cartel 2. [bit.ly/3HOxSKJ](https://bit.ly/3HOxSKJ)

## 2.6. Conclusión investigación específica

Tras haber investigado acerca de las láminas, su funcionalidad y la ilustración botánica, en todas sus variantes (formal, informal y artística), se ha llegado a dos conclusiones:

1. Aunque las ilustraciones de Durero y Da Vinci son obras de arte en sí mismas (estilo formal/científico), requieren de una técnica específica, para poder representar con tanto detalle cada parte de un ejemplar. Es por esta razón que se ha decidido optar por crear ilustraciones de estilo informal y artístico, pues de igual manera son estilos viables para la divulgación de información. Además, debido a que se simplifican los detalles, será menos probable encontrar errores en la impresión.
2. Teniendo claro el estilo de las ilustraciones, y tras haber investigado a varios autores y autoras, es necesario elegir la técnica con la que se van a llevar a cabo las láminas. A causa del estilo elegido (informal y artístico) y gracias a las ventajas de adaptación en medios gráficos, se ha elegido el medio digital. El último paso era hacer un estudio de los diferentes programas más demandados por los artistas digitales. Tras ver sus características, se ha elegido Adobe Illustrator para realizar las ilustraciones. Este programa no se incluyó en el estudio, ya que ha sido utilizado a lo largo del grado, y se conocen sus posibilidades artísticas.

# **3. Desarrollo del proyecto**

## 3.1. Ideación de la ivc

Una vez decidido el enfoque del proyecto, se procede a la planificación para su correcta ejecución. Para ello, se ha elaborado un briefing, con el cuál se analiza cada una de sus partes consiguiendo textualizar y enfocar adecuadamente cada una de ellas.

### 3.1.a Briefing

Este proyecto está dirigido para la población en general, aunque se centra más en personas a partir de 12 años. Ya que se tratan conceptos que el público infantil quizás no pueda llegar a comprender. Se ha enfocado de esta manera, debido a que se quiere crear un asociación que pueda divulgar información al mayor número de personas posibles.

Este proyecto se compone de la creación de una asociación de divulgación de información acerca de la flora existente en el archipiélago canario. Se ha determinado así, ya que se ha podido comprobar como cada vez, la flora autóctona y endémica de las islas, corre peligro de desaparecer. Y en la mayoría de los casos es a causa de acciones humanas por falta de información. Además, existe un gran problema por parte de la población canaria, no presenta una comunidad aliada con el medio ambiente y el terreno. Este inconveniente se quiere erradicar creando el sentimiento de pertenencia sobre las especies que habitan en cada una de las islas.

Por otro lado, se ha encontrado con una gran variedad de especies endémicas que sólo conocen un número reducido de personas. ¿Cómo pretendemos proteger lo que no conocemos? Este proyecto tratará de resolver estos problemas apoyándose en las bases científicas y el diseño. Creando contenido visual atractivo para el espectador, como consecuencia obtendremos interés y por ende, conocimiento acerca de los elementos que forman el suelo que pisamos cada día. Es fundamental entender cómo y de qué manera podemos ayudar a conservar y proteger la flora de nuestra tierra.

### 3.1.b Naming

Para la creación de la asociación era necesario crear una identidad visual corporativa, que la dotase de un nombre propio, capaz de ser reconocido por la población. Y que fuera distintivo frente a otras entidades u organizaciones que promueven el mismo tema.

Para esto se han seguido varias metodologías, por un lado se ha creado un mapa mental, el cual se divide en diferentes ramas, según el tema posible del cuál podría tratar la ivc. Como podemos ver en la imagen, se presentan nombres diversos tanto como categorías, esto es así debido a que no sólo se han buscado nombres de especies reales, sino cualquier elemento que pudiera identificarse con la flora canaria y con las islas. [Figura 151]



Figura 151: Mapa mental. Elaboración propia.

Tras haber hecho un barrido, descartando los nombres que no representaban los valores de la asociación, se han seleccionado dos: *Raíz canaria* y *Brote canario*. En primera instancia se eligió Brote canario, pero tras

hacer algunas pruebas de composición se pudo ver que no funcionaba, debido a que su estructura era muy alargada [Figura 152 y 153]. La palabra brote funcionaba y representaba perfectamente la marca, con lo cual, se buscó la posibilidad de eliminar o sustituir la palabra canario. Estaba claro, que su eliminación total era imposible, ya que era necesario poder identificar geográficamente a la asociación.

Aprovechando que también debía añadirse un *tagline* a la identidad, para indicarle a la población que se trataba de una asociación, se incluyó la especificación geográfica. Para ello se pensó en las cualidades que esta debería portar, como la protección, conservación y divulgación. Finalmente se decantó por: *Asociación para la protección y conservación de la flora canaria*.

Se eligió la palabra brote debido a que alude al nacimiento de la vida, de la esperanza. Y es que esta asociación no sólo pretende aportar información al usuario sino que incluye la idea de proporcionar un haz de luz sobre la racha de especies que están en peligro de extinción o han llegado a desaparecer. Por ello es fundamental apoyarse sobre un nombre positivo, que recuerde lo que podremos crear si cuidamos la flora de nuestras islas.



Figura 152: Boceto ivc 1. Imagen propia.



Figura 153: Boceto ivc 2. Imagen propia.

### 3.1.c Primeras propuestas

Una vez se ha definido el naming del proyecto, se procede a crear la identidad visual corporativa. Este paso es fundamental, ya que será lo primero que vea la población sobre la asociación, será el método de identificación por parte de la sociedad, es por ello que requiere una ejecución precisa.

Para su desarrollo se basará en tres aspectos indispensables:

- Legibilidad
- Originalidad
- Versatilidad

Siguiendo los puntos anteriores se comenzó a diseñar la identidad, desde un primer momento se buscó crear un imagotipo (un logotipo compuesto por un símbolo o grafismo), ya que se buscaba crear un símbolo identificador de la asociación que pudiese utilizarse en el material gráfico así como en los diferentes soportes. Siguiendo esta idea, se comenzó creando un brote, utilizando primero un soporte físico (cuaderno de dibujo) y más tarde sobre soportes digitales como Adobe illustrator como herramienta, para conseguir una mejor estructura, se basó en una estética simple e ilustración plana. [Figuras 154 y 155]



Figura 154: Boceto brote. Imagen propia

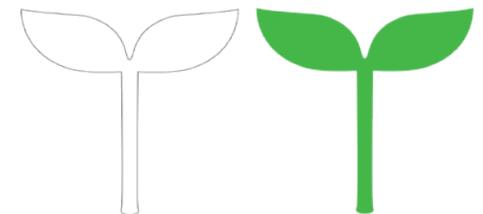


Figura 155: Boceto brote. Imagen propia

Tras hacer muchas pruebas con esta idea, se pudo ver como incluir un símbolo dentro de la tipografía era inviable. Es por esta razón por la cuál se siguieron creando bocetos, utilizando esta vez la hoja como elemento identificador y en soportes digitales (GoodNotes) [Figura 156 y 157]

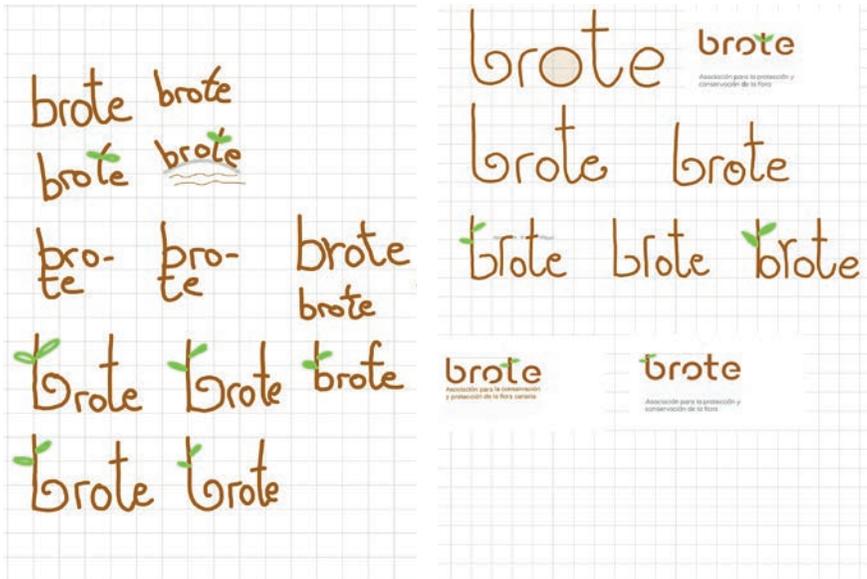


Figura 156: Bocetos brote. Imagen propia

Figura 157: Bocetos brote. Imagen propia

Debido a la simplicidad de la hoja, fue mucho más gratificante incluirla en las composiciones. Tanto es así que se probó incluirla en una letra que compone el nombre. El resultado fue un elemento duplicado y superpuesto. Se probaron dos diseños, las hojas como parte del asta de la b y como sustituto de los brazos de la T, de estilo minimalista y plano. [Figura 158]

Para la tipografía se hizo un estudio de diferentes estilos, tanto para el imagotipo como para el tagline [Figuras 159 y 160]. Finalmente se decidió utilizar la tipografía Chillax, en su versión bold para el título y la tipografía Muli en su versión light para el tagline. Ambas son sans-serif con formas redondeadas y portan una licencia Open font. [Figura 161]

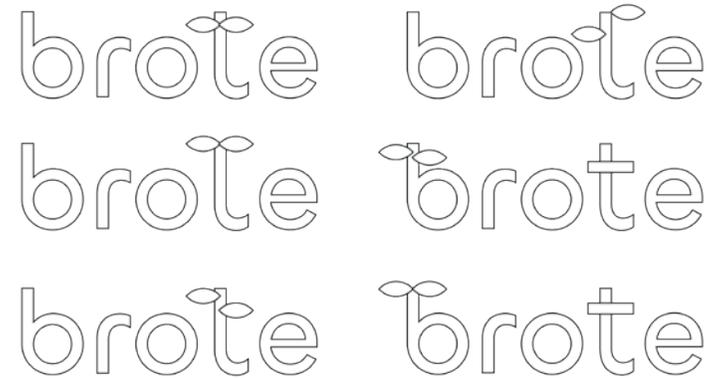


Figura 158: Hojas integradas boceto. Imagen propia

Serifa	Sans-serif
Brote (Bell MT)	Brote (Century Gothic)
Brote (Bookman Old Style)	Brote (Montserrat)
Brote (Georgia)	Brote (Nunito)
Brote (Lucida Bright)	Brote (Roboto)
Brote (Cambria)	Brote (Quicksand)
Caligráfica/ Monoespaciada	
Brote (Chillox)	
Brote (Monotype Corsiva)	
Brote (Courier New)	

Figura 159: Pruebas de tipografía 1. Imagen propia

Serifa	Sans-serif
Asociación (Bell MT)	Asociación (Century Gothic)
Asociación (Bookman Old Style)	Asociación (Montserrat)
Asociación (Georgia)	Asociación (Muli)
Asociación (Lucida Bright)	Asociación (Roboto)
Asociación (Cambria)	Asociación (Quicksand)

Figura 160: Pruebas de tipografía 2. Imagen propia

### Chillax Variable Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

### Muli Extralight

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

Figura 161: Tipografías definitivas. Imagen propia

Para conseguir una IVC aún más original y reconocible se modificó la propia tipografía principal, la Chillax. Tras ver el resultado obtenido de la composición, y tras interiorizar el significado de brote, se reflexionó acerca de cómo poder reflejarlo en las propias letras. Un brote es algo inmaduro, tierno y en proceso de crecimiento. Con lo cual, se pensó que las letras cerradas como la B o la O debían abrirse, aludiendo a la idea de que aún no han terminado de formarse, porque son brotes. El resto de letras, por su anatomía, ya reflejaban esa idea, y no era necesario modificarlas. [Figura 162]



Figura 162: Bocetos de edición de tipografía. Imagen propia

### 3.1.d Paleta cromática

Recordando información de la investigación primaria, se ha creado un círculo cromático, el cual, contiene todas las asociaciones y organizaciones analizadas, dejando ver que colores han utilizado para su IVC. Esto ayudará a elegir la paleta cromática de la IVC de este proyecto. Como se puede observar en la imagen, los colores más utilizados son el verde y el azul. En cambio el menos utilizados son los naranjas y marrones [Figuras 163 y 164]. Sabiendo esto, se hicieron varias pruebas. Teniendo en cuenta los colores más identificativos de la naturaleza. [Figuras 165]

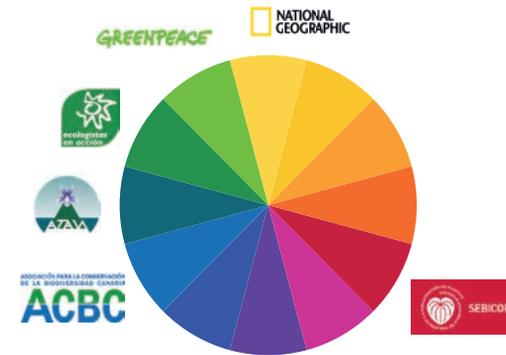


Figura 163: Paleta cromática 1. Imagen propia

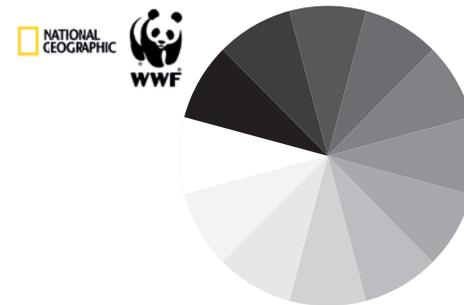


Figura 164: Paleta cromática 2. Imagen propia



Figura 165: Prueba de color. Imagen propia.

Hay que recordar, que los paisajes Canarios varían mucho según la isla, como podemos ver en las imágenes los colores más abundantes son el verde y el marrón. Si se suma esta información con la anterior nombrada, extraída del estudio de las asociaciones. Obtenemos dos colores característicos del Archipiélago Canario. Capaz de vincularse con el resto de asociaciones por el color verde, pero a su vez destacar sobre ellas gracias al color marrón. [Figuras 166-169]



Figura 166: Paisaje Lanzarote. bit.ly/3bRFkJn

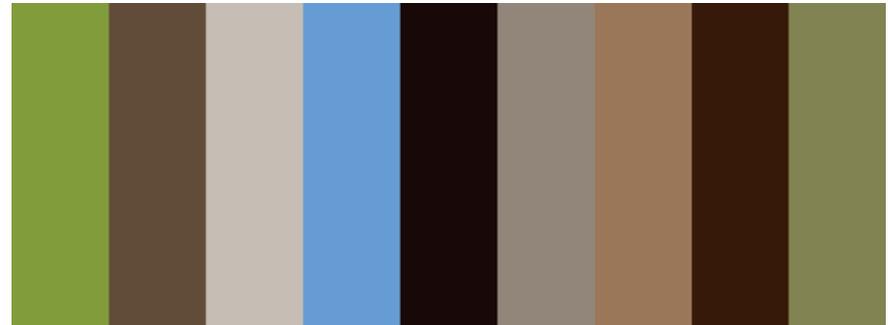


Figura 167: Paleta cromática Lanzarote. Imagen propia



Figura 168: Paisaje La Palma. bit.ly/3R7tqee



Figura 169: Paleta cromática La Palma. Imagen propia

Después de observar estos paisajes, se han elegido estos colores: Como color principal, un marrón de tonalidad oscura, el cual representa el suelo, la tierra en la que crecen cada una de las especies. El siguiente color es un verde también de tonalidad oscura, puesto que la mayoría de las plantas y árboles presentes en el archipiélago muestran un color similar. Los dos colores son de tonalidad oscura, pues se busca que porten la mayor versatilidad posible, debido a que las publicaciones portarán imágenes como fondo, y es necesario asegurar su legibilidad. [Figura 170]

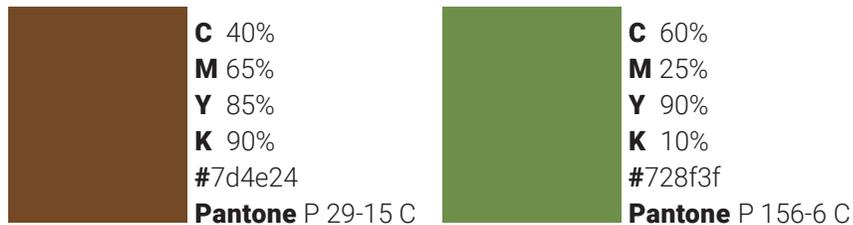


Figura 170: Paleta corporativa. Imagen propia

### 3.1.e Propuesta definitiva

Como hemos podido ver en los anteriores puntos, se ha ido estudiando cada posibilidad respecto al diseño de la ivc. Desde su tipografía, forma, composición y color. Cada apartado se ha ido resolviendo, obteniendo así, la propuesta definitiva. [Figura 171]

**brote**

Asociación para la protección  
y conservación de la flora canaria

Figura 171: Propuesta definitiva. Imagen propia

Este ha sido el resultado final, se han elegido colores propios de la naturaleza, en concreto inspirados en paisajes canarios. Las tipografías son modernas, legibles y mantienen el estilo que se quería conseguir (simple y plano). Es relevante nombrar que la tipografía Chillax se ha modificado para hacer aún más único este imago tipo. A continuación se explicarán qué cambios se han realizado.

