

Universidad Nacional
Centro de Investigación, Docencia y Extensión
Artística (C.I.D.E.A.)
Escuela de Arte y Comunicación Visual

 **EL CRUEL** 
ALGORITMO DEL AMOR

Libro álbum ilustrado sobre las actitudes negativas
presentes en las aplicaciones para citas dentro del
enjambre digital.

Sustentante
Paula Rivera González
CI: 115480288

**Trabajo Final de Graduación en la Modalidad de
Evento Especializado**
Para optar por el grado de Licenciatura en Arte y
Comunicación Visual con énfasis en Diseño Gráfico.

Profesora tutora
M.Ed. Emilia Villegas González

Asesor en el Énfasis
M.Ed. Wilfredo Alexis Bustamante
Rodríguez

Asesora Adjunta
MSc. Adriana Bonilla Salas

Campus Omar Dengo
2022

Índice

1. Tema	8	6.1.3 El libro álbum ilustrado	21
2. Presentación del tema	8	6.1.3.1 El libro álbum ilustrado como producto editorial para adultos de carácter explorativo.....	21
3. Formulación del problema de Investigación	9	6.1.3.2 La sátira en la ilustración Editorial Conceptual.....	22
4. Estado de la Cuestión	10	6.1.3.3 En la ilustración digital	23
4.1 Antecedentes Académicos.....	11	6.1.4 Ilustración Editorial conceptual con técnica mixta reflejada en un Libro álbum ilustrado	24
4.2 Antecedentes Visuales	12	6.1.5 Libro álbum ilustrado y su composición editorial	
5. Objetivos	15	7. Glosario	27
Objetivo General	15	8. Metodología	29
Objetivos Específicos	15	Plan de actividades	31
6. Marco Teórico - Conceptual	16	Conceptualización Flor de Lotto.....	32
6.1.1 El enjambre digital en las relaciones afectivas...19		Cronograma	33
6.1.2 Las actitudes negativas producto de las aplicaciones para citas	20		



Resumen	34	Fases 6: Implementación y entrega	61
Implementación Metodológica.....	35	Maquetación	62
Fases 1 y 2: Briefing - Investigación y Antecedentes.....	35	Fases 7: Aprendizaje Feedback.....	63
Fase 3: Ideas y soluciones	39	Espacio Escogido.....	63
Desarrollo de trama narrativa - Storytelling	40	Levantamiento Digital	64
Personajes - User Personas.....	41	Instrumentos de merchandising (Material POP).....	65
Fases 4 y 5: Prototipo y Desarrollo - Selección de motivos...42		Consideraciones Finales	70
Exploración Visual Actitudes Negativas, Emociones.....	43	Recomendaciones.....	71
Exploración Visual, estilo de ilustración, coloreo y estilo editorial.....	44	Bibliografía.....	72
Exploración Visual, tipografía, iconografía y paleta de color... 46			
Exploración Visual Actitudes Negativas, Emociones.....	47		
Estilos de párrafo y burbujas de texto.....	60		

Índice de Figuras



Figura 1. Guianeya Ramírez Herrera . Fondo y forma del álbum ilustrado: Surgimiento de este género editorial en México, 2021	9
Figura 2. Jean Jullien. Exposición Allo. Kemistry Gallery, Londres, 2013.....	10
Figura 3. Kevin Lau. Risky transaction, 2017.....	10
Figura 4. Aránzazu Carrera. MATCH: Fanzine sobre Tinder, 2021	11
Figura 5. Poka Arts. That ego, let i'go, 2018	11
Figura 6. Saša Buricová, 2021, Kurník online mag for editorial illustration	11
Figura 7. Society, Not Flipper, 2015.....	12
Figura 8. Kittenfishing, 2019, Jackson Gibbs.....	12
Figura 9. David Plunkert illustration: Home of the Brave, 2016.....	21
Figura 10. Ashley Mackenzie, s.f, Anesthesia / Scientific American.....	21
Figura 11. Jean Julien, Allo, 2013.....	22
Figura 12. Juliana Kolesova, Masks” Oil on canvas, 30”x40”, 2019.....	22
Figura 13. Dmitry Ligay, 2019, Guru, Illustrations for Robb Report magazine.....	22
Figura 14. Hang the Dj Black Mirror (Patten, 2017). Searching (Chaganty, 2018)...	23
Figura 15. De ratones y hombres, Rebecca Dautremer, 2020.....	23
Figura 16. Andrea González del Riego Levy, 2020, La sirenita del Amazonas.....	24
Figura 17. David Plunkert illustration: Home of the Brave, 2016.....	43
Figura 18. Jean Jullien. Exposición Allo, 2013.....	43
Figura 19. Searching (Chaganty, 2018).....	43
Figura 20. Hang the Dj Black Mirror (Patten, 2017).....	43
Figura 21. Ashley Mackenzie, s.f, Anesthesia / Scientific American.....	43
Figura 22. Juliana Kolesova, Masks”, 2019.....	43
Figura 23. Dmitry Ligay, 2019, Guru, Illustrations for Robb Report magazine.....	43
Figura 24. De ratones y hombres, Rebecca Dautremer, 2020.....	43
Figura 25. Andrea González del Riego Levy, 2020, La sirenita del Amazonas.....	43
Figura 26. Ejemplo de aplicación de interfaces.....	44
Figura 27. Familia Tipográfica “Please write me a song” para textos amplios.....	44
Figura 28. Familia Tipografía DK Brush Crush y DK Cool Crayon para textos ilustrados.....	44

Índice de Figuras



Figura 29. Pantallas e iconos Grindr.....	45	Figura 44. Implementación de maqueta editorial en un Guion Gráfico.....	51
Figura 30. Pantallas e iconos Tinder	45	Figura 45. Bocetos - Storyboard.....	52
Figura 31. Pantallas e iconos Badoo	45	Figura 46. Entintado y coloreo digital.....	56
Figura 32. Paleta de color Tinder	46	Figura 47. Infografía resumen acciones negativas.....	59
Figura 33. Paleta de color Grindr.....	46	Figura 48. Estilos de párrafo y burbujas de texto.....	60
Figura 34. Paleta de color Badoo	46	Figura 49. Pruebas de impresión.....	61
Figura 35. Aplicación del color, línea y texturas	47	Figura 50. Producto Final.....	62
Figura 36. Ejemplo pose 1	48	Figura 51. Salas Librería Francesa.....	63
Figura 37. Ejemplo pose 2	48	Figura 52. Boceto plano del lugar.....	63
Figura 38. Ejemplo pose 3	48	Figura 53. Sala Diccionarios.....	64
Figura 39. Ejemplo pose 4	48	Figura 54. Maqueta Digital del recorrido.....	64
Figura 40. Ejemplo de interfaces aplicaciones para citas 1.....	48	Figura 55. Presentación del Producto.....	65
Figura 41. Ejemplo de interfaces aplicaciones para citas 2.....	48	Figura 56. Roller Up	66
Figura 42. Proceso de creación de personajes.....	49	Figura 57. Stickers.....	66
Figura 43. Usos de color e iconografía.....	50	Figura 58. Stickers.....	66

Índice de Figuras



Figura 59. Totebag.....	67
Figura 60. Totebag.....	67
Figura 61. Separador.....	67
Figura 62. Infografía.....	67
Figura 63. Interacción Digital con código QR.....	68
Figura 64. Filtros de Instagram.....	69
Figura 65. Post de Instagram.....	69

“ *La incorporación de aplicaciones de chat y redes sociales, con el surgimiento de aplicaciones de citas en línea, han modificado la manera de conocer nuestro entorno social y la manera de manifestar nuestra propia afectividad.* ”

(Verdes, 2020, pp. 6)

1. Tema

El cruel Algoritmo del amor: Libro álbum ilustrado sobre las actitudes negativas presentes en las aplicaciones para citas dentro del enjambre digital.

2. Presentación del tema

El contexto actual de hiperconectividad producto del vertiginoso avance de las tecnologías digitales ha transformado el paradigma de la forma de comunicarnos, trabajar, socializar e incluso construir vínculos afectivos. Lo anterior ha generado un fenómeno psicosocial posmoderno que el filósofo surcoreano Byun Chung Hang ha denominado -con signo negativo- como “*enjambre digital*” para designar a un conglomerado de individuos que “no desarrollan ningún nosotros” en el que “no se manifiesta una voz, por eso es percibido como un “*ruido*” (Han, 2014, pp. 26–27). Esta perspectiva negativa se enlaza con el planteamiento del filósofo de Natán Verdés Bertolín , en su tesis *Enamorarse en el enjambre digital*, 2020, en donde se mezclan los conceptos del enjambre digital con las problemáticas asociadas a las relaciones afectivas que establecen los individuos en especial a través de aplicaciones para citas y la desconstrucción del comportamiento humano que se refleja en las actitudes negativas de las personas.

Estas posiciones posibilitaron construir un planteamiento en donde el entorno virtual dicta la manera en la que las personas se relacionan, y al mismo tiempo posibilita crear alianzas entre los planteamientos filosóficos y las problemáticas afectivas y psicosociales que subyacen en el corazón del enjambre, donde se encuentran una serie de terminologías que reflejan las actitudes y comportamientos negativos por parte de los usuarios, dentro de las aplicaciones móviles para citas.

Debido al gran interés y la pertinencia de este fenómeno, el cual que pertenece a una realidad inmediata , se desea explorar particularmente las actitudes y comportamientos negativos tales como el *Ghosting*, *Kittenfishing*, *Orbiting*, *Fleabagging* y el *Ciberacoso* (Abril, 2020). Desde una perspectiva crítica y experimental en el ámbito del diseño gráfico, se plantea una propuesta de libro álbum ilustrado para un público meta adulto entre 20 a 35 años, cual es el rango de usuarios que en la actualidad hace un uso más intensivo de los recursos tecnológicos para relacionarse social y afectivamente a través de aplicaciones digitales y las redes sociales (Verdés, 2020, pp. 6). Esto se debe a los cambios de la industria editorial y el surgimiento de nuevas editoriales que se especializan en la venta de libro álbumes para adultos, con el fin de recuperar el interés hacia la lectura por parte del público millennial.

3. Formulación del problema de Investigación

¿Cómo interpretar gráficamente en un álbum ilustrado explorativo, las actitudes negativas presentes en las relaciones afectivas desencadenadas por aplicaciones de citas dentro del enjambre digital?

Se establecen actitudes negativas tipificadas en el entorno de las aplicaciones de citas que se desglosan en **Ghosting** (Desaparecer como fantasma), **Kittenfishing** (Pesca de Gatitos), **Orbiting** (Desaparecer físicamente pero permanecer virtualmente), **Fleabagging** (tener citas sin tener responsabilidad afectiva) y el **Ciberacoso**.

Desde una perspectiva metafórica se permiten conciliar las emociones vividas por los usuarios al ser víctimas o victimarios de diversas experiencias en el entorno digital de las aplicaciones para citas. Estas acciones se representan a través de la retórica visual en donde no siempre van a ser descriptivas, si no que las acciones se ejecutan a partir de una construcción conceptual, en donde los recursos de composición sintácticos logran establecer una relación entre las emociones o sentimientos vividos, y las experiencias las cuales estarán a partir de la ilustración editorial en el libro álbum ilustrado.

De esta manera se integra la información recopilada por parte del público meta para crear una estructura narrativa a través de recursos de composición creativa, como lo son la *triangulación* y el *storytelling*, en conjunto con una *metodología de diseño iterativo* para lograr construir un proceso que permita generar una ficcionalización de los datos y categorizar las actitudes negativas a partir de las vivencias seleccionadas.

Desde un punto de vista temático se intenta crear una línea gráfica que aluda a las características propias de la ilustración editorial de carácter conceptual, las cuales contribuyen para comunicar desde un punto de vista psicosocial un entorno en él convive la sátira y la ironía, las cuales permiten generar consciencia en el público meta.

Por lo tanto mediante el libro álbum ilustrado intenta generar un acercamiento a la exploración visual de las emociones y sentimientos vividos por el público meta, a partir de propuestas visuales que a través de diferentes códigos y lenguajes aludan los efectos que desencadenan las acciones negativas.

Así mismo como parte de la propuesta de divulgación de dicho producto se pretende generar un acercamiento al público meta a través de un evento de divulgación, que permita comunicar dichos hallazgos a través de instrumentos que permitan interactuar con el usuario para así lograr difundir y visibilizar el mensaje que se desea comunicar.

4. Estado de la Cuestión

4.1 Antecedentes Académicos

Natán Verdés Bertolín. *Enamorarse en el enjambre digital: relaciones virtuales y aplicaciones de citas*. 2020, Barcelona

La tesis de Verdés trata de contribuir en la *investigación desde la perspectiva filosófica*, ya que posibilita *contextualizar e identificar las variables implícitas en el fenómeno del enjambre virtual*, ya que enlaza los conceptos del enjambre digital, abordados por primera vez por el filósofo Byung Chung Han, en el capítulo 3 del libro *Pensamiento Herder*, donde aporta los conceptos a analizar sobre la revolución digital.

Asocia los elementos abordados por Han, realizando un análisis filosófico de las relaciones afectivas, producto del uso de tecnologías de la información, las cuales intervienen en el proceso selectivo de las personas.

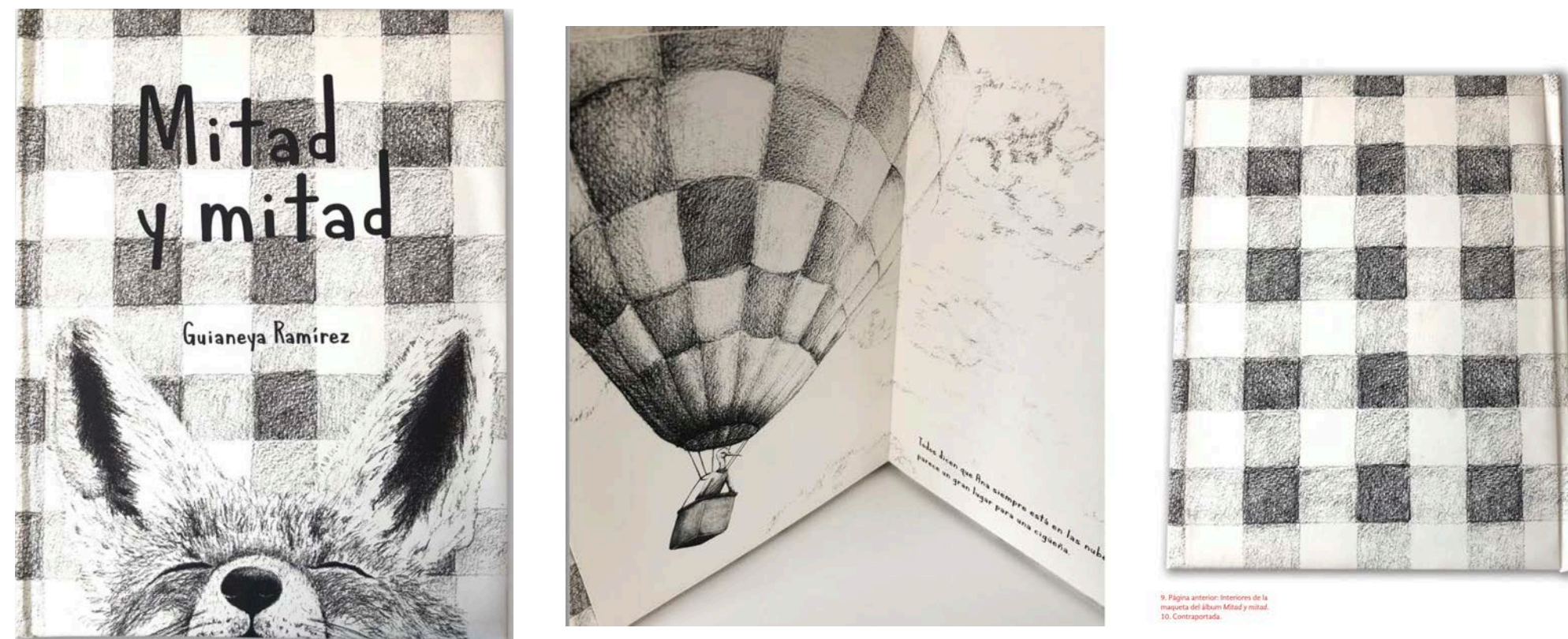
Menciona que desde la venida de los avances tecnológicos como el Smartphone, ha cambiado la forma de relacionarnos, la incorporación de la virtualidad en la vida cotidiana en donde la sociedad ha tenido que relacionarse íntimamente a través de medios digitales.

“La incorporación de aplicaciones de chat y redes sociales, con el surgimiento de aplicaciones de citas en línea, han modificado la manera de conocer nuestro entorno social y la manera de manifestar nuestra propia afectividad” (Verdés, 2020, pp. 6).

Por lo tanto formula una hipótesis sobre esta nueva transformación afectiva mediante las relaciones virtuales y aplicaciones para citas, la cual a su vez tiene antecedentes en la investigación autobiográfica de Judith Duportail, en su libro *Algoritmo del amor*, donde expone sus experiencias al utilizar la aplicación de *Tinder* para tener citas con distintas personas.

Permite establecer las relaciones conceptuales que posibilitan analizar el fenómeno del *enjambre digital* en las relaciones posmodernas, así como también posibilita visibilizar las consecuencias en las relaciones afectivas, producto de la hipercomunicación establecida mediante las aplicaciones como *Tinder* y *Grindr* y el análisis que realiza del contenido cultural y cinematográfico de *Her* (Jonze, 2014) y *Black Mirror: Hang the DJ* (Patten, 2017).

Fig 1. Guianeya Ramírez Herrera . Fondo y forma del álbum ilustrado: Surgimiento de este género editorial en México, 2021.



El texto de Ramírez , plantea las principales cualidades y características en el libro álbum ilustrado, exponiendo sus diferentes aplicaciones y el impacto tanto en el público infantil como en el adulto, concibiéndolo como un a creación editorial que rompe con los esquemas metodológicos, siendo un producto de carácter experimental y explorativo, ya que involucra la *crear contenido a través de códigos visuales y metáforas*, pero a su vez siguiendo los lineamientos que establecen su producción. En esta tesis de grado maestría, se puede tener un punto de partida desde un punto de vista metodológico y visual para su creación. Abordando los esquemas investigados, elabora de manera experimental un libro álbum ilustrado para niños con técnica tradicional, con el fin de demostrar su hallazgos académicos realizados en la *Universidad Autónoma Metropolitana de México*.

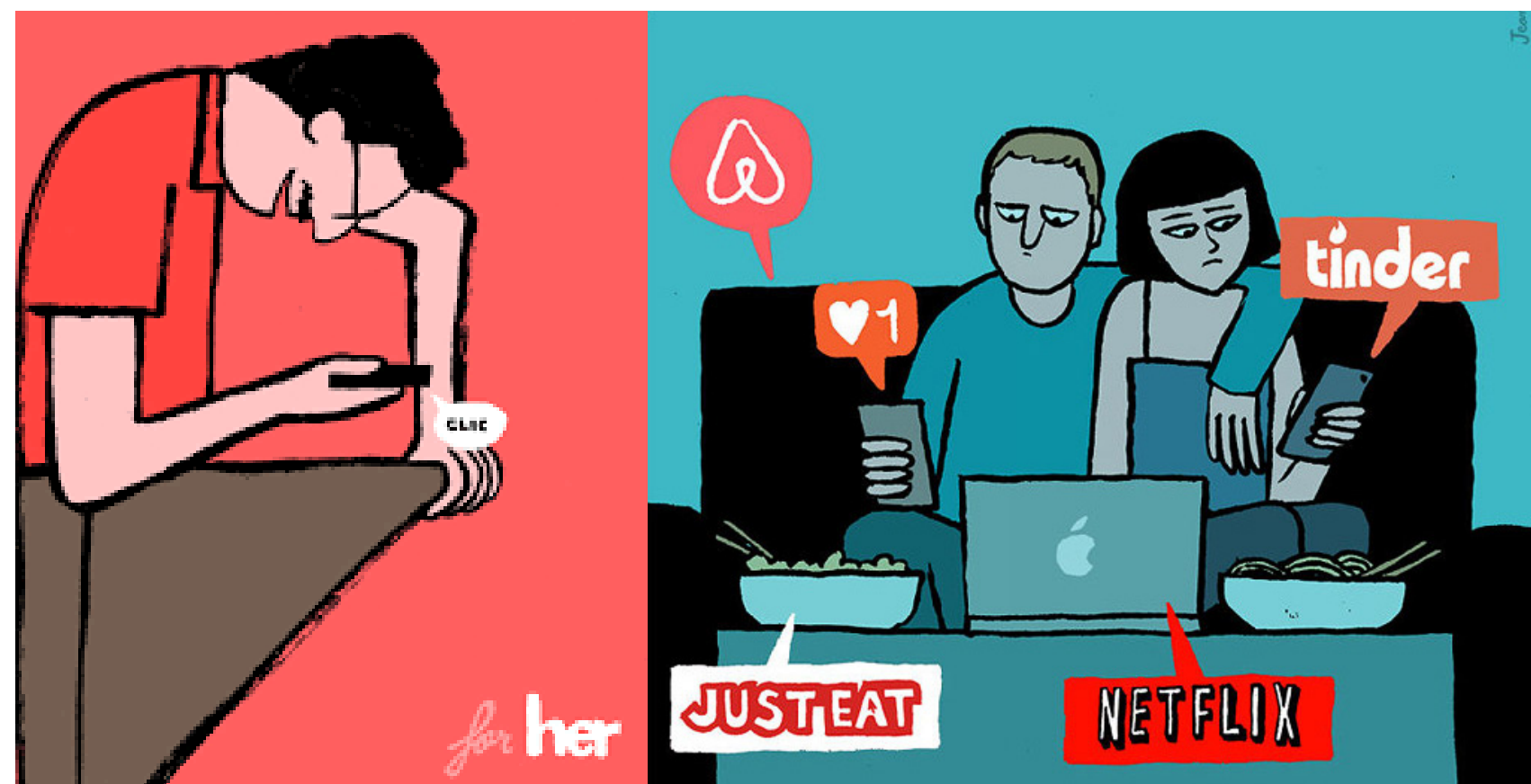
Carolina Paola Raggetti. *Libros Ilustrados para Adultos. Nuevos elementos en la ilustración que cautivan a los adultos en los libros ilustrados.* 2018. Argentina

Esta tesis aborda elementos responsables del cambio de paradigma sobre el público interesado en los álbumes ilustrados, expone conclusiones sólidas bajo el campo de la experimentación, comprobando que a las personas entre 20 y 35 años”, les gusta leer los libros ilustrados. Esta tesis de grado de licenciatura contribuye con los objetivos planteados en este proyecto ya que aborda elementos responsables del cambio de paradigma sobre el público interesado en los álbumes ilustrados, realizando un análisis de los álbumes ilustrados más populares en los últimos 10 años, así como también, la evolución de la industria editorial que se refleja tanto en editoriales nacionales e internacionales.

4.2 Antecedentes Visuales

El aporte gráfico editorial del libro álbum ilustrado, radica en la inclusión de variables que convergen en las problemáticas afectivas que viven los usuarios de las aplicaciones para citas, por lo que no existe ninguna producción que logre unificar estas situaciones mediante un recurso literario de esta índole, sin embargo a nivel mundial una serie de diseñadores, ilustradores y artistas gráficos, han logrado crear representaciones aisladas, ya que todas forman parte de la problemática social en la era tecnológica, de entre todas las producciones destacan:

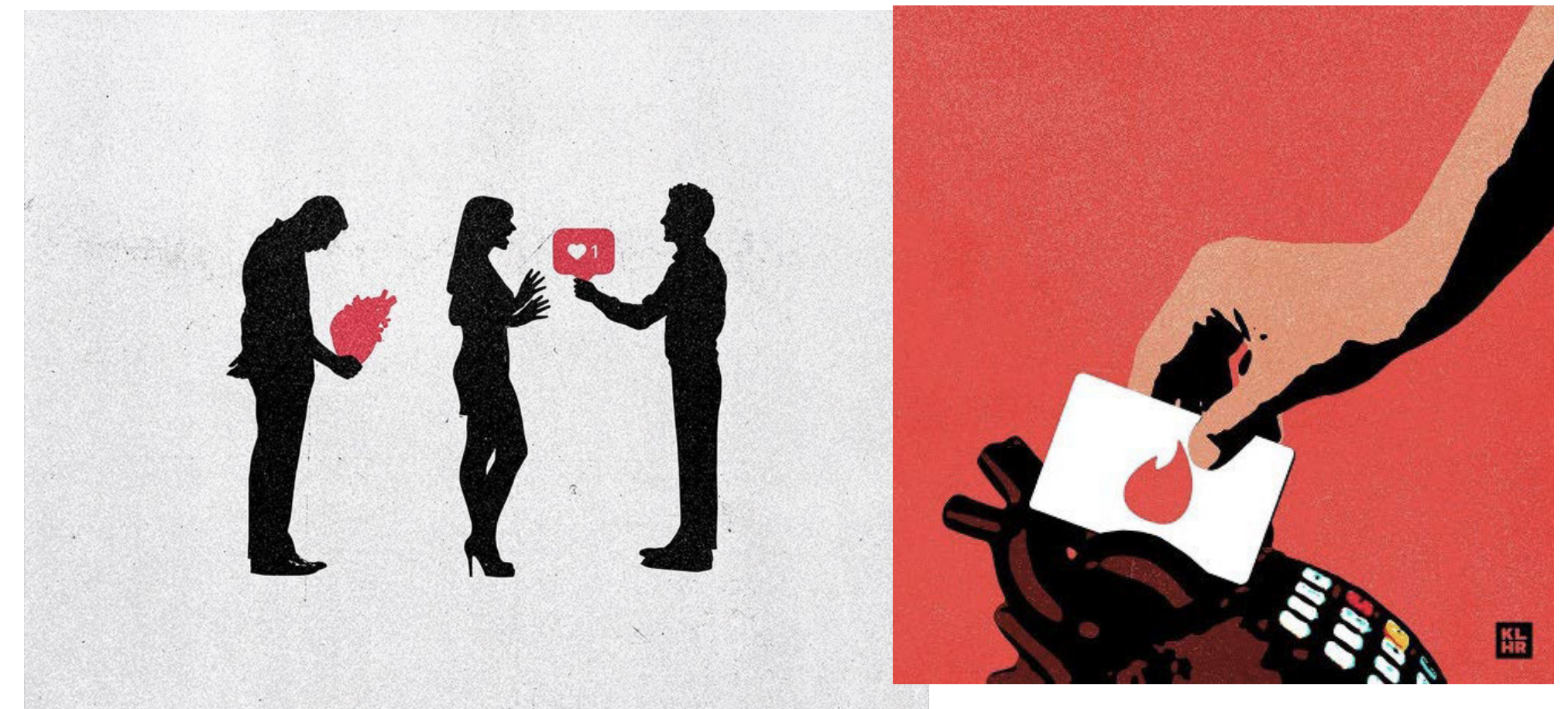
Fig 2. Jean Jullien. *Exposición Allo. Kemistry Gallery, Londres, 2013*



La propuesta visual del artista gráfico francés Jean Julien, es importante para este proyecto ya que *expone la temática de la hiperconectividad*, utilizando como recurso el humor gráfico. Así mismo utiliza como recurso visual la caricatura

como mecanismo de crítica, también la técnica de observación para construir una narrativa visual que *se aborda mediante el storytelling*, temas que inciden en la problemática del enjambre digital en aplicaciones para citas como lo es el *Fleabagging, Stalking y el ciberacoso*.

Fig 3. Kevin Lau. *Risky transaction, 2017*



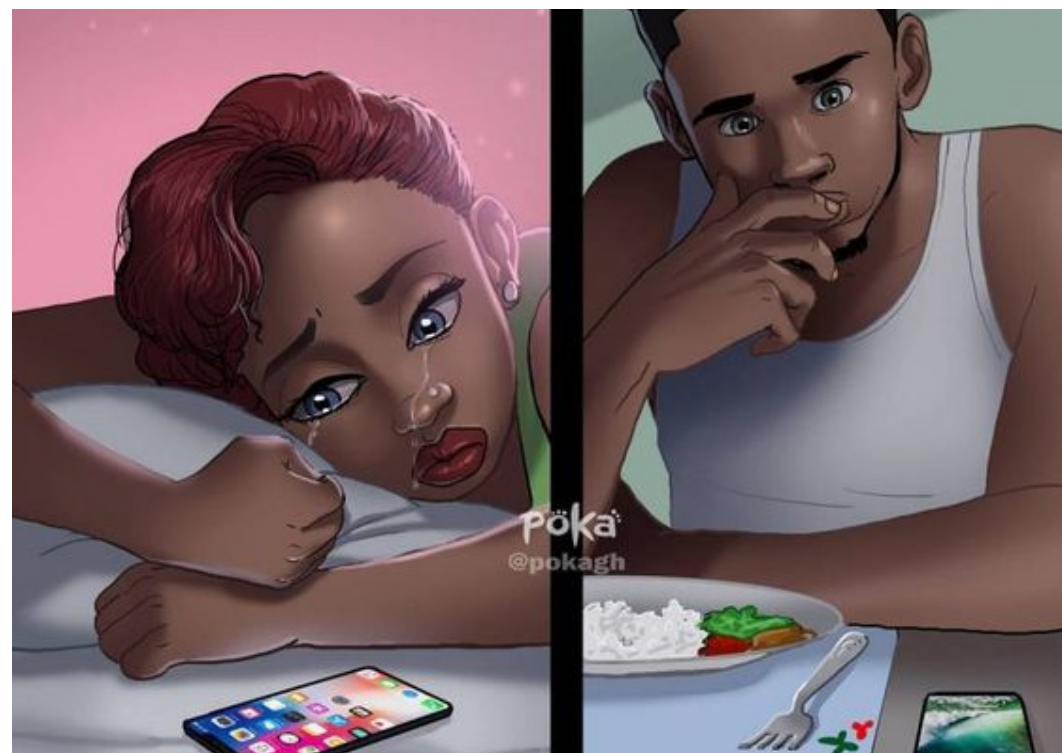
Se rescata la obra de este ilustrador, ya que representa la *temática de la adicción a las redes sociales*, mediante una serie de ilustraciones que ejemplifican a través de la simplicidad gráfica metáforas visuales utilizando temas como el *orbiting y el miedo a la realidad* y las relaciona con los isotipos de las redes sociales, destacando el uso del color para hacer énfasis en el branding, ocasionando gran impacto en el receptor.

Fig 4. Aránzazu Carrera. MATCH: Fanzine sobre Tinder, 2021



Se rescata de esta ilustradora el diseño de producto editorial, siendo el fanzine una herramienta de comunicación personalizada que utiliza como recurso la ilustración editorial para comunicar un punto de vista personal acorde con las experiencias en la **app de Tinder**, repercute en esta investigación como medio editorial para transmitir el mensaje a través de representaciones icónicas que aluden a la interfaz de la app.

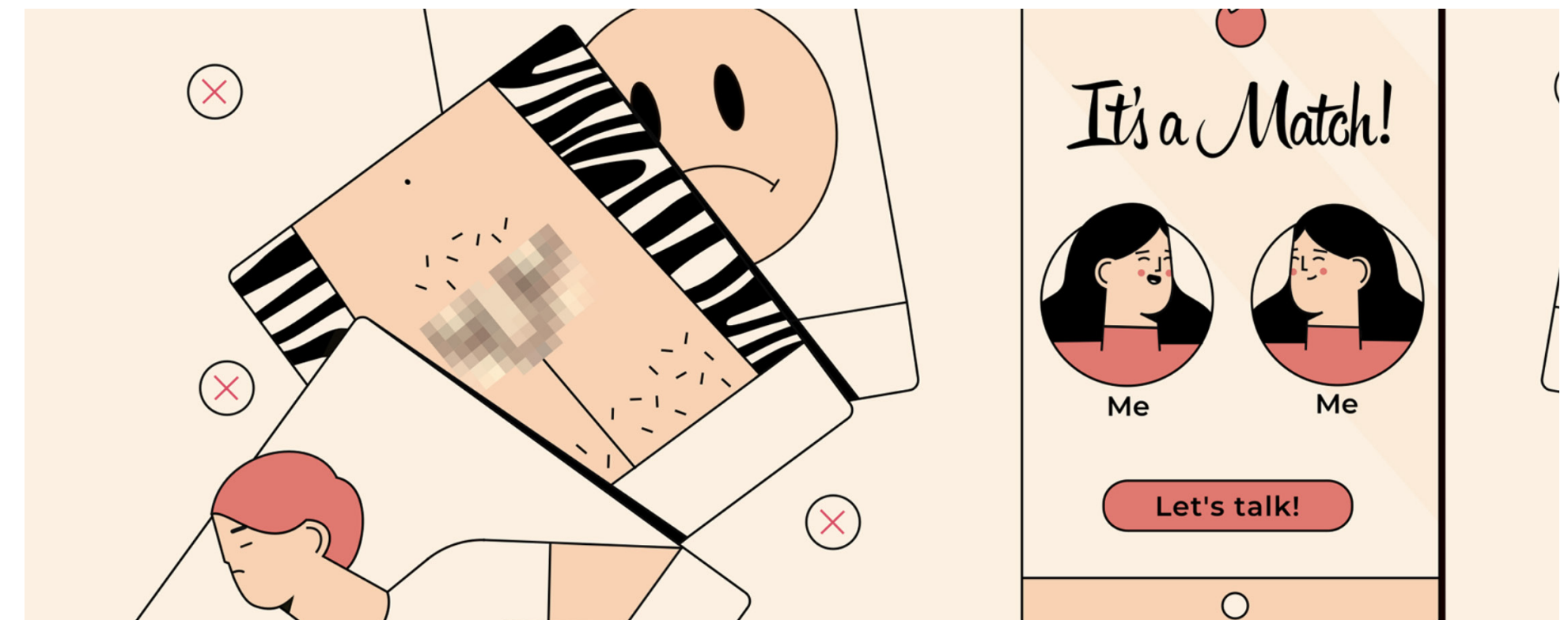
Fig 5. Poka Arts. That ego, let i'go, 2018



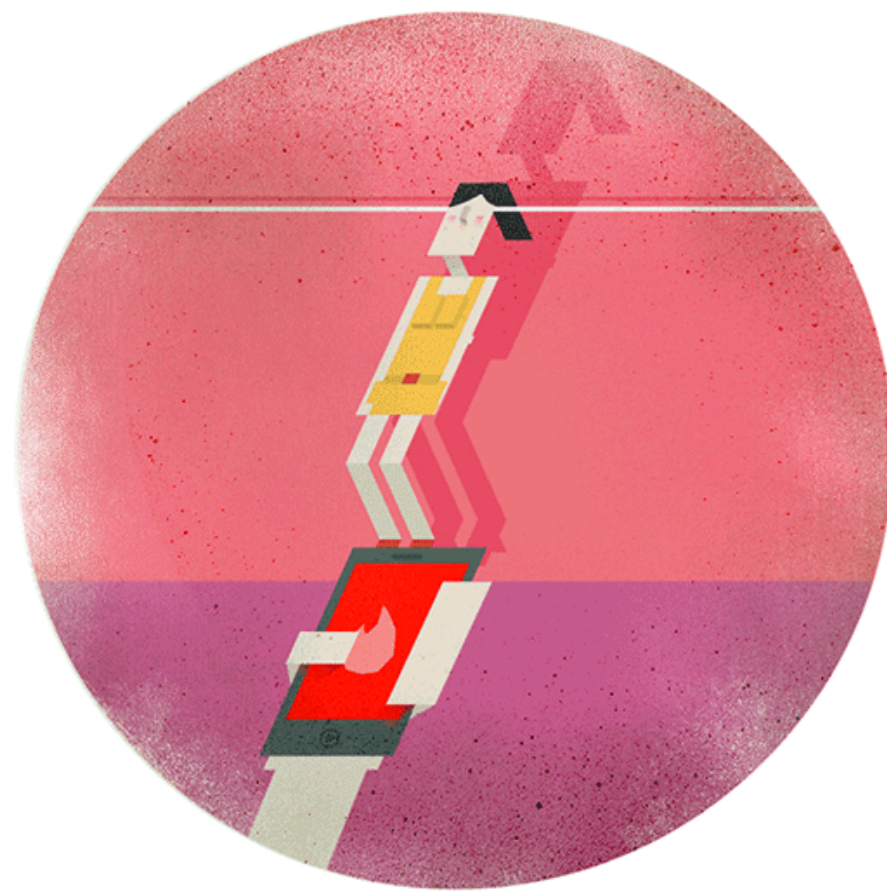
Las ilustraciones de Poka Arts generalmente giran entorno a la temática de las redes sociales y como las relaciones afectivas se ven afectadas. En este caso mediante la ilustración tipo comic logra representar problemáticas

afectivas como el *Ghosting*, entorno a una conversación vía chat de mensajería instantánea.