Para el imago tipo, se ha modificado el tamaño del asta de la b en 2pt y la t en 40 pt más que la original, para poder incluir las hojas y que estas no interfirieran con la legibilidad de la palabra. Como se puede observar también se ha modificado el tracking (-10), debido a que la separación entre letras era muy extensa. De esta manera, se ha podido unificar tagline e imago tipo en una composición más estructurada.

Por otro lado encontramos dos modificaciones más, la primera es la eliminación de parte del anillo de la letra b, utilizando un rectángulo vertical de 20 x 45,7 pt, que como se ha explicado anteriormente alude a la idea de brote. Finalmente, se han sustituido los brazos de la t por dos hojas, simétricas, separadas por 14 pt.

Para el tagline, se ha utilizado un tracking de -10, para poder crear una composición de bloque, ya que como pasaba con el imago tipo, el espacio entre letras era excesivo. [Figura 172]

**brote**

Asociación para la protección  
y conservación de la flora canaria

Asociación para la protección  
y conservación de la flora canaria

Figura 172: Modificaciones tipográficas. Imagen propia

## 3.2. Manual de la ivc

### 3.2.a Formato

Se utilizará el mismo formato que la memoria 279 x 210 mm. Esto se ha decidido así debido a que este formato ahorra papel y es viable en todas las imprentas. Además, permite una maquetación versátil y visual, dos de las características más importantes dentro de un manual de ivc. Ya que recordemos que debe ser entendido por la persona que desee aplicar la marca en cualquier soporte, físico o digital.

### 3.2.b Márgenes y mancha tipográfica

Los márgenes y la mancha tipográfica se mantienen igual que la memoria del proyecto, las páginas izquierdas (margen superior 12 mm, inferior 18 mm, interior 15 mm y exterior 25 mm) y las páginas derechas (margen superior 12 mm, inferior 18 mm, interior 25 mm y exterior 15 mm). Los cambios que se han realizado son respecto al número de columnas y tamaño del medianil. La estructura se compone de 5 columnas y un medianil de 5 mm, a diferencia de las 6 columnas y medianil de 8 mm que encontramos en la memoria. Esto se ha planteado así ya que, el manual de ivc es mucho más visual, por esta razón se ha creado más espacio para imágenes y gráficos.

### 3.2.c Elección tipográfica

Al igual que en la memoria, para continuar con el mismo estilo, y debido a que se ha comprobado al elaborarla, que la tipografía Roboto en sus diferentes versiones es ideal para este tipo de publicaciones, se ha querido mantener para el manual de ivc. [Figura 173]

Roboto Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
1234567890

Roboto Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
1234567890

Roboto Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy**  
**ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ**  
**1234567890**

Figura 173: Tipografía elegida. Imagen propia

## 3.3. Material gráfico de promoción

De cara a poder visibilizar la existencia de este proyecto es necesario crear productos gráficos que puedan ser expuestos en zonas públicas, regalarlos en ferias y publicarlos en la web. Por ello se han desarrollado los siguientes:

### 3.3.a Ilustraciones

De cara a desarrollar todos los productos gráficos para este proyecto, y debido a que se ha decidido apoyándose en la investigación previa. La ilustración plana y sencilla era la mejor opción, utilizando el programa Procreate como principal herramienta, gracias a su variedad de pinceles, es posible crear detalles en algunas zonas que lo requieran sin salir del estilo plano general.

El primer paso para la creación de las diferentes ilustraciones, fue buscar referencias, de todas las encontradas se han seleccionado dos que se utilizarán de base para crear las propias de este proyecto. [Figuras 174 y 175]

Se han realizado varios bocetos en diferentes soportes, mezclando el estilo de las dos referencias. Buscando siempre la simplificación pero a su vez la identificación de la propia planta. [Figuras 176 y 183]



Figura 174: Ilustración de referencia 2. [bit.ly/3adGkH2](https://bit.ly/3adGkH2)



Figura 175: Ilustración de referencia 2. [bit.ly/3ArTk6x](https://bit.ly/3ArTk6x)



Figura 176: Boceto. Imagen propia



Figura 177: *Cheirolophus burchardii*. [bit.ly/3yhXKdM](https://bit.ly/3yhXKdM)



Figura 180: Boceto. Imagen propia



Figura 181: *Argyranthemum frutescens*. [bit.ly/3ykKK6V](https://bit.ly/3ykKK6V)



Figura 178: Boceto. Imagen propia



Figura 179: *Carex paniculata*. [bit.ly/3bFr6ef](https://bit.ly/3bFr6ef)



Figura 180: Boceto. Imagen propia

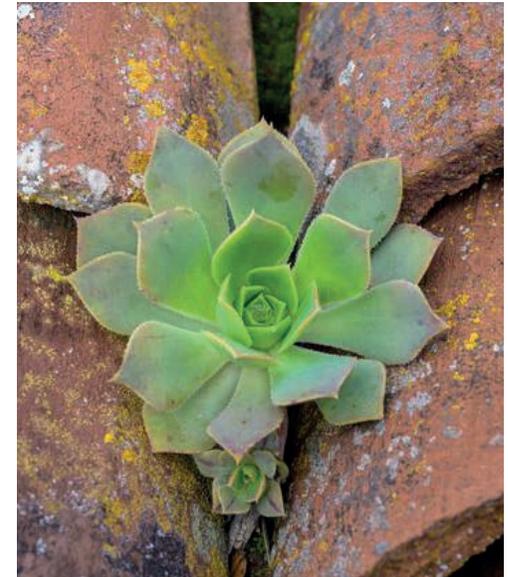


Figura 181: *Alamy Aeonium castello*. [bit.ly/3Aso6MD](https://bit.ly/3Aso6MD)

El siguiente paso era crear las ilustraciones definitivas, la paleta de colores se extrajo directamente de las fotografías de referencia. Y se eligieron estos ejemplares en concreto tras haber buscado especies endémicas de cada una de las islas. Debido al tiempo es inviable dibujar todas, por ello se ha hecho una selección. [Figuras 184-186]

El formato en el que se han creado estas ilustraciones es 29,7 x 42 cm. En todas se ha utilizado un pincel común, *Baskerville*. Pero para cada una de ellas, se han utilizado pinceles secundario para realizar detalles concretos como *Dove Lake* y *Swordgrass*.

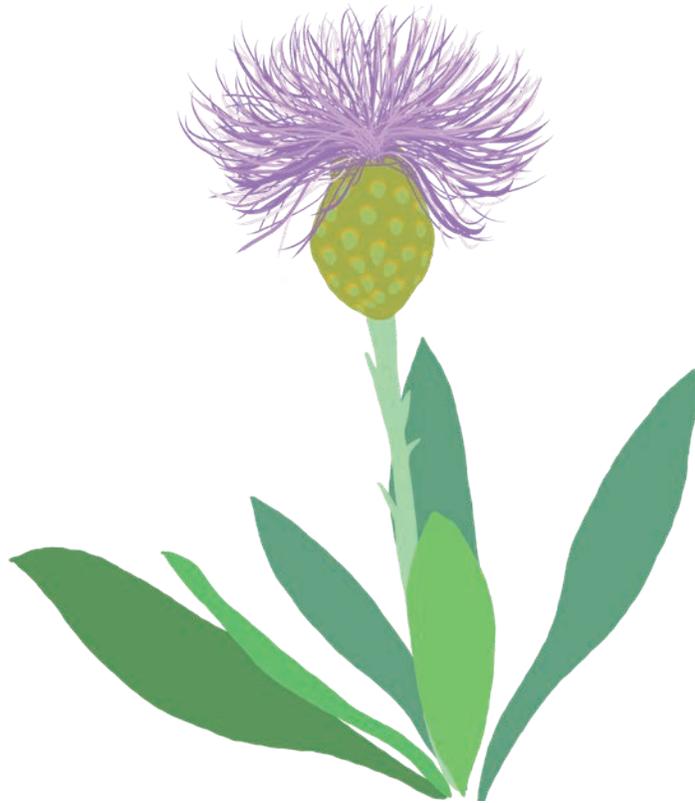


Figura 184: Cheirolophus burchardii. Imagen propia



Figura 185: Carex paniculata. Imagen propia



Figura 186: Argyranthemum frutescens. Imagen propia

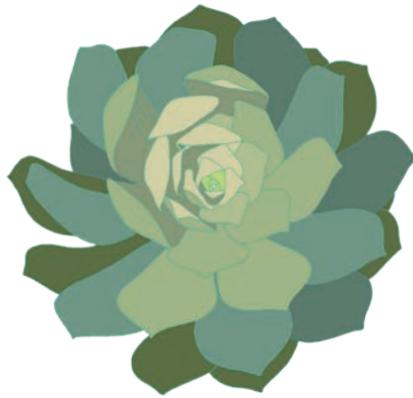


Figura 186: Alamy Aeonium castello-paivae. Imagen propia

El formato en el que se han creado estas ilustraciones es a x b cm. En todas se ha utilizado un pincel común, baskerville. Pero para cada una de ellas, se ha utilizado pinceles secundario para realizar detalles concretos.

### 3.3.b Láminas

Como ya se investigó en el punto anterior de esta memoria, la lámina es desde la antigüedad una herramienta fundamental para la divulgación de información. Por esta razón se ha pensado crear una serie de láminas que muestren con ilustración de estilo plano y simple, flora endémica de las islas.

Para realizar el diseño se han buscado imágenes de referencia, de cara a la elección del estilo y composición de elementos. El formato, debido a que se busca la versatilidad, se crearán en dos distintos: DIN A4 y DIN A5. Pudiendo así utilizarse como elemento decorativo en diferentes espacios. Como podemos ver en la primera imagen, se incluye un dibujo del lugar de origen de la planta, esto podía hacerse con cada una de las islas del archipiélago, siendo aún más visual su procedencia. Además la ilustración es sencilla, sin demasiados detalles, pero permitiendo su identificación con el ejemplar real.

La segunda imagen es mucho más minimalista, repitiendo la idea de una ilustración sencilla, pero con un diseño mucho más sobrio. Lo cual sería una buena referencia de diseño, ya que lo que debe destacar en las láminas es la propia ilustración. [Figuras 187 y 188]

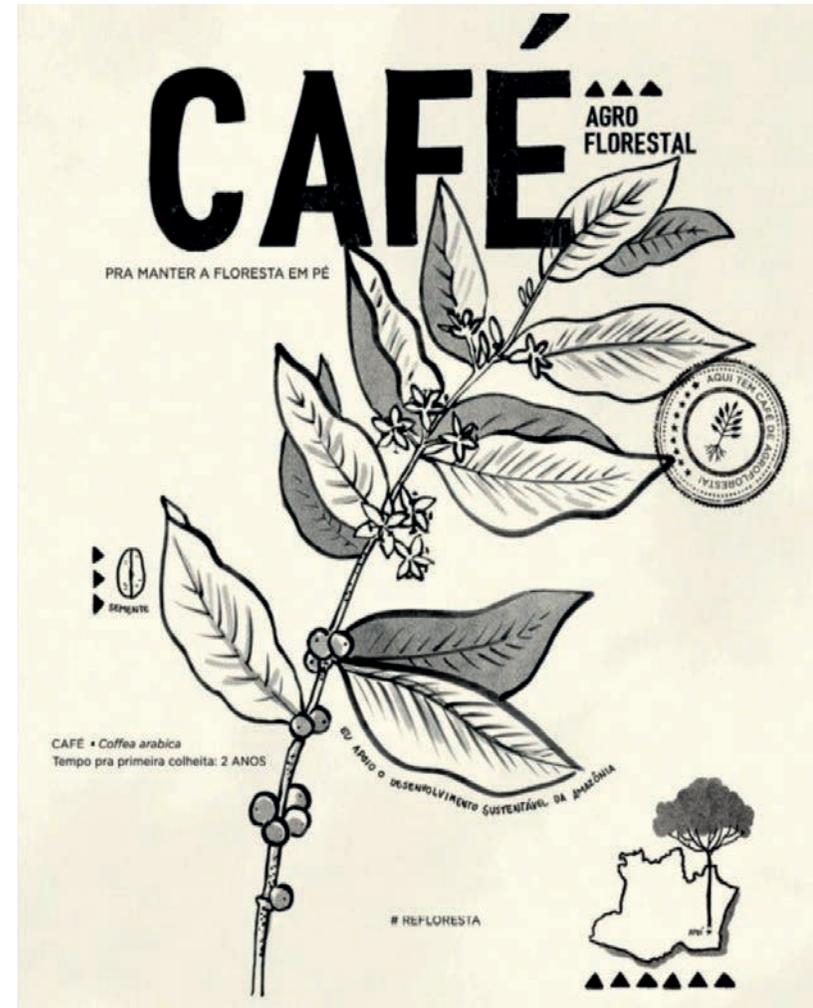


Figura 187: Referencia lámina 1. [bit.ly/3yRQW8h](https://bit.ly/3yRQW8h)



Figura 188: Referencia lámina 2. [bit.ly/3yHSlbH](https://bit.ly/3yHSlbH)

El siguiente paso fue crear bocetos en un soporte físico y digital, para poder ordenar las ideas y concretar el lugar de cada elemento. Como podemos observar desde un principio se plantea que en el anverso se coloque el contorno de cada isla junto a la ilustración principal. Además de el nombre científico del ejemplar. [Figuras 189 -191]

En el reverso se incluiría la información relevante de la planta, junto al Imagotipo de la asociación, además de la repetición en una esquina de la ilustración principal.