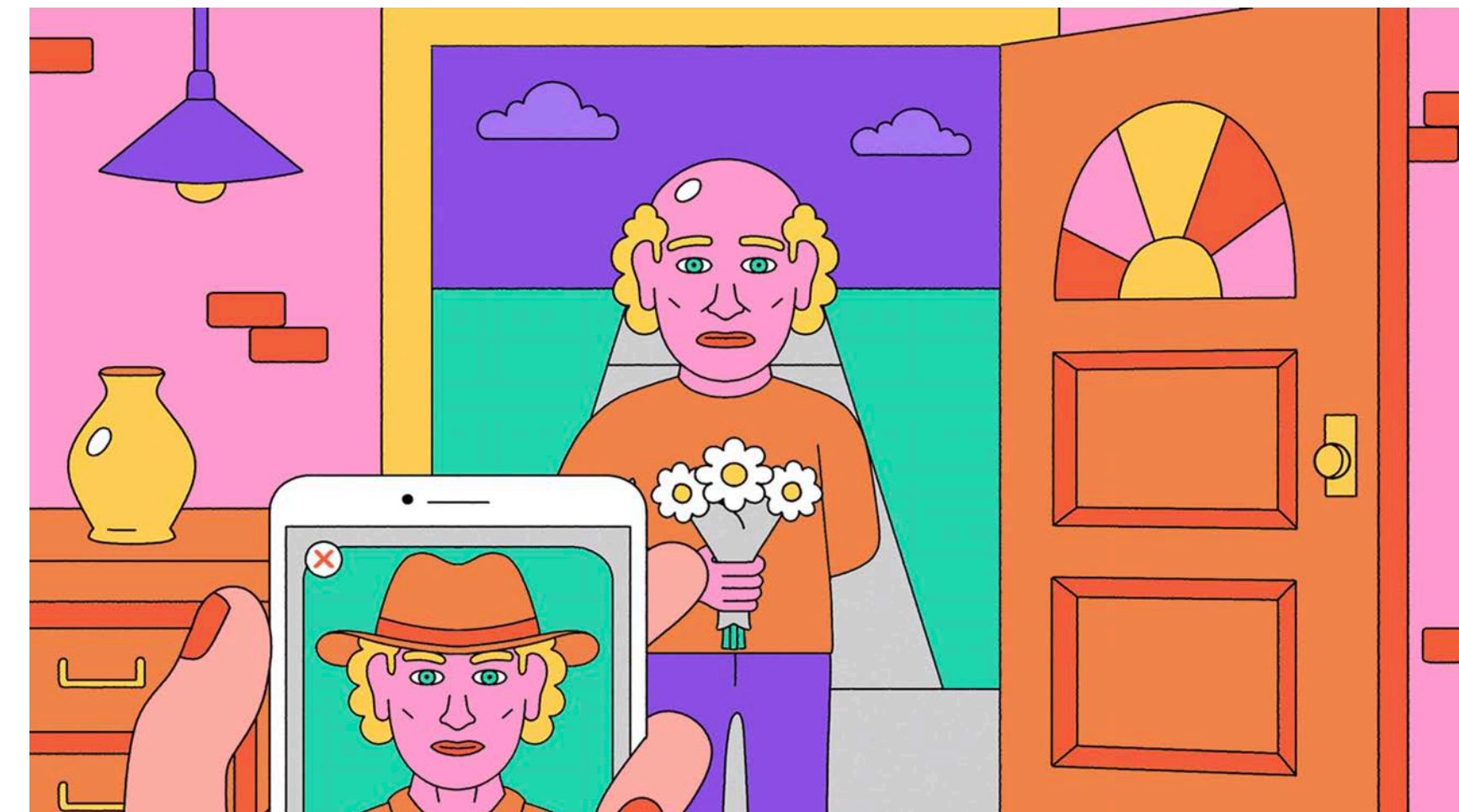
Fig 6. Saša Buricová, 2021, Kurník online mag for editorial illustration



La simplicidad gráfica en la ilustración editorial de Buricová, refleja las tendencias estéticas que se están aplicando a la caricatura de índole editorial. Así mismo logra ejemplificar la problemática del **Ciberacoso** bajo experiencias vividas en la red de la app de Tinder.

Fig 7. *Society, Not Flipper*, 2015

Los gifs animados de *Not Flipper* que al final son ilustraciones vectoriales, abordan el tema de la *hiperconectividad en las redes sociales*. Es relevante ya que mediante sus composiciones conceptuales, logra reflejar el **miedo a la realidad**, siendo parte de las variables que afecta a los individuos en la era digital.

Fig 8. *Kittenfishing*, 2019, Jackson Gibbs

Las ilustraciones editoriales de Gibbs poseen un estilo único, en ellas logra representar a la perfección mediante gifs animados, la percepción de los usuarios que han sido víctimas de **Kittenfishing**, siendo una de las pocas creaciones gráficas que logra visualizar la acción como tal a través de la caricatura.

5. Objetivos

Objetivo General

Crear un álbum ilustrado para personas entre los 20 y 35 años, interpretando gráficamente aquellas actitudes negativas presentes en las relaciones afectivas humanas, asociadas al enjambre digital, en el contexto actual de las aplicaciones digitales para citas, para realizar una propuesta de evento de divulgación que permita visibilizar los hallazgos encontrados.

Objetivos Específicos

- 1 Realizar un análisis de las actitudes negativas, así como las acciones o emociones vividas por el público meta entre los 20 y 35 años, las cuales están asociadas en el marco de las aplicaciones para citas.
- 2 Crear una trama narrativa a partir de la categorización de los datos anteriores mediante el storytelling.
- 3 Realizar una exploración visual que permita identificar la relación entre los datos recopilados y las actitudes negativas experimentadas mediante la ilustración.
- 4 Diagramar un álbum ilustrado que a través de los recursos de composición logre acentuar la atmósfera de las interfaces de las aplicaciones para citas.
- 5 Realizar una propuesta de evento de divulgación que permita difundir los hallazgos de la exploración visual del libro álbum ilustrado a través de instrumentos que puedan interactuar con el público meta para así lograr visibilizar las actitudes negativas presentes en las aplicaciones para citas.

6. Marco Teórico - Conceptual

6.1.1 El enjambre digital en las relaciones afectivas

El filósofo Byung Chung Han, abordó este planteamiento por primera vez, el capítulo 3 del libro *Pensamiento Herder* (Han, 2014, pp. 26–27) donde analizó elementos sobre la revolución digital. En el enjambre, Han menciona que este fenómeno psicosocial es producto del dominio de la política económica neoliberal, que a través de las tecnologías de información y las redes sociales, se ha transformado la esencia de la sociedad, generando una masa llamada *Enjambre Digital*, creando así individuos aislados y controlados, carentes de alma y espíritu (Han, 2014, pp. 26–27).

Por lo tanto Han aborda el término de Enjambre Digital a un *ruido* que se percibe como:

“El alma es congregadora y unificante. El enjambre digital consta de individuos aislados. [...] El enjambre digital, por contraposición a la masa, no es coherente en sí. No se manifiesta en una voz. Por eso es percibido como ruido” (Han, 2014, pp. 26–27).

Este fenómeno tiene relación con las relaciones afectivas, en cuanto los avances tecnológicos como el Smartphone, ha cambiado la forma de relacionarnos, la incorporación de la virtualidad en la vida cotidiana, en donde la sociedad ha tenido que relacionarse íntimamente a través de medios digitales.

“La incorporación de aplicaciones de chat y redes sociales, con el surgimiento de aplicaciones de citas en línea, han modificado la manera de conocer nuestro entorno social y la manera de manifestar nuestra propia afectividad” (Verdés, 2020, pp. 6).

Esta nueva transformación afectiva mediante las relaciones virtuales y aplicaciones para citas, tiene antecedentes en la investigación autobiográfica de Judith Duportail, en su libro *Algoritmo del amor*, donde expone sus experiencias al utilizar la aplicación de *Tinder* para tener citas con distintas personas. Por lo que se evidencia, que el enjambre digital siempre va a estar presente en las relaciones afectivas posmodernas las cuales en algunos casos presentan consecuencias negativas en los individuos, producto de la hipercomunicación establecida mediante las aplicaciones como *Tinder* y *Grindr* entre otras.

6.1.2 Las actitudes negativas producto de las aplicaciones para citas

La hiperconectividad digital ha revolucionado la manera en la que las personas interactúan, y el sector amoroso no ha quedado exento de dicha influencia. Un estudio realizado por Statista reveló que el mercado de los servicios de citas online en América Latina ya cuenta con varios millones de usuarios y se espera que continúe creciendo (Statista, 2020). Siendo *Tinder* la que ha tenido mayor número de descargas en América Latina, específicamente en países como Brasil, México y Colombia, generando sumas superiores a los 30 mil millones de dólares. Además de otras aplicaciones predilectas para citas como *Badoo*, *Bumble*, *Grindr* y *Happn*, *Facebook* e *Instagram*, son los canales de interacción social de los usuarios. Por lo tanto, se evidencia que la tendencia de interactuar mediante redes sociales y aplicaciones para citas vaya en aumento, además de los cambios psicosociales producto del confinamiento por el COVID - 19, ha ocasionado que la tecnología sea la mayor aliada.

Sin embargo, existen consecuencias negativas que se han manifestado a la hora de establecer relaciones afectivas, ocasionando fenómenos y emociones que los seres humanos no pueden comprender, ya que suceden en un entorno virtual.

Estudios realizados por el International Journal of Environmental Research and Public Health, revelaron que más del 30% de los adultos que suele interactuar en estas aplicaciones para citas suelen experimentar sentimientos de impotencia y soledad y sienten un menor grado de satisfacción con la vida, al sufrir acciones como: **Ghosting**, como su acción traducida al español lo dice, consiste en desaparecer como un fantasma: dejar de responder llamadas y mensajes o incluso bloquear a otra persona sin dar ninguna explicación, por lo tanto se convierte en una ruptura sin ruptura. Según una investigación publicada en 2019 en *The Open Science Framework*, al 25% de los adultos les han hecho Ghosting.

Así mismo el **Kittenfishing**: la cual se ha convertido en la estrategia de citas en línea, que se caracteriza por usar pequeñas mentiras piadosas, como tergiversar su altura, edad o intereses, para enganchar una posible cita. La pesca de gatitos es tergiversarte en un perfil en línea, como usar sombreros en todas tus fotos si eres calvo. Esta técnica va desde versiones que van de lo inofensivo hasta lo patológico y denunciado. Hay quien sostiene que precisamente en eso se basa la seducción, en mostrar a la otra persona una versión mejorada de nosotros mismos, pero no es lo mismo usar una foto especialmente favorecedora que crear una nueva identidad (o usurpar la de otra persona).

A estos fenómenos sumamos el **Orbiting**: El cual consiste en merodear por las redes sociales de una persona con la que, en principio, no queremos tener relación. Es decir, se trata de personas que se relacionan con nuestras redes, pero no con nosotros. Por ejemplo, a pesar de haber suspendido los encuentros en persona y dejado de responder a nuestros mensajes y llamadas, un orbiter sigue dando “me gusta” a nuestras publicaciones en redes o viendo nuestras actualizaciones de estado en *WhatsApp* o *Instagram Stories*. También el fenómeno del **Fleabagging**: Este se define como la tendencia a salir con personas que no nos interesan y no son buenas para nosotros, como hace el personaje de Phoebe Waller-Brigde (*Fleabag*) en la serie. Según una encuesta realizada por Plenty of Fish en Reino Unido, es más común entre mujeres (un 63% de las consultadas se reconocen en esta actitud frente a menos de un 40 % de los hombres) (Abril, 2020).

Existen muchos comportamientos peligrosos, pero de entre todos el que tiene más consecuencias legales es el **Ciberacoso**: Este tipo de acoso o intimidación se realiza por medio de las tecnologías digitales. Puede ocurrir en las redes sociales, las plataformas de mensajería, las plataformas de juegos y los teléfonos móviles. Va desde difundir mentiras o publicar fotografías vergonzosas, o contenido privado que denigre perjuicio de alguien en las redes sociales. Así como existen estos fenómenos, hay muchos otros que son producto de los errores de la comunicación entre los

individuos. En una entrevista realizada a la psicóloga especialista en relaciones de pareja Emilia Malavassi, se comprobó que el fenómeno de la hiperconectividad afecta la manera en la que los individuos perciben sus emociones y no son capaces de aceptar esta nueva realidad virtual, la cual genera una serie de consecuencias negativas en los individuos (Malavassi, 2021).

6.1.3 El libro álbum ilustrado

Existen diferentes autores que abordan la temática del libro álbum ilustrado, y lo que lo diferencia del libro ilustrado. Sin embargo la definición de Teresa Durán parece acertada, ya que define al libro álbum ilustrado como: “una forma de expresión que presenta una interacción entre textos (que pueden ser subyacentes) e imágenes (especialmente preponderantes) en el seno de un soporte libro, caracterizado por su libre organización de la doble página, la diversidad de sus realizaciones materiales y la sucesión fluida y coherente de sus páginas” (Durán, 2008, p.2). Este concepto es muy completo ya que integra tanto factores conceptuales como formales y también toma en cuenta la interacción del lector con el libro mismo.

Así mismo es donde intervienen diferentes códigos (textos, fotografías, ilustraciones, diseño), aspectos materiales (formato, papel, tamaño) y un indiscutible pacto de recepción que exige la participación activa del lector para la construcción de significados. En este sentido, la elección de cada uno de los elementos que conforman un álbum serán el resultado de una serie de decisiones que lleven a alcanzar los objetivos del producto (Ramírez, 2021).

En el álbum ilustrado participan tanto el texto como la imagen para dar construcción al sentido de una obra, se diferencia del libro ilustrado, ya que a diferencia de éste en el álbum la imagen no está supeditada al texto, puesto que para entender un álbum ilustrado: “Es necesario leer el texto e imagen en conjunto” (Iglesias, 2019, p.47).

En este producto editorial, la imagen es considerada como un texto, ya que es resultado de una serie de decisiones efectuadas por su creador, ya que confluyen una serie de signos que configuran un mensaje determinado.

Es importante destacar que este tipo de libro, la estructura, el tiempo y el espacio son determinantes para su adecuada elaboración. Además de establecer elementos materiales y formales compuestos por: la técnica y el color, el estilo y la tonalidad, la composición de la imagen y la compaginación y maquetación.

Según Iglesias los componentes metodológicos de la estructura visual y narrativa del Libro álbum ilustrado:

Contrapunto: Se genera un conflicto entre la imagen y el texto, contradicciones, ironías, y los niños conocen un nuevo nivel del lenguaje.

Metáforas: Las funciones poéticas del lenguaje se fomentan cuando se representan conceptos con una realidad similar, estas comparaciones son metáforas.

Literatura: La calidad del libro se medirá primordialmente en la calidad de su texto, como aportación literaria a las imágenes, creando una relación entre las palabras y la ilustración.

Metaliteratura: Estas historias nos hacen recordar otras obras literarias y de arte que conocieron en el pasado, pudiéndose crear un diálogo íntimo entre autor y lector.

Metapersonajes: Los personajes de la literatura pueden estar conscientes de serlo, relacionándose íntimamente con el lector y ambos pautar que su puente de interacción es la obra literaria.

Construcción de Trama: La narrativa gráfica está formada para que el lector construya la historia entre sus páginas, fomentando la comprensión lectora y la interpretación gráfica.

La doble página en el álbum ilustrado

En el mundo editorial, el álbum es considerado simplemente un formato de publicación, “usualmente de 24 ó 32 páginas, en el cual la gran mayoría (casi siempre las dobles páginas) contienen ilustraciones” (Silva-Díaz, 2005).

Sin embargo, si bien “el formato de página simple ayuda a ordenar, diferenciar e interrelacionar las ideas o proposiciones del texto (palabra e imagen)” la doble página ofrece posibilidades más dinámicas y estéticas que potencian la labor del ilustrador como artista creativo y le permiten aportar más información y expresividad a la narración que si se limitase a repetir visualmente lo que el autor cuenta mediante la palabra en cada proposición de texto.

Por lo tanto, la doble página es consecuencia del sistema habitual de encuadernación de los libros, lo cual tiene escasa incidencia en la distribución del bloque de texto y sus márgenes en cada una de las páginas en el caso de los libros sin ilustraciones. Sin embargo, los álbumes ilustrados permiten que se perciban a la vez dos imágenes (página simple) o que una sola ilustración ocupe todo el papel (doble página) desempeñando una función importante en el diseño (Lapeña, 2013, p.82).

6.1.3.1 El libro álbum ilustrado como producto editorial para adultos de carácter explorativo

La tecnología ha marcado un nuevo paradigma en el diseño editorial y los medios de impresión masiva, en donde las editoriales han tenido que modificar la manera en que sus productos se publican, abarcando nuevos sectores del mercado. Bajo esta premisa el álbum ilustrado se ha convertido en una herramienta editorial para la experimentación, debido a la relación entre texto e imagen, así como también la implementación de códigos visuales para contar una historia.

“En el álbum ilustrado se ha desarrollado en un espacio nuevo, sin tradición anterior en la literatura de adultos. Esto le ha obligado a experimentar con las reglas y fijar sus propias pautas. Lo cual le permite incorporarse con mayor rapidez y facilidad que otros géneros, los nuevos temas y características de la cultura actual” (Colomer, 1996, p.30).

Con lo anterior Colom se refiere a este producto editorial como una etiqueta postmodernista, ya que es producto de la tendencia de la cultura y sociedades postindustriales, debido al juego de metáforas y al impacto emotivo que puede causar en el lector. Este tipo de libro no solamente cautiva a los niños, también a los adultos, ya que cuando estos últimos comprenden que este tipo de obras tienen diferentes niveles de lectura, podrán ser interpretados de una manera diferente a diferencia de un niño. "... incluso en muchas ocasiones, el texto o la imagen apela a una experiencia adulta, como un guiño al lector de esta talla" (Nebreda, 2015, p.6).

Según lo anterior este género editorial adapta se aleja de las convenciones tradicionales; va más allá del mero entretenimiento infantil, aborda temas considerados como *difíciles* que apelan a la capacidad de comprensión e interpretación de los niños, incluso para los adultos puede representar una lectura significativa y disfrutable (Ramírez, 2021, p.32).

6.1.3.2 La sátira en la ilustración Editorial Conceptual

La ilustración editorial se define como al dibujo o imagen que adorna o documenta el texto de un libro o dicho de otra forma al componente gráfico que complementa o realza un texto.

"La esencia de la ilustración editorial es el comentario visual, está en la simbiosis con el periodismo plasmado...el carácter predominante en este ámbito es la práctica de la caricatura" (Male, 2017).

Por ende en la ilustración editorial es usual realizar una interpretación metafórica de los conceptos que se quieren representar gráficamente, por ello este tipo de ilustración es de gran relevancia para recrear el imaginario visual de las acciones que se desean visualizar

A lo largo de la escena mediática se han configurado en la escena pública cambios tecnológico-comunicacionales que han modificado el entorno editorial, permitiendo convertir así a la sátira en un medio para conceptualización gráfica por excelencia, esto posibilita evocar acciones político-sociales y problemáticas en donde se han configuración de diferentes lenguajes representacionales, escritos y visuales. "De esta manera, recursos paródicos, caricaturescos, metafóricos, aforismos o ironías, en tanto insumos de los que se vale el *satirógrafo* para configurar la injuria o la censura moral de lo representado, constituyen armas del combate simbólico, tal la particularidad esencial del género satírico..." (Cossia, 2013, p.11).

Es por ello que acorde con lo anterior se puede establecer que el recurso compositivo satírico, es esencial para generar relaciones psicosociales en los mensajes visuales y narrativos, permitiendo hacer que su enfoque logre generar conciencia en el receptor que lee el mensaje.

6.1.3.3 En la ilustración digital

El libro como desencadenante del proceso de lectura, puede coexistir en soporte de papel (paquete de hojas de papel) y en soporte digital (pantallas digitales), sin embargo las diferencias estructurales de ambos soportes son tan importantes que se hace necesario proponer nuevos modelos de edición, diferentes a los establecidos, para poder realizar el proceso de lectura en ambos soportes. No es suficiente con replicar los modelos de edición en papel en los soportes digitales.

Teniendo en cuenta lo anterior y los cambios de los modelos de comunicación y nuevas tecnologías, es posible aplicar nuevas técnicas de aplicación del color, sobre soportes digitales, como lo es el caso del dibujo digital y la pintura digital, las cuales se pueden utilizar mediante hardware especializados, como lo son las tabletas gráficas o los iPad. En ambas herramientas se pueden utilizar software(programas), encargados de realizar las funciones que sustituyen tanto el soporte(hoja), así como también los lápices, brochas y técnicas de pintura. La intervención en este proceso es relevante, ya que facilita la aplicación del color y el entintado, por lo que el trabajo se realiza en

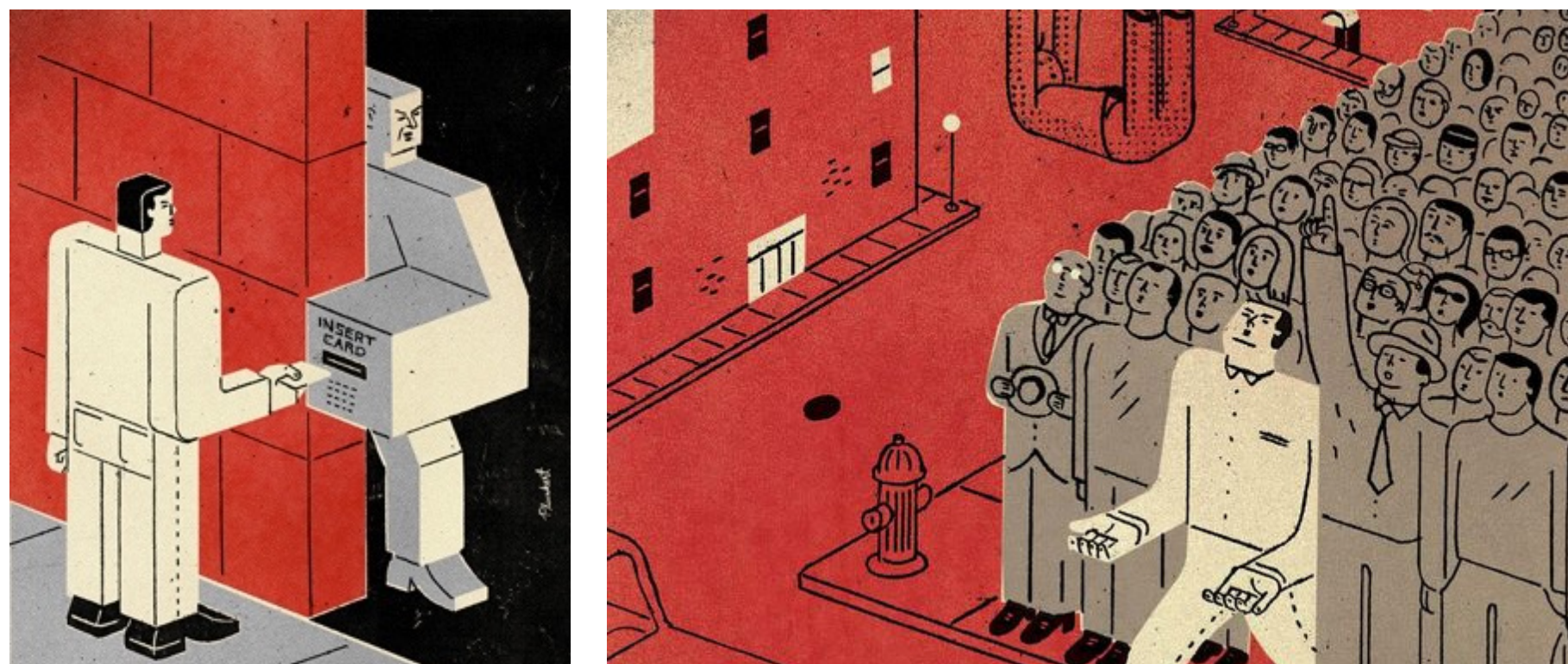
una menor cantidad de tiempo y posee mayor capacidad de experimentación.

Dentro de los softwares más conocidos se encuentran *Photoshop de Adobe*, en el caso de las técnicas vectoriales *Illustrator*, también otros como *Manga Studio* para tabletas gráficas y entre los más utilizados recientemente por sus facilidades destaca *Procreate*, disponibles para iPad únicamente.

6.1.4 Ilustración Editorial conceptual con técnica mixta reflejada en un Libro álbum ilustrado

El estilo gráfico de ilustración se encuentra definido por los siguientes referentes visuales:

Fig 9. David Plunkert illustration: *Home of the Brave*, 2016



Las ilustraciones editoriales y conceptuales de Plunkert son importantes para la elaboración compositiva del estilo de ilustración, *en términos de usos del color*, diseño de los personajes, *calidad de línea y grado de iconicidad*. En este caso se pretende que el color sea simbólico y represente en términos concretos las acciones de los personajes en el entorno de una determinada aplicación.

Fig 10. Ashley Mackenzie, s.f, *Anesthesia / Scientific American*



La ilustración editorial científica de carácter conceptual, es importante por uso de *herramientas digitales como recurso de composición* en el caso de la aplicación de la técnica mixta en la *pintura digital* como lo es aplicar texturas de papel o de diferentes tipos de brochas.

Además empleando paletas de color restringidas, desaturadas. Otro de los recursos visuales empleados por la artista es *el glitch art*, para lograr evocar emociones en el receptor mediante esta técnica representada a través de formas orgánicas.

Fig 11. Jean Julien, Allo, 2013
Caricatura humorística de carácter editorial

La simplicidad de la caricatura editorial de Jean Julien permite observar como se ejecutan ciertas acciones mediante los personajes, al igual el *grado de iconicidad y paletas de color son simples*, permiten resolver de forma sencilla la representación gráfica de una acción, también la aplicación de la calidad de línea y el uso de coloreo digital con técnica mixta.



Fig 12. Juliana Kolesova, Masks” Oil on canvas, 30”x40”, 2019



De esta obra, se rescata la utilización del simbolismo gráfico, representado mediante la sinuosidad mística y surrealista de sus personajes. También la *materialidad pictórica utiliza el claroscuro y colores contaminados y opacos para transmitir una atmósfera dramática* y transmitir metáforas visuales mediante las paletas de color restringidas. También importante desatacar que sea

abstrae el uso de *emojis para transmitir o reflejar emociones*, ya que los seres despersonalizados pueden ocultar o mostrar sus emociones mediante máscaras.

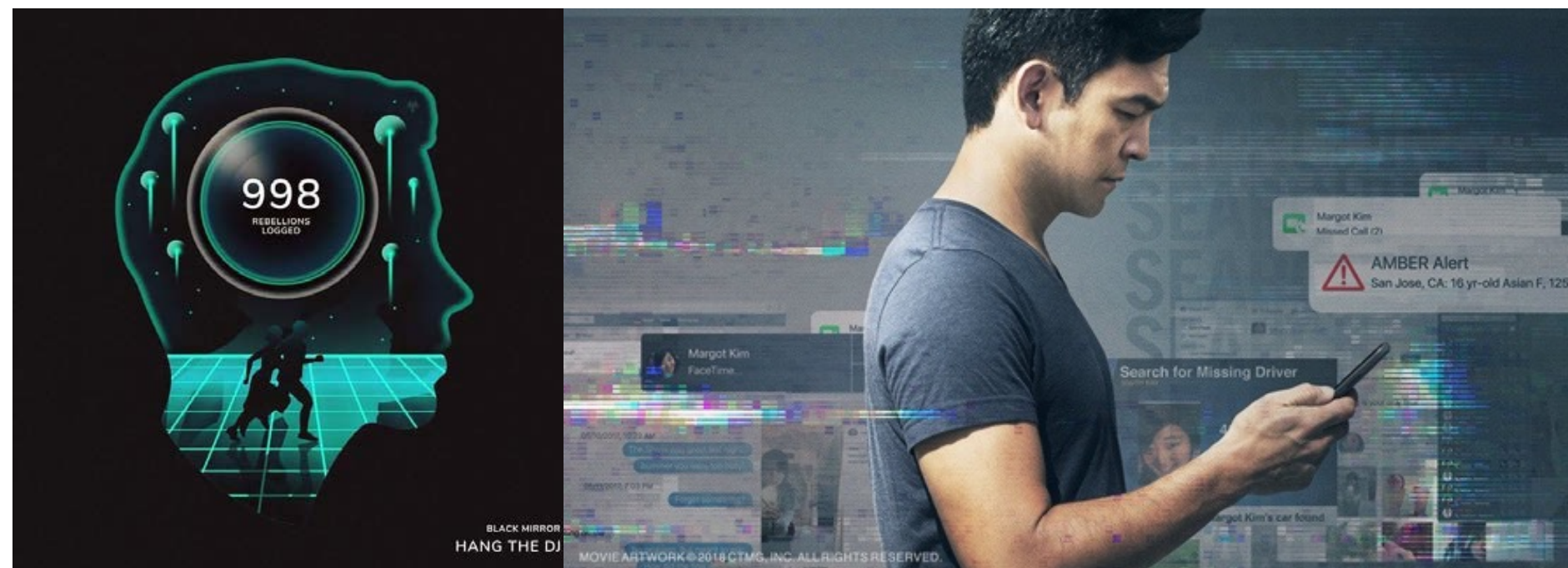
Fig 13. Dmitry Ligay, 2019, Guru, Illustrations for Robb Report magazine



Las ilustraciones conceptuales de Ligay son relevantes, ya que se abstrae el uso del claroscuro para evocar ciertas emociones en el receptor, así como también el empleo del *glitch art* para evocar el error tecnológico

* LAS IMÁGENES E ICONOS EMPLEADOS EN ESTE DOCUMENTO SON UTILIZADOS CON FINES ACADÉMICOS, CON EL PROPÓSITO DE ILUSTRAR LAS IDEAS QUE SE DESEAN REPRESENTAR.

Fig 14. Hang the Dj Black Mirror (Patten, 2017). Searching (Chaganty, 2018).



De la serie *Black Mirror* y la producción cinematográfica *Searching* se abstrae la *construcción de acciones por parte de personajes, que suceden en un ambiente digital*, por lo tanto las acciones narrativas suceden en *interfaces digitales, mensajes de texto, notificaciones y videollamadas*, también la representación visual de interconexiones digitales que aluden al enjambre tecnológico de los individuos.

6.1.5 Libro álbum ilustrado y su composición editorial

Fig 15. De ratones y hombres, Rebecca Dautremer, 2020



La obra de Dautremer es importante ya que viene a romper con el esquema tradicional compositivo del Libro Álbum ilustrado, si bien es cierto en el storyboard o guión visual es donde se construyen las primeras intervenciones entre texto

e imagen, Dautremer lo hace de diferentes formas y aplicando diferentes estilos de ilustración, con el fin de evitar el aburrimiento en el lector. Algunas imágenes se posicionan en la parte izquierda, derecha, central o inferior, lo que influye desde el punto de vista narrativo, causando mas impacto en el receptor.

Otro elemento importante a destacar, es la posición y tamaño del texto, en contraposición con las imágenes, no solamente por la presencia del doble lenguaje donde el visual destaca por encima del narrativo, siendo así una de las características principales del libro álbum ilustrado. También la escogencia del tamaño y formato cuadrado soporte es relevante ya que este libro es para adultos, no solo influye en una lectura más lenta , si no que también su apariencia es más sobria pero conserva la calidad en el detalle.

En cuanto al uso de la materialidad del soporte, destacan el uso de tapa dura para portada y contraportada, también en cuanto al tipo de papel se pueden utilizar diferentes tipos de gramajes, ya que este en el libro álbum ilustrado tiene una función simbólica, en este caso se empleo un papel de entre 35 y 40 gramos con un acabado ahuesado o estraza, para evocar a una época mas antigua, por lo que el color de la tinta da una apariencia marrón como si fuera de otra época. En este caso contrario a este libro, se puede usar un gramaje superior y con acabado mate o estucado para intensificar el color y dar una sensación de tecnología o contemporaneidad.

Fig 16. Andrea González del Riego Levy, 2020, La sirenita del Amazonas



De la obra de González, se abstrae el formato cuadrado del soporte, su materialidad, en cuanto a gramajes de papel tanto en portada como contraportada. También la aplicación de la técnica de pintura digital en el estilo de ilustración, por lo que se rompe con el estilo tradicional del libro álbum ilustrado.

También el uso de un storyboard o guion gráfico, que en el álbum ilustrado se convierte en una maquetación previa para resolver tanto la posición de imágenes y texto en las planas, la cuál a su vez influye en el tamaño y posición del texto, en donde las imágenes cobran un 80% de importancia y el texto un 20%.

7. Glosario

Badoo: Es la red de descubrimiento social más grande del mundo. Su misión es brindar la mejor tecnología para que las personas se reúnan, porque la felicidad se comparte mejor. Tiene varias funciones que permiten a los usuarios conocer gente. Cuando se registran por primera vez, las personas seleccionan si quieren conocer gente nueva para salir, chatear o hacer nuevos amigos. Los usuarios pueden chatear, relacionarse con otros, cargar fotos y videos, así como compartir sus intereses y ver amigos en común.

Bumble: Fue creado para renovar las formas anticuadas de ligar. Ahora, Bumble ayuda a los usuarios a conectarse de forma segura, ya sea para ligar, hacer amigos o ampliar su red de contactos profesionales.

Glitch Art: Visualmente se conoce como el lenguaje visual del error, las imágenes creadas a partir de esta técnica, que se generan a partir de una decodificación imprevista por el sistema alterando su superficialidad inicial, provocando transformaciones de índole morfológico, por lo que genera un discurso propio, una estética que promueve el método como parte del resultado artístico y del mensaje, y un imaginario que remite inevitablemente al paradigma tecnológico de su producción.

Grindr: Grindr es la aplicación de red social móvil gratis n.º 1 del mundo para conectar con gente gay, bi, trans y queer.

Happn: Con más de 100 millones de usuarios, es una aplicación móvil de búsqueda social basada en la ubicación que permite a los usuarios agrandar o desagrandar a otros usuarios, y permite a los usuarios chatear si ambas partes se agrandan entre sí (una coincidencia). La aplicación se utiliza como una aplicación de citas en línea .

Interfaz: Término empleado en UI (User Interface) , que abarca arquitectura de información, patrones y diferentes elementos visuales que permiten interactuar de forma eficaz con sistemas operativos y softwares de diversos dispositivos.

Maquetación: Es la composición de una página, la compaginación de diferentes elementos. Es la forma de ocupar el espacio del plano de la página. Consiste en dar un formato a los documentos, a todo el conjunto de elementos que lo componen, las imágenes, los textos, etc.

Match: El término se utilizó por primera vez en la app de Tinder, significa, que, al dar me gusta a un perfil, esa persona también le da me gusta a tu foto, por lo que ahí es donde se ha conseguido un match y podréis comenzar a abrir una conversación ya

que ese perfil se añadirá a tus contactos, previa notificación de la red social. Existen otras acciones como el no like, Superlike o Boost.

Storyboard: El storyboard o guión visual comprende una serie de gráficos en secuencia, que cuenta o que muestra el resultado de las acciones de los personajes que interactúan entre sí de acuerdo a una acción específica en un determinado entorno. Se utiliza generalmente en producción audiovisual, ya que es una visión ilustrada de cómo se imagina el director de un video que quedará la producción final. Esta herramienta ayuda al entendimiento y comprensión de lo que el director se propone lograr con su equipo de trabajo.

Stalking: El stalking o acecho es el término usado para referirse al trastorno que tiene una persona que lo lleva a espiar constantemente a su víctima. Principalmente, el cyberstalking se da en redes sociales como Facebook, Instagram o Twitter, donde la mayoría de personas dejan su información disponible para cualquiera, por medio del correo electrónico o por servicios de mensajería instantánea como WhatsApp.

Tinder: Es una aplicación estadounidense de redes geosociales y citas en línea que permite a los usuarios deslizar anónimamente para indicar que les gusta o no me gustan los perfiles publicados de otros usuarios, que generalmente comprenden

su foto, una breve biografía y una lista de sus intereses personales. Una vez que dos usuarios se han “emparejado”, pueden intercambiar mensajes.

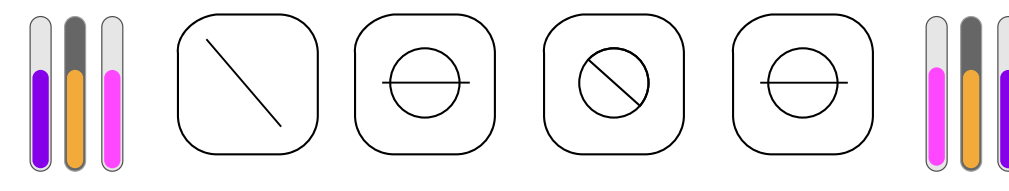
User Persona: Término utilizado en UX (user experience) para hacer representaciones ficticias de los usuarios de algún producto o servicio, que permiten conocer las motivaciones, comportamientos, frustraciones, dolores y necesidades que tiene un usuario.

8. Metodología

Bajo el desarrollo de investigación mixta se pretende utilizar, la metodología aplicada de los diseñadores Gavin Ambrose y Paul Harris (Ambrose, G. y Harris, P. 2010, pag.66). Esta propuesta metodológica propone un proceso iterativo y de planificación, en donde el planeamiento de diseño involucra siete fases, en donde el diseño es un proceso que convierte un encargo o petición en un producto acabado o una solución de diseño.

Se propone un diagrama de actividades en donde se involucran las fases de: briefing, investigación - antecedentes, ideas y soluciones, prototipo y desarrollo, selección de motivos, implementación y entrega y aprendizaje y feedback, comparando cada una de las fases con los objetivos específicos propuestos .





Trama Narrativa

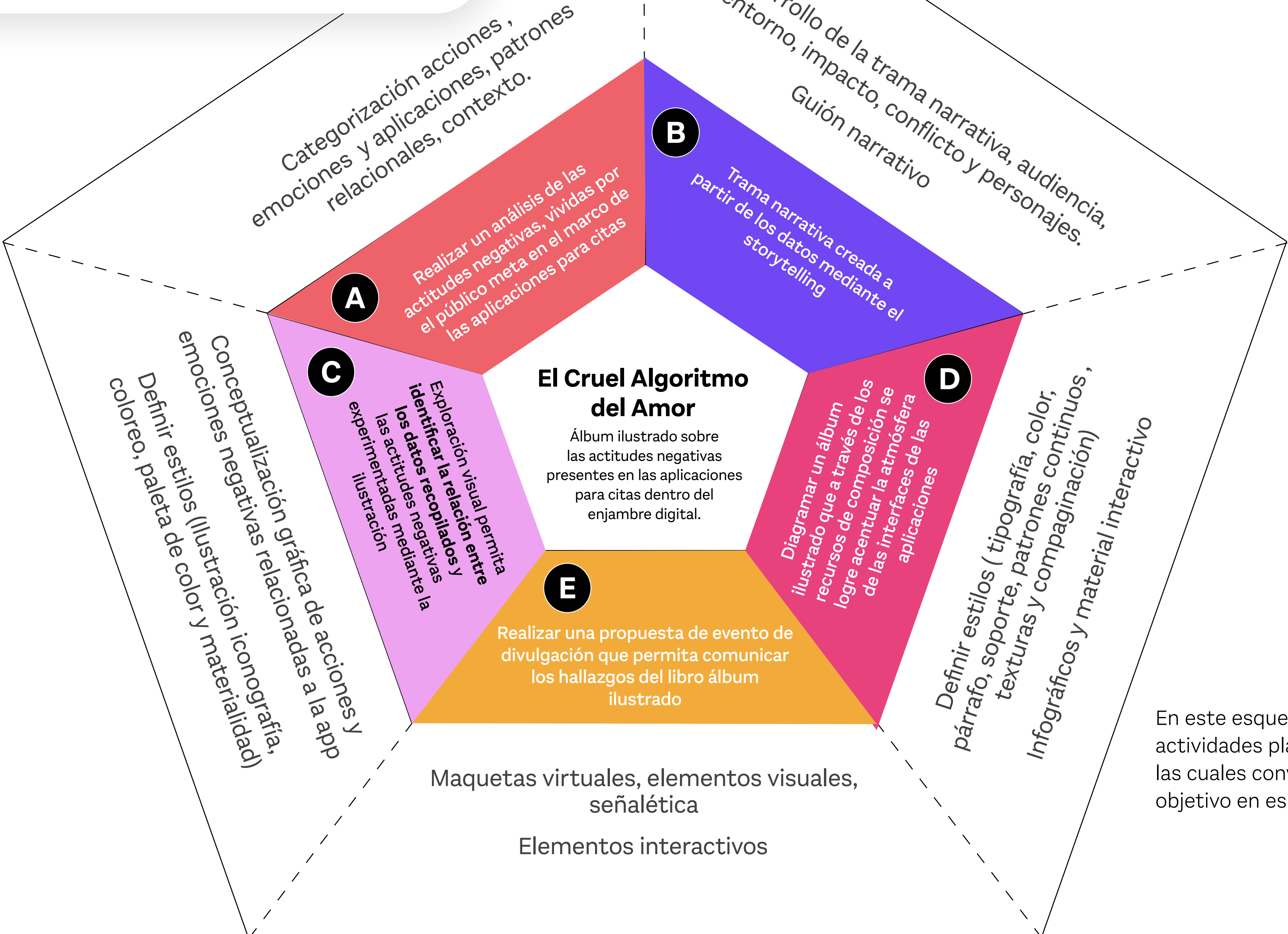
Se tiene la intencionalidad de utilizar la técnica de triangulación para ver los puntos de convergencia entre los datos recopilados mediante una serie de cuestionarios realizados previamente mediante google forms y la investigación para así lograr crear un guion narrativo, en donde se aplicará la metodología narrativa del storytelling.

Se plantea utilizar la técnica aplicada de Pablo Matus de su libro *El arte de contar buenas historias*, en donde se abstraen una serie de pasos para construir una historia no lineal mediante una trama narrativa, la cual se ubicará en la maquetación del libro álbum ilustrado en donde existe una relación estrecha entre lenguaje escrito y lenguaje gráfico.

Plan de actividades

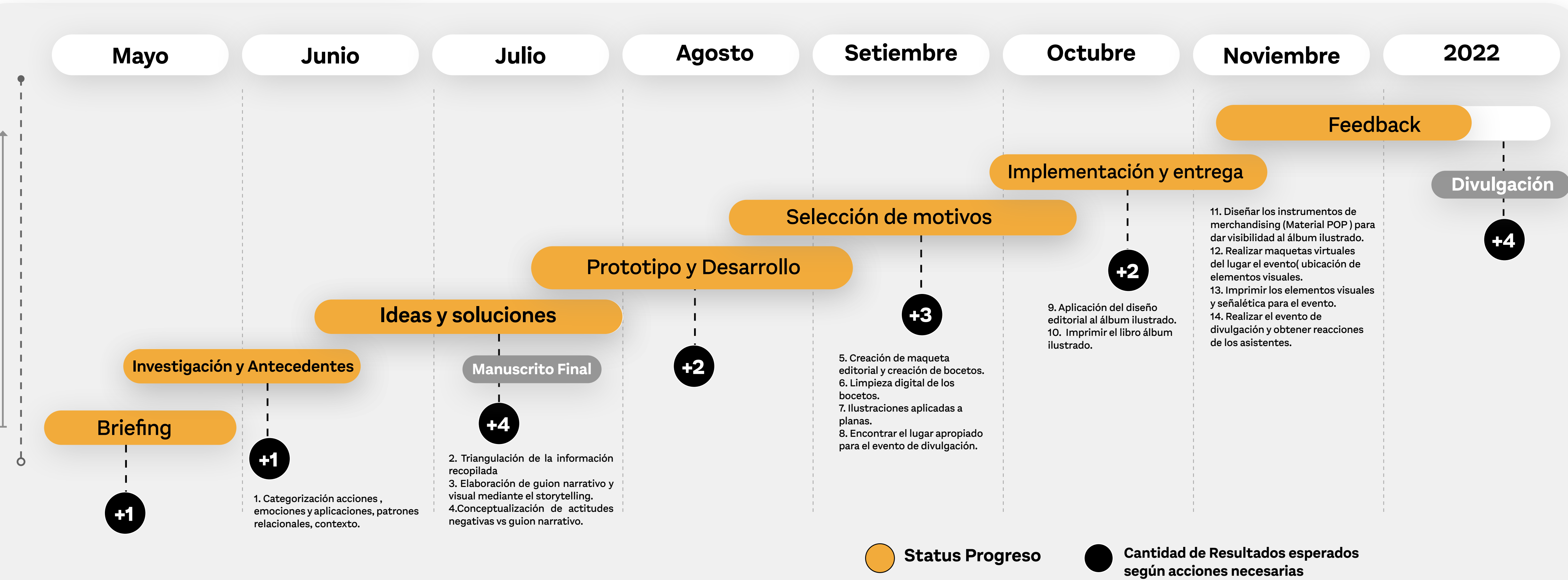
Objetivo Específico	Fase Metodológica	Acciones Necesarias	Resultados Esperados
<p>Realizar un análisis de las actitudes negativas, así como las acciones o emociones vividas por el público meta entre los 20 y 35 años, las cuales están asociadas en el marco de las aplicaciones para citas.</p>	<p>Fase 1: Briefing Fase 2: Investigación y Antecedentes</p>	<p>-Objetivos y público Objetivo -Recopilar información previa cuantitativa y cualitativa</p>	<p>1. Categorización acciones , emociones y aplicaciones, patrones relacionales, contexto.</p>
<p>Crear una trama narrativa a partir de la categorización de los datos anteriores mediante el storytelling.</p>	<p>Fase 3: Ideas y soluciones</p>	<p>Se crean posibles soluciones mediante los datos recabado.</p>	<p>2. Triangulación de la información recopilada 3. Elaboración de guion narrativo y visual mediante el storytelling. 4. Conceptualización de actitudes negativas vs guion narrativo.</p>
<p>Realizar una exploración visual que permita identificar la relación entre los datos recopilados y las actitudes negativas experimentadas mediante la ilustración.</p>	<p>Fase 4: Prototipo y Desarrollo Fase 5: Selección de motivos</p>	<p>Proponer soluciones viables Hacer elecciones</p>	<p>5. Creación de maqueta editorial y creación de bocetos. 6. Limpieza digital de los bocetos. 7. Ilustraciones aplicadas a planas. 8. Encontrar el lugar apropiado para el evento de divulgación.</p>
<p>Diagramar un álbum ilustrado que a través de los recursos de composición se logre acentuar la atmósfera de las interfaces de las aplicaciones para citas.</p>	<p>Fase 6: Implementación y entrega</p>	<p>Llevar a cabo la solución para briefing de diseño</p>	<p>9. Aplicación del diseño editorial al álbum ilustrado. 10. Imprimir el libro álbum ilustrado.</p>
<p>Realizar una propuesta de evento de divulgación que permita difundir los hallazgos de la exploración visual del libro álbum ilustrado a través de instrumentos que puedan interactuar con el público meta para así lograr visibilizar las actitudes negativas presentes en las aplicaciones para citas.</p>	<p>Fase 7: Aprendizaje Feedback</p>	<p>Recibir Feedback</p>	<p>11. Diseñar los instrumentos de merchandising (Material POP) para dar visibilidad al álbum ilustrado. 12. Realizar maquetas virtuales del lugar el evento(ubicación de elementos visuales. 13. Imprimir los elementos visuales y señalética para el evento. 14. Realizar el evento de divulgación y obtener reacciones de los asistentes.</p>

Conceptualización Flor de Lotto



En este esquema se resumen las actividades planteadas anteriormente, las cuales convergen para cumplir un objetivo en específico.

Cronograma



Mayo

Junio

Julio

Agosto

Setiembre

Octubre

Noviembre

2022

Investigación y Antecedentes

Briefing

+1

+1

1. Categorización acciones, emociones y aplicaciones, patrones relacionales, contexto.

Ideas y soluciones

Manuscrito Final

+4

2. Triangulación de la información recopilada
3. Elaboración de guion narrativo y visual mediante el storytelling.
4. Conceptualización de actitudes negativas vs guion narrativo.

+2

Prototipo y Desarrollo

Selección de motivos

+3

5. Creación de maqueta editorial y creación de bocetos.
6. Limpieza digital de los bocetos.
7. Ilustraciones aplicadas a planas.
8. Encontrar el lugar apropiado para el evento de divulgación.

Implementación y entrega

+2

9. Aplicación del diseño editorial al álbum ilustrado.
10. Imprimir el libro álbum ilustrado.

Feedback

11. Diseñar los instrumentos de merchandising (Material POP) para dar visibilidad al álbum ilustrado.
12. Realizar maquetas virtuales del lugar el evento(ubicación de elementos visuales.
13. Imprimir los elementos visuales y señalética para el evento.
14. Realizar el evento de divulgación y obtener reacciones de los asistentes.

Divulgación

+4

Resumen

El cruel Algoritmo del amor

Álbum ilustrado sobre las actitudes negativas presentes en las aplicaciones para citas dentro del enjambre digital.

Antecedentes Académicos

- Conceptual**
Byung Chung Hang, 2014.
Natán Verdés Bertolín, 2020
- Editorial**
Guianeya Ramírez, 2021
HerreraCarolina Paola Raggetti, 2018

Antecedentes Visuales

Referentes Visuales

¿Dónde?

GAM

¿Para Quién?

Milenials (20-35años)
Apps para citas

¿Cómo?

Exploración visual mediante un libro álbum ilustrado

- | | | |
|--|---|--|
| Ghosting
Poka Arts, 2018 | Orbiting
Kevin Lau, 2017 | Ciberacoso
Jean Jullien, 2013
Saša Buricová, 2021 |
| Fleabagging
Jean Jullien, 2013 | Kittenfishing
Jackson Gibbs, 2019 | Uso Apps
Aránzazu Carrera, 2021
Not Flipper, 2015 |

- | | | |
|---|---|--|
| Sintáctico
David Plunkert, 2016
Jean Jullien, 2013
Dmitry Ligay, 2019
Hang the Dj Black Mirror (Patten, 2017), Searching (Chaganty, 2018). | Conceptual
Juliana Kolesova, 2019
Ashley Mackenzie, s.f. | Metodológico Material Y Soporte
Rebecca Dautremer, 2020
Andrea González del Riego Levy, 2020, |
|---|---|--|

Diseño Iterativo Storytelling

Referentes Metodológicos

Diseño Iterativo
Gavin Ambrose y Paul Harris, 2010

Jenn O'Grady, 2021

Narrativo

Pablo Matus, 2019

Marco teórico -Conceptual

- El enjambre digital en las relaciones afectivas
- Las actitudes negativas producto de las aplicaciones para citas
- El libro álbum ilustrado**
Componentes metodológicos de la estructura visual y narartiva del Libro álbum ilustrado
El libro álbum ilustrado como producto editorial para adultos de carácter explorativo
El libro álbum ilustrado en la ilustración Editorial Conceptual
El libro álbum ilustrado en la ilustración digital
- Ilustración Editorial conceptual con técnica mixta reflejada en un Libro álbum ilustrado**
- Libro álbum ilustrado y su composición editorial**

Implementación Metodológica

Fases 1 y 2: Briefing - Investigación y Antecedentes

Mediante la recopilación de datos a través de encuestas google forms se obtuvo información relevante por parte de personas entre los **20 y los 35 años**, la cual posibilitó recopilar una serie de datos que permitieron ver la viabilidad de la propuesta editorial, y así poder medir el conocimiento de los mismos respecto a la problemática abordada. (O'Grady, 2021).

También es importante destacar que se notificó a las personas encuestadas sobre el uso adecuado a la utilización de datos los cuales fueron brindados de manera anónima y que serán utilizados para fines académicos y no involucrarán daños o perjuicio a los mismos.

De estos datos se utilizó también la técnica de triangulación para ver los puntos de convergencia entre los datos recopilados, en donde se obtuvieron **79 respuestas**, de las cuáles solo **se escogieron 6**, las cuáles pasaron por un proceso de **fictionalización**, en donde a partir de la combinación de vivencias personales y los sucesos de las historias anónimas, se lograron crear 6 personajes o user personas, que convergen en un espacio virtual y se interrelacionan mediante experiencias negativas vividas en las aplicaciones para citas.

Algoritmo del Amor

La siguiente encuesta tiene como objetivo la búsqueda de datos, con el fin de elaborar un Evento Dirigido o Proyecto de Graduación en el grado de Licenciatura de la carrera de Arte y Comunicación Visual con énfasis en diseño gráfico de la Universidad Nacional, abordando la temática del Enjambre Digital y las aplicaciones para citas.

Agradezco de antemano los datos brindados, con la seguridad de que los mismos se van a brindar de manera confidencial.

Provincia *

Texto de respuesta corta

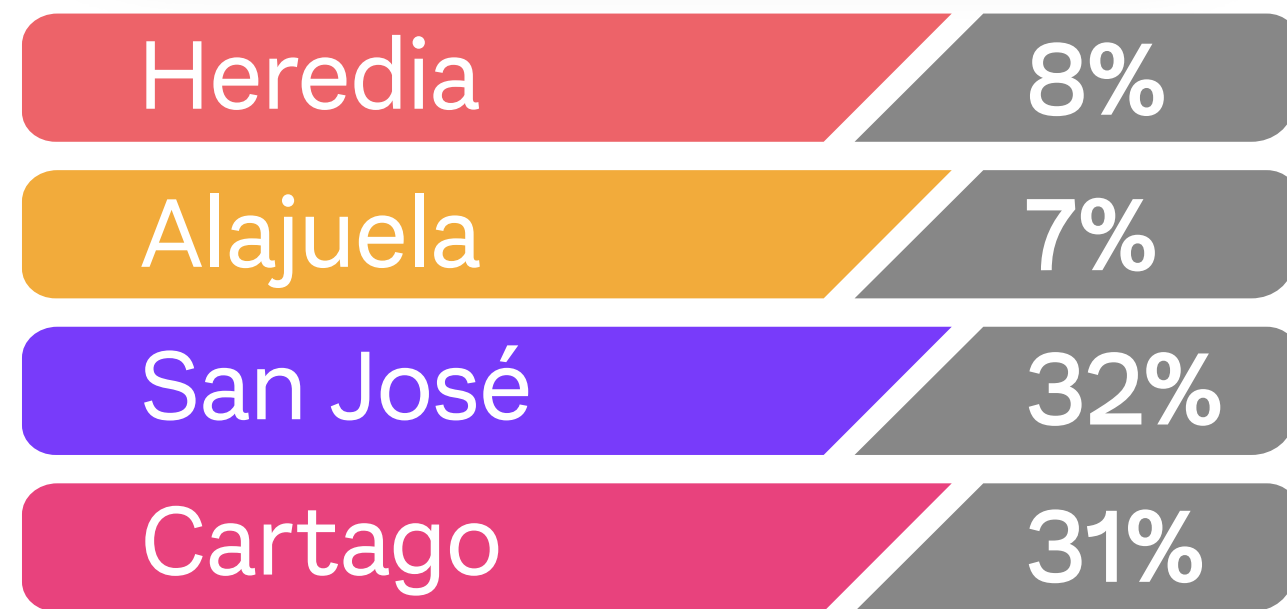
Edad *

- De los 18 a 20 años
- De los 20 a los 25 años
- De los 25 a los 30 años
- De los 30 a los 35 años
- Otra...

Género *

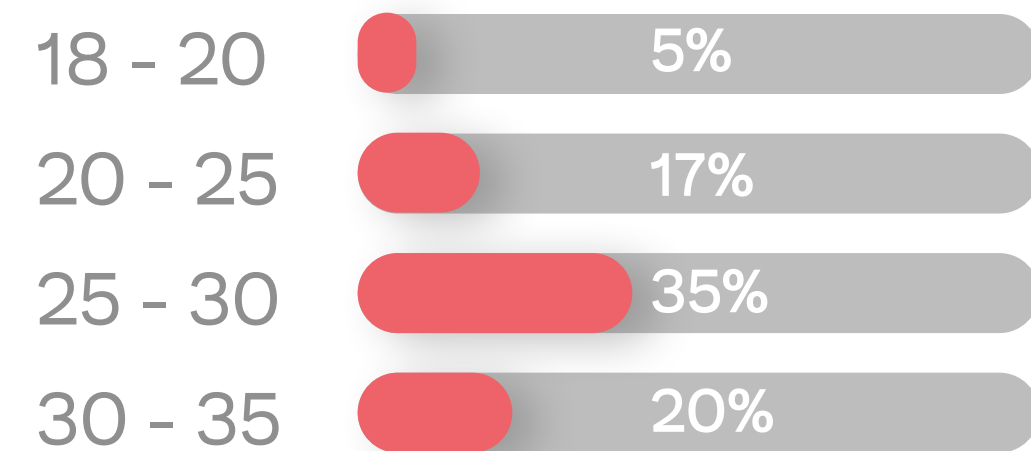
- Femenino
- Masculino

Datos obtenidos encuesta

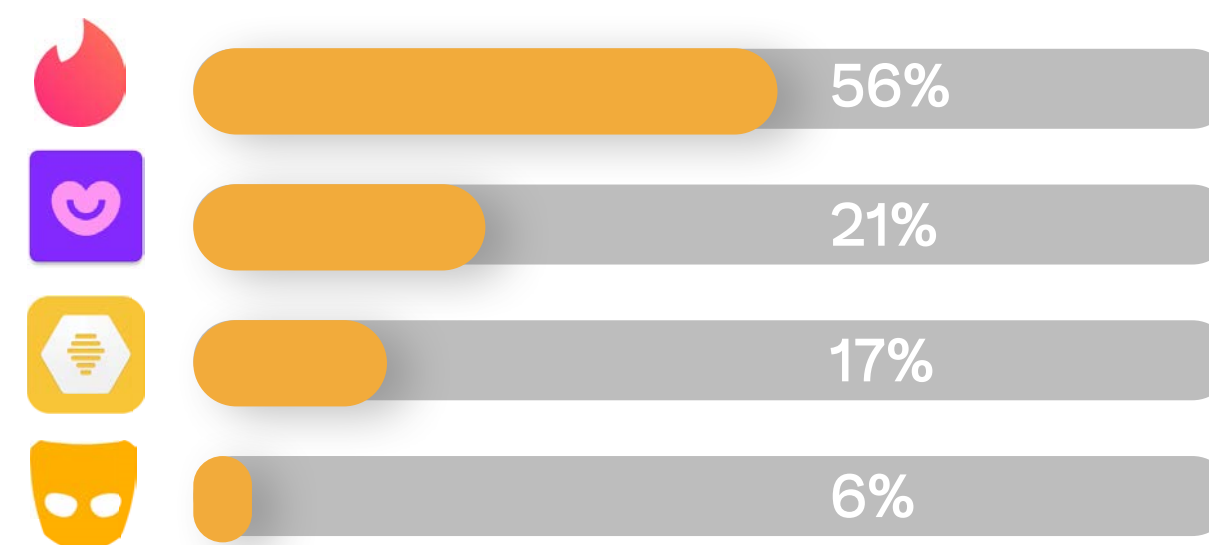


Cant.
79

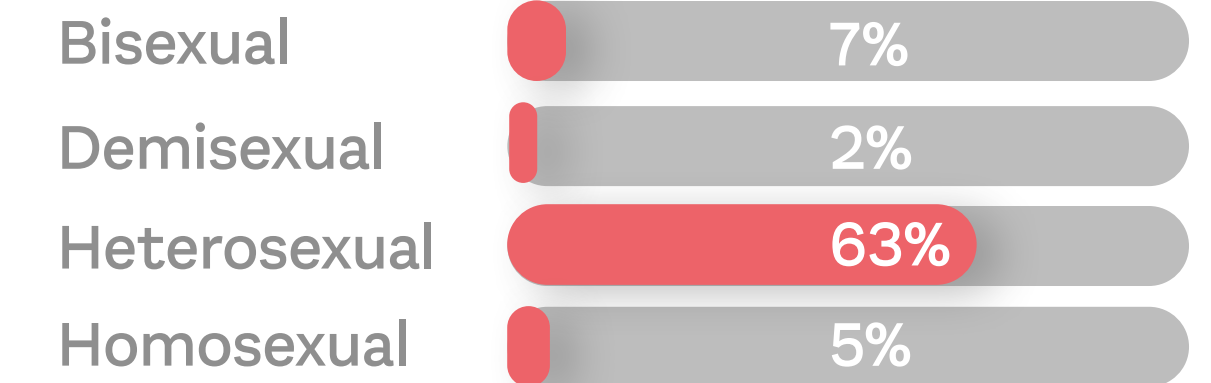
Promedio de Edad



Uso de aplicaciones para citas



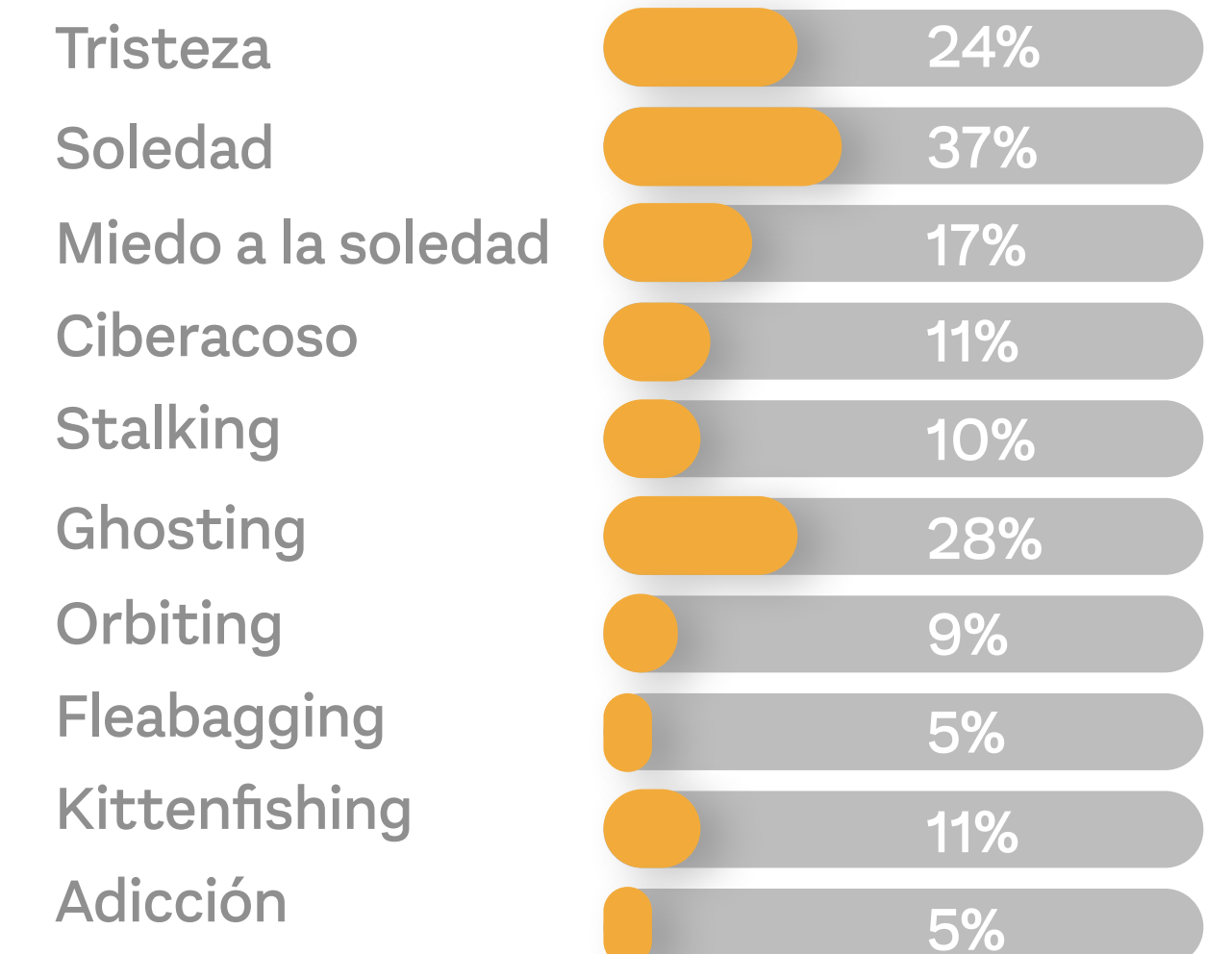
Orientación sexual



¿Te gustan los libros álbumes Ilustrados?



















¿Ha experimentado o provocado alguno de estos sentimientos, acciones o emociones al utilizar estas aplicaciones?



* LAS IMÁGENES E ICONOS EMPLEADOS EN ESTE DOCUMENTO SON UTILIZADOS CON FINES ACADÉMICOS, CON EL PROPÓSITO DE ILUSTRAR LAS IDEAS QUE SE DESEAN REPRESENTAR.

Categorización de las historias

 Tinder
  Badoo
  Grindr
 Resultados: 79 | Muestra Análisis: 12 | Muestra Escogida: 6

Caso	Género	Orientación sexual	Aplicación que utiliza	Experiencias y Actitudes	Historia tipo trama
1		Heterosexual	 	Tristeza, Soledad, Ciberacoso, Stalking, Miedo a la realidad, Orbiting , Fleabagging.	Ver historia original https://bit.ly/3tm9DfN
2		Bisexual		Tristeza, Soledad, Miedo a la realidad, Ghosting	https://bit.ly/3tm9DfN
3		Heterosexual		Stalking, Miedo a la realidad, Inseguridad, arrepentimiento	https://bit.ly/3tm9DfN
4		Homosexual	 	Ghosting	https://bit.ly/3tm9DfN
5		Bisexual	 	Adicción, Ciberacoso	https://bit.ly/3tm9DfN
6		Heterosexual	 	Ciberacoso, Ghosting	https://bit.ly/3tm9DfN

* LAS IMÁGENES E ICONOS EMPLEADOS EN ESTE DOCUMENTO SON UTILIZADOS CON FINES ACADÉMICOS, CON EL PROPÓSITO DE ILUSTRAR LAS IDEAS QUE SE DESEAN REPRESENTAR.

Categorización Actitudes Negativas, Emociones

Tristeza | Soledad | Miedo a la realidad

Ghosting

Consiste en desaparecer como un fantasma: dejar de responder llamadas y mensajes o incluso bloquear a otra persona sin dar ninguna explicación. Es una ruptura sin ruptura.

Orbiting

Consiste en merodear por las redes sociales de una persona con la que, en principio, no queremos tener relación". Es decir, se trata de personas que se relacionan con nuestras redes, pero no con nosotros.

Kittenfishing

La estrategia de citas en línea se caracteriza por usar pequeñas mentiras piadosas, como tergiversar su altura, edad o intereses, para enganchar una posible cita. La pesca de gatitos es tergiversarte en un perfil en línea, como usar sombreros en todas tus fotos si eres calvo.

Fleabagging

Define a la tendencia a salir con personas que no nos interesan y no son buenas para nosotros, como hace el personaje de Phoebe Waller-Brigde (Fleabag) en la serie.

Ciberacoso

Es acoso o intimidación por medio de las tecnologías digitales. Puede ocurrir en las redes sociales, las plataformas de mensajería, las plataformas de juegos y los teléfonos móviles... Difundir mentiras o publicar fotografías vergonzosas de alguien en las redes sociales.

Fase 3: Ideas y soluciones

Esta fase consiste en desarrollar una trama narrativa creada a partir de los datos mediante el storytelling, que a su vez involucra un proceso de ficcionalización creativa para el desarrollo de personajes (user personas), que se representan en un espacio visual virtual y se interrelacionan para una serie de historias que conviven en una narración literaria no lineal.

Trama Narrativa

Es el orden en que se decide contar los hechos de la historia, la experiencia nos demuestra que es posible —y a veces, necesario— construir el relato a partir de un orden alternativo para los hechos. Esta práctica de reordenar los hechos de la historia con una finalidad pragmática —pues se busca tener un efecto en el lector/espectador; en el caso de

Link de Acceso al Guión Narrativo

<https://bit.ly/linkaccesoguion>

Proceso de ficcionalización

Los datos sensibles obtenidos para la creación de **personajes (user personas)** fueron ficcionalizados y las fotografías de referencia fueron obtenidas de la red pública, sin embargo, de igual forma solo se conservaron aspectos de pose y tendencias estéticas, esto con el fin de crear un universo creativo entorno al personaje.

Desarrollo de trama narrativa - Storytelling

Recursos de composición

Anacronias: Alteraciones temporales o desviaciones cronológicas de la trama, y en ellas distingue tres dimensiones de análisis: la dirección, la distancia y la extensión. Cuando la trama interrumpe su presente para incluir hechos anteriores se trata de una retrospección o analepsis.

Una analepsis breve y delimitada a un hecho o conjunto de hechos temáticamente relacionados es lo que se conoce como flash-back (p.e. un recuerdo, normalmente del propio personaje).

Audiencia

Hombres y mujeres de 20 a 35 años de la GAM

Impacto

Dar visibilidad y conciencia respecto al enjambre digital presente en las aplicaciones para citas.

Ambientes o Entornos

Espacio urbano lleno de personas pero con sensación de vacío y soledad, entornos virtuales de las aplicaciones y redes sociales en donde existen muchas opciones pero ninguna definitiva.

Conflicto

La mascarilla del Covid se convierte en la nueva máscara de la peste negra, personas que solo socializan en un entorno virtual, en donde las apps, la soledad y el ocio, modifican la forma en la que las personas entablan relaciones afectivas y sociales, algunas de estas terminan en depresión y temor, **mientras que otras triunfan a pesar de la falta de contacto físico y la realidad de un entorno social.**

Introducción

- Guardas iconográficas que dan pistas sobre que se trata el tema.
- Frase emotiva - prefacio.
- Introducción personaje 1 - Entorno Urbano.
- Sentimiento de cansancio, soledad y tristeza.
- Recuerdo de cita fallida 1.
- Línea temporal actual.
- Reunión de zoom.
- Introducción de las historias de los personajes 2, 3, 4 y 5 (Flashbacks de cada uno de los personajes).

Escenas en blanco y negro, color únicamente sobre en las apps

Desarrollo

- Continúa el recuerdo de cita fallida 1 del personaje principal.
- Vuelta a al línea temporal actual.
- Se empiezan a desarrollar las historias de los personajes 2, 3, 4, 5 y 6.
- Explicación emotiva del origen de la reunión.
- Flashback - Introducción y desarrollo del recuerdo del personaje principal ciberacoso.

Conclusión

- Se continua con desenlace del conflicto, flashback y análisis de la acción negativa.
- Los personajes empiezan a cobrar color conforme se van a deslazar a cada historia.
- Se hace contraste con la línea de tiempo actual, el personaje principal y su mejor amiga, cuentan sus historias exitosas respecto al uso de las aplicaciones para citas, motivando desde la perspectiva de relaciones saludables.
- Mensaje de conclusión positivo de aceptación de la soledad y el amor propio, implica responsabilidad afectiva.

Los personajes de las historias empiezan a cobrar color

Personajes - User Personas



N@cho09 🔥💜

Edad: 29
Vive: Alajuela
Trabaja: Lead Call Center

Pasatiempos

Jugar videojuegos con los compas después del brete, salir los fines a pegar tour ya sea ir de hiking o a la playa, le gusta ir de paseo con su perro Thor(pitbull), inspirado en su héroe favorito de marvell comics. Ha tenido una vida amorosa complicada pero después de mucho tiempo logró encontrar una pareja estable en la app de Badoo.

Hombre heterosexual , personaje principal **sufre ciberacoso y víctima de kittenfishing**



Gigi04 🔥💜

Edad: 27
Vive: Cartago
Trabaja: Asistente Administrativa

Pasatiempos

Le gusta ir al gym en las noches, e ir los fines a la Cali a ligar y pasarla bien con sus amigas. Vive con sus padres. Le gusta ir a la playa y tomarse fotos para el insta ya que tiene 30K seguidores ya que es embajadora de marca. Sin embargo ha tenido una historia amorosa complicada ya que ha sufrido de ciberacoso y amenazas muchas veces, por lo que está por eliminar sus cuentas en la app de tinder.

Mujer heterosexual , personaje secundario **sufre ciberacoso ,kittenfishing y ghosting**



B@ti65 🔥

Edad: 28
Vive: San José
Trabaja: Diseñadora de modas

Pasatiempos

Le gusta diseñar prendas para su gata Acna, sin embargo su pasión es el estilo new retro, le encanta comprar telas nuevas para crear increíbles diseños. Forma parte de diferentes colectivos de artistas y les gusta pegar tour por los bares de la Cali los fines de semana. Es una persona a la cual no le gustan la ataduras del género, ella se fija en la personalidad y la belleza interna de las personas. Ha tenido una vida amorosa bastante complicada y sin embargo es feliz de aceptar su libertad y sexualidad sin desarrollar relaciones afectivas.