Tras hacer varias pruebas con la disposición de elementos, se ha definido su estructura, como podemos ver, la silueta de la isla, se encuentra en parte solapada por la ilustración principal, dándole así más protagonismo. Se ha añadido el nombre del ejemplar y de la propia isla, pues hay que pensar que es probable que estas láminas sean vistas por turistas que no porten la cultura visual suficiente como para identificar cada isla con su simple contorno. [Figuras 192 y 193]

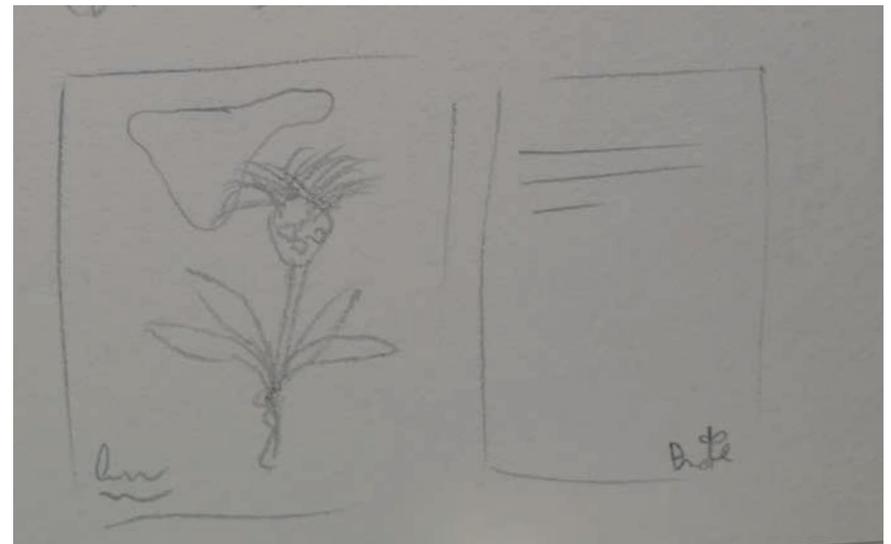


Figura 189: Boceto lámina 1. Imagen propia

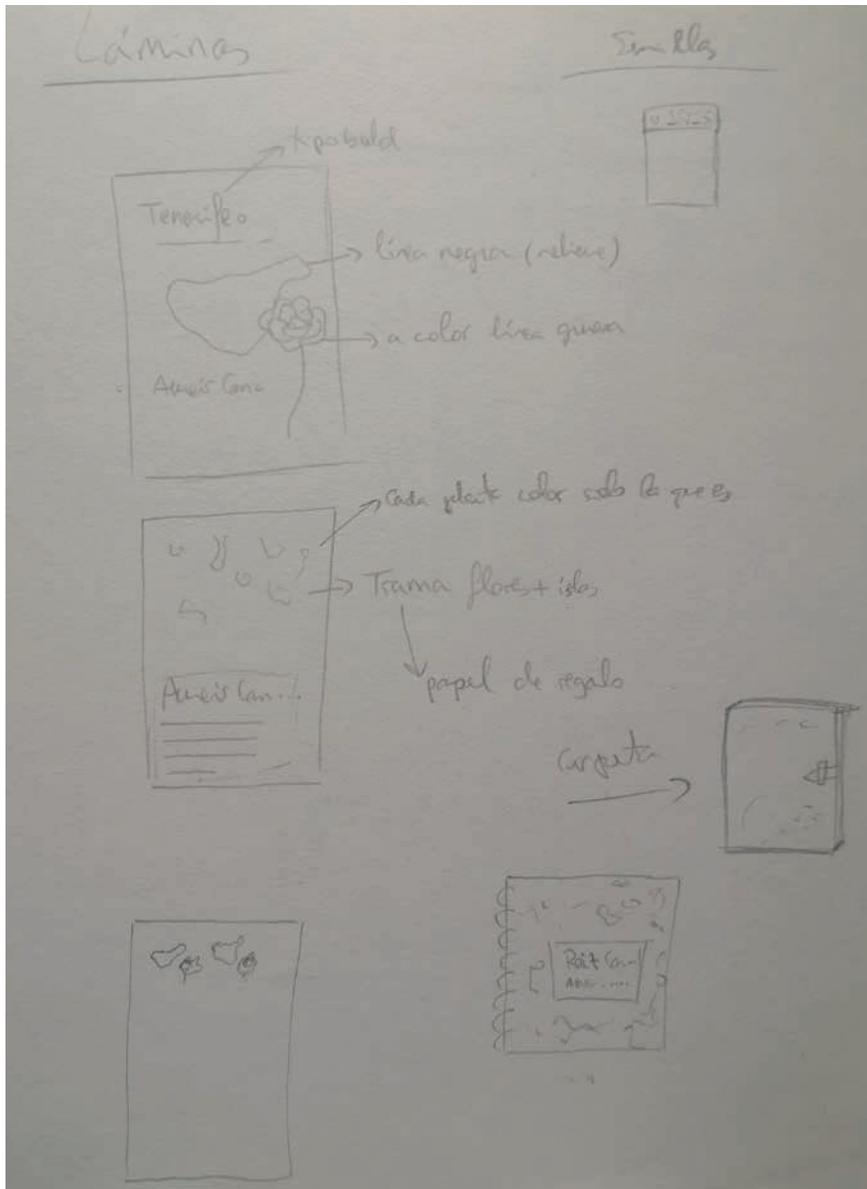


Figura 190: Boceto lámina 2. Imagen propia

En este boceto podemos observar como se plantea la disposición de los elementos. En el primer rectángulo se simula el anverso de la lámina, donde se especifica el nombre de la isla, la silueta de la misma y la ilustración del ejemplar, el cual solapa parte de la isla. Más abajo encontramos el nombre de la planta. El segundo rectángulo pertenece al reverso, donde se ha planteado la posibilidad de crear una trama a base de flores, además de encontrarse información relevante del ejemplar. [Figura 191]

El resto de dibujos pertenecen a una idea prematura acerca de crear una carpeta para las láminas, que finalmente no se llevará a cabo debido al tiempo disponible. [Figura 190]



Figura 191: Boceto lámina 2. Imagen propia

Para el nombre científico se ha utilizado la tipografía Chillax versión bold en 19 pt y para el nombre común la tipografía Chillax en su versión light en 19 pt. En el reverso se repiten los mismos parámetros, pero se añade información del ejemplar, empleando la tipografía Roboto en su versión regular en 13 pt, justificado a la izquierda. Este fue el resultado final. [Figuras 192-195]



Figura 192: Anverso y reverso lámina 1. Imagen propia

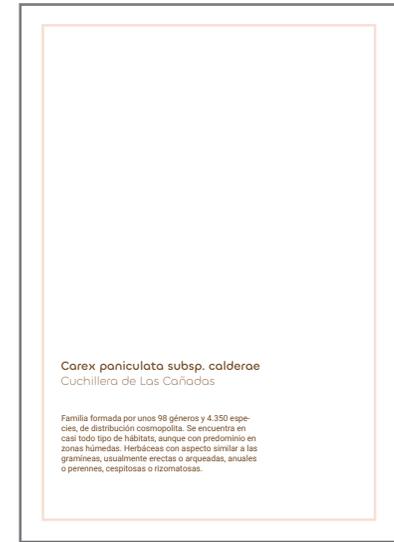
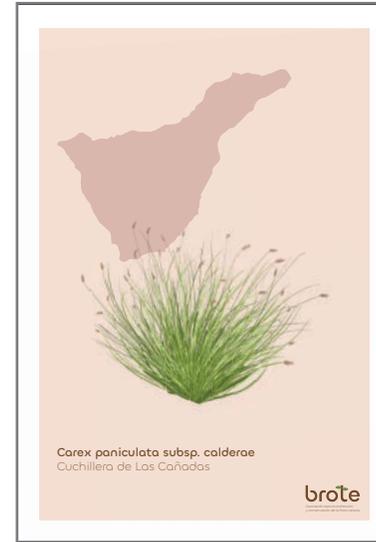


Figura 194: Anverso y reverso lámina 3. Imagen propia

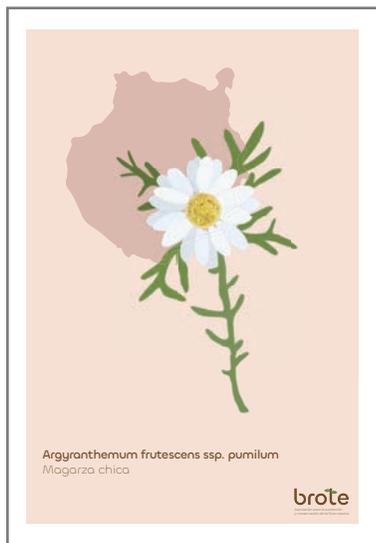


Figura 193: Anverso y reverso lámina 2. Imagen propia

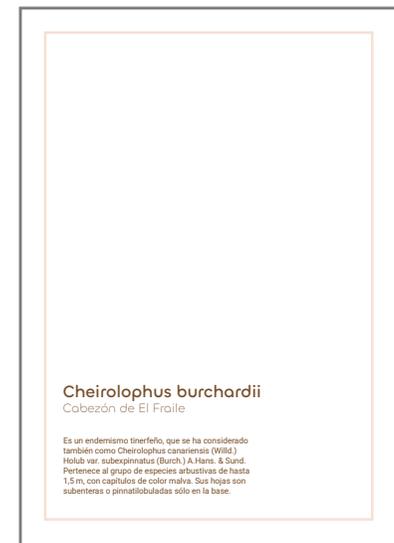
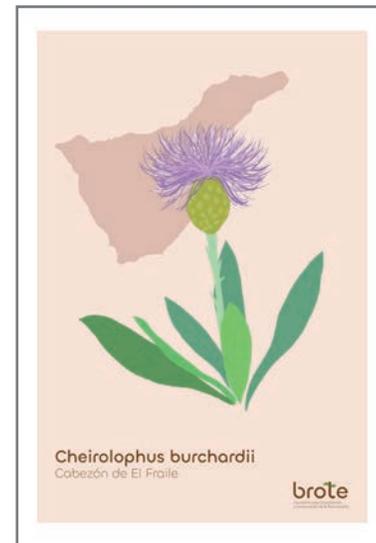


Figura 195: Anverso y reverso lámina 4. Imagen propia

## Desarrollo del proyecto

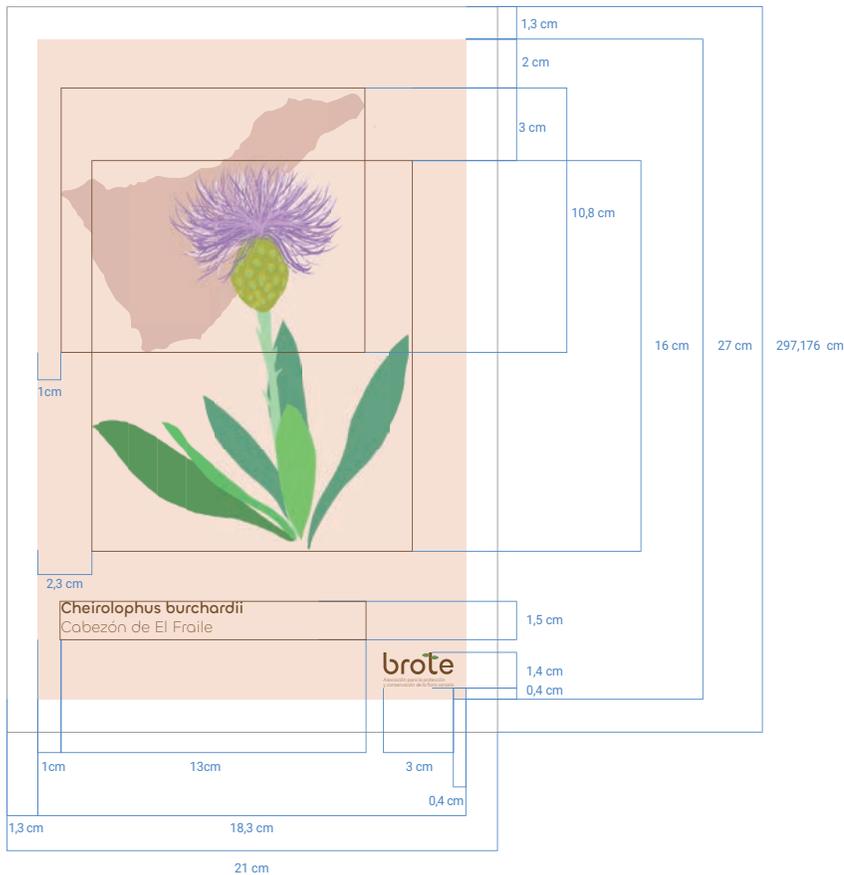


Figura 196: Medidas lámina. Imagen propia

En esta imagen se muestran las medidas de cada elemento que compone la lámina y de la propia lámina, como vemos es un formato DIN A4. Se ha colocado un fondo de color para crear un estilo único y atractivo. Ese mismo color se ha empleado en las siluetas de las islas en una tonalidad más oscura para que destacase. Este mismo color se emplea en el anverso a modo de marco para crear una cohesión entre las dos caras de la lámina creando así una colección propia con un estilo simple y moderno. [Figura 196 y 197]

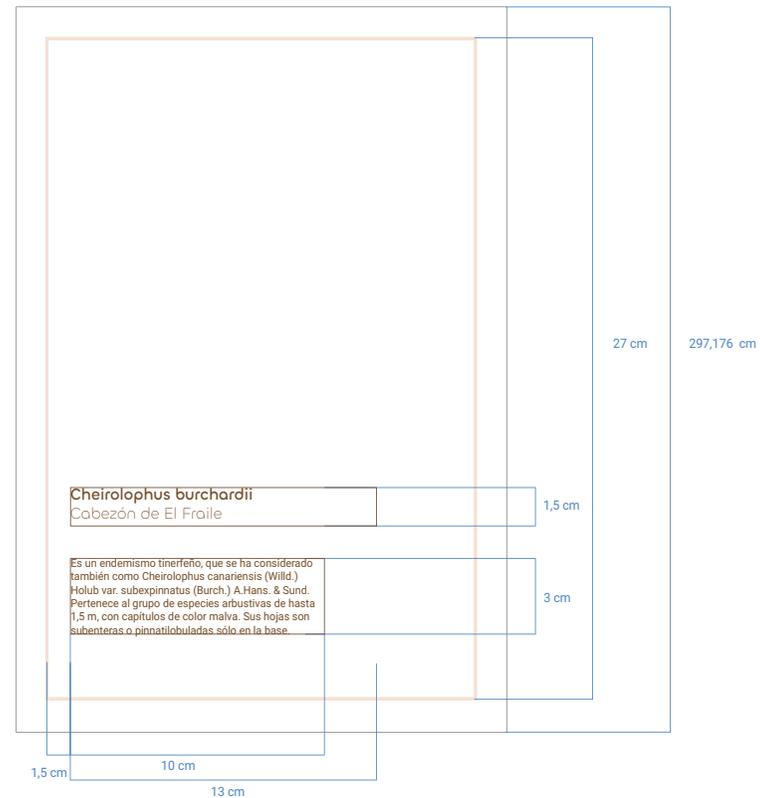
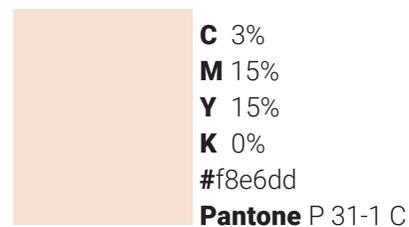


Figura 197: Color de fondo. Imagen propia



### 3.3.c Comecocos

Como ya se comentó en la investigación específica, se ha decidido crear un folleto diferente e innovador, pero basado en un juego tradicional, el comecocos. Para ello se buscaron referencias, y se planteó la posibilidad de ampliar el juego con unas cartas (estás de explicarán en el siguiente punto).