Mujer bisexual , personaje secundario **infringe ghosting y sufre fleabagging**



Lele55 🔥

Edad: 25
Vive: Cartago
Trabaja: Ingeniera Civil

Pasatiempos

Le gusta leer libros de Harry Potter, fanática de Harry Styles y amante de las películas de Marvell Comics. Los fines se va a la playa con sus amigas, es muy allegada a su familia. Ha tenido una vida amorosa complicada, debido al ciberacoso del que ha sido víctima.

Mujer heterosexual , personaje secundario **sufre ciberacoso y stalking e infringe ghosting.**



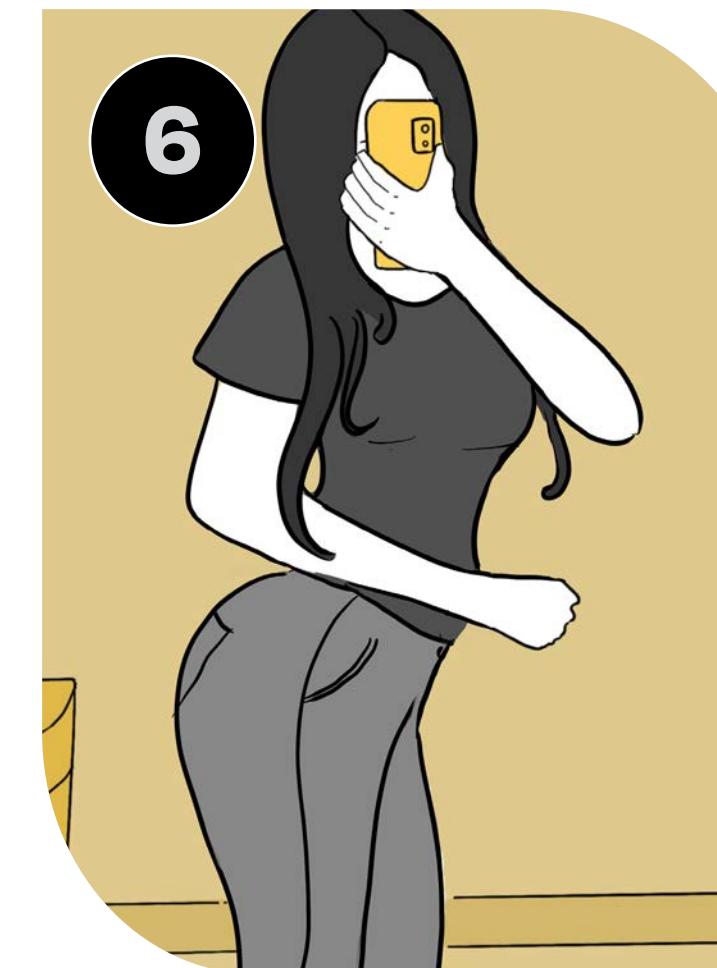
Adan03 🧡

Edad: 30
Vive: Heredia
Trabaja: Community Manager

Pasatiempos

Le encanta ir de hiking los fines de semana, ha iniciado un nuevo cambio en su salud por lo que ha iniciado una vida más activa. Está intentando hacer un cambio en su aspecto físico y su vida amorosa, ya que los maes osos como el no son del agrado de la mayoría de los chicos disponibles, es amante de los animales, le gusta leer y cocinar.

Hombre homosexual, personaje secundario **que infringe ghosting y fleabagging**



Eli08 🧡💜

Edad: 32
Vive: San José
Trabaja: Esteticista

Pasatiempos

Parte importante de su tiempo libre la invierte en su cuerpo, le encanta pasar hora de horas en el gym y como es experta en el cuidado de la piel, le gusta invertir su dinero en procedimientos estéticos. Al ser parte de la comunidad trans ha experimentado una serie de complicaciones a nivel laboral y afectivo, pues la sociedad costarricense está a años luz de aceptar a la comunidad LGBTQ.

Mujer trans, personaje secundario, **que sufre ciberacoso y kittenfishing e infringe ghosting.**

Fases 4 y 5: Prototipo y Desarrollo - Selección de motivos

En esta fase se estudian los insumos como referencias visuales, paletas de color, iconografía e interfaces de aplicaciones, para lograr crear el universo visual de los personajes, se revelan los espacios de exploración visual necesarios que permitan identificar la relación entre los datos recopilados y las actitudes negativas experimentadas mediante la ilustración

Exploración Visual Actitudes Negativas, Emociones

Este análisis permite establecer una relación entre las variables de investigación planteadas y los antecedentes visuales, para así poder abstraer una composición visual de cómo se representan visualmente cada una de las acciones negativas.

Exploración Visual, estilo de ilustración, coloreo y estilo editorial

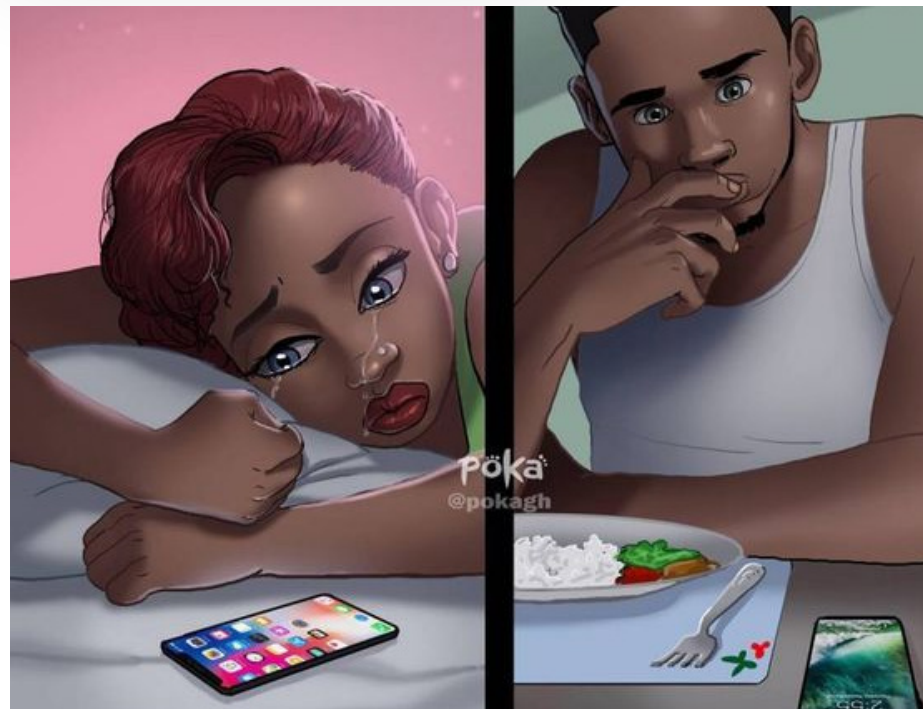
Permite hacer un análisis sintáctico y conceptual, para llegar a dar con la creación de la Ilustración Editorial conceptual con técnica mixta reflejada en un Libro álbum ilustrado, se convive el estilo gráfico de ilustración definido por los referentes visuales además de los referentes para su composición editorial.

Exploración Visual, tipografía, iconografía y paleta de color

En este análisis se encuentra el estudio visual de las interfaces de las aplicaciones para citas, paletas de color, tipografías e iconografía. Estos elementos visuales son necesarios, ya que permiten construir el universo del enjambre digital y los entornos en donde conviven los personajes.

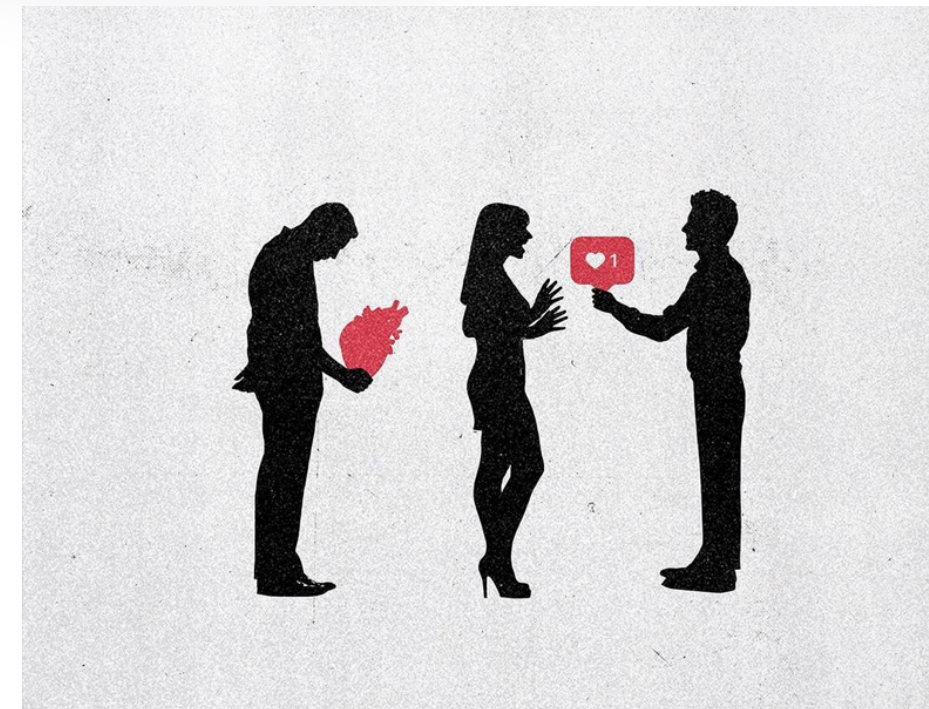
Exploración Visual Actitudes Negativas, Emociones

Ghosting



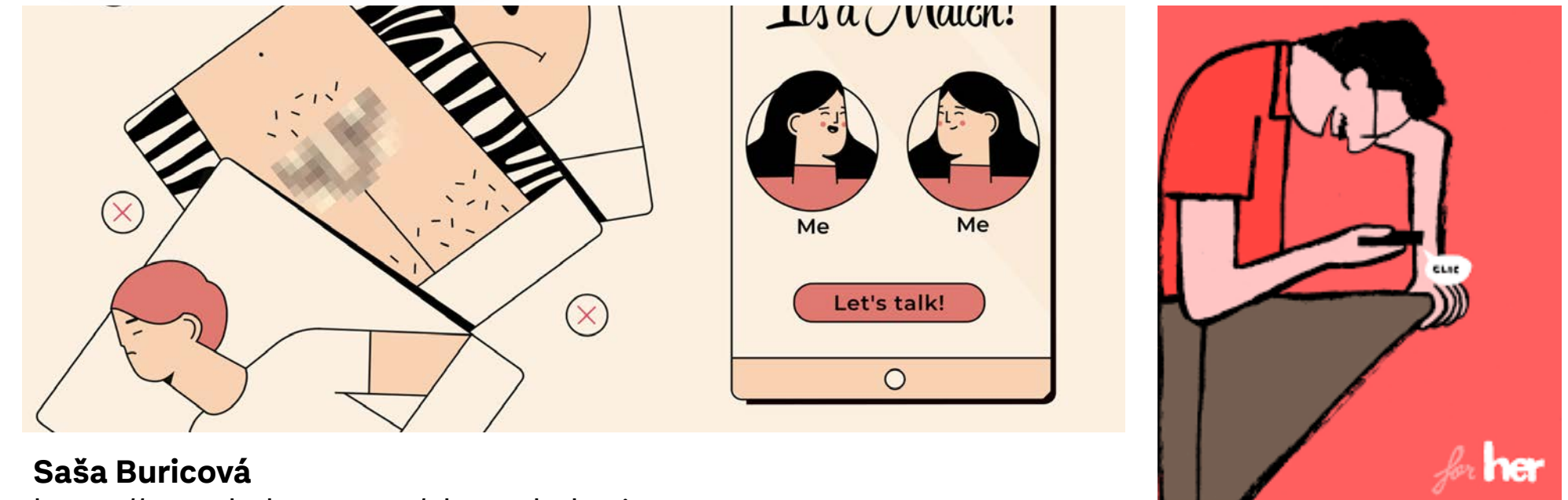
Poka Arts <https://designyoutrust.com/2018/02/ghanaians-lot-feelings-simple-illustration-poka-arts/>

Orbiting



Kevin Lau

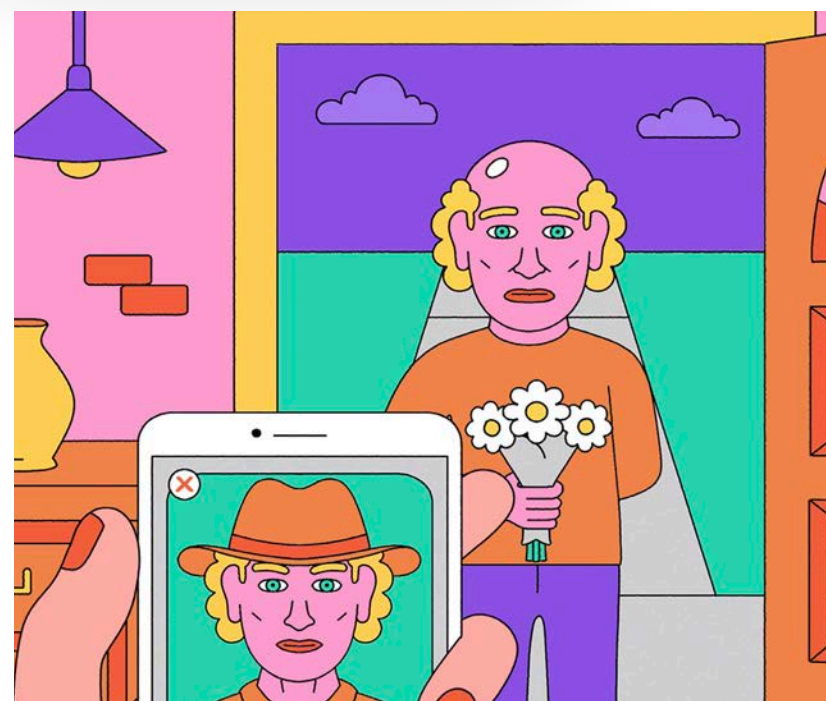
Ciberacoso



Saša Buricová <https://www.behance.net/alexandraburicova>

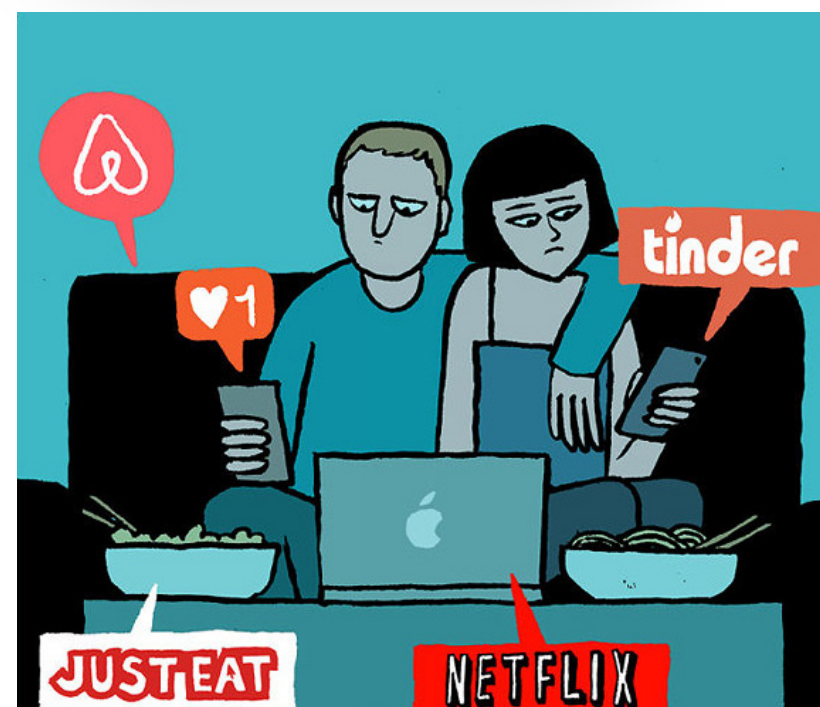
Jean Julien

Kittenfishing



Jackson Gibbs / for NBC News

Fleabagging



Jean Julien

Soledad y tristeza



Juliana Kolesova, Masks"

Miedo a la realidad



Society <https://www.behance.net/gallery/18424859/Society>

Kevin Lau

Exploración Visual, estilo de ilustración, coloreo y estilo editorial

Sintáctico

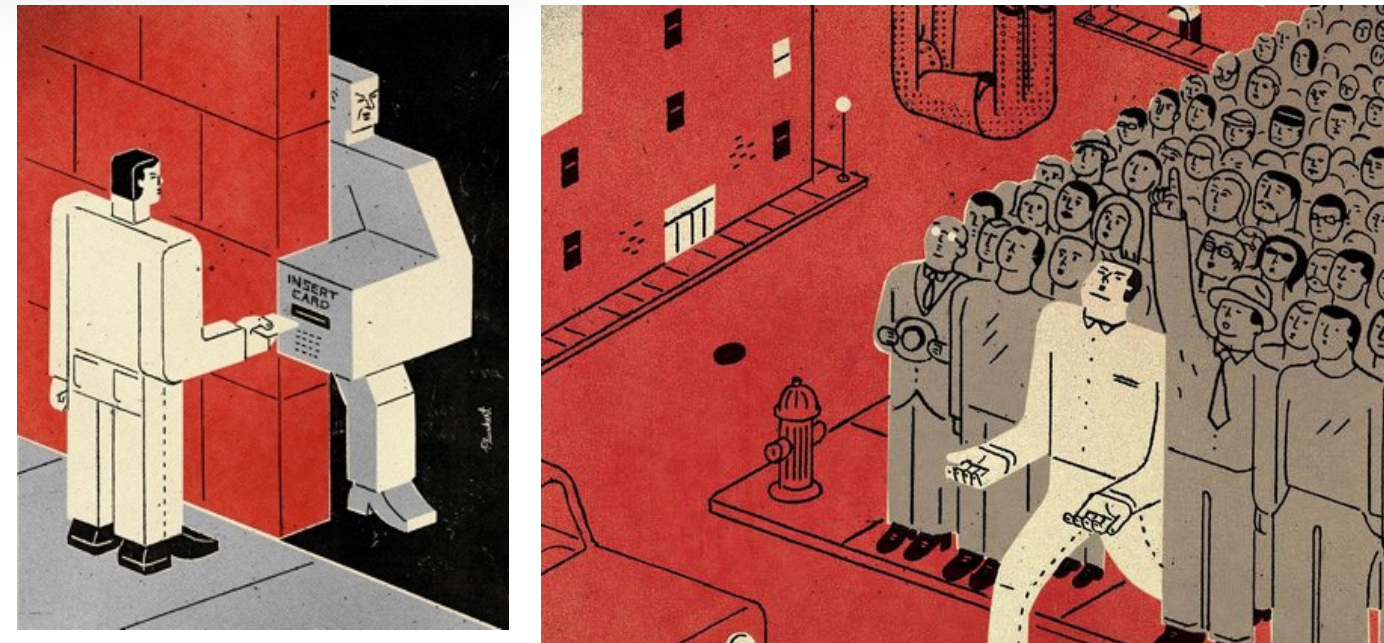


Fig 17. David Plunkert illustration: Home of the Brave, 2016



Fig 18. Jean Jullien. Exposición Allo, 2013



Fig 19. Searching (Chaganty, 2018)

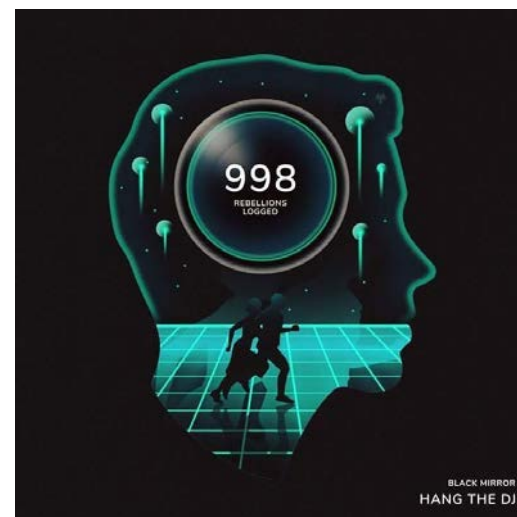


Fig 20. Hang the Dj Black Mirror (Patten, 2017)

Conceptual



Fig 21. Ashley Mackenzie, s.f, Anesthesia / Scientific American



Fig 22. Juliana Kolesova, Masks”, 2019



Fig 23. Dmitry Ligay, 2019, Guru, Illustrations for Robb Report magazine

Metodológico - Material y Soporte



Fig 24. De ratones y hombres, Rebecca Dautremer, 2020



Fig 25. Andrea González del Riego Levy, 2020, La sirenita del Amazonas

Exploración Visual, tipografía e iconografía

Fig 26. Ejemplo de aplicación de interfaces

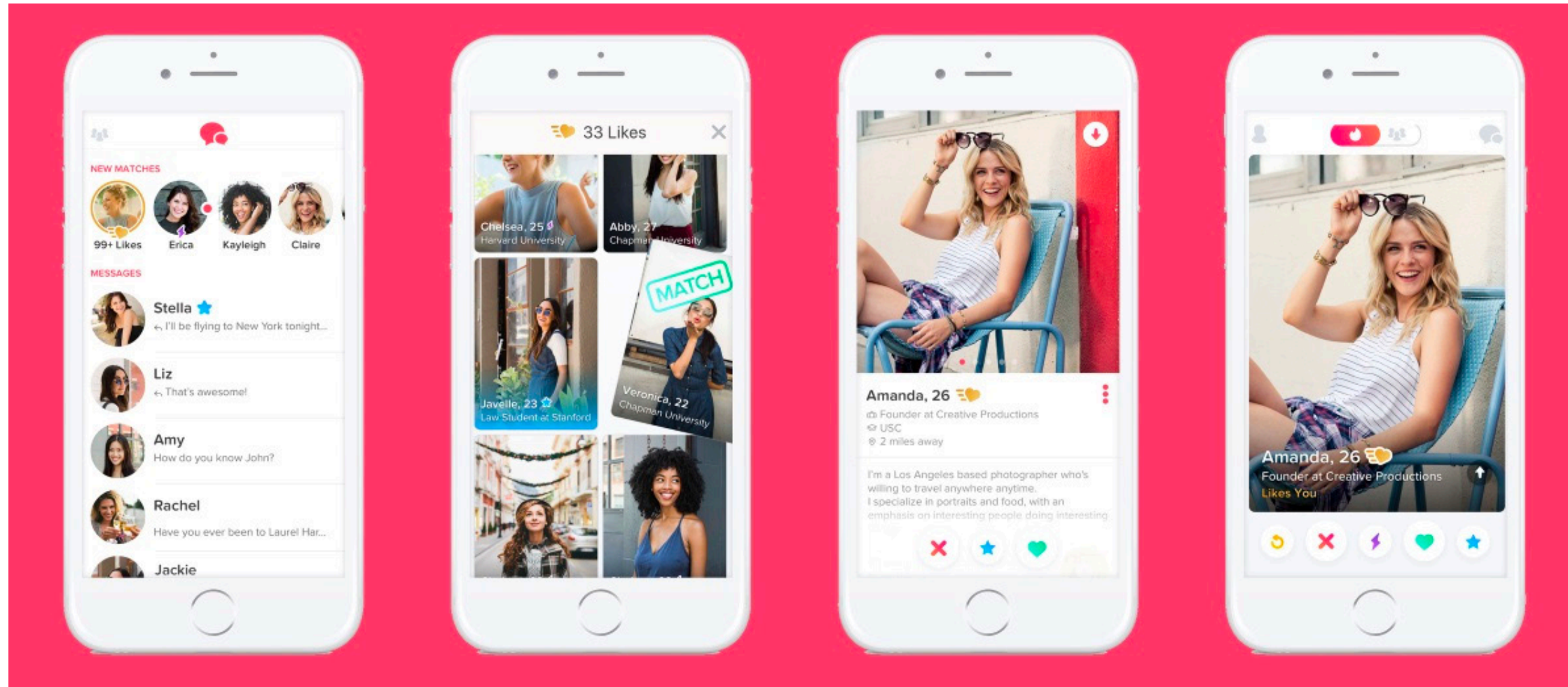


Fig 27. Familia Tipográfica "Please write me a song" para textos amplios

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789 (!#\$%&'()*+,-./:;<=>?@,~|_`~)

Penultimate
 The spirit is willing but the flesh is weak
 SCHADENFREUDE
 3964 Elm Street and 1370 Rt. 21
 The left hand does not know what the right hand is doing
 mail@example.com http://www.cufonfonts.com

Fig28. Familia Tipografía DK Brush Crush y DK Cool Crayon para textos ilustrados

ABCDEFGHIJKLM
 NOPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLM
 NOPQRSTUVWXYZ
 0123456789!@#%

ABCDEFGHIJKLMN
 OPQRSTUVWXYZ
 abcdefg
 hijklmnopqrstuv
 wxyz
 0123456789
 ;:!"'@#\$%&'()*+,-./:;<=>?@,~|_`~)

* FAMILIAS TIPOGRÁFICAS DE USO GRATUITO Y PARA FINES ACADÉMICOS

Fuentes

Fig 26: Tinder. (2013). Tinder [Software de aplicación móvil]. Disponible en: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.tinder>

Exploración Visual, tipografía e iconografía

Ejemplo de aplicación de interfaces

Pantallas e iconos Grindr

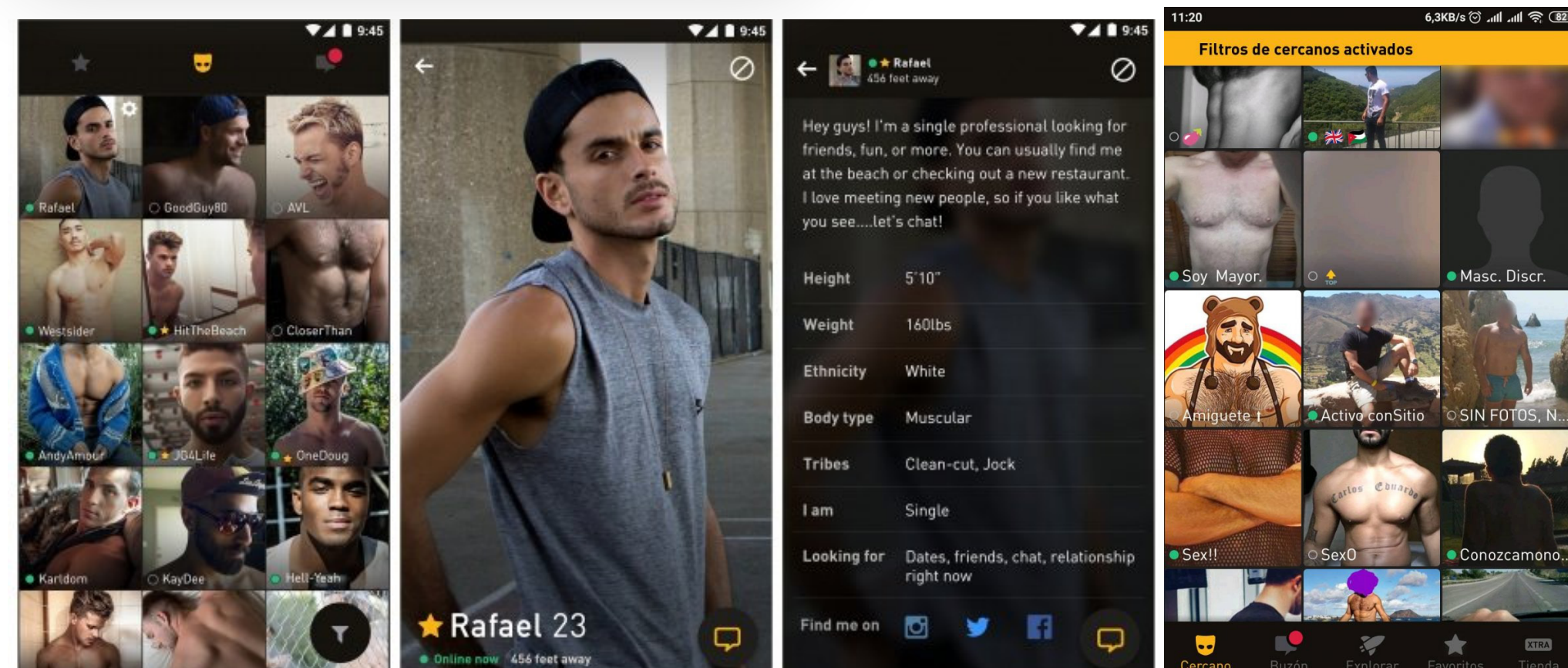


Fig 29.

Fuentes

Fig 29: Grindr. (2009). Grindr [Software de aplicación móvil]. Disponible en: <https://apps.apple.com/es/app/grindr-chat-gay/id319881193>

Fig 30: Tinder. (2013). Tinder [Software de aplicación móvil]. Disponible en: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.tinder>

Fig 31: Badoo.(2006). Badoo [Software de aplicación móvil]. Disponible en: <https://apps.apple.com/es/app/badoo-chat-ligar-citas/id351331194>

Pantallas e iconos Tinder

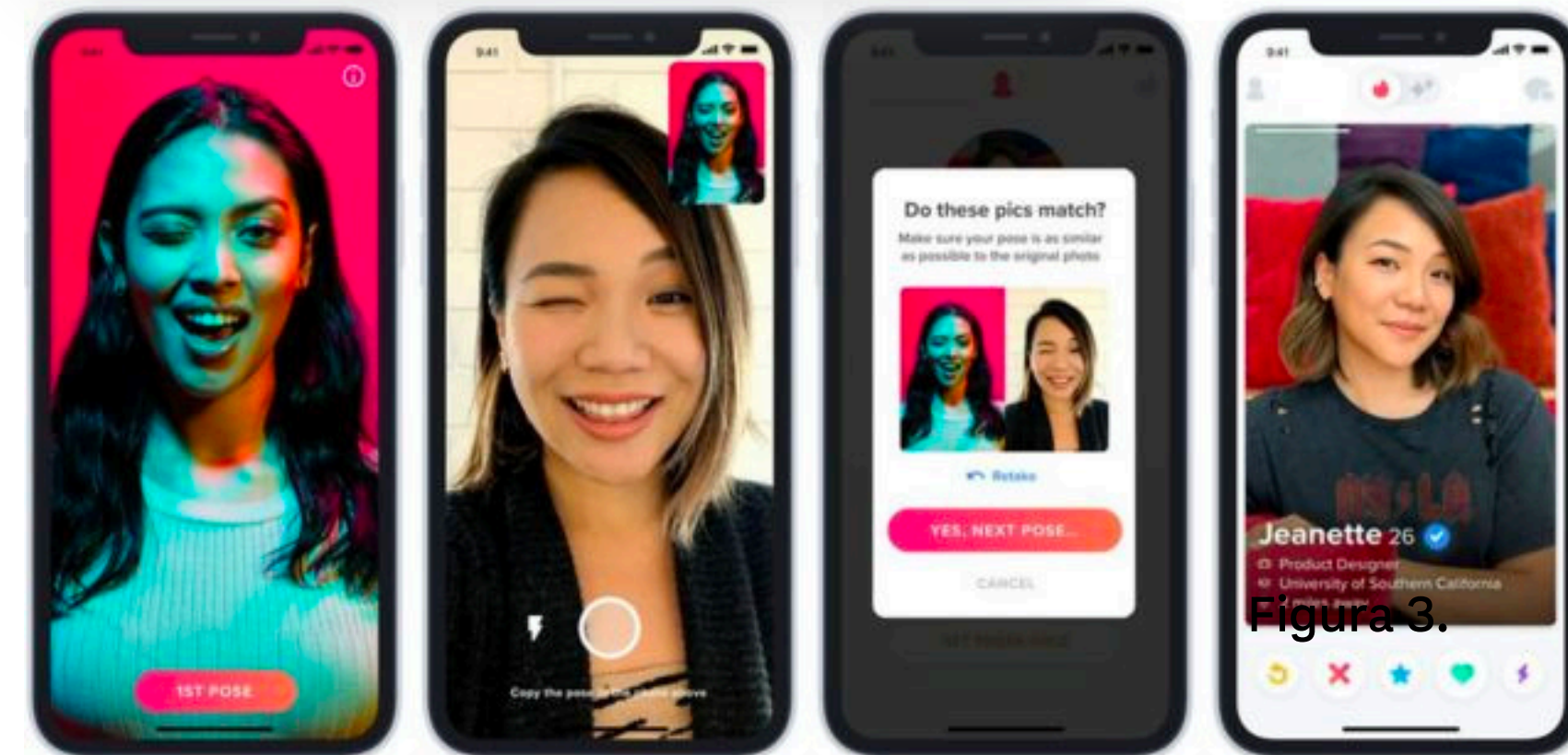


Fig 30.

Pantallas e iconos Badoo

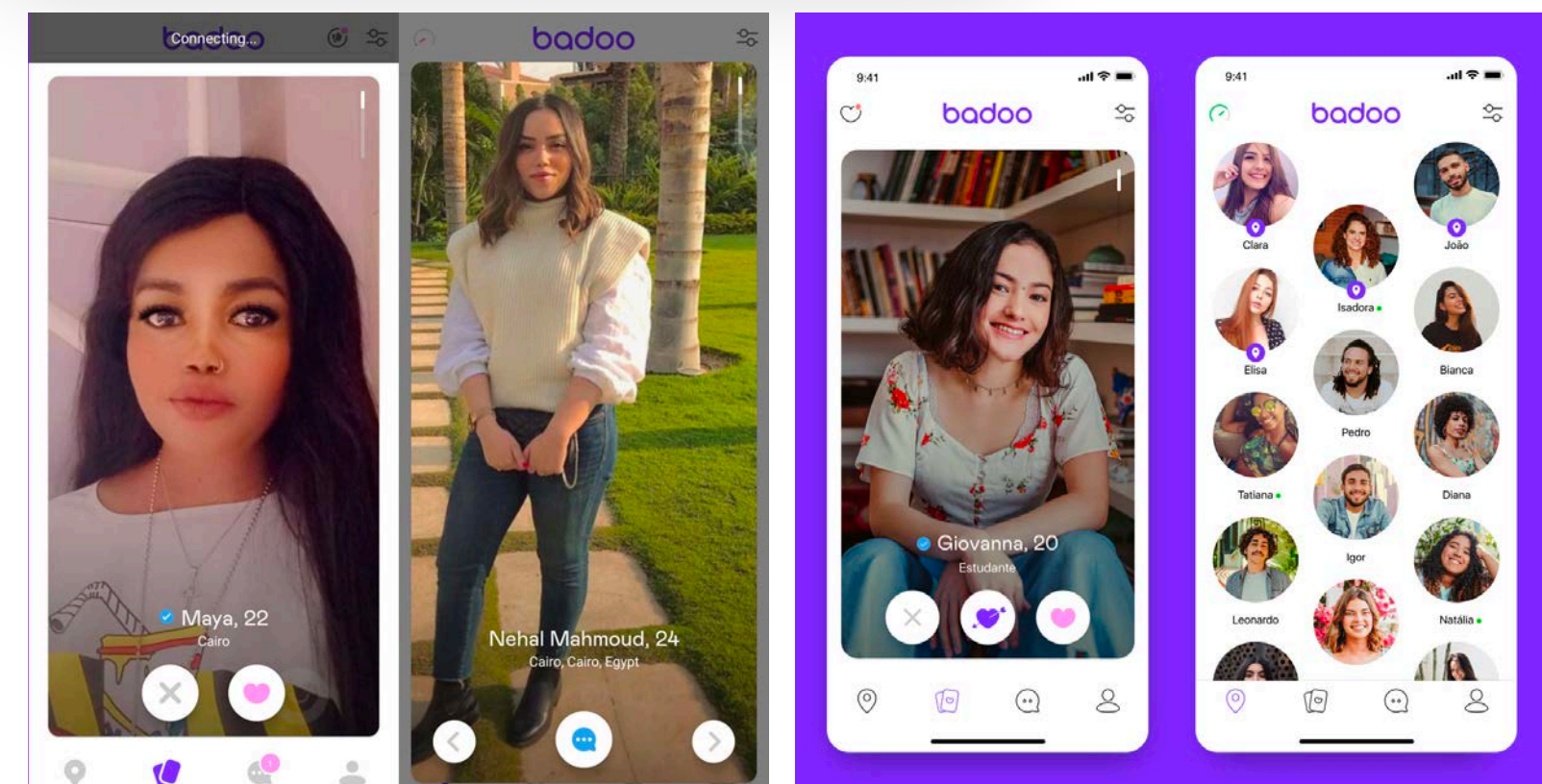
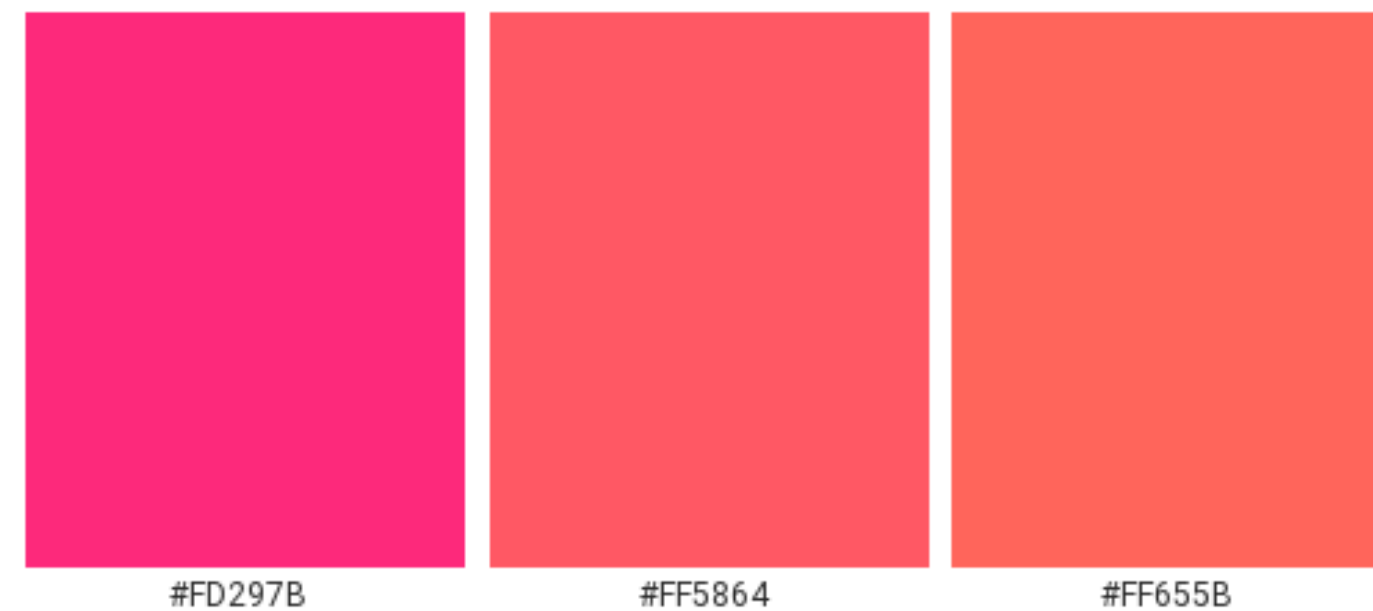


Fig 31.