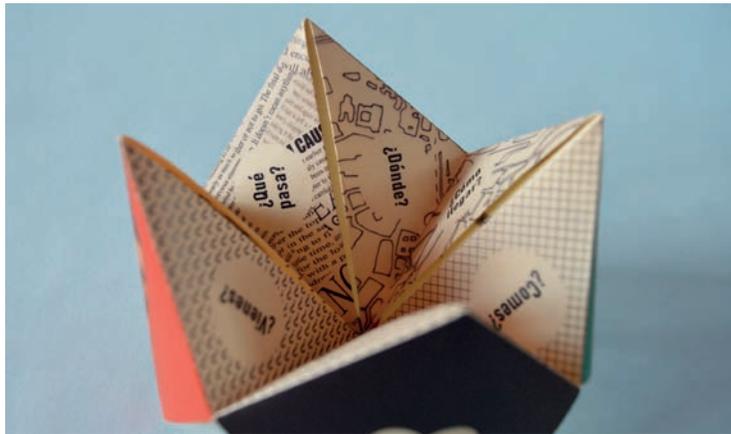


Figura 198: Comecocos 2. [bit.ly/3xZWqNA](http://bit.ly/3xZWqNA)



Figura 199: Comecocos 2 (interior). [bit.ly/3xZWqNA](http://bit.ly/3xZWqNA)

El primer paso, al igual que con el resto de productos gráficos, se buscaron referencias, debido a que la idea era transformar el juego en un folleto informativo, se buscaron ejemplos parecidos. Buscando un estilo simple y atractivo. [Figura 198 y 199]

Para poder crear el diseño es necesario saber cómo funcionaba este juego, para ello se hizo un prototipo primitivo, luego se imprimió. [Figura 200 y 201]

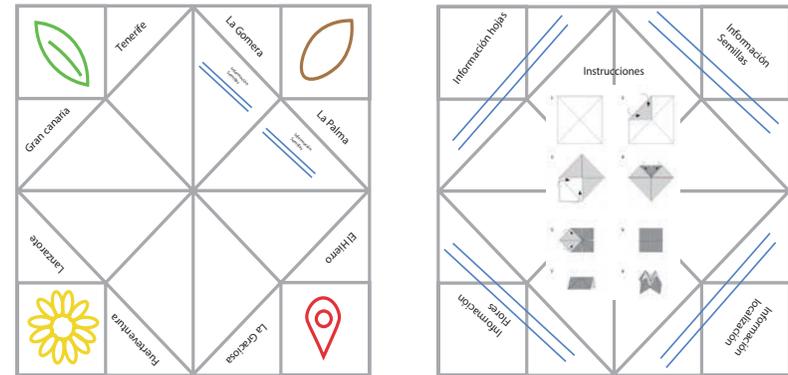


Figura 200: Boceto comecocos. Imagen propia.



Figura 201: Boceto comecocos. Imagen propia.

## Desarrollo del proyecto

Siguiendo la idea del boceto anterior. Se comenzó el diseño definitivo. En el anverso encontramos varios niveles: el primer nivel de triángulos (de fuera hacia dentro) se crearon los iconos que mostrarían los 4 tipos de especies, cada una en una esquina del comecocos. Para ello se utilizaron formas geométricas y se identificó cada una con un color, pues es mucho más visual de cara a relacionarlo con las cartas. Estos también se usarán en las cartas. Corresponden a: árboles, arbustos, plantas sin flor y flores.

[Figura 202]



Figura 202: Iconos. Imagen propia.

En el segundo nivel se encuentran los números, los cuales portan la tipografía Chillax regular en 58 pt. En el tercer nivel encontramos las islas, con su respectivo nombre utilizando la tipografía Chillax en su versión regular en 8 pt y de nuevo encontramos los iconos en una versión reducida (esto se debe a que es más fácil recordar los iconos si se disponen junto con la isla).

El juego consiste en elegir uno de los iconos del primer nivel, luego se elige un número, y el resultado es una isla. El siguiente paso es buscar en la baraja la carta que contenga el icono que has elegido y la isla que te ha tocado. Por esta razón es necesario que los iconos de las cartas y el comecocos sean idénticos. Siguiendo con el diseño, se ha propuesto un fondo de trama, creando así un diseño más original y sin un gran coste de impresión.

En el reverso encontramos las instrucciones del juego, y dos códigos QR, uno porta un enlace a un video de cómo plegar el comecocos y el otro sobre la historia de este. Además se muestra el imago tipo de la asociación. De nuevo se repite el fondo de trama. [Figura 203]



Figura 203: Diseño definitivo. Imagen propia.

En la siguientes imagene podemos observar las medidas del diseño y un prototipo con este diseño. [Figura 204 y 205]

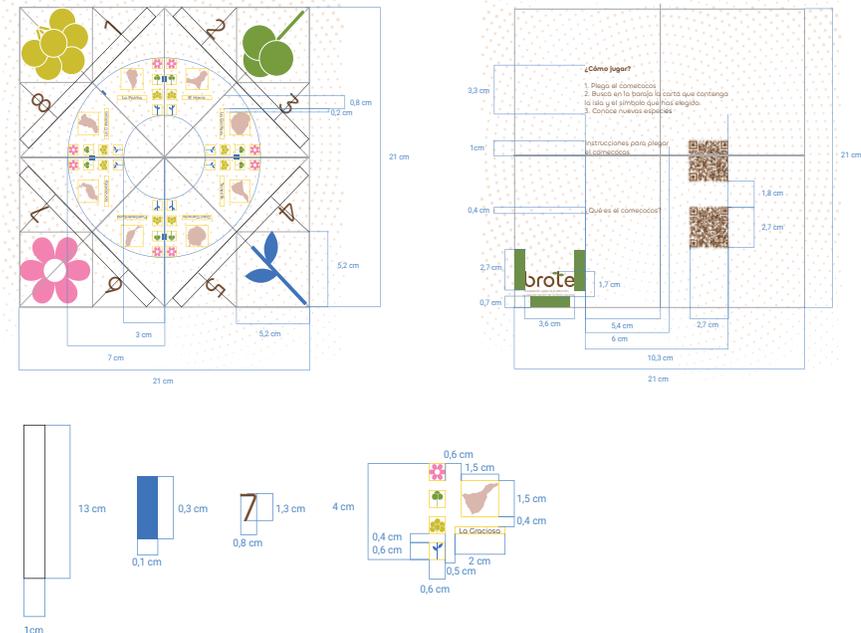


Figura 204: Medidas. Imagen propia.



Figura 204: Prototipo. Imagen propia.

### 3.3.d Cartas

Como ya se comentó en el punto anterior, se ha diseñado un juego compuesto por un comecocos y una baraja de cartas. En este apartado se explicará el diseño de estas cartas.

Como se ha ido repitiendo con los otros productos, el primer paso es buscar referencias, en este caso se han tomado dos. [Figuras 205 y 206]

De estas se han obtenido dos ideas, los bordes redondeados y la colocación de elementos en las cuatro esquinas de la carta. Además se ha tomado el formato de la carta de sakura como referencia, ya que las ilustraciones que se colocarán en las cartas son en su mayoría alargadas. [Figura 207]



Figura 205: Sakura. [bit.ly/3PbHt0S](http://bit.ly/3PbHt0S)



Figura 206: Baraja española. [amzn.to/3uwb6C6](http://amzn.to/3uwb6C6)

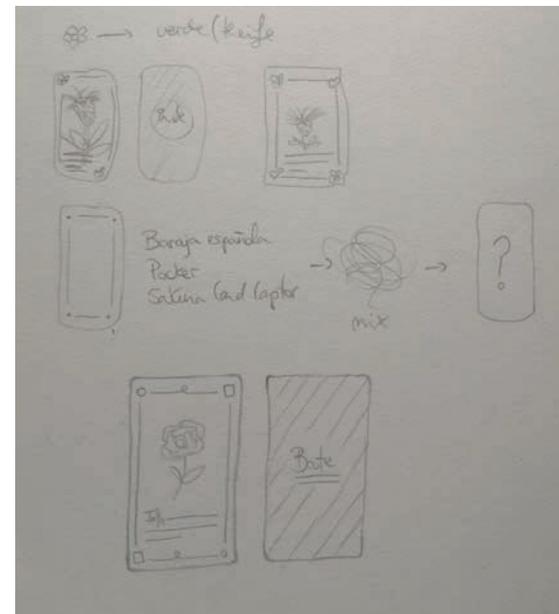


Figura 207: Boceto. Imagen propia.

## Desarrollo del proyecto

Las ilustraciones que se colocarán en ellas son las que ya se han explicado anteriormente, lo mismo ocurre con los iconos e islas que se han usado para el comeocos. Creando una cohesión visual entre los dos productos gráficos. Al igual que hay cuatro iconos, hay cuatro tipos de cartas: Flores, árboles, arbustos y plantas sin flor.

En la imagen podemos ver el diseño definitivo. En el anverso encontramos en cada esquina (en diagonal) la isla y el icono correspondiente. Se ha creado un borde interceptado por los iconos, con una línea biselada de 1 pt y del color verde corporativo. Las islas también muestran el marrón corporativo. En el centro encontramos la ilustración y bajo ella su nombre científico y tres datos sobre ella. En el reverso encontramos el icono en gran tamaño para que sea fácil reconocerlo, bajo el, se encuentra el imagotipo de la asociación, en este caso, el tagline se imprime en negro para evitar problemas de impresión. Todo esto se encuentra centrado en la carta. [Figuras 208 y 209]



Figura 208: Anverso. Imagen propia.



Figura 209: Reverso. Imagen propia.

En la siguientes imagene podemos observar las medidas del diseño. [Figura 210]

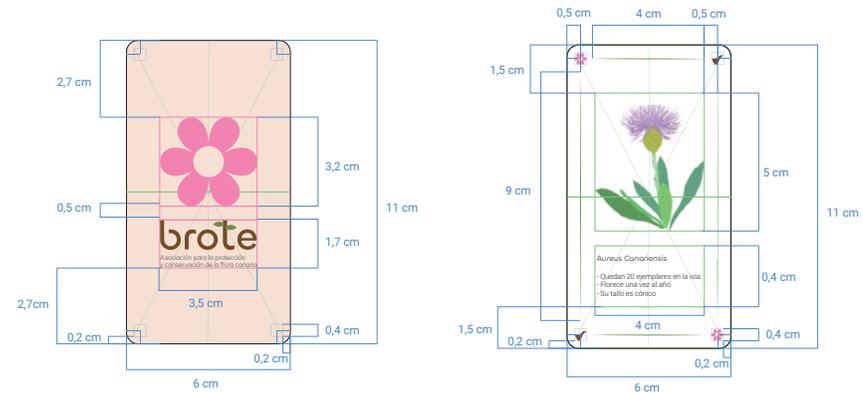


Figura 210: Medidas. Imagen propia.

## 3.3.e Packaging

Después de haber diseñado todos los productos anteriores se pensó como se podían unificar para poder entregarlos a las personas, como se comentó en la investigación específica, se tomó de referencia el pack promocional de Greenpeace.[Figura 211]



Figura 211: Pack. [bit.ly/3L5EyUU](http://bit.ly/3L5EyUU)

También era necesario crear un packaging para guardar las cartas en este caso se descartó la posibilidad de crear una caja, ya que normalmente suelen deteriorarse rápido por la fricción al sacar meter las cartas. Por esta razón se pensó en una pequeña bolsa de tela, y se buscaron referentes. [Figura 212]



Figura 212: Bolsa. [bit.ly/3Pdeo57](https://bit.ly/3Pdeo57)

En cuanto a la caja, tras ver varias referencias se enfocó en un formato inusual, el cual contiene agujeros en las solapas externas por donde pasará un cordón, el cual se atará como un paquete de regalo. En este cordón se colocará la etiqueta que explicará en el siguiente punto.

Se ha decidido crear este modelo de caja debido a que se buscaba que llamara la atención, que no implica pegamentos y se pudieran utilizar materiales reciclados. El cordón que se utilizará será a base de hoja de platera y la caja será enteramente de cartón. A continuación se expone el diseño y sus medidas. [Figura 213 y 214]



Figura 213: Prototipo caja. Imagen propia

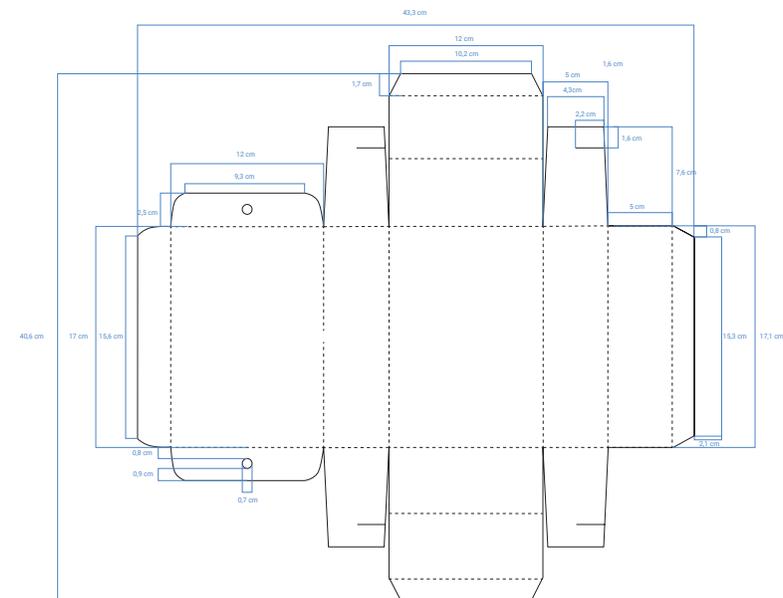


Figura 214: Medidas caja. Imagen propia.

### 3.3.f Etiqueta

Debido a que se había creado una caja promocional, y para evitar impresiones sobre el cartón, se pensó en diseñar una etiqueta, aprovechando el cordón con el que se cerró la caja. Para ello se buscaron referencias, y se optó por un diseño rectangular con esquinas redondeadas. [Figura 215]



Figura 215: Referencia. [bit.ly/3P6ggwm](https://bit.ly/3P6ggwm)

En este caso no se hicieron bocetos, sino que fue a prueba de cambio y error que se dió con el resultado final. Se utilizaron los colores corporativos y las tipografías corporativas. Se propuso un diseño simple y minimalista. A continuación, se mostrará el diseño final y sus medidas. [Figura 216 y 217]



Figura 216: Etiqueta. Imagen propia.

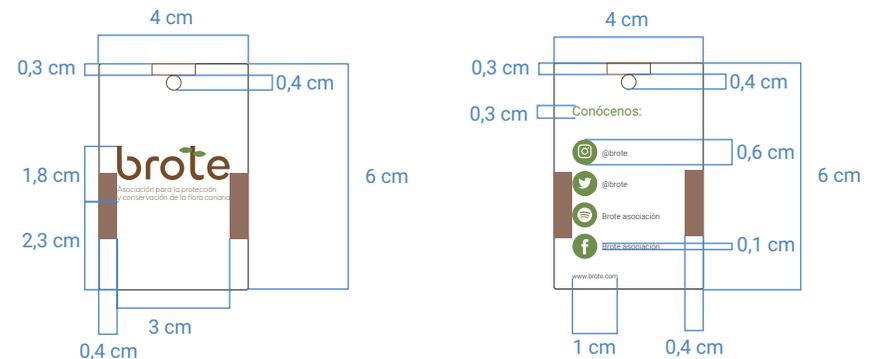


Figura 217: Medidas etiqueta. Imagen propia.

## 3.4. Vídeo de animación

Aparte de los productos gráficos era necesario tener material audiovisual, el cual se podría subir a redes sociales o a la página web. Además, se podría exponer en ferias o presentaciones.