Exploración Visual, iconografía y paleta de color

Fig32. Paleta de color Tinder



Tinder App Icon 2017 Colors - by SchemeColor.com



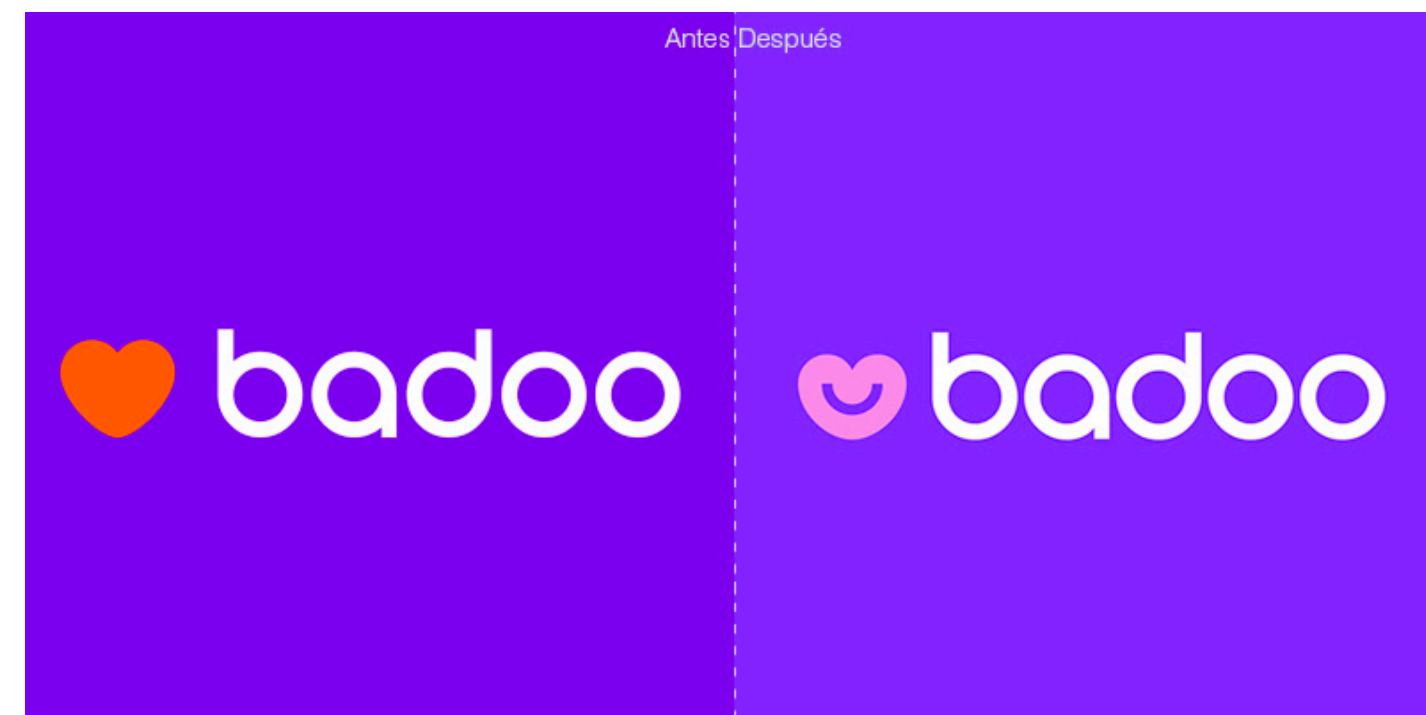
Paleta de Color Grindr



Fig 34.

Paleta de Color Badoo

Fig 33.



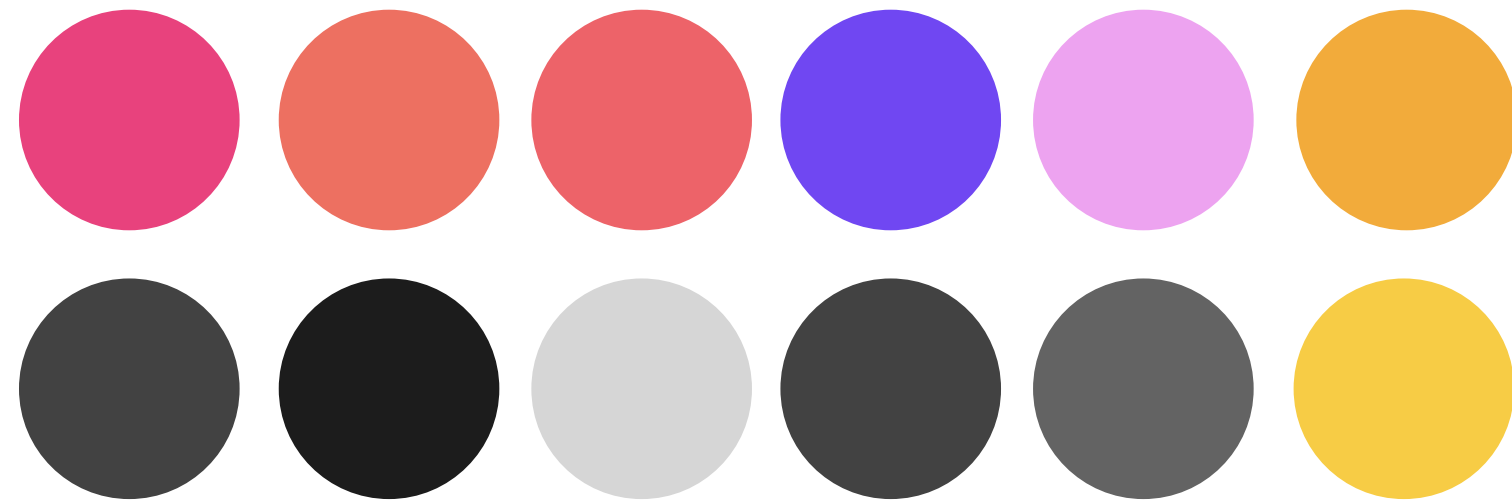
Fuentes

Fig 33: Badoo.(2006). Badoo [Software de aplicación móvil]. Disponible en: <https://apps.apple.com/es/app/badoo-chat-ligar-citas/id351331194>

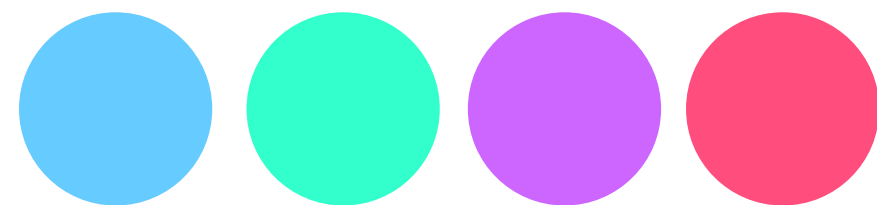
Fig 34: Grindr. (2009). Grindr [Software de aplicación móvil]. Disponible en: <https://apps.apple.com/es/app/grindr-chat-gay/id319881193>

Exploración Visual, iconografía y paleta de color

Paleta Primaria Color



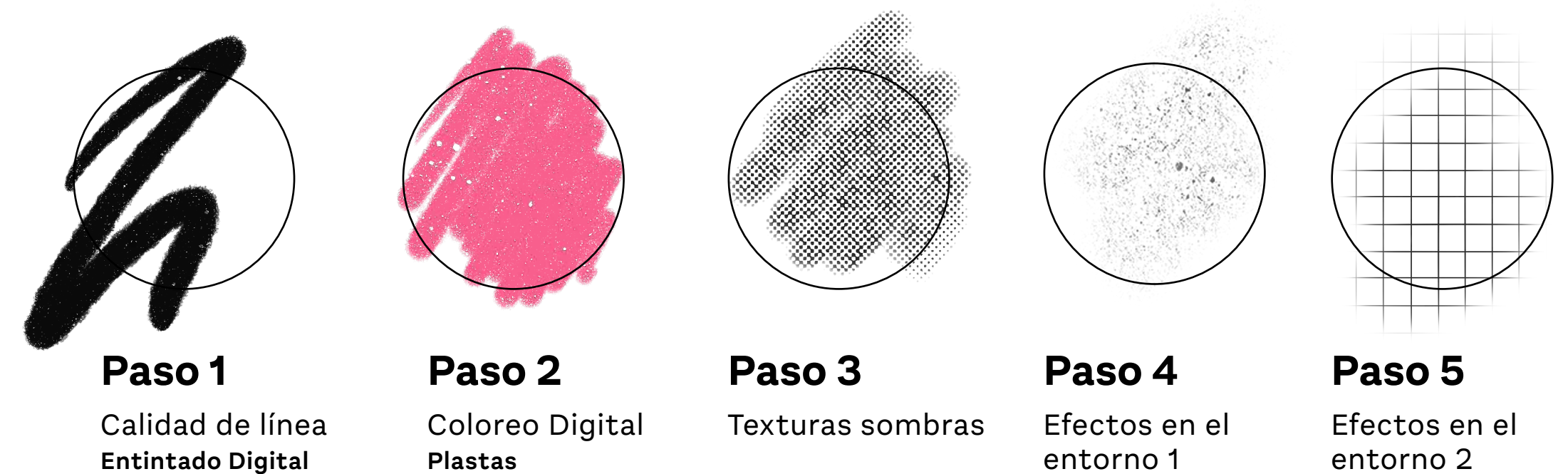
Secundaria



Acorde con la exploración visual realizada anteriormente se establece una paleta de color y tipografía que permitan representar una atmósfera dramática en el entorno de los personajes, el uso de texturas como la glitch y de tipo tiza pastel o carboncillo para los espacios vacíos permitirán dar la sensación de tensión.

Así como también el análisis anterior permite establecer una relación entre color e iconografía que permita al receptor entender de que aplicación se está hablando en ese momento.

Fig 35. Aplicación del color, línea y texturas



Dentro del proceso de coloreo digital se integran las técnicas digitales, el uso del dibujo y la pintura digital, requieren un proceso de aplicación de capas para lograr llegar al efecto deseado, se diferencia de la ilustración vectorial, ya que su calidad es en píxeles, por lo que también se incorporan aspectos de resolución.

Para generar efectos visuales se integran diferentes tipos de brochas, las cuales están integradas en la app de Procreate, siendo el software utilizado para elaborar las ilustraciones.

Proceso de creación de personajes

Poses

Para poder recrear los entornos visuales y las características estéticas de los personajes, se utilizaron fotografías de las redes de tendencias de las redes públicas de instagram, blogs y las aplicaciones para citas, con el fin de estudiar el movimiento, pose del cuerpo y tendencias de fotografía.



Fig 36.



Fig 37.



Fig 38.



Fig 39.

Fuentes

Fig 36: Vecteezy, Recuperado el 24 agosto del 2021 de: <https://es.vecteezy.com/foto/3027765-hombre-usando-una-mascarilla-y-se-toma-un-selfie-en-la-naturaleza>

Fig 37: Capelstore, Recuperado el 24 agosto del 2021 de: <https://www.capelstore.fr/catalogue-capel>

Fig 38: ABC, Recuperado el 24 agosto del 2021 de: [https://www.abc.es/sumum/estilo/moda/abci-deberias-combinar-mascarilla-segun-](https://www.abc.es/sumum/estilo/moda/abci-deberias-combinar-mascarilla-segun-mas-saben-moda-202005221945_noticia.html)

Interfaces aplicaciones para citas

De estas referencias, se abstraen los entornos de interfaz donde conviven los personajes, iconos, chats, botones y usos del color, con el fin de crear un entorno visual virtual.

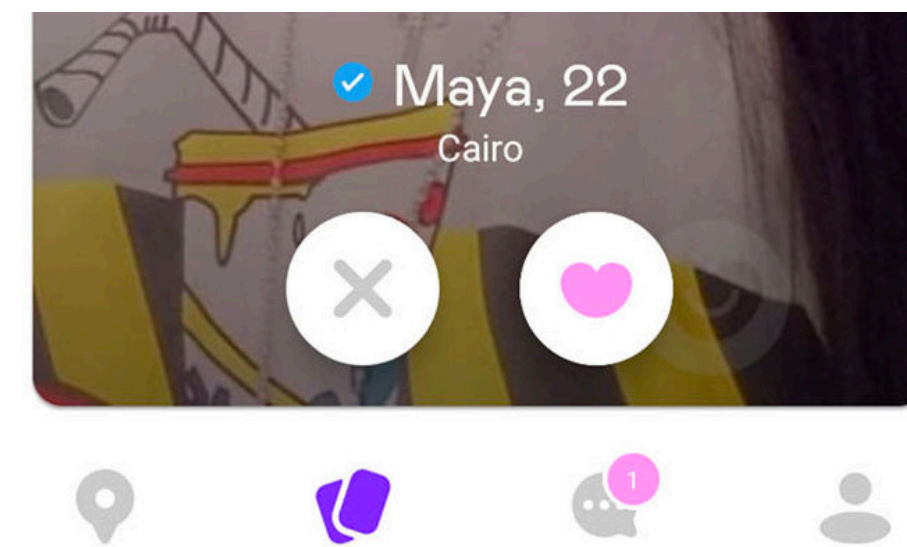


Fig 40.

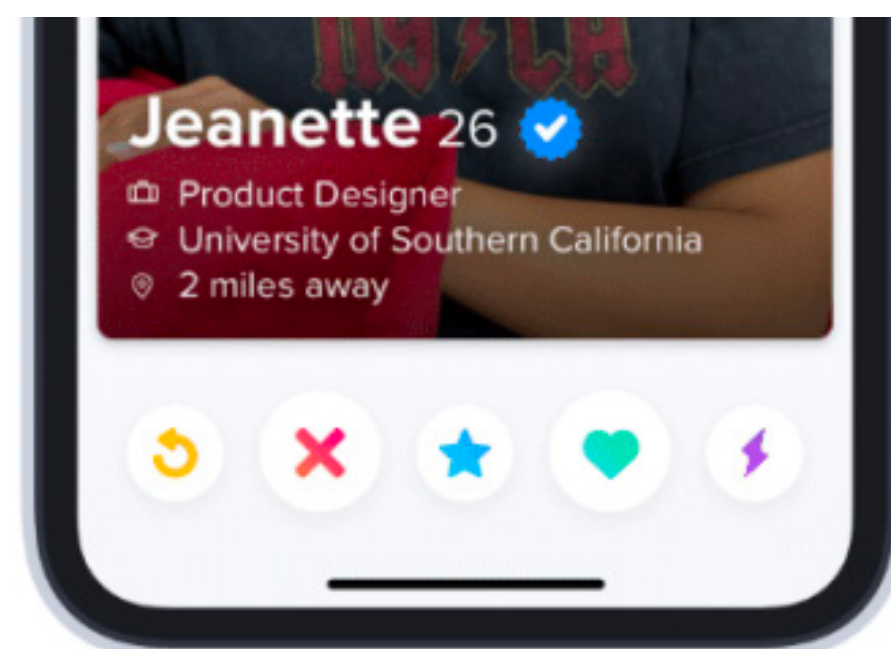
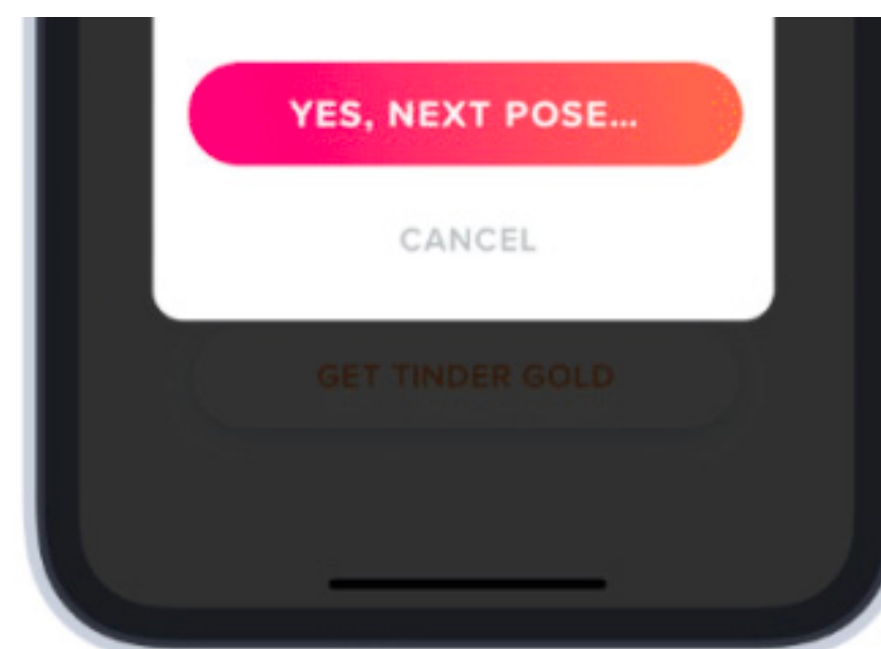
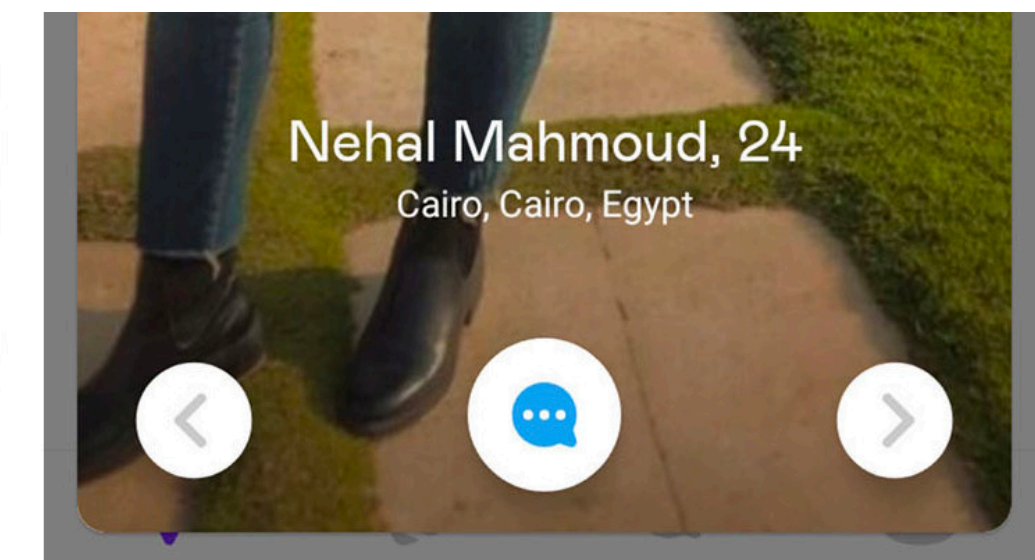


Fig 41.

mas-saben-moda-202005221945_noticia.html

Fig 39: Alamy, Recuperado el 24 agosto del 2021 de: <https://www.alamy.com/happy-friends-man-and-dog-american-pit-bull-terrier-sitting-on-grass-image155919033.html>

Fig 40: Badoo.(2006). Badoo [Software de aplicación móvil].

Fig 41 : Tinder. (2013). Tinder [Software de aplicación móvil]

Fig 42. Proceso de creación de personajes

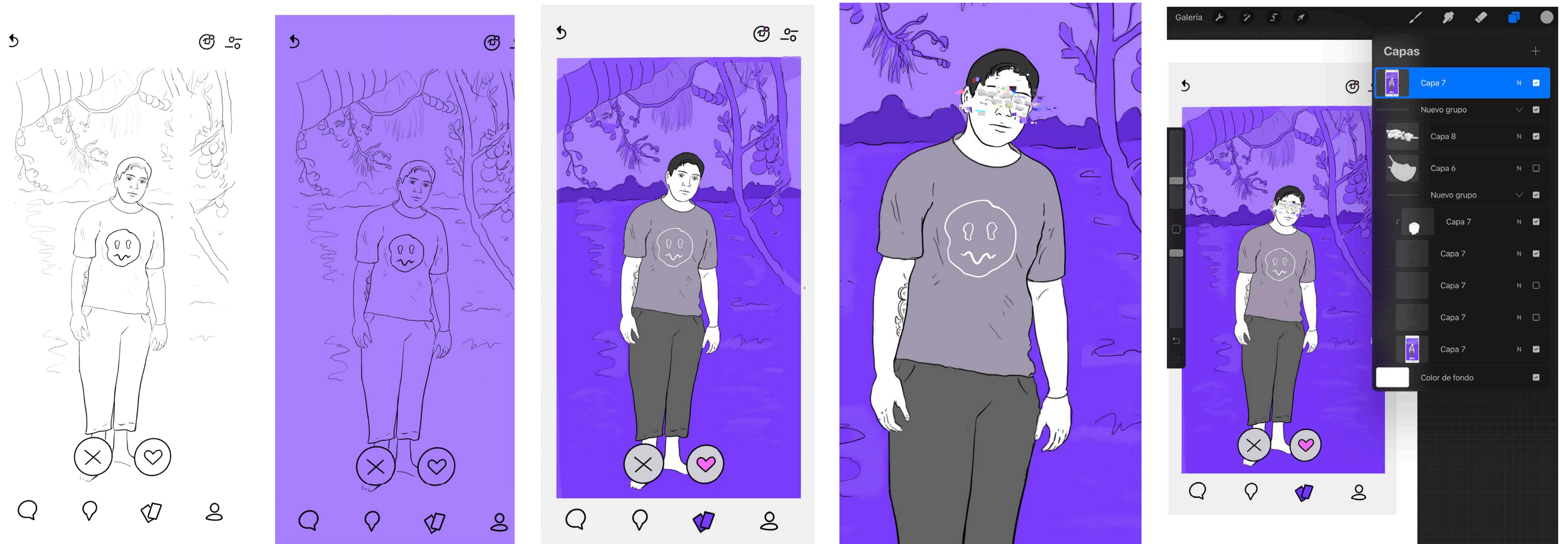
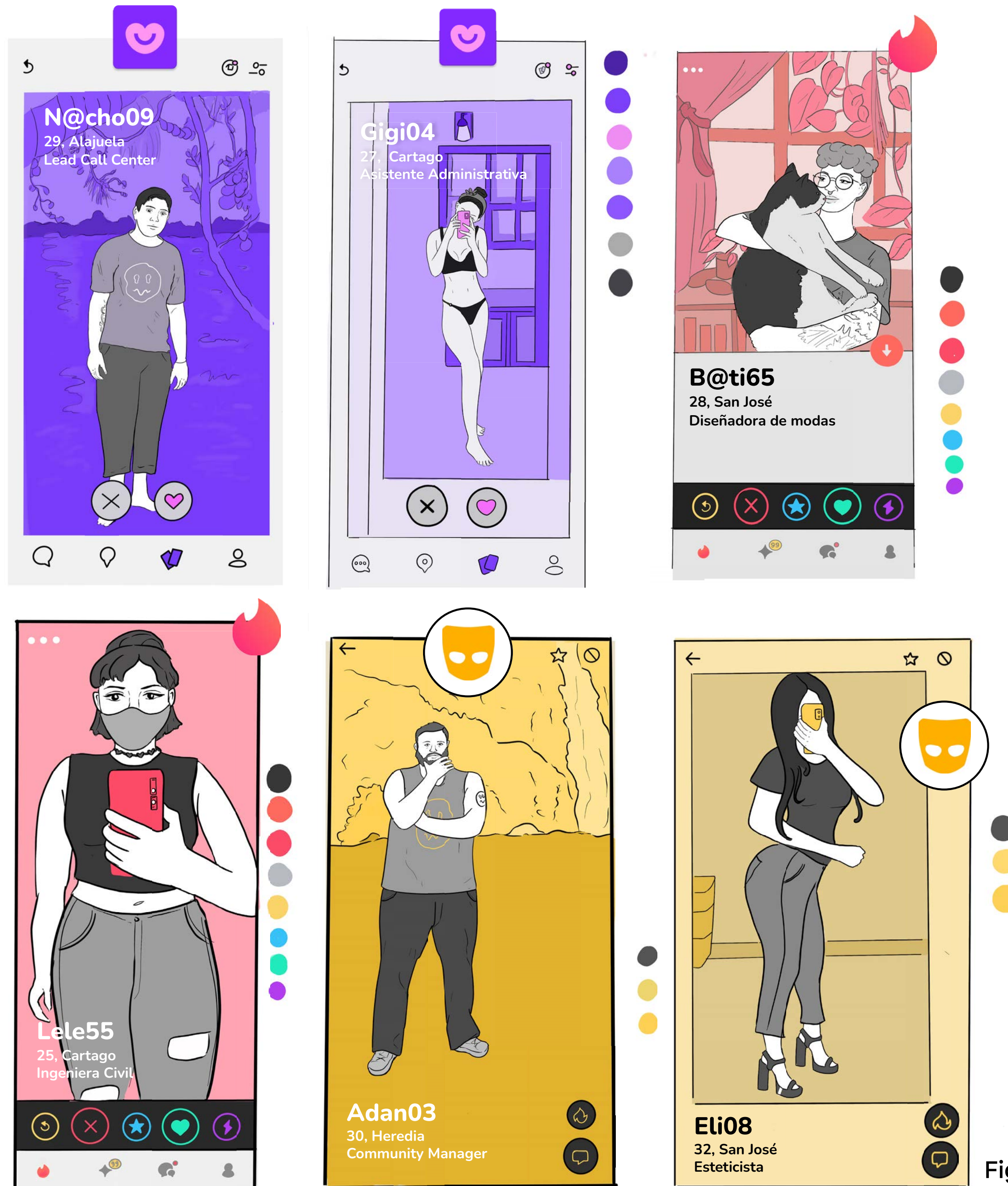


Ilustración y coloreo digital

Mediante un ejercicio explorativo, se combinando los recursos recopilados para lograr representar las actitudes negativas a través del color, texturas y elementos iconográficos, en un entorno dramático. La ilustración debe hablar por si sola y causar emociones que guíen al lector mediante una trama visual.

Para dar vida a esos ambientes negativos se utilizan recursos de texturas y brochas, las cuales están integradas en el software empleado. Este proceso involucra desarrollar en diferentes capas, la integración de líneas, plastas, sombras, luces y efectos.



Usos de color e iconografía

Para lograr dar sentido al entorno digital en el que los users conviven y que el lector pueda entender los usos de las apps y en que consisten, es necesario emplear la iconografía y botones que permiten realizar las acciones a los usuarios.

La exploración visual realizada anteriormente, posibilitó integrar los recursos gráficos necesarios, para construir un entorno digital dramático y conceptual que permite visibilizar las acciones negativas que se desean representar.

Fig 43.

Fig 44.

1 Portada	56 Contraportada	18 Tinder	19 Kittenfishing	36 Adan03 Grindr	37 Historia 6 Parte1	54	55 Guardas
2 Guarda	3 Portadilla	20 Gigi04 Historia 2	21 Badoo	38 Adan03 Grindr	39 Historia 6 Parte2		
4 Blanco	5 Frase	22 Gigi04 Historia 2	23 Badoo	40 Eli08 Grindr	41 Historia 7 Parte 1		
6 Instalar App	7 Acciones Foto Thor	24 B@ti65 Historia 3	25 Tinder	42 Eli08 Grindr	43 Historia 7 Parte 2		
8 Historia Fornite B&W	9 B&W	26 Historia 3 Tinder	27 Parte2 Brasas	44 Eli08 Color Conclusión 1	45 N@cho09 Color Conclusión 2		
10 Reunión Compas	11 Color	28 Historia 4 N@cho09 Badoo	29 Historia Angel@41	46 Lele55 Color Conclusión 3	47 Adan03 Color Conclusión 4		
12 Historia App intro	13 N@cho09 Tinder Monik32	30 Spam Whatsapp El chat.com	31 Conclusión Historia 4	48 B@ti65 Color Conclusión 5	49 Gigi04 Color Conclusión 6		
14 Tinder Continua Historia 1	15 Cita covid 1	32 Lele55 Historia 5	33 Parte1	50 Todos juntos a color	51		
16 Tinder Continua Historia 1	17 Cita covid 2	34 Tinder Lele55 Parte 3	35 Cabro macabro	52 Infografía acciones negativas	53		

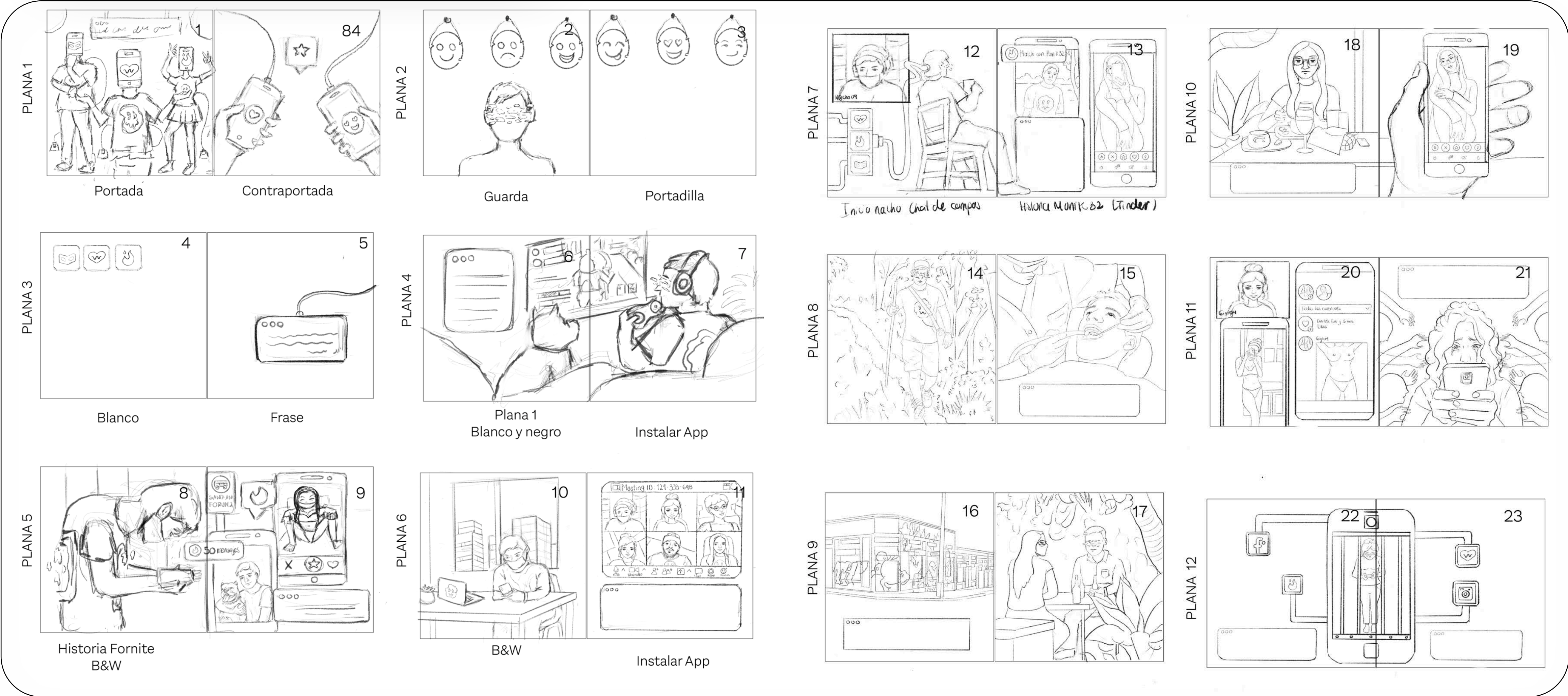
Implementación de maqueta editorial en un Guion Gráfico

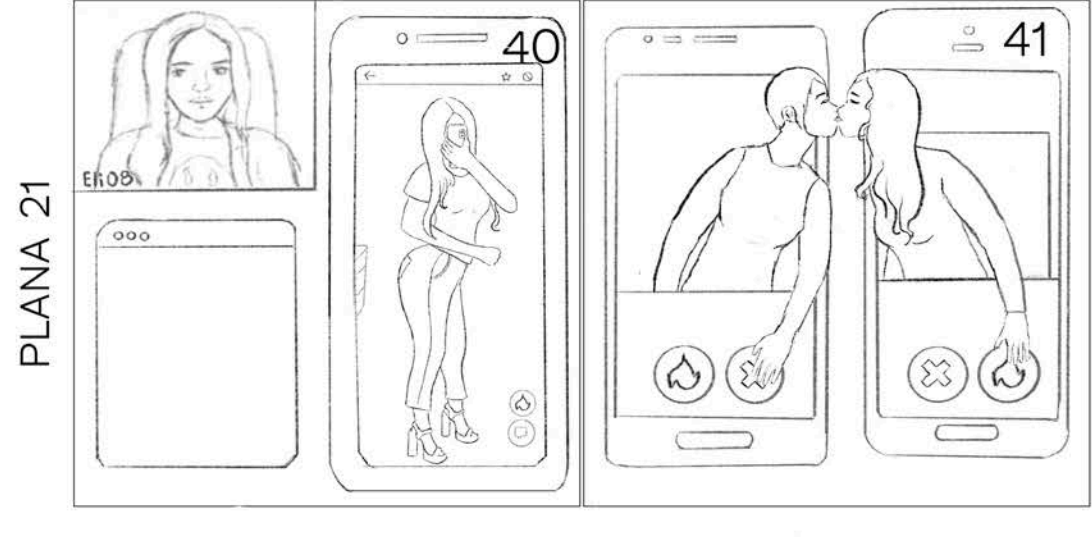
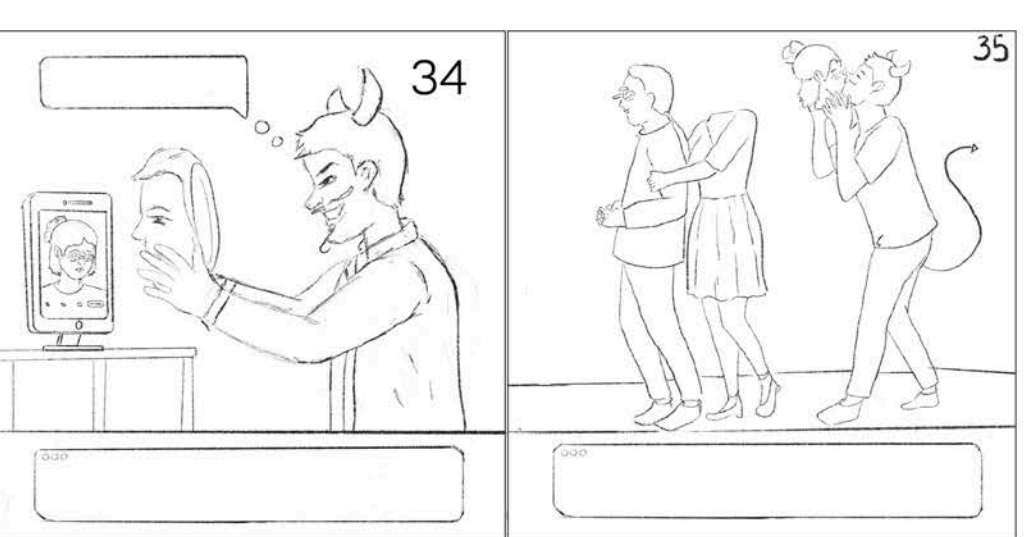
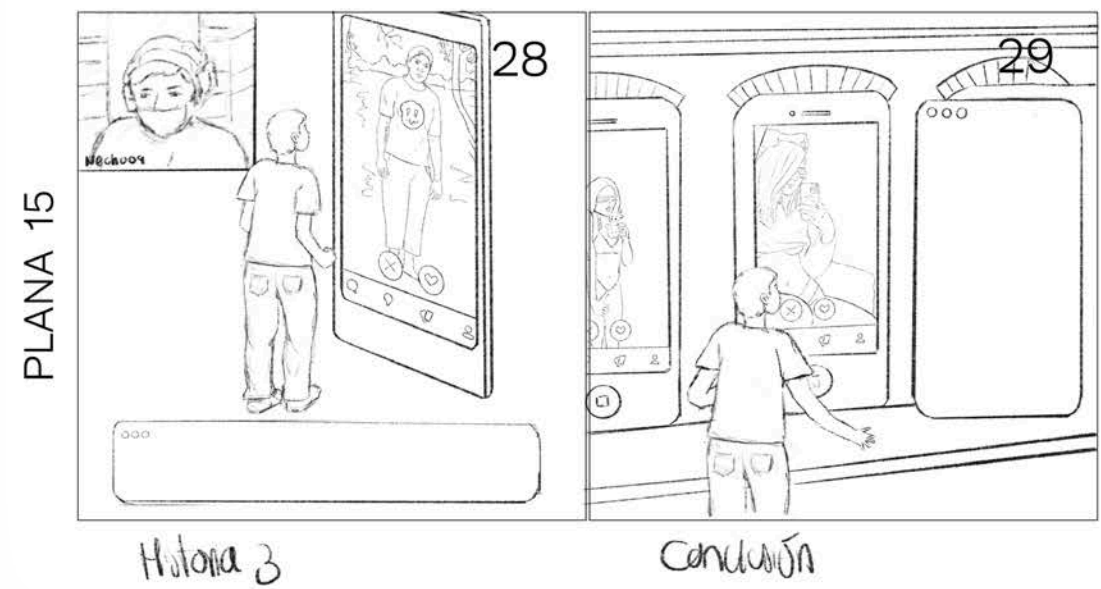
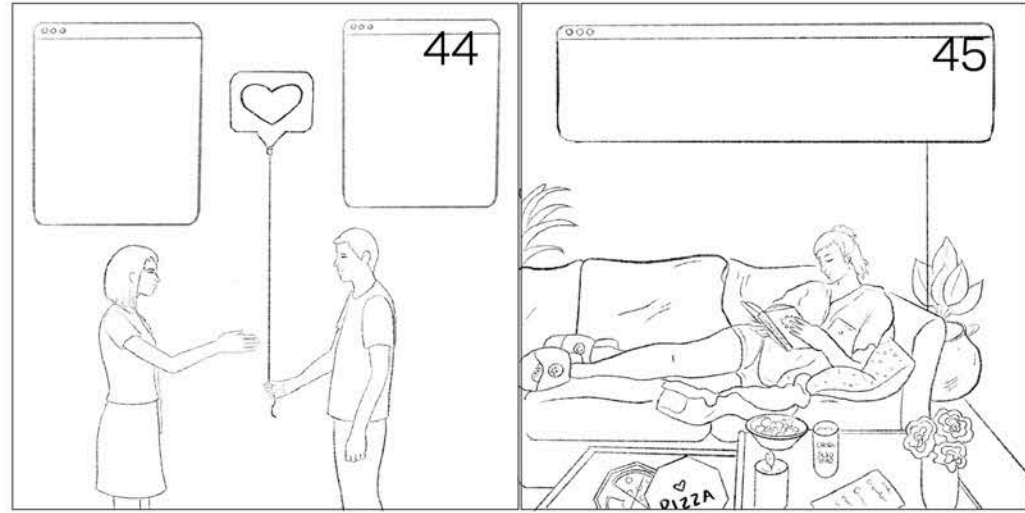
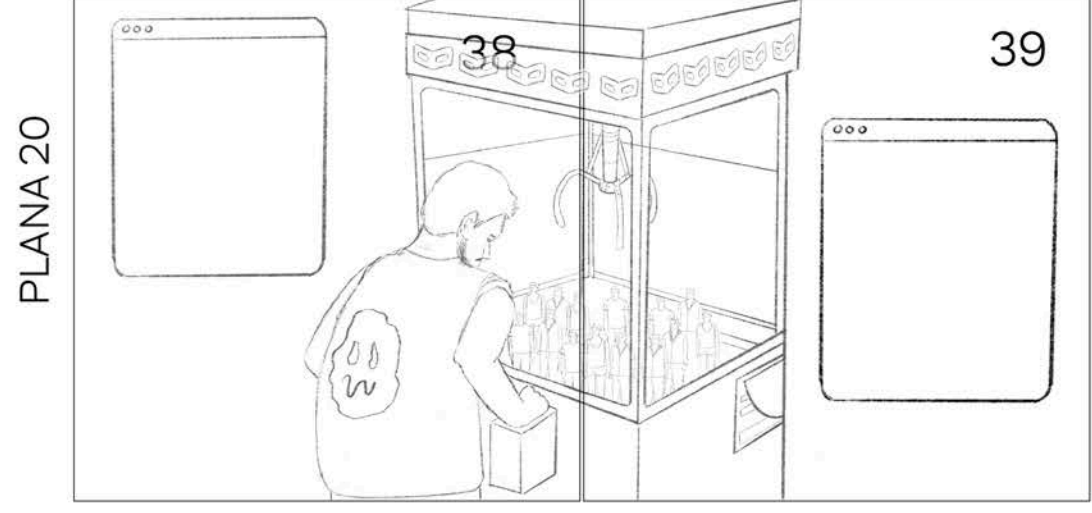
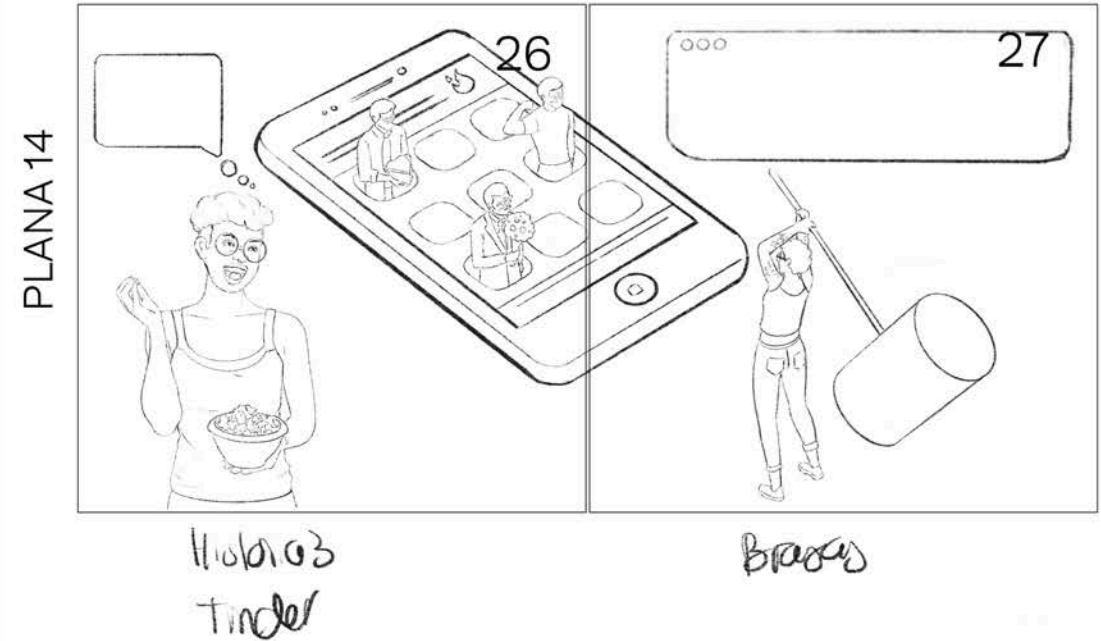
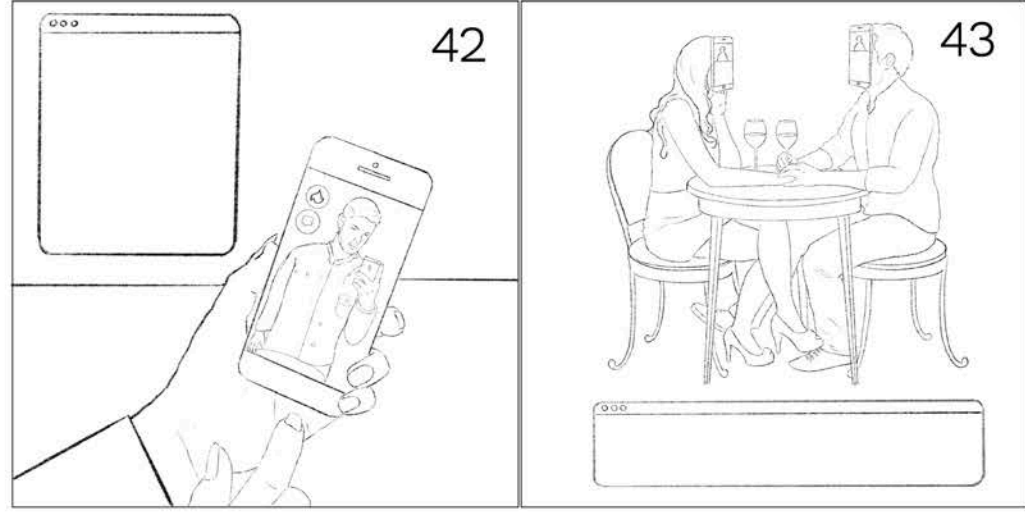
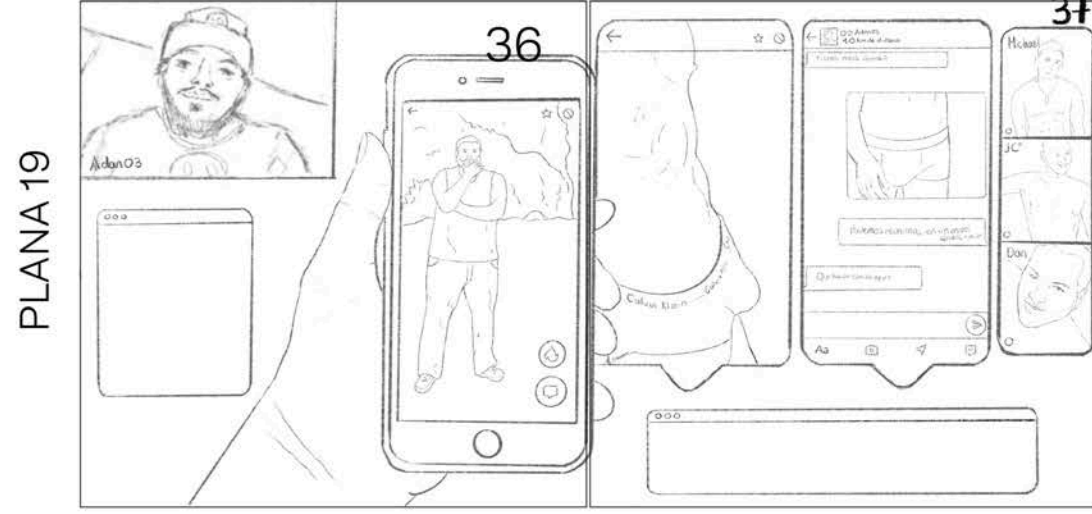
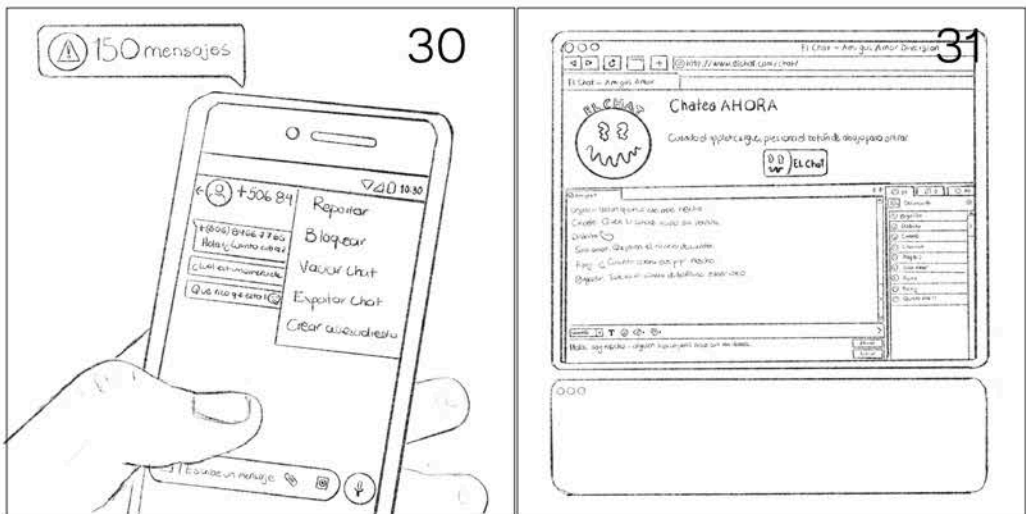
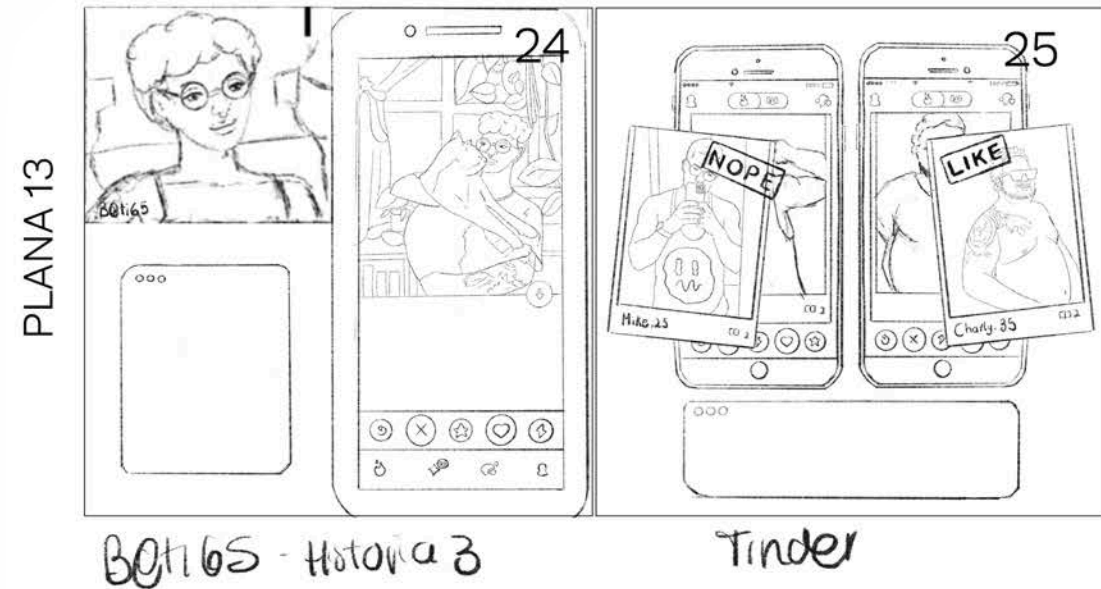
Se construye una maqueta editorial, que permite visibilizar la cantidad de planas integradas (56 páginas - 28 planas) con el guión narrativa elaborada anteriormente.

La construcción de ilustraciones se visibiliza mediante la doble página, siendo un recurso necesario en el libro álbum ilustrado, que permite elaborar el storyboard o guión gráfico, siendo la etapa de prototipado para proceder al coloreo digital y la etapa de diagramación editorial.

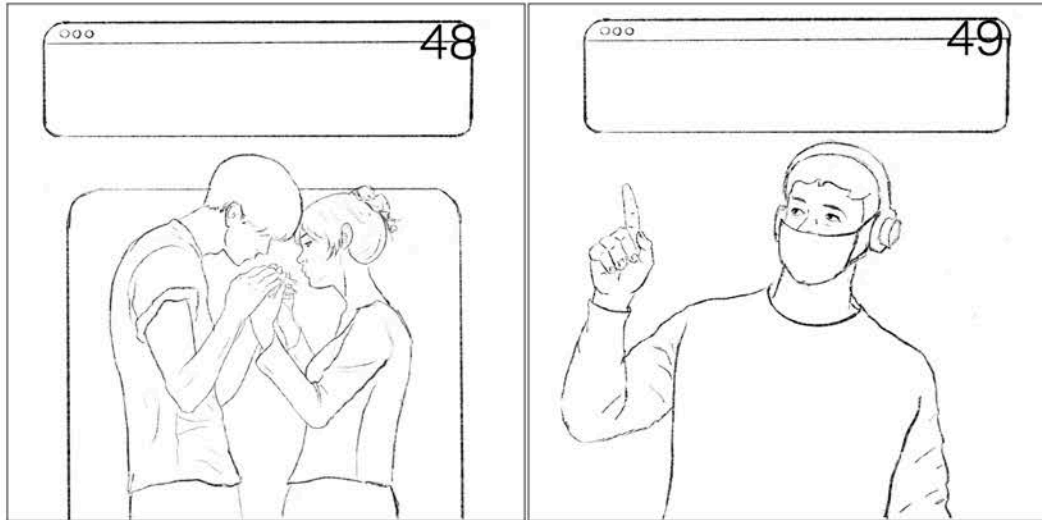
Bocetos - Storyboard

Fig 45.

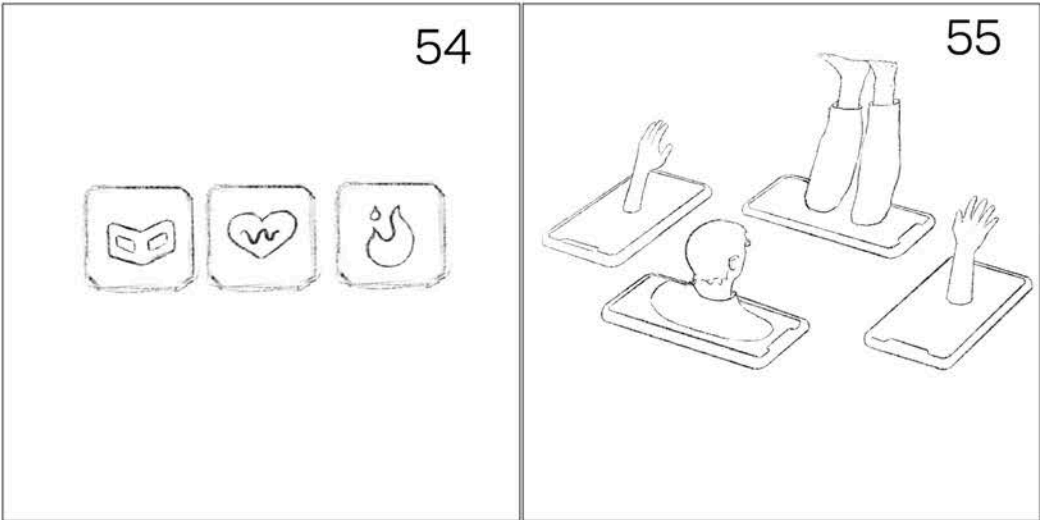




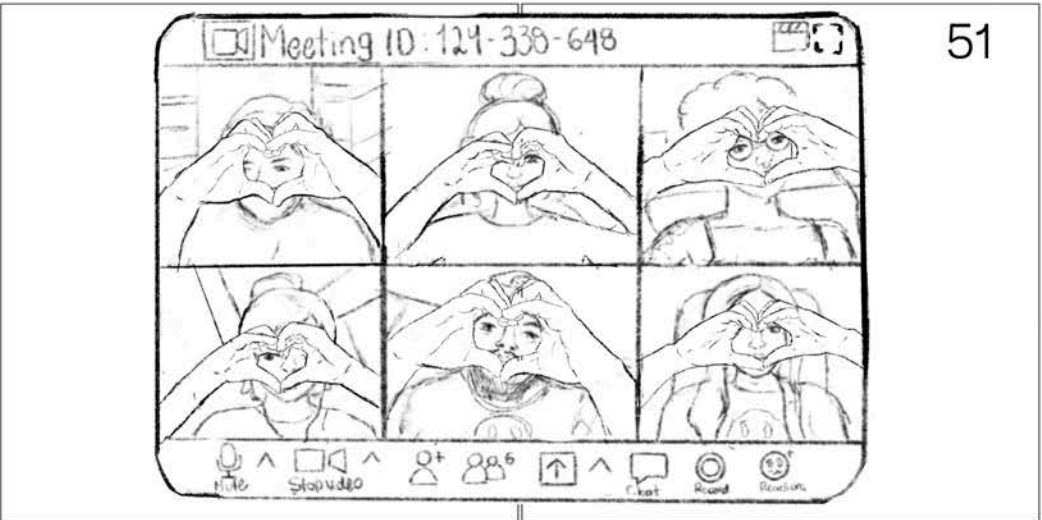
PLANA 25



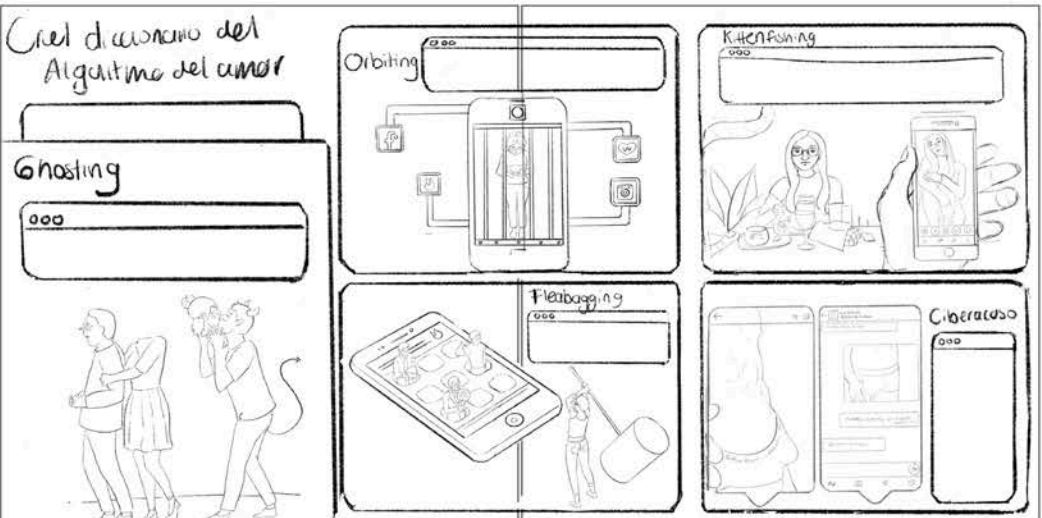
PLANA 28



PLANA 26

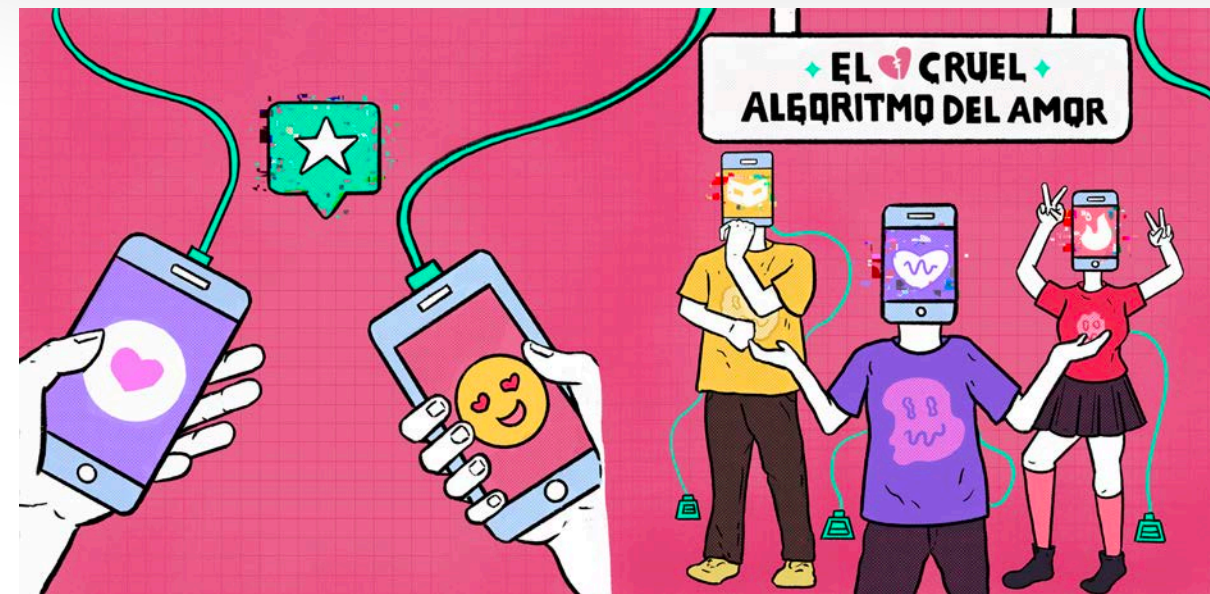


PLANA 27

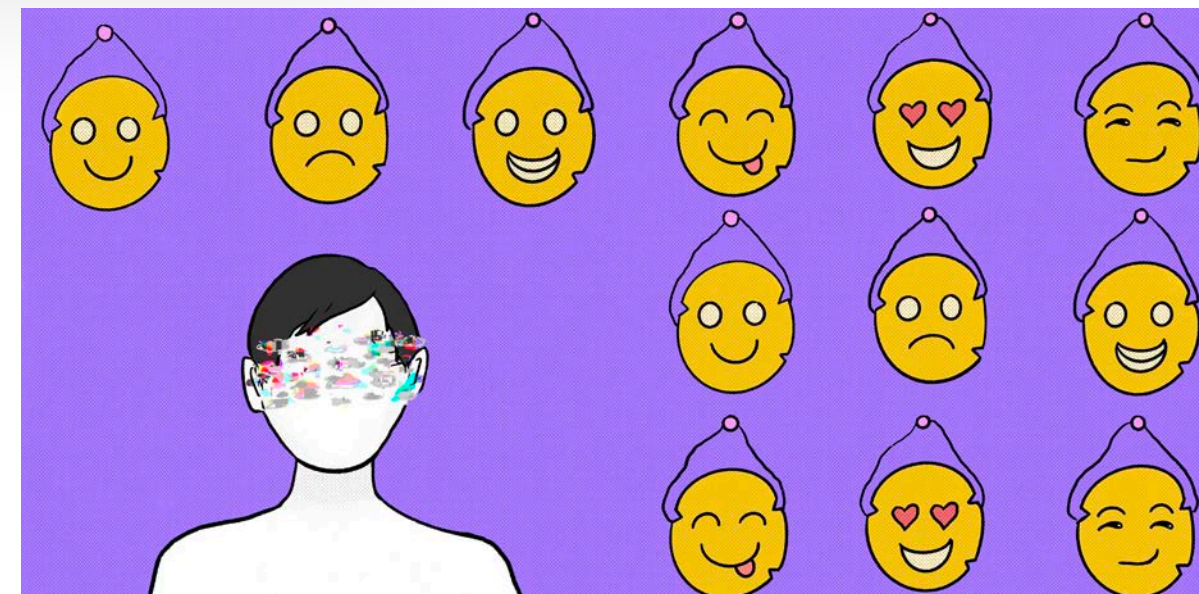


Entintado y coloreo digital

Fig 46.