### 3.4.a Bocetos

Primero se realizaron bocetos en diferentes soportes, buscando definir la historia que se quería contar y cómo se iba a realizar. [Figuras 218 y 219]

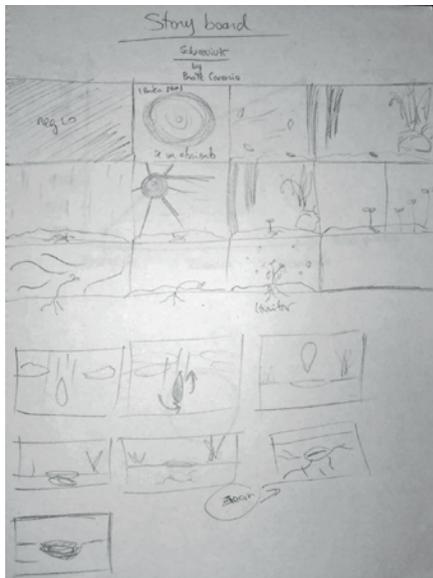


Figura 218: Boceto 1. Imagen propia.

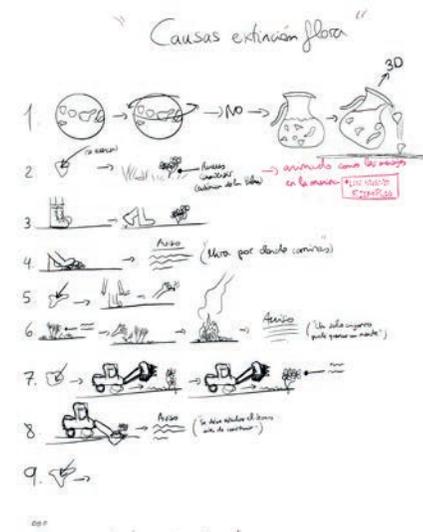


Figura 219: Boceto 2. Imagen propia.

### 3.4.b Storyboard

Se utilizó Adobe Illustrator para crear las diferentes escenas. Luego se trasladaron a Storyboarder, un programa que permite calcular los tiempos de cada escena y su orden. [Figura 220]

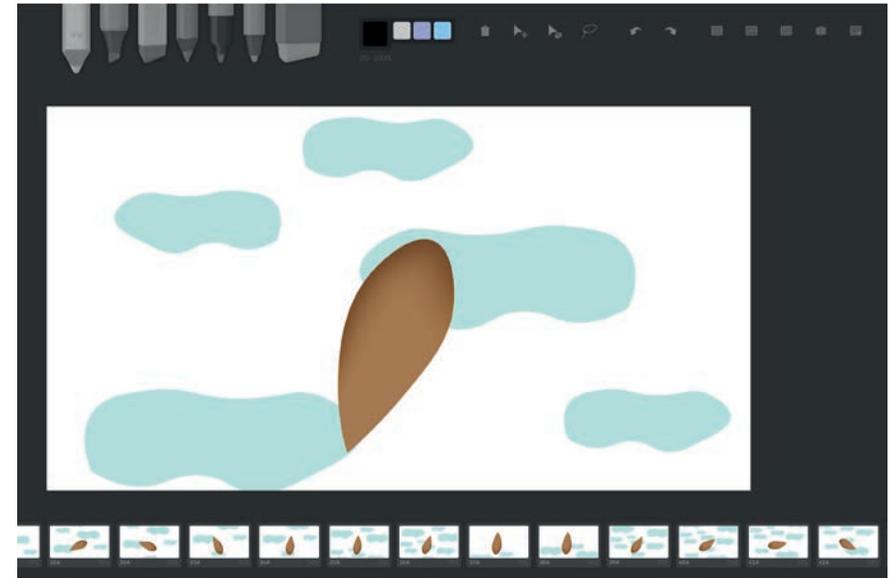


Figura 220: Storyboard. Imagen propia.

El storyboard no muestra el resultado definitivo, ya que a medida que se crea la animación se van haciendo cambios. Como ocurre con la eliminación o cambios de escenas.

Enlace al storyboard:

<https://youtu.be/hRsd9aD8Hfs>

### 3.4.c Diseño de escenas

Con Adobe Illustrator se crearon los diferentes elementos, aunque otros fueron diseñados con el propio programa de animación.

La ilustración es de estilo plana, obviando el realismo, y creando un conjunto minimalista. No se tuvo en cuenta una referencia concreta, simplemente se fue probando colores y texturas. Finalmente se decantó por este estilo sobrio y con colores pastel. [Figura 221]

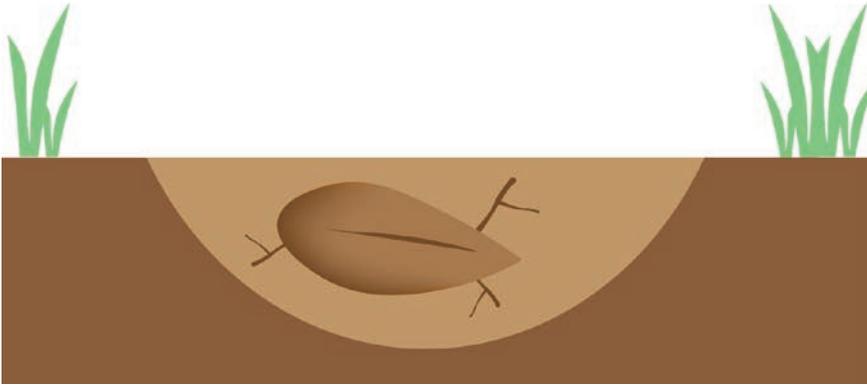


Figura 221: Escena. Imagen propia.

### 3.4.d Animación

Se ha utilizado Adobe After Effects para la realización de la animación, en el trayecto surgieron varios problemas. Ya que era necesario utilizar una herramienta, denominada estrechar. La cual sólo se encontraba en las versiones más actualizadas del programa.

Pero como podemos ver, finalmente fue posible utilizarla y el resultado fue el deseado. [Figura 222]



Figura 222: Interfaz After Effects. Imagen propia.

### 3.4.e Edición de video

Con Adobe Premiere se ha editado el resultado final de la animación. Como se puede ver en la imagen, se han colocado fundidos de entrada y salida de audio, además de transiciones entre cada vídeo. [Figura 223]

Todas las pistas de audio han sido extraídas de Freesound.

Enlace al vídeo:

<https://youtu.be/5d8DECs-ihw>

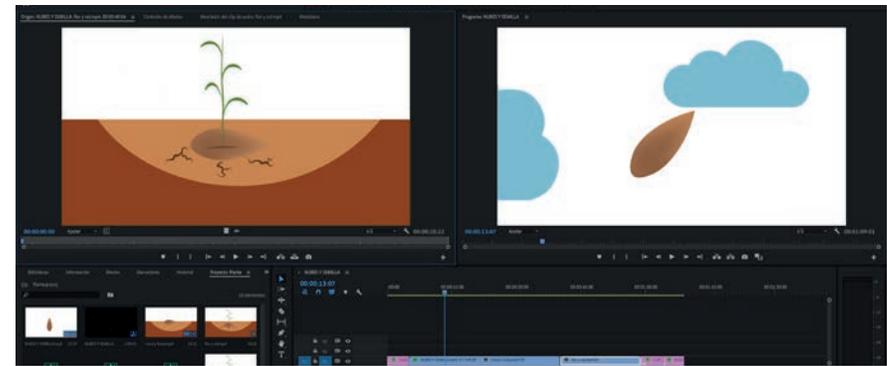


Figura 223: Interfaz After Effects. Imagen propia.

### 3.4.f Contextualización

En un principio el desenlace del vídeo iba a ser una bota pisando la planta, pero decidí crear un final menos trágico y con él, transmitir un mensaje de esperanza.

Es por esta razón por la cual el proyecto se titula Nacer, crecer y florecer, hace alusión a las fases de la vida que se enseñan en los colegios, pero cambiando el morir por florecer. El mensaje que se quiere transmitir es la importancia que aguarda el papel del ser humano en la vida de la flora, y como está en nuestras manos que muera o llegue a florecer.

## 4. Conclusiones del trabajo

Este proyecto fue inspirado en el paisaje que rodea el lugar donde vivo, siempre verde y lleno de plantas. De las cuales, la mayoría desconozco su nombre o características. Es por esta razón que he podido aprender mientras realizaba este trabajo, al punto de aprenderme de memoria algunos nombres científicos. Creo gratamente que si haces algo con pasión saldrá bien, y aquí podemos verlo.

Lo que empezó como un tímido trabajo para crear una asociación que ayudara a la conservación y protección de la flora canaria, se ha convertido en una lista de productos gráficos, los cuales nunca había creado antes. Sin duda el *comecocos* ha sido el más complejo, pero lo he podido resolver. Y fue en ese momento pude apreciar como estos cuatro años que he dedicado al grado han dado sus frutos.

Me siento satisfecha con el trabajo realizado, aunque no lo doy por finalizado. Me gustaría en un futuro cercano, seguir creando material y presentarlo como proyecto real. Creo que es necesaria una asociación de esta índole en nuestro archipiélago. Y espero poder formar parte de ella.

# **5. Anexo**

## 5.1. Figuras

- **Figura 1:** *Evolución de las inscripciones de las entidades asociativas.* (2019, 25 marzo). [Gráfico]. Off of the record. <https://offtherecord.es/category/el-negocio-de-las-asociaciones-hay-54-229-asociaciones-de-todo-tipo-registradas-en-interior/3697/>
- **Figura 2:** *Asociaciones en activo A 31-1-2017 por fecha de inscripción.* (2019, 25 marzo). [Gráfico]. Off of the record. <https://offtherecord.es/category/el-negocio-de-las-asociaciones-hay-54-229-asociaciones-de-todo-tipo-registradas-en-interior/3697/>
- **Figura 3:** J. (2011, 27 julio). *Panda Logo evolution* [Ilustración]. PJ Eco-project. <http://pjeco.blogspot.com/2011/07/panda-logo-evolution.html>
- **Figura 4:** J. (2011, 27 julio). *Panda Logo evolution* [Ilustración]. PJ Eco-project. <http://pjeco.blogspot.com/2011/07/panda-logo-evolution.html>
- **Figura 5:** Lastra, E. (2015, 22 abril). *35 impactantes anuncios de WWF para desperezar su yo más ecológico en el Día de la Tierra* [Fotomontaje]. marketingdirecto. <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/publicidad/35-impactantes-anuncios-de-wwf-para-desperezar-su-yo-mas-ecologico-en-el-dia-de-la-tierra>
- **Figura 6:** *WWF denuncia las salvajadas del animal más dañino del mundo.* (2019, 2 enero). [Fotomontaje]. Control publicidad. <https://controlpublicidad.com/campanas-publicitarias/wwf-denuncia-las-salvajadas-del-animales-mas-danino-del-mundo/>
- **Figura 7:** WWF. (2020). *La naturaleza está en declive* [Infografía]. Informe Planeta Vivo 2020. <https://www.wwf.es/?55320/Informe-Planeta-Vivo-2020>
- **Figura 8:** Vera, Y. (2022). *Página web* [Captura de pantalla de WWF Internacional]. <https://wwf.panda.org/es/>
- **Figura 9:** Vera, Y. (2022). *Página web* [Captura de pantalla de WWF España]. <https://www.wwf.es/>
- **Figura 10:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Instagram* [Captura de pantalla]. <https://www.instagram.com/wwf/?hl=es>
- **Figura 11:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Facebook* [Captura de pantalla]. <https://es-la.facebook.com/worldwildlifefund>
- **Figura 12:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Twitter* [Captura de pantalla]. [https://twitter.com/WWF?ref\\_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor](https://twitter.com/WWF?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor)
- **Figura 13:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de YouTube* [Captura de pantalla]. <https://www.youtube.com/channel/UC5MDly3yhWDrx0MyDo4QmYg>
- **Figura 14:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de YouTube* [Captura de pantalla]. <https://www.youtube.com/channel/UC5MDly3yhWDrx0MyDo4QmYg>
- **Figura 15:** *Friendly Frenchy X WWF France.* (s. f.). [Ilustración]. Friendly Frenchy. <https://www.friendlyfrenchy.fr/en/blog/44-friendly-frenchy-x-wwf-france>
- **Figura 16:** *La sede de Greenpeace, Premio Internacional de Renovación Sostenible.* (s. f.). [Fotografía]. Satt. <https://satt.es/la-sede-de-greenpeace-premio-internacional-renovacion-sostenible/>
- **Figura 17:** *Greenpeace logo.* (2021, 22 diciembre). [Ilustración vectorial]. 100 marcas. <https://1000marcas.net/greenpeace-logo/>
- **Figura 18:** Imagen propia basada en: *Greenpeace logo.* (2021, 22 diciembre). [Ilustración vectorial]. 100 marcas. <https://1000marcas.net/greenpeace-logo/>
- **Figura 19:** *Paleta de corporativa.* Imagen propia.
- **Figura 20:** *El tiempo del árbol.* (s. f.). [Fotomontaje]. ADM. <https://centroadm.com/greenpeace/>
- **Figura 21:** *Cambio climático.* (s. f.). [Fotomontaje]. ADM. <https://centroadm.com/greenpeace/>
- **Figura 22:** *Deshielo.* (s. f.). [Fotomontaje]. ADM. <https://centroadm.com/greenpeace/>
- **Figura 23:** *Un 'Welcome Pack' para Greenpeace España.* (s. f.). [Fotografía]. Impresum. <https://www.impresum.es/blog/un-welcome-pack-para-greenpeace-espana/>
- **Figura 24:** Vera, Y. (2022). *Página web internacional* [Captura de pantalla]. <https://www.greenpeace.org/international/>
- **Figura 25:** Vera, Y. (2022). *Página web* [Captura de pantalla]. <https://es.greenpeace.org/es/>
- **Figura 26:** Vera, Y. (2022). *Página web internacional* [Captura de pantalla].