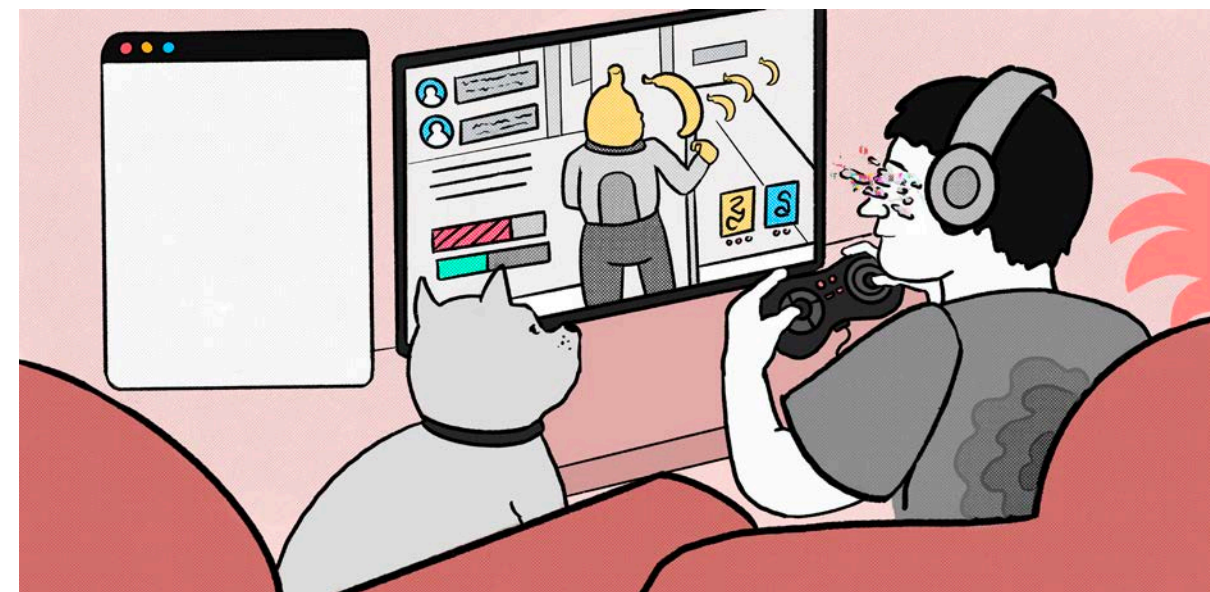
Portada - Contraportada



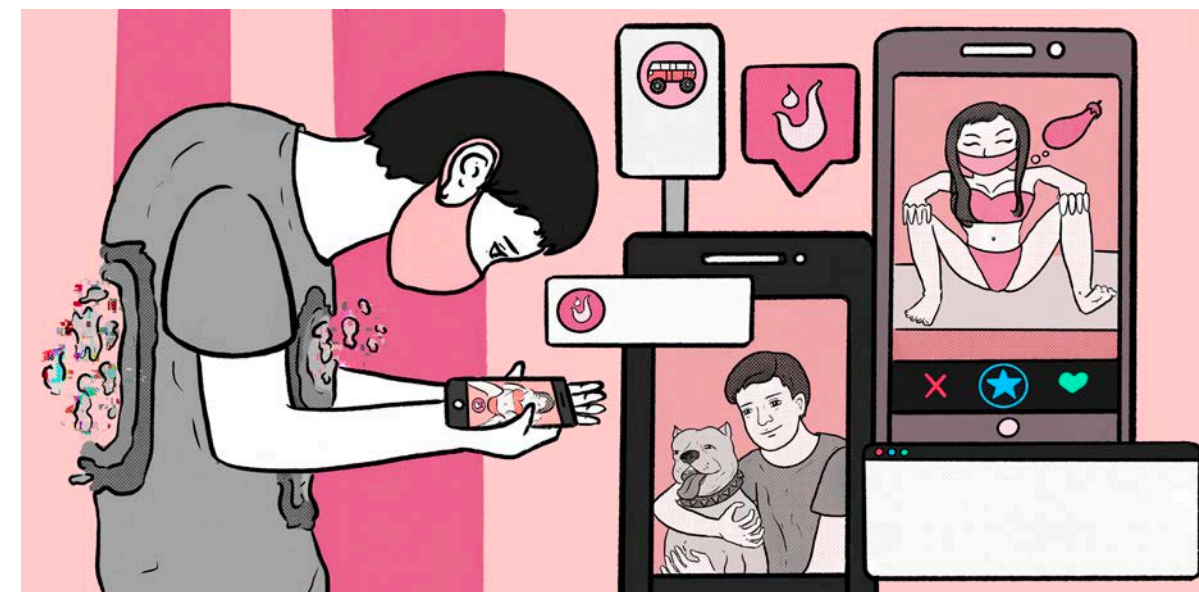
Guardas 1



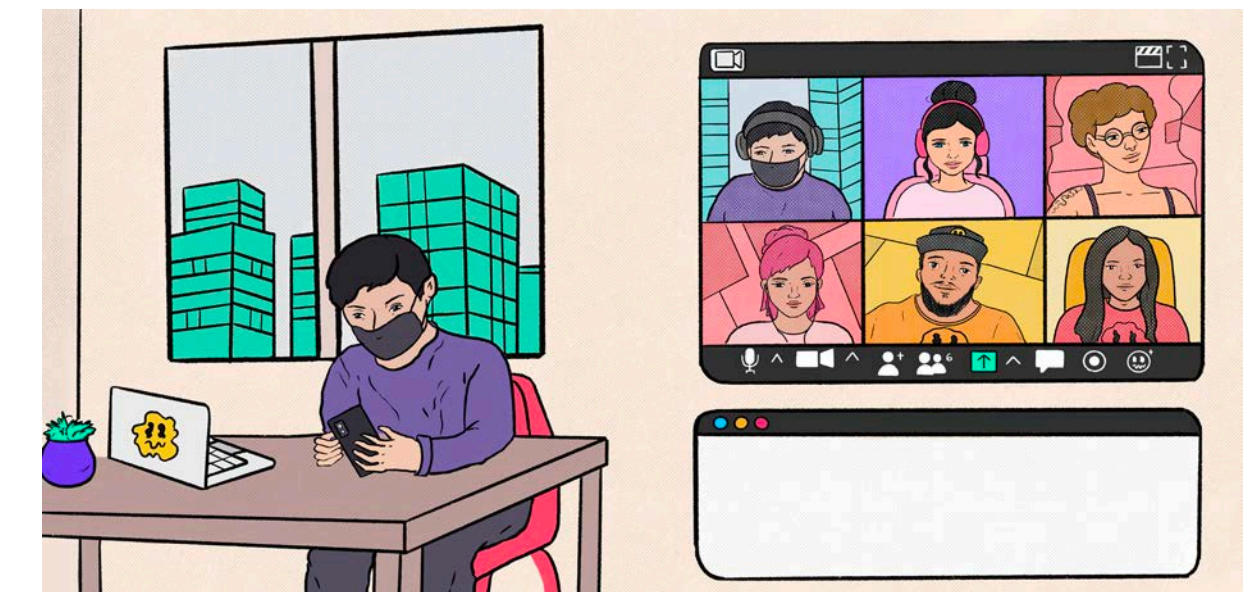
Portadilla



Plana Introdutoria 1



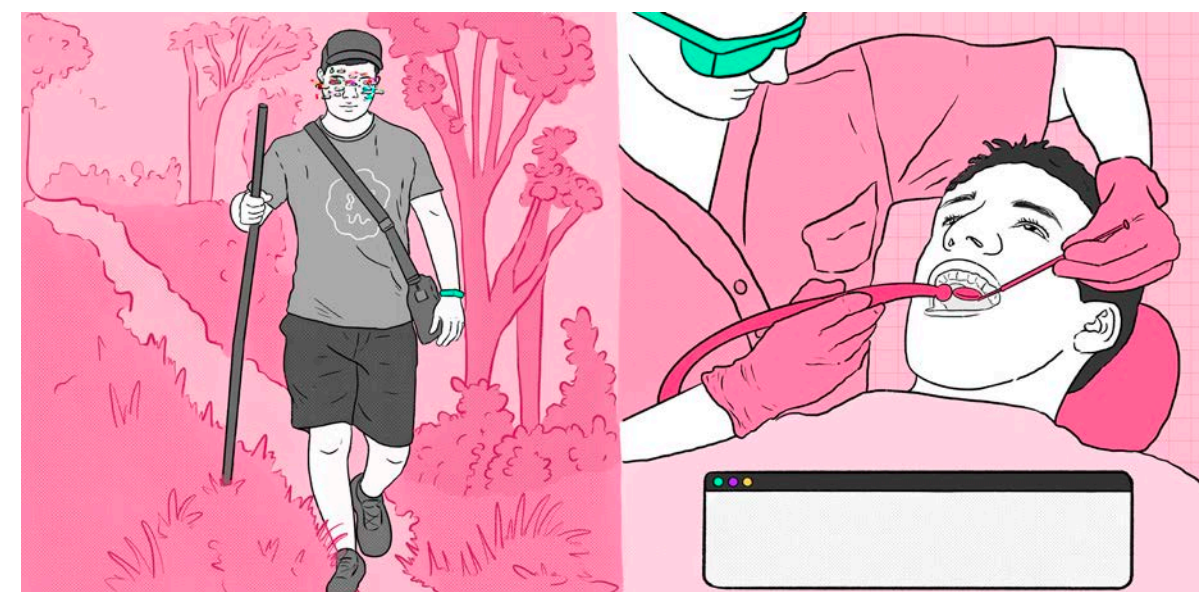
Plana Introdutoria 2



Plana Introducción historias amigos



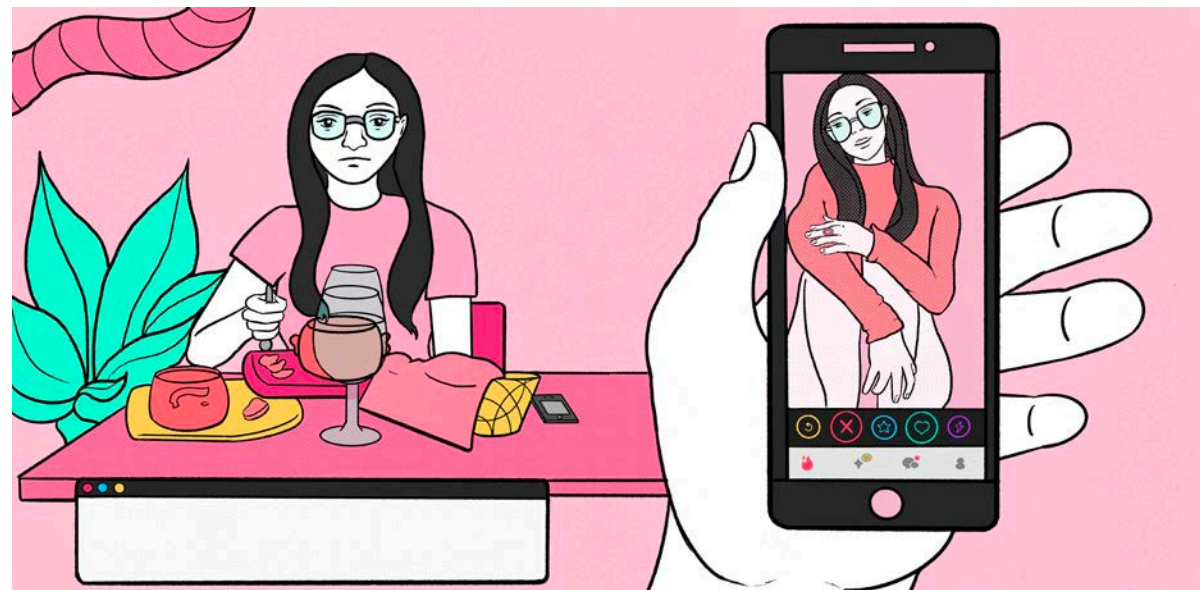
Plana Historia 1 - Tinder 1



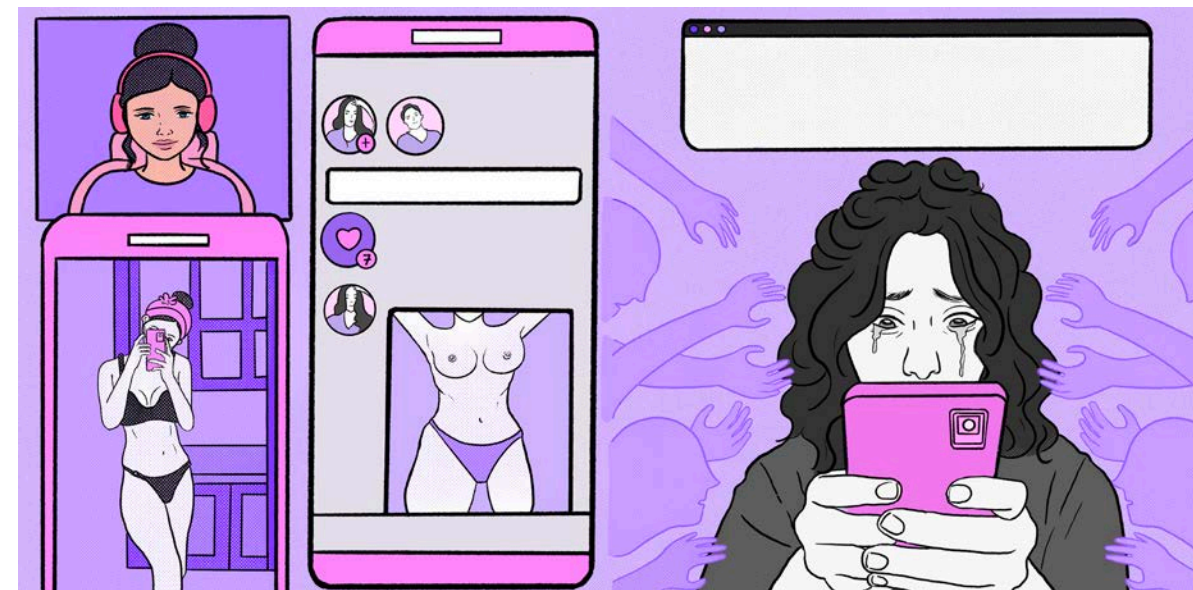
Plana Historia 1 - Tinder 2



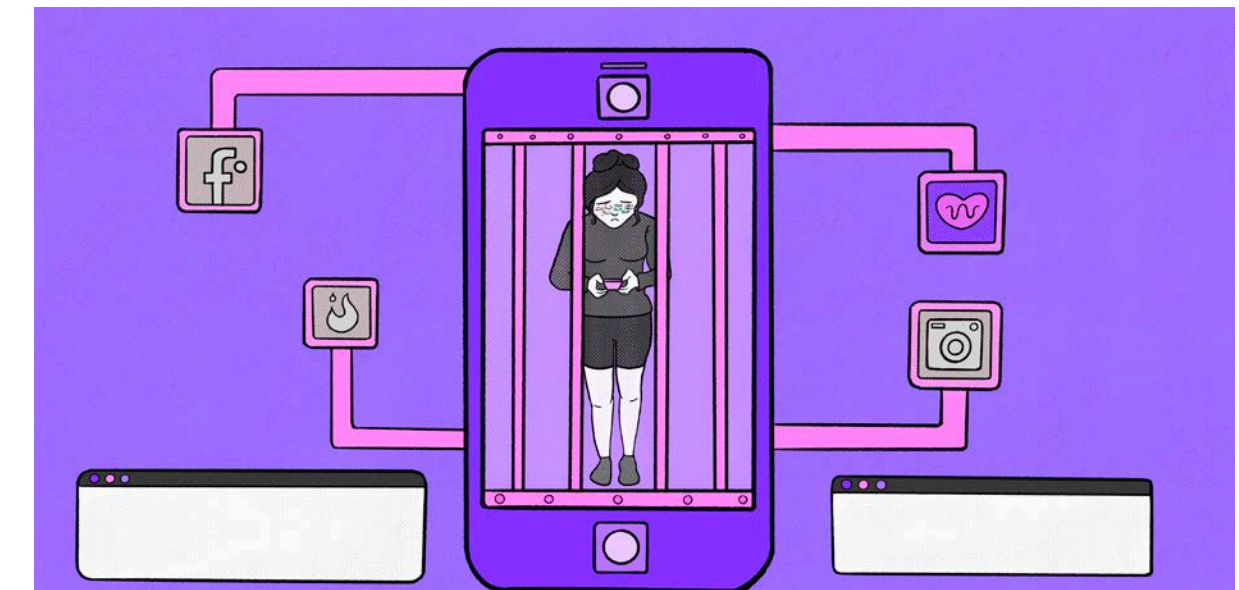
Plana Historia 1 Kittenfishing - Tinder 3



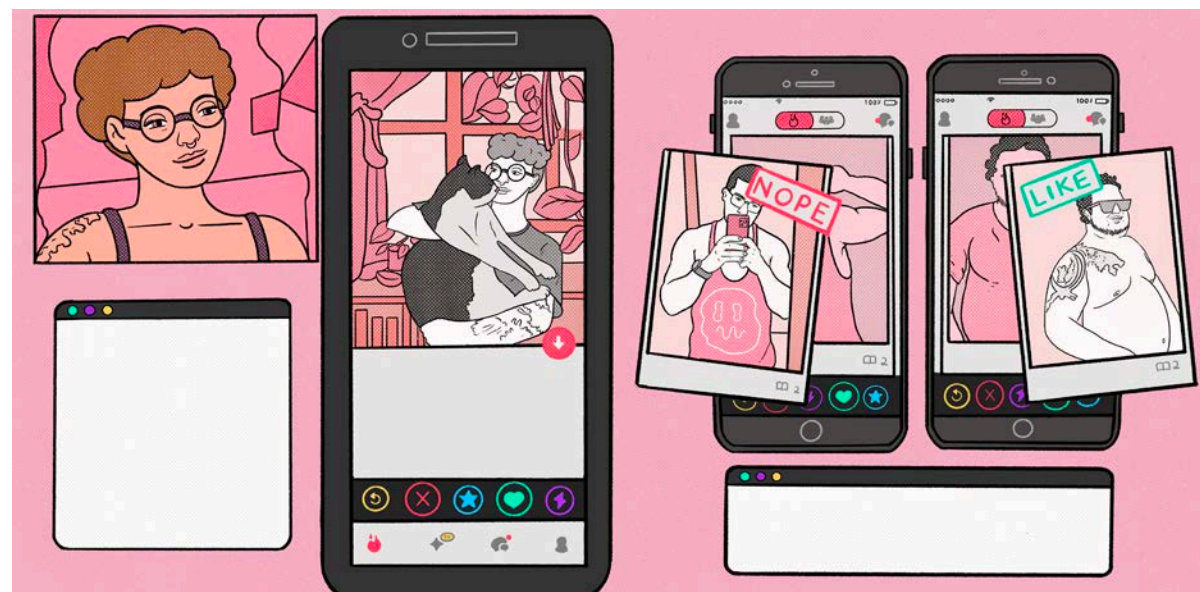
Plana Historia 1 Kittenfishing - Tinder 4



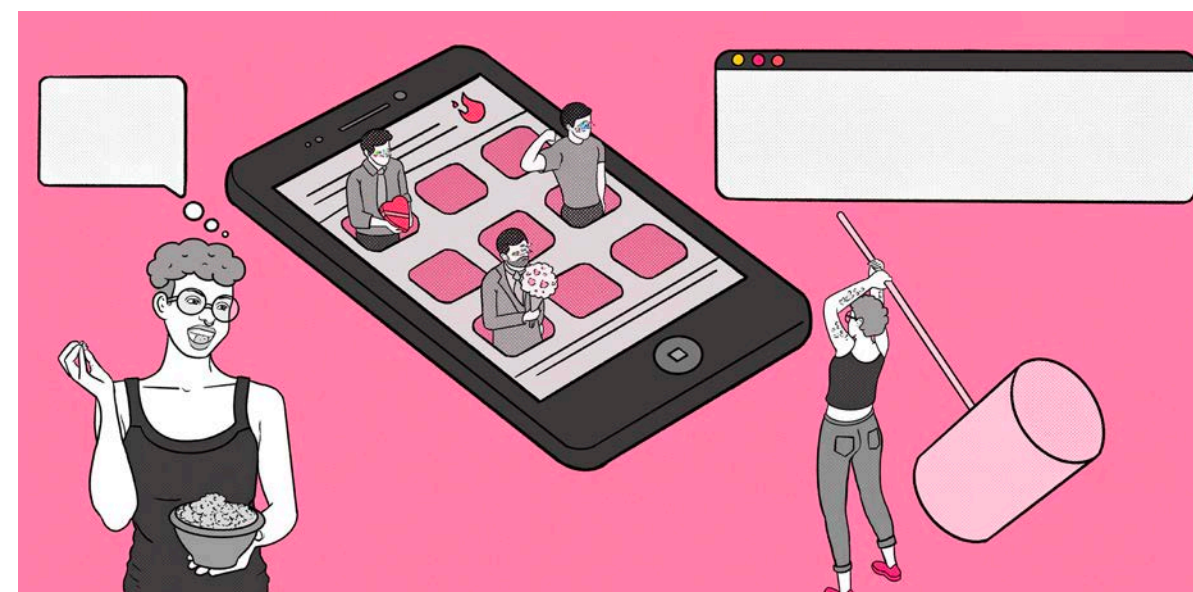
Plana Historia 2 Ciberacoso - Badoo 1



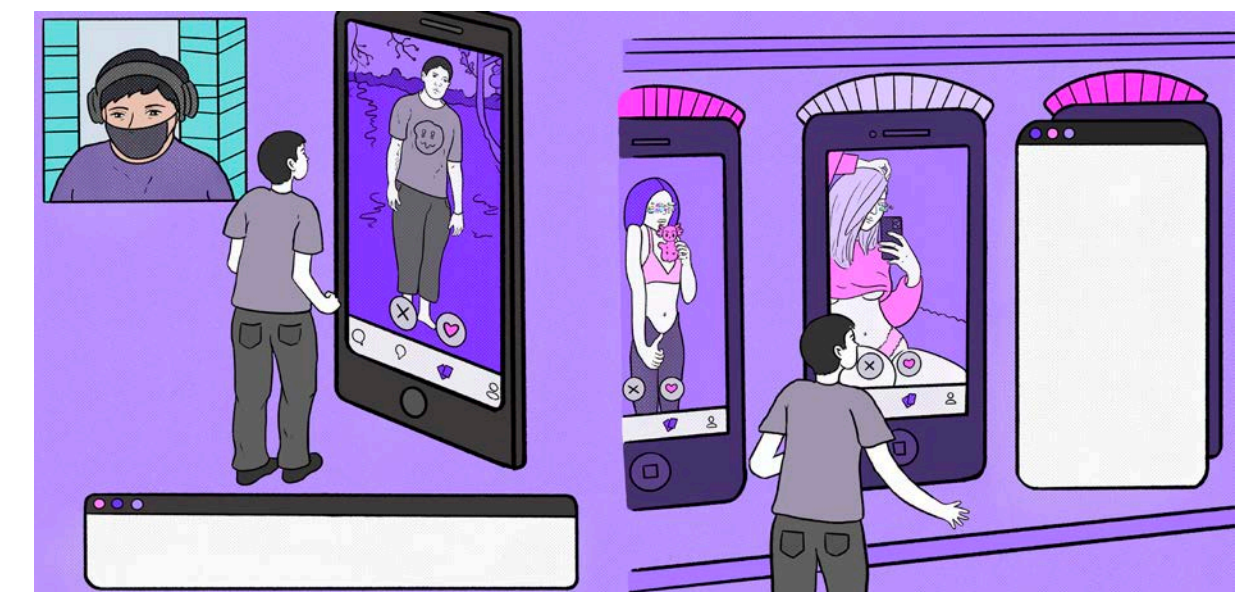
Plana Historia 2 Orbiting - Badoo 2



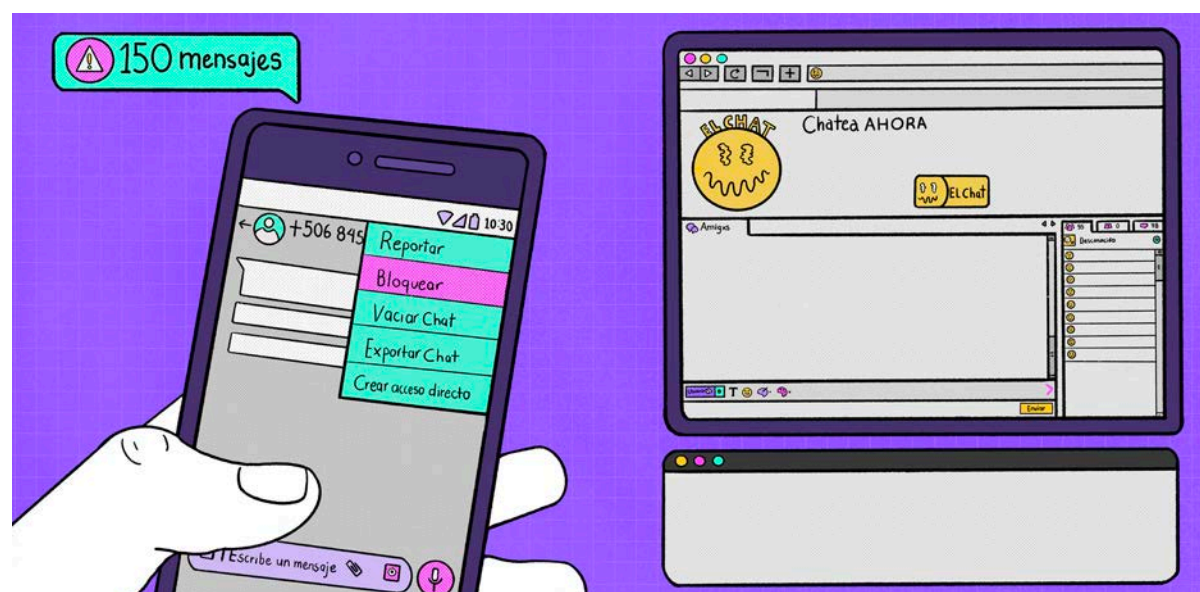
Plana Historia 3 Fleabagging - Tinder 1



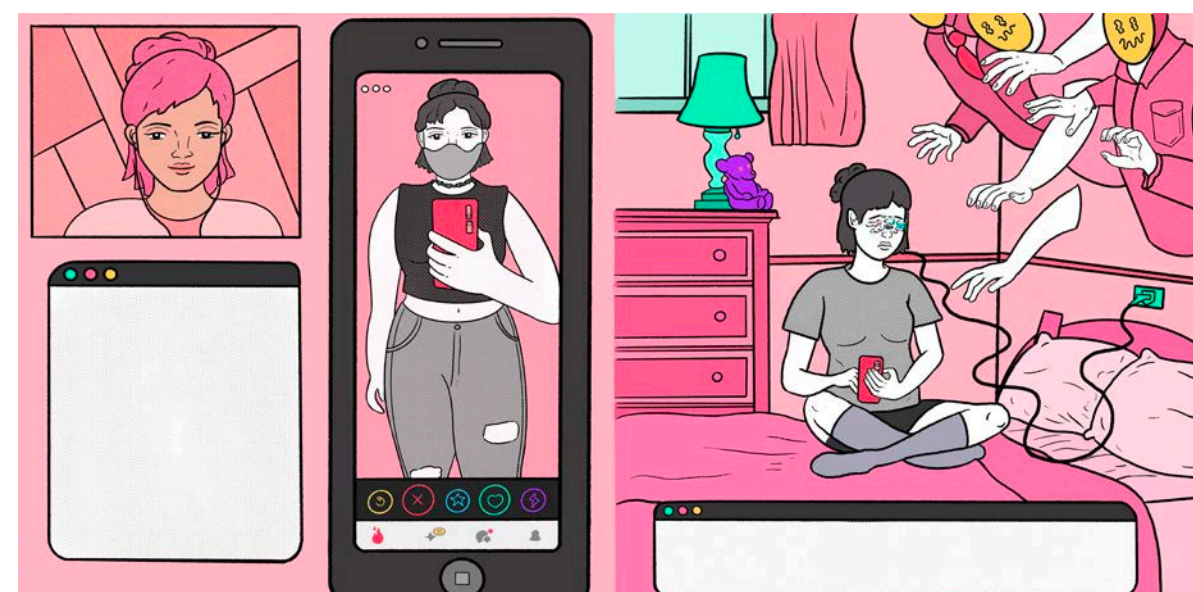
Plana Historia 3 Fleabagging - Tinder 2



Plana Historia 4 Ciberacoso - Badoo 1



Plana Historia 4 Ciberacoso - Badoo 2



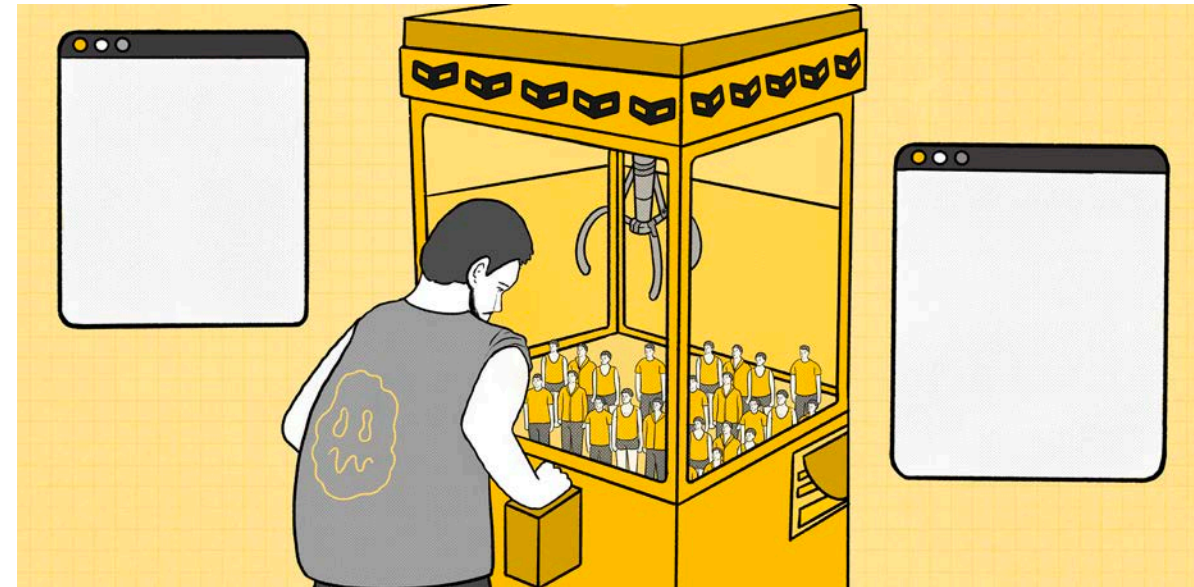
Plana Historia 5 Ciberacoso - Tinder 1



Plana Historia 5 Orbiting - Tinder 2



Plana Historia 6 Ciberacoso - Grindr 1



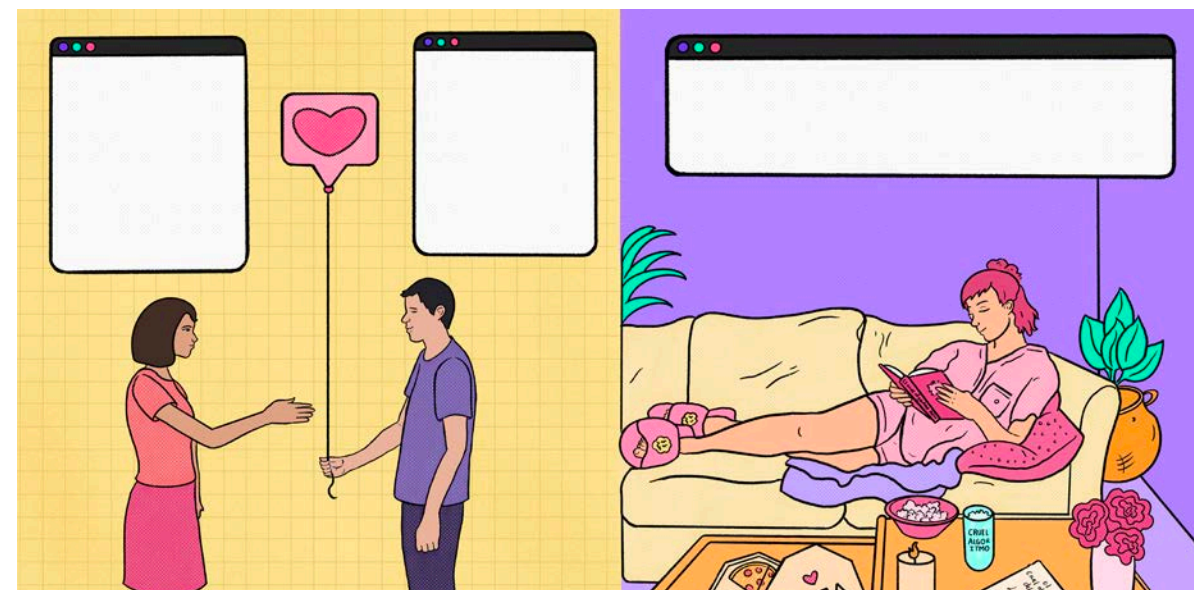
Plana Historia 6 Fleabagging - Grindr 2



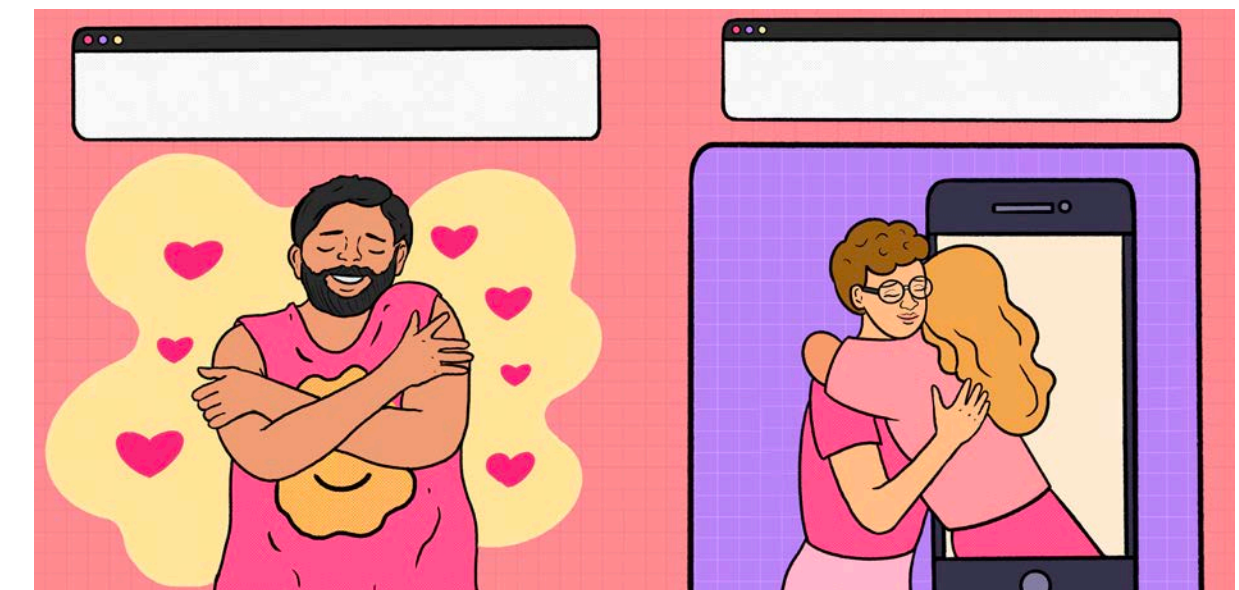
Plana Historia 7 Fleabagging - Grindr 1



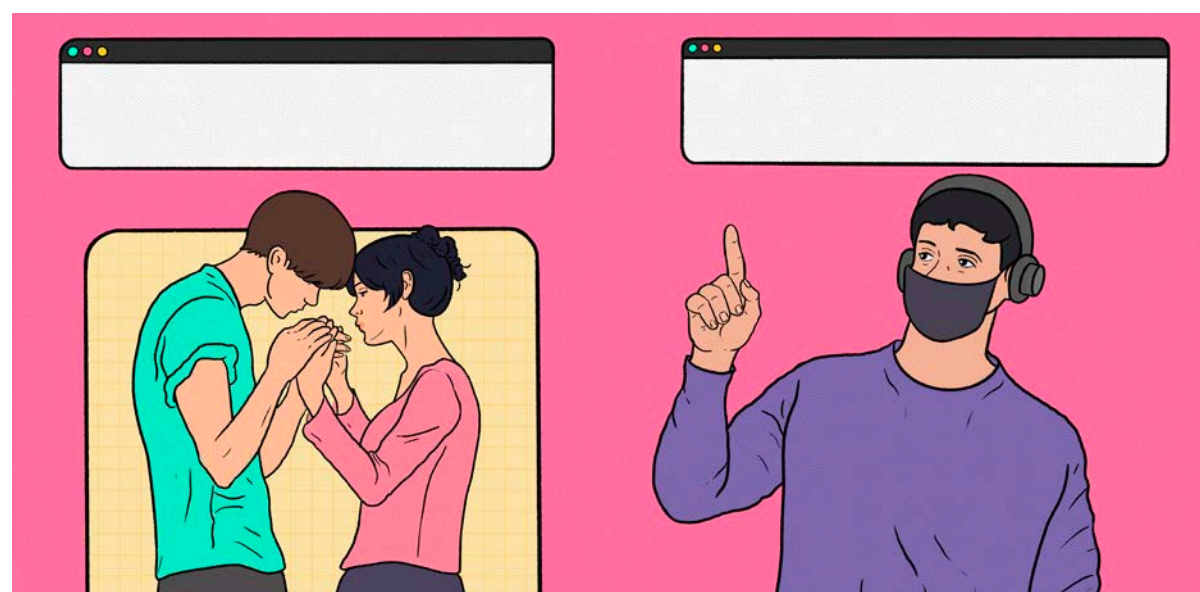
Plana Historia 7 Conclusión 1 - Grindr 2



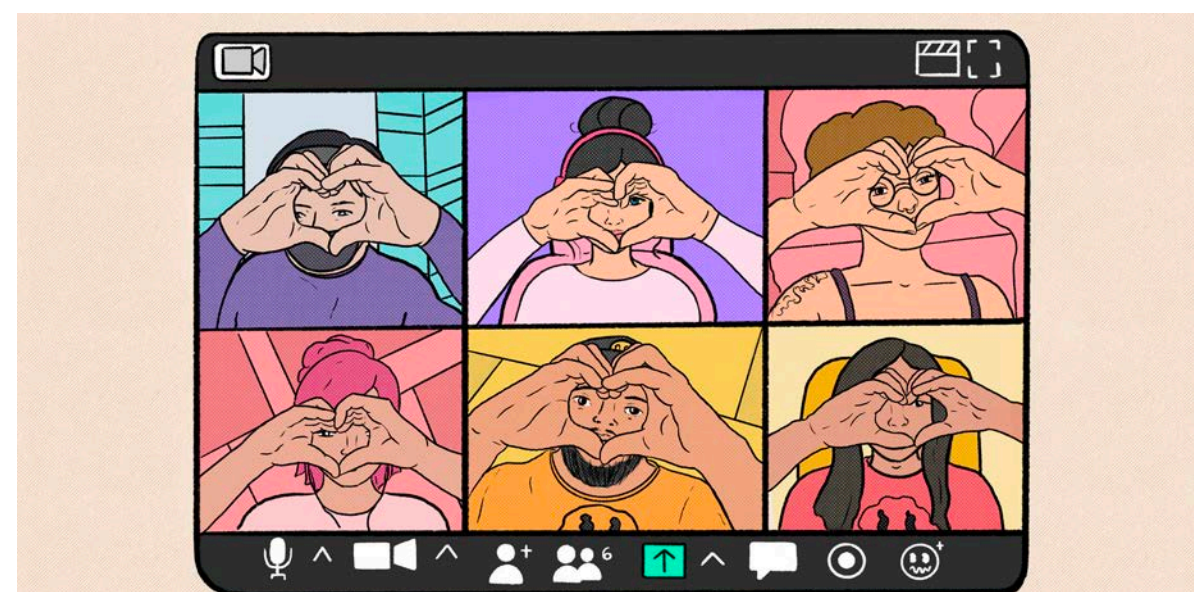
Plana Conclusión positiva 1



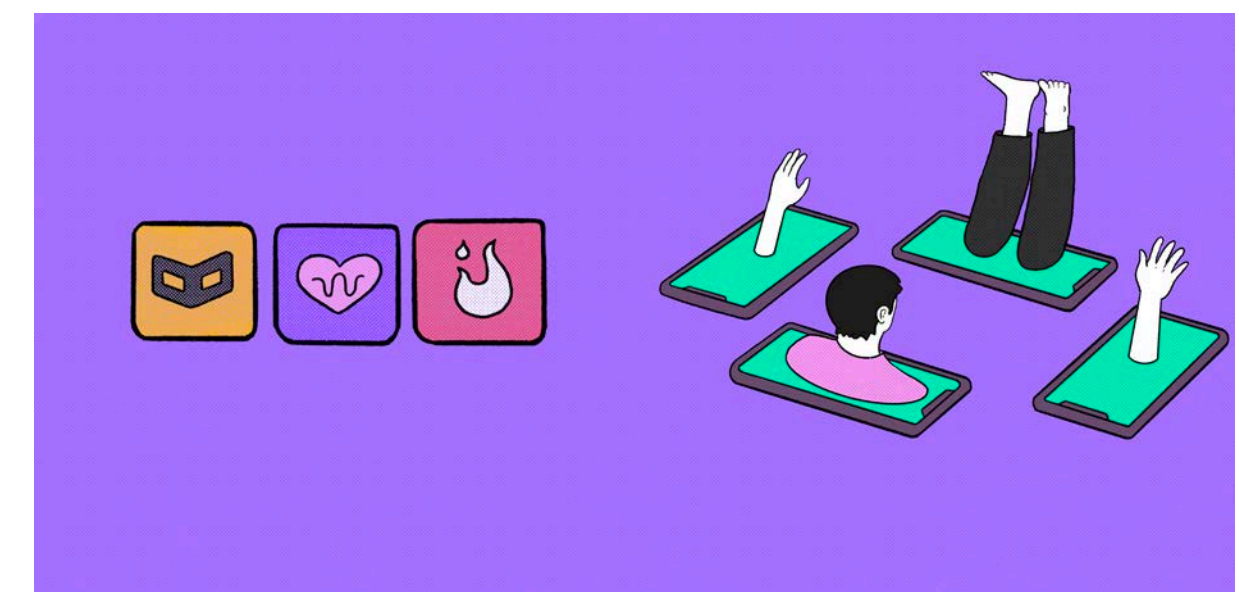
Plana Conclusión positiva 2



Plana Conclusión positiva 3



Cierre conversación



Guardas 2

Fig 47. Infografía resumen acciones negativas



Interpretación de las acciones negativas mediante la ilustración

Una vez realizada la exploración visual previa en donde se investigó como interpretar visualmente cada una de las actitudes negativas. Se procede a utilizar los recursos sintácticos de composición y la cualidad conceptual de la sátira, para recrear las historias recopiladas y la construcción narrativa elaborada a partir del storytelling.

En este proceso convergen los entornos virtuales en donde los fondos con texturas y los botones de las interfaces, generan una atmósfera virtual, las acciones y emociones que viven los personajes y que se visualizan a través del glitch art, las paletas de color, en donde se utiliza el blanco y negro para hablar del pasado y el color cuando se habla del presente, a su vez el claroscuro se utiliza cuando las acciones negativas están presentes en las aplicaciones, además de esto se emplearon los recursos de composición de poses con referencias de fotografías de selfies y las tendencias de redes sociales exploradas anteriormente, todo en conjunto para crear una visión personal de lo que se cree que podría significar y vivir esa emoción en dicho entorno, por ende la infografía anterior recopila algunas de las ilustraciones que representan mejor dichas acciones.