- lla]. <https://www.greenpeace.org/international/>
- **Figura 27:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Instagram* [Captura de pantalla]. <https://www.instagram.com/greenpeace/?hl=es>
  - **Figura 28:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Facebook* [Captura de pantalla]. <https://www.facebook.com/greenpeace.international>
  - **Figura 29:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Twitter* [Captura de pantalla]. <https://twitter.com/greenpeace?lang=es>
  - **Figura 30:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Youtube* [Captura de pantalla]. <https://www.youtube.com/channel/UCTDTSx8kbxGECZJxOa9mIKA>
  - **Figura 31:** National Geographic Society. (s. f.). *The Story Behind the National Geographic Logo Design* [Ilustración digital]. GreyBox. <https://www.greyboxcreative.com/the-story-behind-the-national-geographic-logo-design/>
  - **Figura 32:** *National Geographic Logo*. (s. f.). [Ilustración digital]. Marcas logos. <https://marcas-logos.net/national-geographic-logo/>
  - **Figura 33:** *National Geographic Kids*. (s. f.). [Ilustración]. Logopedia. [https://logos.fandom.com/wiki/National\\_Geographic\\_Kids](https://logos.fandom.com/wiki/National_Geographic_Kids)
  - **Figura 34:** Imagen propia basada en: *National Geographic Logo*. (s. f.). [Ilustración digital]. Marcas logos. <https://marcas-logos.net/national-geographic-logo/>
  - **Figura 35:** Imagen propia basada en: *National Geographic Logo*. (s. f.). [Ilustración digital]. Marcas logos. <https://marcas-logos.net/national-geographic-logo/>
  - **Figura 36:** Imagen propia basada en: *National Geographic Logo*. (s. f.). [Ilustración digital]. Marcas logos. <https://marcas-logos.net/national-geographic-logo/>
  - **Figura 37:** Imagen propia basada en: *National Geographic Logo*. (s. f.). [Ilustración digital]. Marcas logos. <https://marcas-logos.net/national-geographic-logo/>
  - **Figura 38:** *Paleta de corporativa*. Imagen propia.
  - **Figura 39:** National Geographic. (s. f.). *Travel essentials* [Fotografía]. El Corte Inglés. <https://www.laughingplace.com/w/articles/2019/11/12/national-geographic-merchandise-shopdisney/>
  - **Figura 40:** El Corte Inglés. (s. f.). *Cámaras deportivas* [Fotografía]. El Corte Inglés. <https://www.elcorteingles.es/electronica/A39092519-camara-deportiva-national-geographic-action-cam-explorer-6-4k-con-accesorios/>
  - **Figura 41:** El Corte Inglés. (s. f.). *Telescopio* [Fotografía]. El Corte Inglés. <https://www.elcorteingles.es/electronica/A39092519-camara-deportiva-national-geographic-action-cam-explorer-6-4k-con-accesorios/>
  - **Figura 42:** Vans. (s. f.). *Zapatillas de niños Old Skool Vans x National Geographic* [Fotografía]. I surfed that. <https://www.isurfedthat.com/tienda/classics-zapatillas-de-ninos-old-skool-vans-x-national-geographic-4-8-anos-national-geographic-photo-ark-vans-ninos/>
  - **Figura 43:** National Geographic. (s. f.-a). *Regalo por suscripción* [Fotografía]. National Geographic. <https://www.nationalgeographic.com/es/pagina/beneficios-suscripcion.html>
  - **Figura 44:** RBA Libros. (s. f.). *Objetivo la Luna* [Fotografía]. Dáctilos. <https://www.dactilos.com/portfolio-item/national-geographic-objetivo-la-luna/>
  - **Figura 45:** Amazon. (s. f.). *Pain Special Issue: The Future of Medicine* [Fotografía]. Amazon. <https://www.amazon.com/-/es/dp/B082X18N3W>
  - **Figura 46:** Vera, Y. (2022). *Página web internacional* [Captura de pantalla]. <https://nationalgeographic.com/>
  - **Figura 47:** Vera, Y. (2022). *Página web España* [Captura de pantalla]. <https://www.nationalgeographic.com.es/>
  - **Figura 48:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Instagram* [Captura de pantalla]. <https://www.instagram.com/natgeo/?hl=es>
  - **Figura 48:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Instagram* [Captura de pantalla]. <https://www.instagram.com/natgeo/?hl=es>
  - **Figura 49:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Facebook* [Captura de pantalla]. <https://es-es.facebook.com/NatGeoES/>
  - **Figura 50:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Twitter* [Captura de pantalla]. <https://twitter.com/natgeo>
  - **Figura 51:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Youtube* [Captura de pantalla]. <https://www.youtube.com/user/NationalGeographic?gl=ES&hl=es>
  - **Figura 52:** Wikipedia. (s. f.). *Logo Ecologistas en Acción* [Ilustración vectorial]. Wikipedia. <https://www.ecologistasenaccion.org/wp-con>

- tent/uploads/2020/07/Informe-mineria-submarina.pdf
- **Figura 53:** Wikipedia. (s. f.). Logo Ecologistas en Acción [Ilustración vectorial]. Wikipedia. [https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Logo\\_Ecologistas\\_en\\_Acci%C3%B3n.png](https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Logo_Ecologistas_en_Acci%C3%B3n.png)
  - **Figura 54:** Wikipedia. (s. f.). Logo Ecologistas en Acción [Ilustración vectorial]. Wikipedia. [https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Logo\\_Ecologistas\\_en\\_Acci%C3%B3n.png](https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Logo_Ecologistas_en_Acci%C3%B3n.png)
  - **Figura 55:** Wikipedia. (s. f.). Logo Ecologistas en Acción [Ilustración vectorial]. Wikipedia. [https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Logo\\_Ecologistas\\_en\\_Acci%C3%B3n.png](https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Logo_Ecologistas_en_Acci%C3%B3n.png)
  - **Figura 56:** Imagen propia basada en: Wikipedia. (s. f.). Logo Ecologistas en Acción [Ilustración vectorial]. Wikipedia. [https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Logo\\_Ecologistas\\_en\\_Acci%C3%B3n.png](https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Logo_Ecologistas_en_Acci%C3%B3n.png)
  - **Figura 57:** *Paleta de corporativa*. Imagen propia.
  - **Figura 58:** Ecologistas en acción. (2018, 1 septiembre). *La memoria del movimiento ecologista no se pierde* [Fotografía]. Ecologistas en acción. <https://www.ecologistasenaccion.org/109612/la-memoria-del-movimiento-ecologista-no-se-pierde/>
  - **Figura 59:** Ecologistas en acción. (s. f.). *Ecologista n°110* [Fotografía]. Ecologistas en acción. <https://www.ecologistasenaccion.org/publicaciones/revista/revista-110/>
  - **Figura 60:** Ecologistas en acción. (s. f.). *Ecologista n° 98* [Fotografía]. Ecologistas en acción. <https://www.quioscultural.com/ecologista/923-ecologista-n-98.html>
  - **Figura 61:** Ecologistas en acción. (2019, 1 marzo). *Ecologista n°99* [Fotografía]. Ecologistas en acción. <https://www.ecologistasenaccion.org/116278/8m-huelga-feminista-de-consumo-en-marzo-y-siempre/>
  - **Figura 62:** Ecologistas en acción. (2014, 1 octubre). *Las cuentas ecológicas del transporte* [Infografía]. Ecologistas en acción. <https://www.ecologistasenaccion.org/28796/folleto-las-cuentas-ecologicas-del-transporte/>
  - **Figura 63:** Vera, Y. (2022). *Página web* [Captura de pantalla]. <https://www.ecologistasenaccion.org/>
  - **Figura 64:** Vera, Y. (2022). *Página web* [Captura de pantalla]. <https://www.ecologistasenaccion.org/>
  - **Figura 65:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Instagram* [Captura de pantalla]. <https://www.instagram.com/ecologistas/?hl=es>
  - **Figura 66:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Facebook* [Captura de pantalla]. <https://es-es.facebook.com/Ecologistas.en.Accion/>
  - **Figura 67:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Twitter* [Captura de pantalla]. <https://twitter.com/ecologistas?lang=es>
  - **Figura 68:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Youtube* [Captura de pantalla]. <https://m.youtube.com/user/ecologistasenaccion>
  - **Figura 69:** SEBICOP. (s. f.). *Imagotipo* [Ilustración]. SEBICOP. <https://www.conservacionvegetal.org/>
  - **Figura 70:** SEBICOP. (s. f.). *Imagotipo* [Ilustración]. SEBICOP. <https://www.conservacionvegetal.org/>
  - **Figura 71:** *Paleta de corporativa*. Imagen propia.
  - **Figura 72:** Vera, Y. (2022). *Ejemplos atlas* [Captura de pantalla]. <https://www.conservacionvegetal.org/otras-publicaciones/>
  - **Figura 73:** SEBICOP. (s. f.-a). *Boletín n°25* [Gráfico]. SEBICOP. <https://www.conservacionvegetal.org/conservacion-vegetal/>
  - **Figura 74:** Vera, Y. (2022). *Página web* [Captura de pantalla]. <https://www.conservacionvegetal.org/>
  - **Figura 75:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Instagram* [Captura de pantalla]. <https://www.instagram.com/sebicop/?hl=es>
  - **Figura 76:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Facebook* [Captura de pantalla]. <https://es-es.facebook.com/conservacionvegetal/>
  - **Figura 77:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Twitter* [Captura de pantalla]. <https://twitter.com/sebicop?lang=es>
  - **Figura 78:** ATAN. (s. f.). *Imagotipo* [Ilustración]. ATAN. <https://atan.org/>
  - **Figura 79:** Imagen propia basada en: ATAN. (s. f.). *Imagotipo* [Ilustración]. ATAN. <https://atan.org/>
  - **Figura 80:** *Paleta de corporativa*. Imagen propia.
  - **Figura 81:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Spotify* [Captura de pantalla]. <https://open.spotify.com/show/6k6qWzd5mVPKI8AHpay8GO>

- **Figura 82:** Vera, Y. (2022). *Página web* [Captura de pantalla]. <https://atan.org/>
- **Figura 83:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Instagram* [Captura de pantalla]. [https://www.instagram.com/atan\\_tenerife/](https://www.instagram.com/atan_tenerife/)
- **Figura 84:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Facebook* [Captura de pantalla]. <https://www.facebook.com/ATAN-Asociaci%C3%B3n-Tinerfe%C3%B1a-Amigos-de-la-Naturaleza-141024632633371/>
- **Figura 85:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Youtube* [Captura de pantalla]. <https://www.youtube.com/channel/UC49fBohU7zLBwS6fCnM9MtQ>
- **Figura 86:** ACBC. (s. f.). *Logotipo* [Logotipo]. ACBC. <http://www.acbcanaria.org/>
- **Figura 87:** Imagen propia basada en: ACBC. (s. f.). *Logotipo* [Logotipo]. ACBC. <http://www.acbcanaria.org/>
- **Figura 88:** *Paleta de corporativa*. Imagen propia.
- **Figura 89:** Jaén, R. (2020). *Jóvenes canarios y cambio climático*. ACBC. <http://www.acbcanaria.org/wp-content/uploads/2019/09/Jovenes-canarios-y-cambio-climatico.pdf>
- **Figura 90:** Vera, Y. (2022). *Página web* [Captura de pantalla]. <http://www.acbcanaria.org/>
- **Figura 91:** Vera, Y. (2022). *Cuenta de Facebook* [Captura de pantalla]. <https://es-es.facebook.com/acbcanaria/>
- **Figura 92:** P.T.S.P.I.E.C.I.-E.F.C. (2016). *Pisos de vegetación de Tenerife* [Infografía]. Gobierno de Canarias. <https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoescuela/recursosdigitales/2016/02/12/infografia-pisos-de-vegetacion-de-tenerife/>
- **Figura 93:** Goya, F. (1810). *El coloso* [Grabado]. Fundación Goya. <https://fundaciongoyaenaragon.es/obra/el-coloso-1/711>
- **Figura 94:** M.P.E.M. (2011b). *Láminas para conocer 13 árboles* [Fotografía]. Universidad autónoma de Chiriquí. <http://revistas.unachi.ac.pa/index.php/puentebiologico/article/view/388/361>
- **Figura 95:** Kamishibail: *La forma de contar cuentos que cautiva a los niños*. (2016, 10 marzo). [Fotografía]. Pequefelicidad. <http://www.pequefelicidad.com/2016/03/kamishibai-la-forma-de-contar-cuentos.html>
- **Figura 96:** Kamishibail: *La forma de contar cuentos que cautiva a los niños*. (2016, 10 marzo). [Fotografía]. Pequefelicidad. <http://www.pequefelicidad.com/2016/03/kamishibai-la-forma-de-contar-cuentos.html>
- **Figura 97:** Ecologistas en acción. (2014b, octubre 17). *Las cuentas ecológicas del transporte* [Folleto]. Ecologistas en acción. <https://www.ecologistasenaccion.org/28796/folleto-las-cuentas-ecologicas-del-transporte/>
- **Figura 98:** Solo imprenta. (2019, 21 febrero). *Diferentes tipos de plegados en tripticos y cuadrípticos*. [Ilustración]. Solo imprenta. <https://www.soloimprenta.es/blog/post/diferentes-tipos-de-plegados-en-tripticos-y-cuadrpticos.html>
- **Figura 99:** Ecologistas en acción. (2014b, octubre 17). *Las cuentas ecológicas del transporte* [Folleto]. Ecologistas en acción. <https://www.ecologistasenaccion.org/28796/folleto-las-cuentas-ecologicas-del-transporte/>
- **Figura 100:** Ecologistas en acción. (2014b, octubre 17). *Las cuentas ecológicas del transporte* [Folleto]. Ecologistas en acción. <https://www.ecologistasenaccion.org/28796/folleto-las-cuentas-ecologicas-del-transporte/>
- **Figura 101:** *Paleta de corporativa*. Imagen propia.
- **Figura 102:** Greenpeace. (s. f.-d). *Un 'Welcome Pack' para Greenpeace España* [Fotografía]. Impresium. <https://www.impresum.es/blog/un-welcome-pack-para-greenpeace-espana/>
- **Figura 102:** Greenpeace. (s. f.-d). *Un 'Welcome Pack' para Greenpeace España* [Fotografía]. Impresium. <https://www.impresum.es/blog/un-welcome-pack-para-greenpeace-espana/>
- **Figura 103:** Greenpeace. (s. f.-d). *Un 'Welcome Pack' para Greenpeace España* [Fotografía]. Impresium. <https://www.impresum.es/blog/un-welcome-pack-para-greenpeace-espana/>
- **Figura 104:** Greenpeace. (s. f.-d). *Un 'Welcome Pack' para Greenpeace España* [Fotografía]. Impresium. <https://www.impresum.es/blog/un-welcome-pack-para-greenpeace-espana/>
- **Figura 105:** Greenpeace. (s. f.-d). *Un 'Welcome Pack' para Greenpeace España* [Fotografía]. Impresium. <https://www.impresum.es/blog/un-welcome-pack-para-greenpeace-espana/>

- ce España [Fotografía]. Impresium. <https://www.impresum.es/blog/un-welcome-pack-para-greenpeace-espana/>
- **Figura 106:** Greenpeace. (s. f.-d). *Un 'Welcome Pack' para Greenpeace España* [Fotografía]. Impresium. <https://www.impresum.es/blog/un-welcome-pack-para-greenpeace-espana/>
  - **Figura 107:** Greenpeace. (s. f.-d). *Un 'Welcome Pack' para Greenpeace España* [Fotografía]. Impresium. <https://www.impresum.es/blog/un-welcome-pack-para-greenpeace-espana/>
  - **Figura 108:** *Paleta de corporativa*. Imagen propia.
  - **Figura 109:** Design Everywhere. (2016). *Dia Fall Night* [Fotografía]. Design Everywhere. <https://designeverywhere.tumblr.com/post/138142991085/dia-fall-night>
  - **Figura 110:** Tengwan, Q. (2009, 2 noviembre). *Playground- invitation* [Fotografía]. Flickr. <https://www.flickr.com/photos/wandesign/4077596477/>
  - **Figura 111:** Tengwan, Q. (2009, 2 noviembre). *Playground- invitation* [Fotografía]. Flickr. <https://www.flickr.com/photos/wandesign/4077596477/>
  - **Figura 112:** Saffron, I. (2014). *The Origami Flower* [Fotografía]. Behance. <https://www.behance.net/gallery/28008637/Italian-Saffron-Packaging>
  - **Figura 113:** Saffron, I. (2014). *The Origami Flower* [Fotografía]. Behance. <https://www.behance.net/gallery/28008637/Italian-Saffron-Packaging>
  - **Figura 114:** Chi-Huan, R. (2015, 12 marzo). *Originality · Purity* [Fotografía]. Behance. <https://www.behance.net/gallery/24418641/-Originality-Purity>
  - **Figura 115:** B. (2014, 4 septiembre). *Printable cootie catcher* [Fotografía]. Lars. <https://thehousethatlarsbuilt.com/2014/09/printable-cootie-catcher.html/>
  - **Figura 116:** Piñuela, M. (2021, 7 marzo). *Invitación de boda* [Fotografía]. Behance. <https://www.behance.net/gallery/117035105/Invitacion-de-boda>
  - **Figura 117:** Piñuela, M. (2021, 7 marzo). *Invitación de boda* [Fotografía]. Behance. <https://www.behance.net/gallery/117035105/Invitacion-de-boda>
  - **Figura 118:** *Paleta de colores*. Imagen propia.
  - **Figura 119:** Vargas, S. (2018, 15 octubre). *Ilustraciones botánicas de 300 años de antigüedad y el arte que inspiran hoy* [Ilustración]. My modern met. <https://mymodernmet.com/es/historia-de-las-ilustraciones-botanicas/>
  - **Figura 120:** Vargas, S. (2018, 15 octubre). *Ilustraciones botánicas de 300 años de antigüedad y el arte que inspiran hoy* [Ilustración]. My modern met. <https://mymodernmet.com/es/historia-de-las-ilustraciones-botanicas/>
  - **Figura 121:** *Paleta de colores*. Imagen propia
  - **Figura 122:** Galician Garden. (2017, 31 marzo). *La obra de arte de los viernes: Leonardo da Vinci, la pintura y la naturaleza*. [Ilustración]. Galician Garden. <https://bit.ly/3ODL6fM>
  - **Figura 123:** Galician Garden. (2017, 31 marzo). *La obra de arte de los viernes: Leonardo da Vinci, la pintura y la naturaleza*. [Ilustración]. Galician Garden. <https://bit.ly/3ODL6fM>
  - **Figura 124:** *Paleta de colores*. Imagen propia
  - **Figura 125:** Santamans, J. (2020, 1 julio). *Flor de sauco* [Ilustración]. Facebook. <https://www.facebook.com/joanasantamans/photos/a.326405430707478/3568604409820881>
  - **Figura 126:** Santamans, J. (2020, 1 julio). *Flor de sauco* [Ilustración]. Facebook. <https://www.facebook.com/joanasantamans/photos/a.326405430707478/3568604409820881>
  - **Figura 127:** *Paleta de colores*. Imagen propia
  - **Figura 128:** Barnes, S. (2019, 27 marzo). *Learn to Paint Beautiful Botanicals in This 35-Minute Skillshare Class* [Ilustración]. Brown Paper Bag. <https://www.brwnpaperbag.com/2019/03/27/sara-boccaccini-meadows-skillshare-class/>
  - **Figura 129:** Barnes, S. (2019, 27 marzo). *Learn to Paint Beautiful Botanicals in This 35-Minute Skillshare Class* [Ilustración]. Brown Paper Bag. <https://www.brwnpaperbag.com/2019/03/27/sara-boccaccini-meadows-skillshare-class/>

- **Figura 130:** Paleta de colores. Imagen propia
- **Figura 131:** Barnes, S. (2019, 27 marzo). *Learn to Paint Beautiful Botanicals in This 35-Minute Skillshare Class* [Ilustración]. Brown Paper Bag. <https://www.brwnpaperbag.com/2019/03/27/sara-boccaccini-meadows-skillshare-class/>
- **Figura 132:** Paleta de colores. Imagen propia
- **Figura 133:** Iberdrola. (s. f.-c). *Las especies endémicas y su valor para la biodiversidad* [Infografía]. Iberdrola. <https://www.iberdrola.com/sostenibilidad/especies-endemicas>
- **Figura 134:** Iberdrola. (s. f.-c). *Las especies endémicas y su valor para la biodiversidad* [Infografía]. Iberdrola. <https://www.iberdrola.com/sostenibilidad/especies-endemicas>
- **Figura 135:** Paleta de colores. Imagen propia
- **Figura 136:** Kunkel, G. (1977, 2 enero). *Senecio hansenii / Echium x lidii* [Iconografía]. Universidad de las Palmas de Gran Canaria. <https://mdc.ulpgc.es/cdm/singleitem/collection/cbotanica/id/181/rec/2>
- **Figura 137:** Kunkel, G. (1977, 2 enero). *Senecio hansenii / Echium x lidii* [Iconografía]. Universidad de las Palmas de Gran Canaria. <https://mdc.ulpgc.es/cdm/singleitem/collection/cbotanica/id/181/rec>
- **Figura 138:** Paleta de colores. Imagen propia
- **Figura 139:** UCTICEE. (2017, 17 mayo). *Margarita de Famara* [Infografía]. Gobierno de Canarias. <https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoescuela/recursosdigitales/2017/05/17/margarita-de-famara/>
- **Figura 140:** UCTICEE. (2017, 17 mayo). *Margarita de Famara* [Infografía]. Gobierno de Canarias. <https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoescuela/recursosdigitales/2017/05/17/margarita-de-famara/>
- **Figura 141:** krita. (s. f.). [Captura de pantalla]. Apps. <https://apps.kde.org/es/krita/>
- **Figura 142:** Clip Studio. (s. f.). *¿Qué es Clip Studio?* [Captura de pantalla]. Clip Studio. <https://www.clipstudio.net/promotion/ibispaint/es/>
- **Figura 143:** Illustrama. (s. f.). *Corel Painter 2020 opinión* [Captura de pantalla]. Illustrama. <https://www.illustrama.com/news?v=5e464c8a7e449f32381db99d>
- **Figura 144:** Gràffica. (2019, 9 abril). *La tan deseada función que le faltaba a Procreate está en camino* [Captura de pantalla]. Gràffica. <https://graffica.info/la-tan-deseada-funcion-que-le-faltaba-a-procreate-esta-en-camino/>
- **Figura 145:** Bunda, H. (2018, 21 noviembre). *Rebelle 3 review* [Captura de pantalla]. Creative Bloq. <https://www.creativebloq.com/reviews/rebelle-3-review>
- **Figura 146:** Integrados argentinos. (s. f.). *Tableta Grafica Wacom Cintiq 16 Display Black* [Fotografía]. Integrados argentinos. [https://www.integradosargentinos.com/MLA-1113035037-tableta-grafica-wacom-cintiq-16-display-black-dtk1660k0a1-\\_JM?utm\\_source=hardgamers&utm\\_medium=search%20engine](https://www.integradosargentinos.com/MLA-1113035037-tableta-grafica-wacom-cintiq-16-display-black-dtk1660k0a1-_JM?utm_source=hardgamers&utm_medium=search%20engine)
- **Figura 147:** EC. (2020, 20 mayo). *Las 10 mejores tabletas gráficas del mercado* [Fotografía]. El Confidencial. [https://www.elconfidencial.com/decompras/2020-05-23/las-10-mejores-tabletas-graficas-del-mercado\\_2607203/](https://www.elconfidencial.com/decompras/2020-05-23/las-10-mejores-tabletas-graficas-del-mercado_2607203/)
- **Figura 148:** Gobierno de Canarias. (2015, 13 octubre). *Red Canaria de Espacios Naturales Protegidos* [Ilustración]. Gobierno de Canarias. [https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/wiki/index.php?title=Red\\_Canaria\\_de\\_Espacios\\_Naturales\\_Protegidos](https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/wiki/index.php?title=Red_Canaria_de_Espacios_Naturales_Protegidos)
- **Figura 149:** Chavarría, F. (2017, junio). *Plan del Programa Gestión Ambiental Institucional PGAI 2017–2021* [Cartel]. ResearchGate. [https://www.researchgate.net/publication/337682783\\_Plan\\_del\\_Programa\\_Gestion\\_Ambiental\\_Institucional\\_PGAI\\_2017-2021](https://www.researchgate.net/publication/337682783_Plan_del_Programa_Gestion_Ambiental_Institucional_PGAI_2017-2021)
- **Figura 150:** Lodi, S. (2014, 8 febrero). *Sistema para festival cultural* [Ilustración]. Behance. <https://www.behance.net/gallery/14383989/Costa-Rica-Sistema-para-festival-cultural>
- **Figura 151-165:** Imágenes propias.
- **Figura 166:** Hola Islas Canarias. (s. f.). *La isla diferente* [Fotografía]. Hola Islas Canarias. <https://www.holaislascanarias.com/lanzarote/>
- **Figura 167:** Paleta de colores. Imagen propia
- **Figura 168:** Magellan. (2020, 17 junio). *La Palma, el paraíso canario más verde* [Fotografía]. Magellan. <https://www.magellanmag.com/>

- la-palma-el-paraiso-canario-mas-verde/
- **Figura 169:** *Paleta de colores*. Imagen propia
- **Figura 170-173:** Imágenes propias.
- **Figura 174:** Andreasson, S. (2018, 29 junio). *Fizzy Flowers* [Ilustración]. DNAMAG. <https://www.dnamag.co/home/5-affordable-art-pieces-to-buy-now>
- **Figura 175:** Entheovida. (2015, 7 mayo). [Ilustración]. Entheovida. <http://entheovida.blogspot.com/2015/05/blog-post.html?spref=pi>
- **Figura 176-186:** Imágenes propias.
- **Figura 187:** Ozório, F. (s. f.). [Ilustración]. Pinterest. <https://www.pinterest.es/pin/348466089930637834/>
- **Figura 188:** Marroiak. (s. f.). *Cuadro Romero (Salvia officinalis)* [Ilustración]. Marroiak. <https://www.marroiak.com/shop/ilustracion/laminas/lamina-ilustracion-romero/>
- **Figura 189-197:** Imágenes propias.
- **Figura 198:** Piñuela, M. (2021, 7 marzo). *Invitación de boda* [Fotografía]. Behance. <https://www.behance.net/gallery/117035105/Invitacion-de-boda>
- **Figura 199:** Piñuela, M. (2021, 7 marzo). *Invitación de boda* [Fotografía]. Behance. <https://www.behance.net/gallery/117035105/Invitacion-de-boda>
- **Figura 200-204:** Imágenes propias.
- **Figura 205:** *Sakura Card Captor*. (s. f.). [Ilustración]. Tumblr. <https://yellow-maiden.tumblr.com/page/2>
- **Figura 206:** Amazon. (s. f.-a). *Fournier-No12 Baraja española de 50 Cartas* [Fotografía]. Amazon. <https://www.amazon.es/Fournier-Baraja-Espa%C3%B1ola-multicolor-F20992/dp/B0093167FW>
- **Figura 207-210:** Imágenes propias.
- **Figura 211:** Greenpeace. (s. f.-d). *Un 'Welcome Pack' para Greenpeace España* [Fotografía]. Impresium. <https://www.impresum.es/blog/un-welcome-pack-para-greenpeace-espana/>
- **Figura 212:** Squarespace. (s. f.). [Fotografía]. Pinterest. <https://www.pinterest.es/pin/799740846344247567/>
- **Figura 213-214:** Imágenes propias.

- **Figura 215:** Freepik. (s. f.). Tonos marrones de perchas florales de primavera [Ilustración]. Freepik. [https://www.freepik.es/vector-gratis/tonos-marrones-perchas-florales-primavera\\_7089172.htm#query=etiqueta&position=18&from\\_view=search](https://www.freepik.es/vector-gratis/tonos-marrones-perchas-florales-primavera_7089172.htm#query=etiqueta&position=18&from_view=search)
- **Figura 216-223:** Imágenes propias.

## 5.2. Bibliografía

Álvarez, P. (2014). *La fotografía científica y su reinterpretación en una aproximación al mundo del arte* [Tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. E-Prints Complutense.

Cabezas L, López I, Olivier JC, Campos R, Barbero M. *Dibujo Científico: arte y naturaleza, ilustración científica, infografía, esquemática. Dibujo y Profesión 4*. Ed Cátedra, 2016, Madrid.

Cabrera, M. (1999). *Flora autóctona de las Islas Canarias*. Everest. *Conversación con Hiroshi Sugimoto*. En Sugimoto. Fundación "la Caixa". Madrid. 1998. Pág. 17

Hernández, J., Torres, F., & Ruíz, C (et al). (2010). *Diseño de identidad para espacios naturales : Parque Rural de Teno*. Santa Cruz de Tenerife : Cabil-do Insular, 2010 (Producciones Gráficas, S.L.).

Rico, M. F. y De Anda D. *La Fotografía forense en la peritación legal*. México. Trillas. 1991. Pág. 17

Tellería, J.L. 2009. *Turismo y conservación de la biodiversidad en España. Seminario: Biodiversidad y turismo sostenible en Iberoamérica*. 9-11 de Noviembre de 2009. INBIO, Heredia, Costa Rica

## 5.3. Revistas

Mendoza-Montesdeoca, I. et al. (2022). *Environmental public policies and sustainable tourism development in Ecuador's protected areas*. Revista de Estudios Andaluces, 43, 106-124. <https://dx.doi.org/10.12795/rea.2022.i43.06>

M Sáez, F de Toro - Revista de estudios políticos, 1949 - dialnet.unirioja.es  
M Sáez, F de Toro - *Revista de estudios políticos, 1949*. dialnet.unirioja.es

Piepenbring, M., & Miranda, E. (2019). *PB Láminas para conocer 13 árboles importantes en tierras bajas de Chiriquí, Panamá*. Puente Biológico, 4(1), 59-87. <http://revistas.unachi.ac.pa/index.php/puentebiologico/article/view/388>

Santos A. (1984) *Clima Mediterráneo de Canarias y vegetación*, Bulletin de la Société Botanique de France. Actualités Botaniques, 131:2-4, 121-128, DOI: 10.1080/01811789.1984.10826654

## 5.4. Fuentes web

Aldama, C. (25 de diciembre de 2005). La magia del kamishibai. Educación Navarra. <http://docentes.educacion.navarra.es/mbeaumo1/kamishibai/doc/articulo-TK.pdf>

Alternativas a Clip Studio Paint. (s. f.). Mejor software. Recuperado 19 de junio de 2022, de <https://mejorsoftware.info/tools/clip-studio-paint>

Alternativas a Corel Painter. (s. f.). Mejor software. Recuperado 19 de junio de 2022, de <https://mejorsoftware.info/tools/corel-painter>  
Alternativas a Krita. (s. f.). Mejor software. Recuperado 19 de junio de 2022, de <https://mejorsoftware.info/tools/krita>

Alternativas a Procreate. (s. f.). Mejor software. Recuperado 19 de junio de 2022, de <https://mejorsoftware.info/tools/procreate>

Asale, R. Lámina- Diccionario de la lengua española. Edición del Tricentenario. Recuperado 2 de marzo de 2022, de <https://dle.rae.es/l%C3%A1mina>

Blaskovic, P. (s. f.). Rebelle | real media paint software @escapemotions. Peter Blaskovic. Recuperado 19 de junio de 2022, de <https://www.escape-motions.com/products/rebelle/about?//products/rebelle/index.php>

Castro, V. M. L. (26 de agosto de 2021). El grabado, la técnica y su evolución histórica. Repositorio Une. <https://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/5400>

Colaboradores de Wikipedia. (2022, 20 junio). Leonardo da Vinci. Wikipedia, la enciclopedia libre. Recuperado 20 de junio de 2022, de [https://es.wikipedia.org/wiki/Leonardo\\_da\\_Vinc](https://es.wikipedia.org/wiki/Leonardo_da_Vinc)

Definición de una asociación. (s. f.). Entidades Jurídicas. <https://ejuridicas.castillalamancha.es/asociaciones/definicion-asociacion>

Fraile, V. T. L. E. D. L. (2021, 28 septiembre). La libertad creativa como herramienta de divulgación científica. laurafraileart. Recuperado 21 de junio de 2022, de <https://laurafrileart.com/2021/09/28/la-libertad-creativa-como-herramienta-de-divulgacion-cientifica/>

Gobierno de Canarias. (2020, 21 abril). Flora canaria –. Recuperado 21 de junio de 2022, de <https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoescuela/recursosdigitales/coleccion/flora-canaria/>

Iberdrola. (2020, 5 junio). ¿Cómo impactan las especies exóticas invasoras sobre la biodiversidad? Recuperado 20 de mayo de 2022, de <https://www.iberdrola.com/sostenibilidad/especies-invasoras>

Iberdrola. (s. f.). Las especies endémicas y su valor para la biodiversidad. Recuperado 20 de mayo de 2022, de <https://www.iberdrola.com/sostenibilidad/especies-endemicas>

Iberdrola. (s. f.-a). Conoce a la Energética del futuro. Recuperado 26 de junio de 2022, de <https://www.iberdrola.com/conocenos>

Infographics. (2014, 22 septiembre). Statistics Canada. Recuperado 26 de junio de 2022, de <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/11-627-m/index-eng.htm>

Joana Santamans. (2020, 28 agosto). En Wikipedia, la enciclopedia libre. [https://es.wikipedia.org/wiki/Joana\\_Santamans](https://es.wikipedia.org/wiki/Joana_Santamans)

La botánica y Leonardo Da Vinci - El Genio Del Renacimiento. (2021, 18 julio). Leonardo Da Vinci. Recuperado 21 de junio de 2022, <https://www.brandbucket.com/names/debit.ly?source=ext>

Logo de Greenpeace: la historia y el significado del logotipo, la marca y el símbolo. | png, vector. (2021, 22 diciembre). 100 marcas. Recuperado 11 de abril de 2022, de <https://1000marcas.net/greenpeace-logo/>

Losa, C. (2016, 11 junio). La gran pradera de Durero. Análisis botánico y paisajístico. | Herba Nova. Herba Nova | Estudio de Paisajismo. Recuperado 21 de junio de 2022, de <https://herbanova.es/la-gran-pradera-de-durero-analisis-botanico-y-paisajistico/>

Machuca, F. (2022, 7 enero). Ilustración botánica: ¡Descubre cómo incursionar en el arte botánico en pocos pasos! <https://www.crehana.com>. Recuperado 19 de junio de 2022, de <https://www.crehana.com/blog/dibujo-pintura/lilustracion-botanica/>

María.C. (s. f.). Las técnicas artísticas: El grabado. El taller del grabado.

<https://goya.unizar.es/InfoGoya/Obra/TecnicaGrabado.html>

marketing. (2019, 12 julio). ¿Que es la Ilustración digital? Herramientas y técnicas. xcolme. Recuperado 19 de junio de 2022, de <https://xcolme.es/ilustracion-digital/>

Qué es una Tableta Gráfica y para qué sirve. (2020, 26 abril). Tabletas Digitalizadoras. Recuperado 19 de junio de 2022, de <https://tabletasdigitalizadoras.net/que-es-una-tableta-grafica/#.Yq-WxnbP0dU>

Sánchez, M. (2021, 15 noviembre). Especies endémicas, autóctonas, alóctonas, exóticas e invasoras ¿Sabemos cuál es cual? Restauración de Ecosistemas. Recuperado 20 de mayo de 2022, de <https://www.restauraciondeecosistemas.com/especies-endemicas-autoctonas-alocionas-exoticas-e-invasoras-sabemos-cual-es-cual/>

Sara Meadows – Botanical Watercolour Tutorial. (s. f.). Illuminated Shadows. Recuperado 21 de junio de 2022, de <https://www.illuminatedshadows.com/products/saraboccaccinimeadows>

ULPGC. (s. f.). Cuadernos de botánica canaria. Recuperado 22 de junio de 2022, de <https://mdc.ulpgc.es/cdm/landingpage/collection/cbotanica>

Vargas, S. (2019b, marzo 14). Ilustraciones botánicas de 300 años de antigüedad y el arte que inspiran hoy. My Modern Met en Español. Recuperado 19 de junio de 2022, de <https://mymodernmet.com/es/historia-de-las-ilustraciones-botanicas/>

VERBOK. (2021, 27 abril). Tipos de folletos publicitarios. Recuperado 7 de julio de 2022, de <https://verbok.com/tipos-folletos-publicitarios/#:~:text=Cuadr%C3%ADpticos,de%20manera%20ordenada%20y%20entendible.%20Y%20presenta%20un%20formato%20rectangular,%20con%20un%20plegado%20en%20ventana.avarra.es/mbeaumo1/kamishibai/doc/articucu9.1984.10826654>



# brote



Asociación para la protección  
y conservación de la flora canaria

**MANUAL DE IVC**

**TRABAJO DE FIN DE GRADO**  
**Yanira Vera Hernández**

Tutorizado por Cristóbal Ruiz Medina  
Grado en Diseño 2018-2022  
Universidad de La Laguna

# Manual de ivc

**Yanira Vera Hernández**  
**Tutor Cristóbal Ruiz Medina**

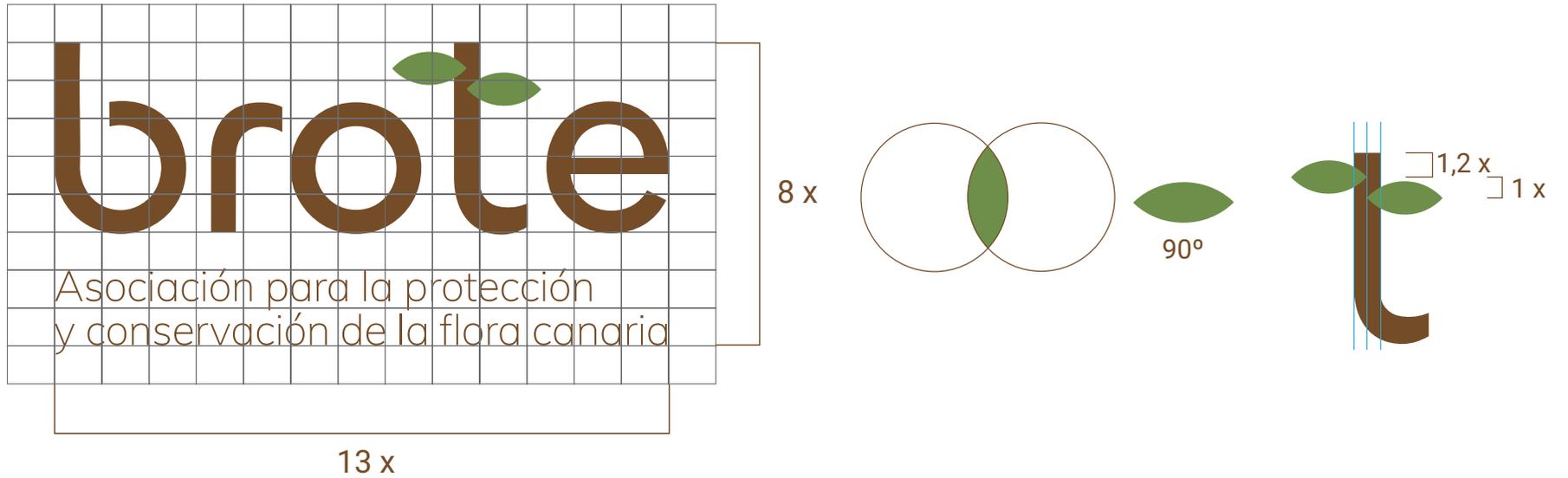
Grado en Diseño  
Curso 2021 / 2022  
Facultad de Bellas Artes  
Universidad de La Laguna

# Índice

<b>1. Identidad corporativa</b>	4
1.1. Construcción de la marca	5
1.2. Versiones en positivo, negativo y escala de grises	6
1.3. Área de protección	8
1.4. Tamaño mínimo de reducción	9
1.5. Tipografía corporativa	10
1.6. Retoque tipográfico	11
1.7. Colores corporativos	12
<b>2. Papelería corporativa</b>	14
2.1. Hoja de carta	15
2.2. Sobre DL	16
2.3. Tarjeta de visita	17
<b>4. Mockups</b>	18

# **1. Identidad corporativa**

# 1.1. Construcción de la marca



## 1.2. Versiones en positivo, negativo y escala de grises

**brote**  
Asociación para la protección  
y conservación de la flora canaria



brote

Asociación para la protección  
y conservación de la flora canaria

brote

Asociación para la protección  
y conservación de la flora canaria

brote

Asociación para la protección  
y conservación de la flora canaria

### 1.3. Área de protección



## 1.4. Tamaño mínimo de reducción



## 1.5. Tipografía corporativa

Se decidió utilizar la tipografía Chillax, en su versión bold para el título y la tipografía Muli en su versión light para el tagline. Ambas son sans-serif con formas redondeadas y portan una licencia Open font.

Como tipografía secundaria se opta por la Roboto, debido a que cuenta con numerables estilos y es palo seco, con lo cual sigue la línea de las tipografías principales.

Chillax Variable **Medium**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz  
1234567890**

Muli Extralight

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz  
1234567890

Roboto Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz  
1234567890

Roboto Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz  
1234567890

**Roboto Bold**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz  
1234567890**

## 1.6. Retoque tipográfico

Se ha modificado el tamaño del asta de la b en 2pt y la t en 40 pt más que la original, para poder incluir las hojas y que estas no interfirieran con la legibilidad de la palabra. Como se puede observar también se ha modificado el tracking (-10), debido a que la separación entre letras era muy extensa. De esta manera, se ha podido unificar tagline e imagotipo en una composición más estructurada.

Por otro lado encontramos dos modificaciones más, la primera es la eliminación de parte del anillo de la letra b, utilizando un rectángulo vertical de 20 x 45,7 pt, que como se ha explicado anteriormente alude a la idea de brote. Finalmente, se han sustituido los brazos de la t por dos hojas, simétricas, separadas por 14 pt.



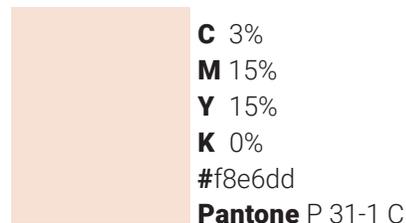
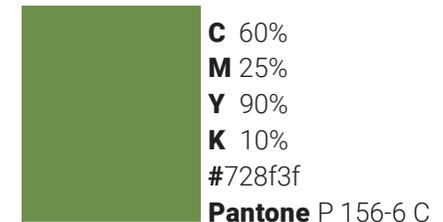
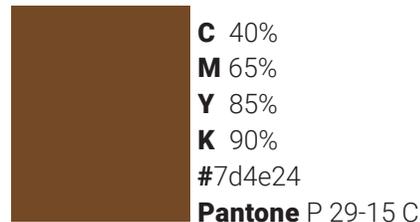
## 1.7. Colores corporativos

Se han elegido, basándose en los paisajes de las islas. Como color principal, un marrón de tonalidad oscura, el cual representa el suelo, la tierra en la que crecen cada una de las especies. El siguiente color es un verde también de tonalidad oscura, puesto que la mayoría de las plantas y árboles presentes en el archipiélago muestran un color similar. Los dos colores son de tonalidad oscura, pues se busca que porten la mayor versatilidad posible, debido a que las publicaciones portarán imágenes como fondo, y es necesario asegurar su legibilidad.

Como color secundario, se ha utilizado un beige claro, el cual combina perfectamente con los dos colores principales y aporta serenidad a los diseños.

brote

Asociación para la protección  
y conservación de la flora canaria



brote

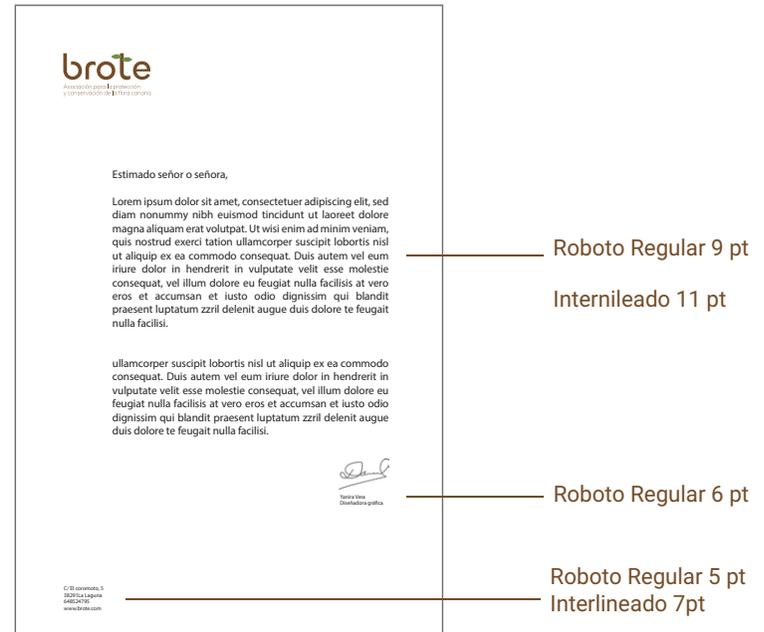
Asociación para la protección  
y conservación de la flora canaria

## **2. Papelería corporativa**

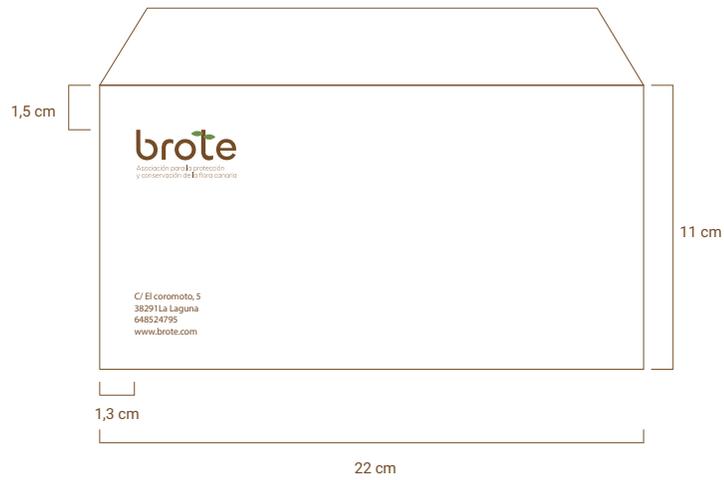
## 2.1. Hoja de carta



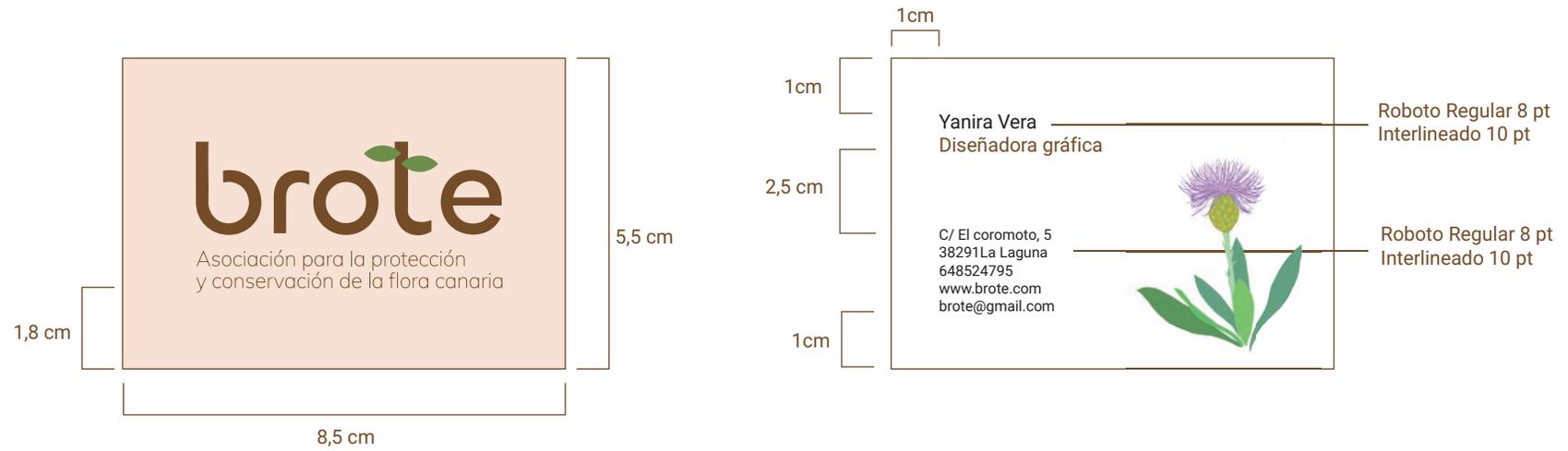
Formato din A4



## 2.2. Sobre DL



## 2.3. Tarjeta de visita



# 3. Mockups

### 3.1. Parada de tranvía



### 3.2. Bolsa de tela



### 3.3. Pegatinas



### 3.4. Cartel



### 3.5. Valla publicitaria



### 3.6. Roll-up