Fases 6: Implementación y entrega

Estilo Editorial - Diagramación

Maquetación

Estilos de párrafo y burbujas de texto

En esta etapa, los botones e iconos que fueron definidos desde la etapa del guion visual, se convirtieron en los recursos de composición que permitieron acentuar la atmósfera de las interfaces de las aplicaciones para citas. El proceso de maquetación se dio desde el prototipo de las ilustraciones, debido a que en el álbum ilustrado la doble plana permite acentuar a las ilustraciones de manera dinámica por lo que la colocación de los párrafos, fue

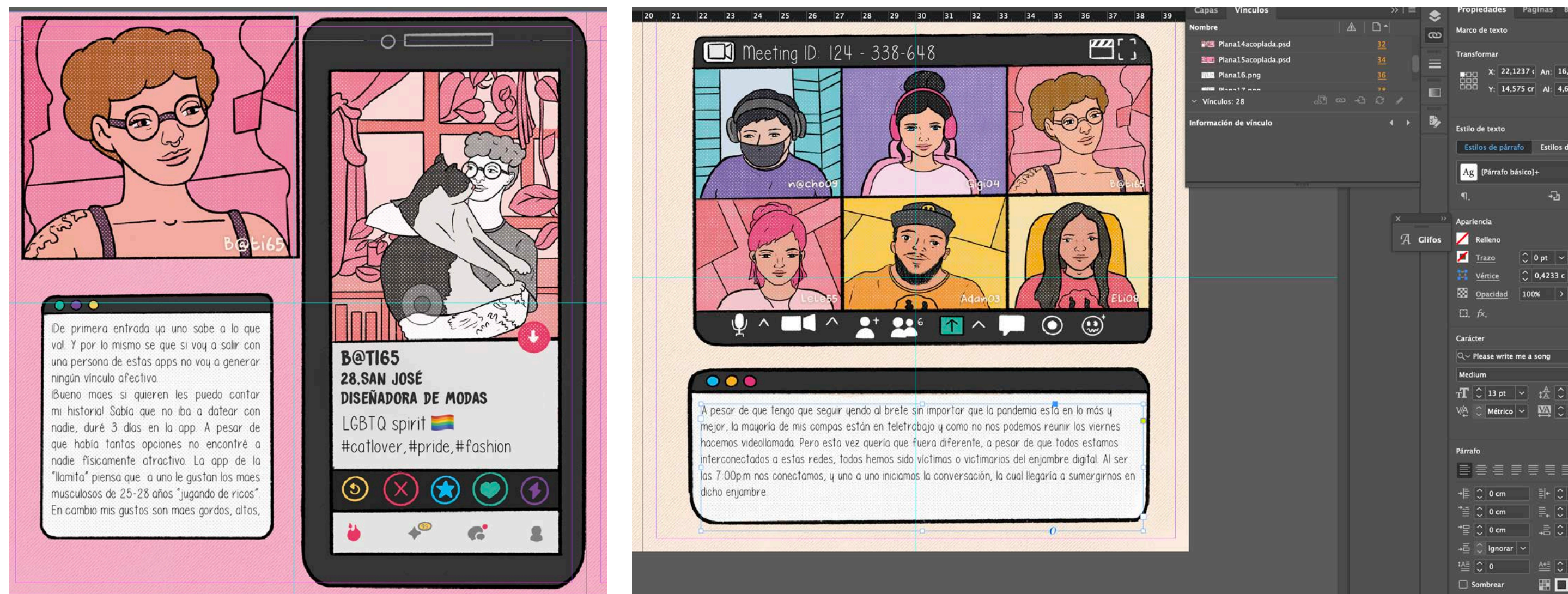


Fig 48.

una pieza clave para dar énfasis en la información más relevante, que en este caso el código visual adquiere relevancia a la parte narrativa.

Jerarquía Visual

La jerarquía fue dada por tres estilos de párrafo diferentes, en donde las tipografías estilo manuscrito permiten estrechar una relación con el estilo de entintado utilizado en las ilustraciones del libro álbum ilustrado, permitiendo realzar el carácter conceptual, el cual fue definido previamente por los referentes visuales.

**ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ**

ABCDEFGHIJKLMNOP
pqrstuvwxyzabcdefg

3964 Elm Street and 1370 Rt. 21
The left hand does not know what the right hand is doing
mail@example.com <http://www.cufonfonts.com>

Fig 49.

Tamaño, formato y Soporte

Tamaño : 20 x 20 cm - formato cuadrado. Lomo: 1,5 cm.

Soporte:

Gramaje Portada : Tapa dura
Gramaje interno: Digital Láser - De 120g a 170g

Pruebas de impresión

Se realizaron diferentes pruebas de impresión, en diferentes papeles para impresión láser, debido a la extensión del libro, y que este es una propuesta, se optó por esta opción, así mismo que en cuanto a la compatibilidad de color y absorción de tinta del papel, fue la opción más conveniente. Por lo que al final el papel escogido para utilizarse como gramaje interno fue el Couché Semi mate 150g, con un alto porcentaje de absorción de tinta que no transparenta a la luz y que además hace que los colores sean más brillantes.



Producto Final

Se puede visualizar el acabado final de las páginas, cabe destacar que el tamaño de los estilos de párrafo varía en según el tamaño de las ventanas de texto, que fue definido desde un inicio. Además de las variantes de color, acorde con la interfaz de la

historia de que se esté hablando. También las texturas que fueron aplicadas en el espacio negativo de las ilustraciones, las cuales brindan una materialidad y riqueza de aspecto, además del grosor de páginas internas que fue definida anteriormente.

Fig 50.



Fases 7: Aprendizaje Feedback

Espacio Escogido

Librería Francesa

En esta fase, se intenta realizar una propuesta de evento de divulgación que permita difundir los hallazgos de la exploración visual del libro álbum ilustrado a través de instrumentos que puedan interactuar con el público meta para así lograr visibilizar las actitudes negativas presentes en las aplicaciones para citas.

Por ello el espacio designado para plantear esta propuesta es la Librería Francesa, debido a que no solamente se encuentra en una zona de fácil acceso y de alto interés por parte del público meta, si no que también, está categorizada como “Librería de tipo alternativa”, ya que el 60% de sus libros se encuentran en francés, y de ellos al menos el 30% son Libro álbumes ilustrados, así que existen estantes destinados para la colección de Libros ilustrados en donde diferentes autores costarricenses han escogido realizar la publicación y divulgación de sus obras, desde hace más de 40 años que tiene de antigüedad en el mercado esta librería.

Fig 51.



Fig 52.



Boceto Plano

Plano del espacio y las diferentes secciones de la Librería

El local cuenta con 3 espacios definidos para la proyección de libros. Se ubican estantes en todas las paredes por lo que el espacio se encuentra inundado de información, sin embargo a pesar de esto, logra ser armonioso y las secciones son fáciles de ubicar.

Levantamiento Digital

Sala Diccionarios

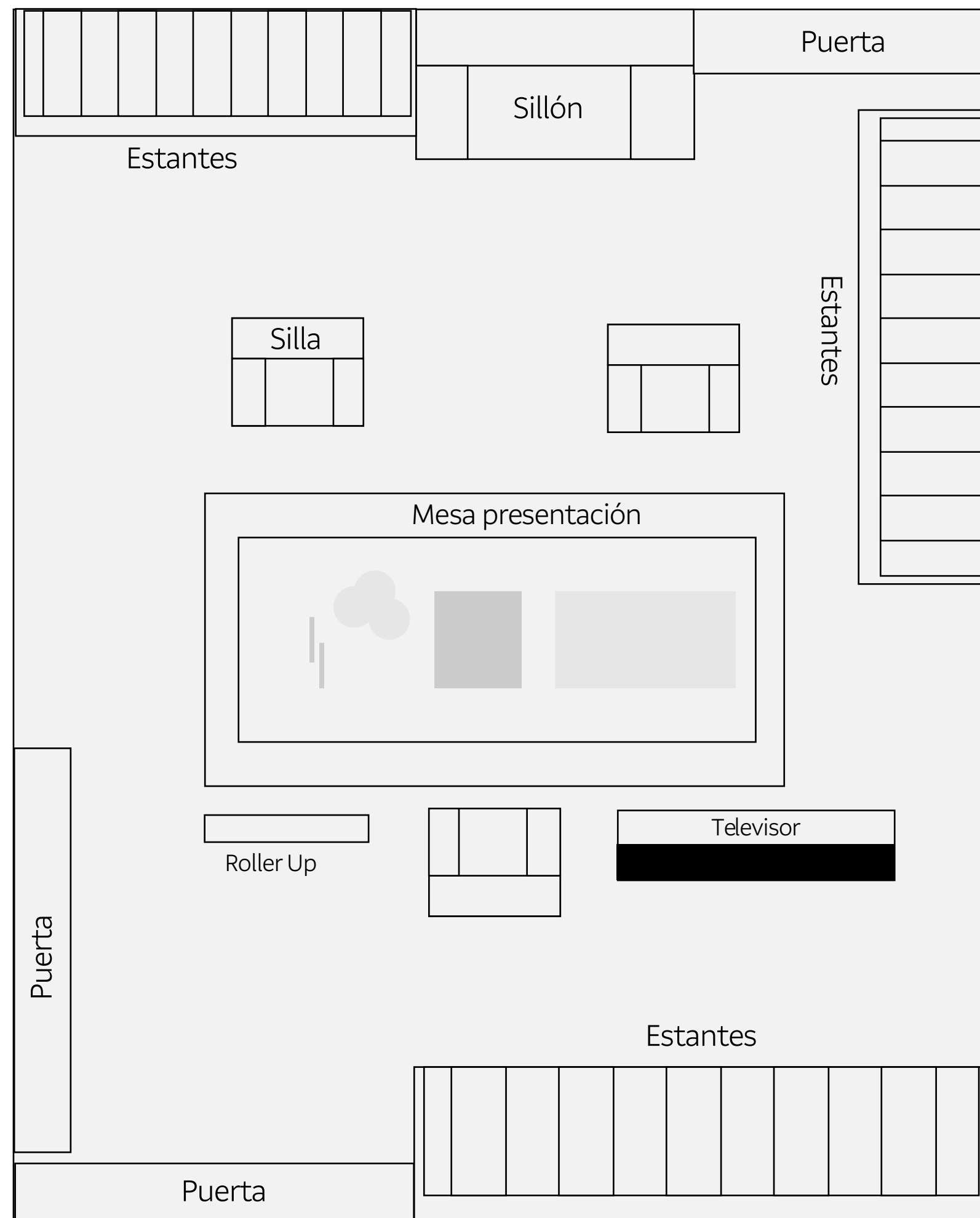
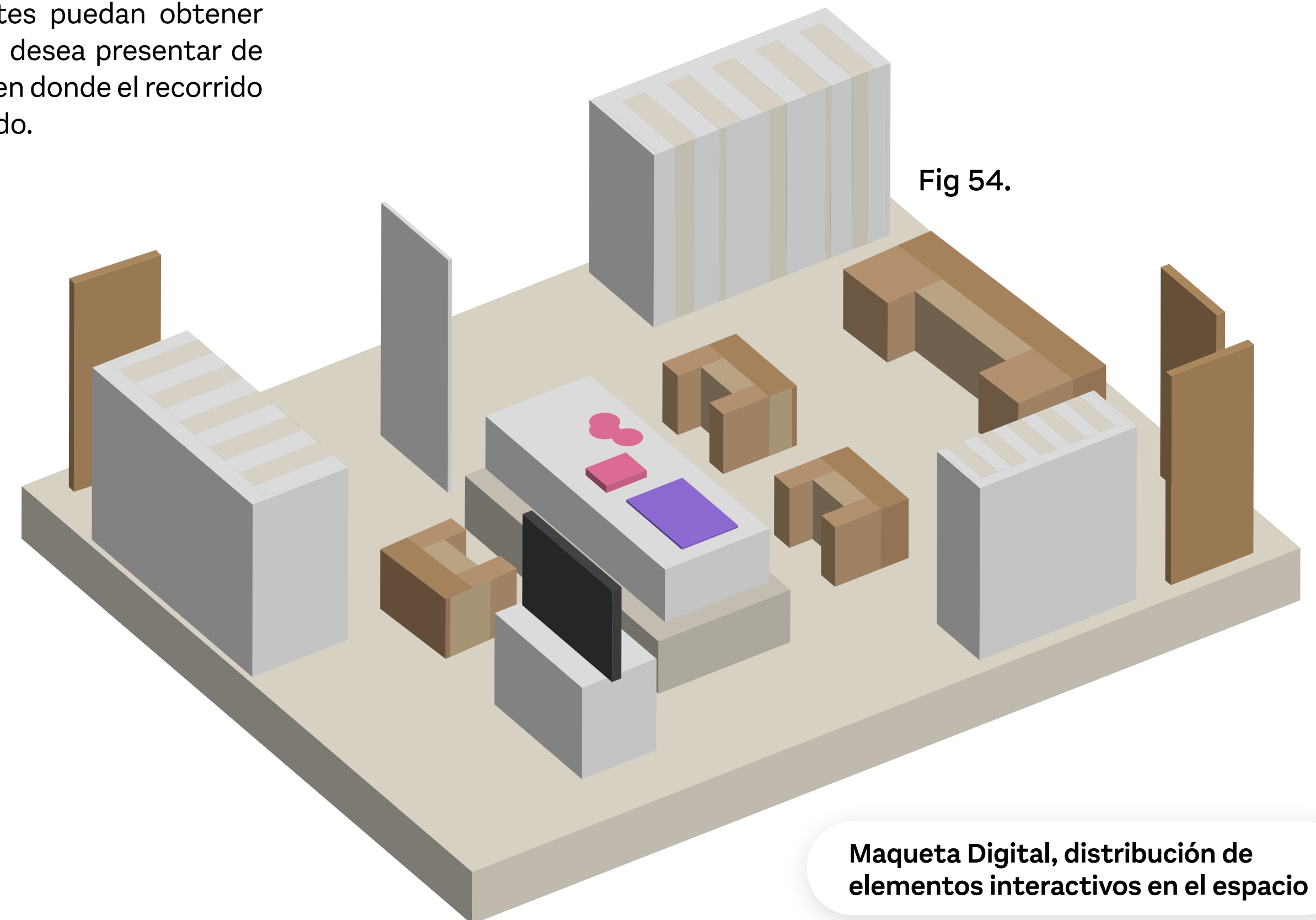


Fig 53.

El espacio escogido dentro de la librería como propuesta destinado a la divulgación, es la Sala de Diccionarios. Debido a que esta es mucho más espaciosa que la mayoría y permite ubicar en el espacio los diferentes elementos interactivos que se proponen, para que los asistentes puedan obtener la información que se desea presentar de manera fácil y rápida, en donde el recorrido sea horizontal y cerrado.



Maqueta Digital, distribución de elementos interactivos en el espacio

Instrumentos de merchandising (Material POP)

Presentación del Producto

El material POP (Point of Purchase) es ese material que las compañías suelen colocar en el punto de venta para que los clientes siempre tengan presente a la marca y con el objetivo de conseguir otra venta. Puede ser un recurso sumamente útil a la hora de patrocinar algún evento por lo que entregar material referente a la marca o producto que se desea visualizar, permite que el contenido se quede en la mente de los asistentes.

En esta etapa se colocan diferentes productos, que interactúan con los asistentes en el espacio, estos se utilizan como un recurso que genere interés en los espectadores y motivarlos a descubrir el contenido interno del libro álbum ilustrado.

De entre los que se proponen se encuentran: El libro impreso, Roller Up, Stickers, Bolso para compras, Separador de páginas, y una infografía.

Además de estos se proponen elementos interactivos digitales, los cuales se pueden acceder a través de un código QR, en donde se puede pre-visualizar el libro digitalmente y también interactuar con filtros y consejos presentes que se encuentran presentes en las redes sociales, y que son de gran interés por parte del público meta

Fig 55.



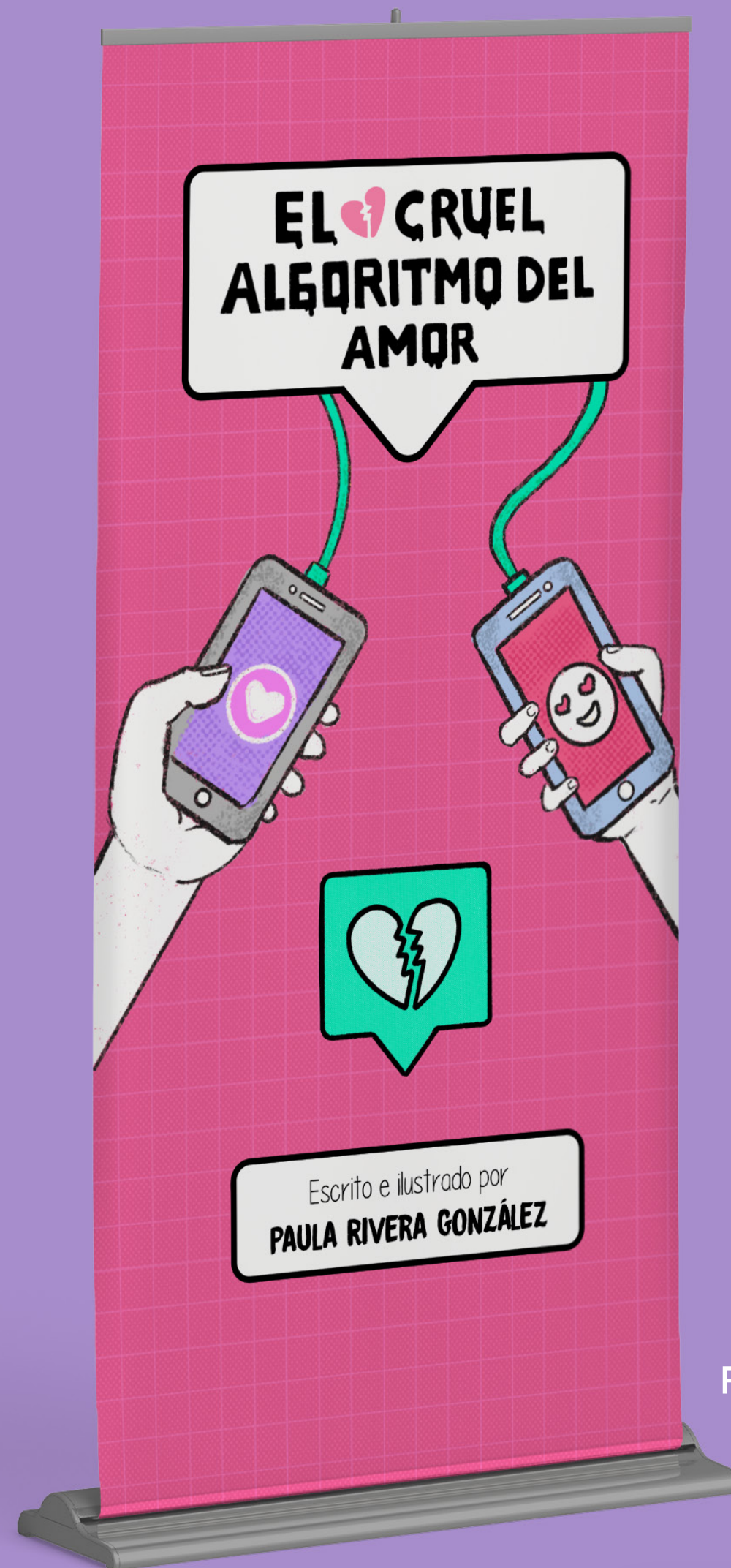


Fig 56.

Roller Up

Roller Up

Forma parte del Stand y se encuentra cerca de la mesa de presentación, como parte de la estrategia para decorar y dividir el espacio. Este producto es una lona, tiene un diámetro de 85 x 200 cm.

Stickers

También forman parte del Stand. Las stickers son productos que son fáciles de distribuir y reproducir. Son adaptables, personalizables y rentables. También, que al adquirir una calca el mensaje se queda por mas tiempo en la memoria del espectador, ya que es un producto que se pueda pegar en cualquier lugar. Su material es vinil adhesivo y sus tamaños varían, desde los 4 cm hasta los 10 cm de ancho.

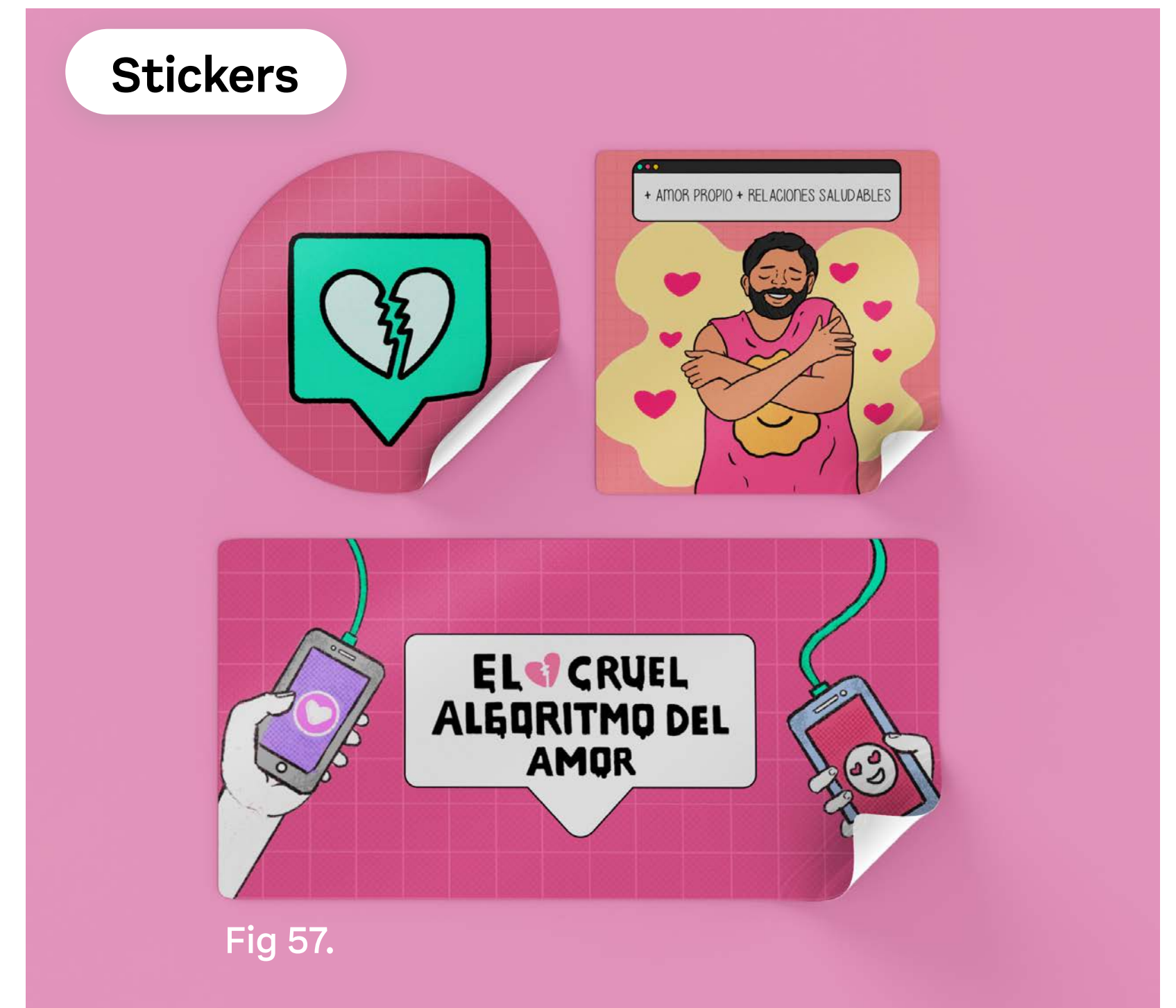


Fig 57.



Fig 58.

Stickers

Totebag



Fig 59.

Totebag



Fig 60.

Totebag

Es un producto de gran tendencia entre el público meta. Al igual que las stickers, es personalizable y rentable. También puede utilizarse para cargar diferentes productos y llevar a todos lados el Cruel Algoritmo del amor. Como propuesta se plantea la tela de algodón con impresión en sublimado.

Separadores de páginas

Es usual que la mayoría de las publicaciones que salen al mercado, utilicen como recurso de material de punto de venta el separador. Son fáciles de reproducir, accesibles y económicos. Además cada vez que se lee un libro favorito, se tendrá en mente el cruel algoritmo del amor. Material Opalina Mate 280g, tamaño: 4,5 x 14,5 cm.

Separador



Fig 61.

Infografía

Este producto también se encuentra dentro del álbum ilustrado, sintetiza las acciones negativas mas comunes que se encuentran presentes en las aplicaciones para citas, y la manera en la que se propuso representar dichas acciones, las cuales se van desarrollando a lo largo del álbum, por lo que se convierte a su vez en un recurso didáctico, que motiva al lector a realizar un proceso de reflexión y ser conciente de dichas acciones negativas. Material Coché 250g, tamaño: 40 x 20 cm.

Infografía

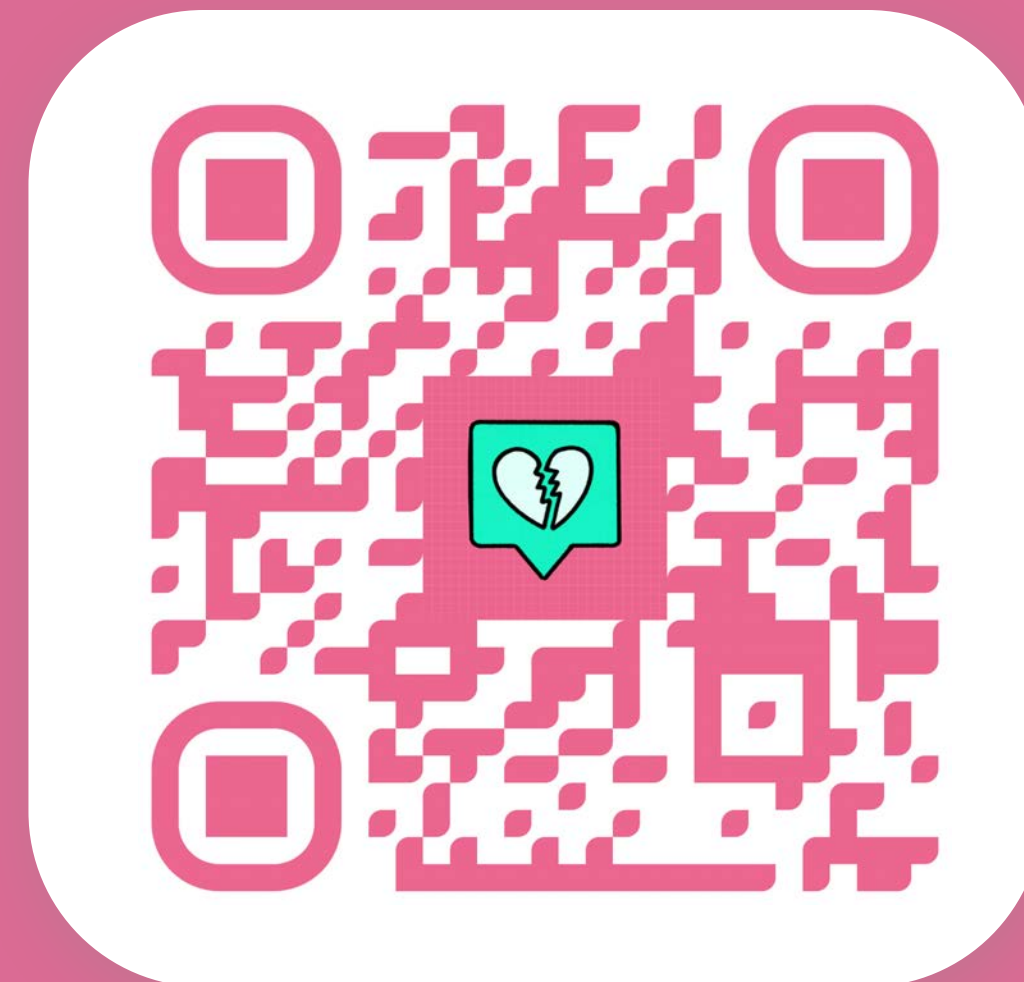
Fig 62.



Interacción Digital con código QR

Para divulgar y comunicar los hallazgos encontrados en la exploración visual realizada a través del libro álbum ilustrado, las herramientas de comunicación digital son un recurso aliado para generar gran impacto en la población meta.

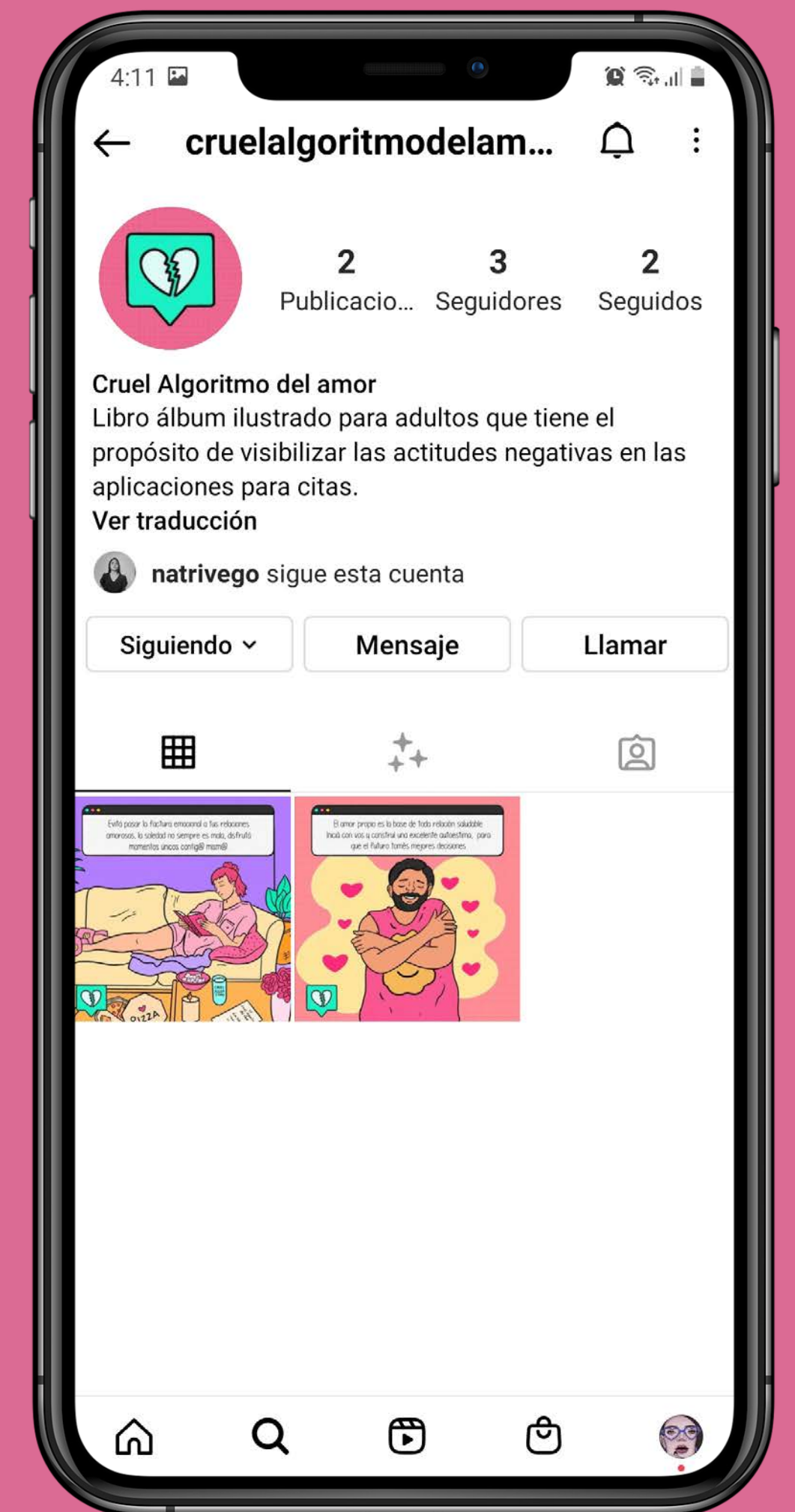
Si bien es cierto el producto principal es el libro, es necesario emplear tácticas de marketing que generen diferentes puntos de contacto. Por ende se propone utilizar un código QR, que permita que los asistentes puedan acceder a través de linktr.ee, a una lectura previa del contenido que se encuentra dentro del álbum y a otros recursos interactivos en redes sociales como instagram, en donde puedan obtener consejos y utilizar diferentes filtros.



Escanea código QR



Accede a la opción de tu interés



Consejos y Filtros por medio de Instagram

Fig 63.

Filtros Instagram

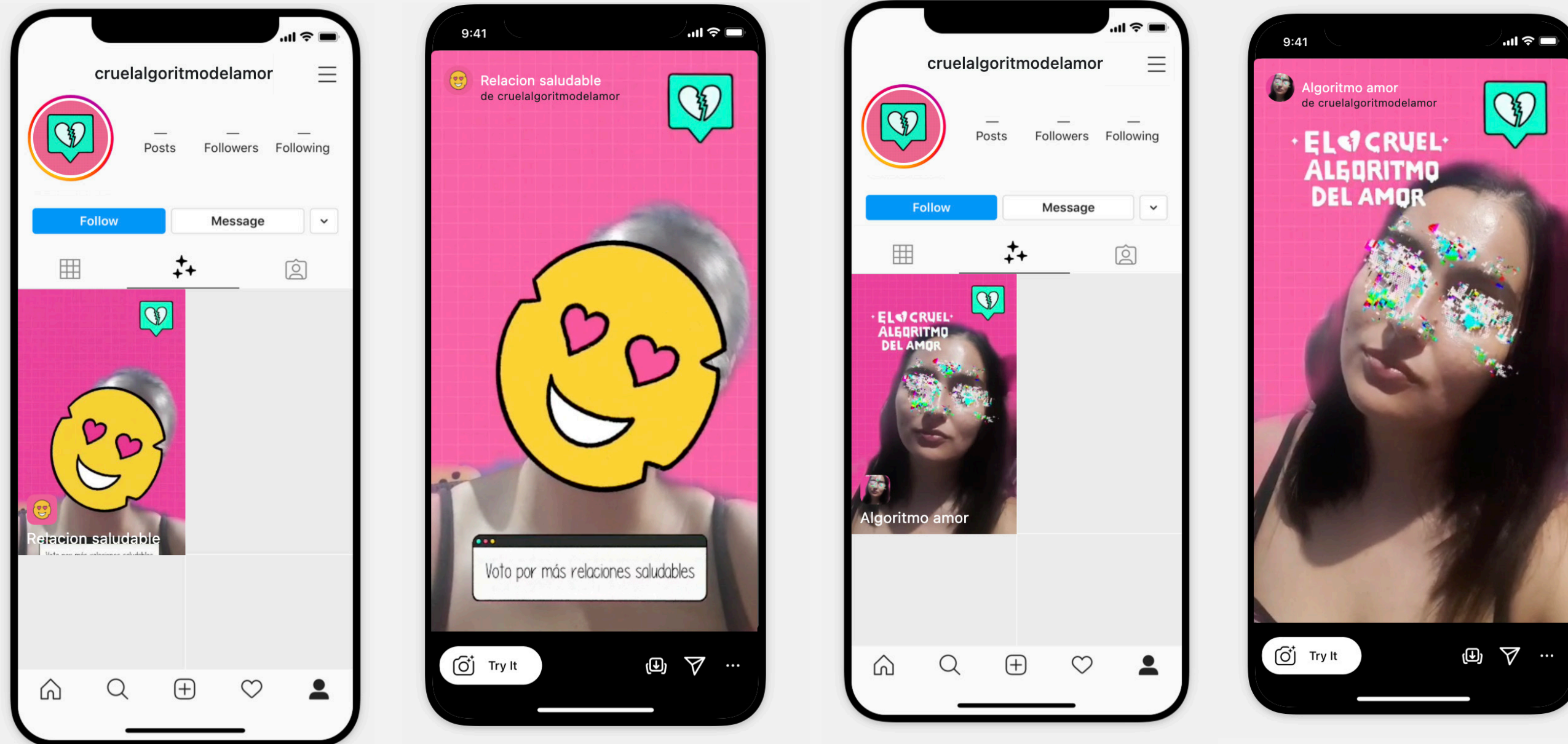


Fig 64.

Filtros de Instagram

Los filtros para instagram son tendencia en las redes sociales, por lo que es común que muchas marcas los utilicen para promover sus productos o servicios. Por lo tanto es un recurso que motiva a los usuarios a compartir vía historias a sus seguidores el contenido del libro, y a su vez permite que los lectores puedan sentir que forman parte de una comunidad, donde convivan personas con intereses comunes.

La elaboración de los filtros se realizó mediante el software de Spark AR studio, en donde se integraron los recursos compositivos presentes en el libro álbum.

Fig 65.



Post Instagram

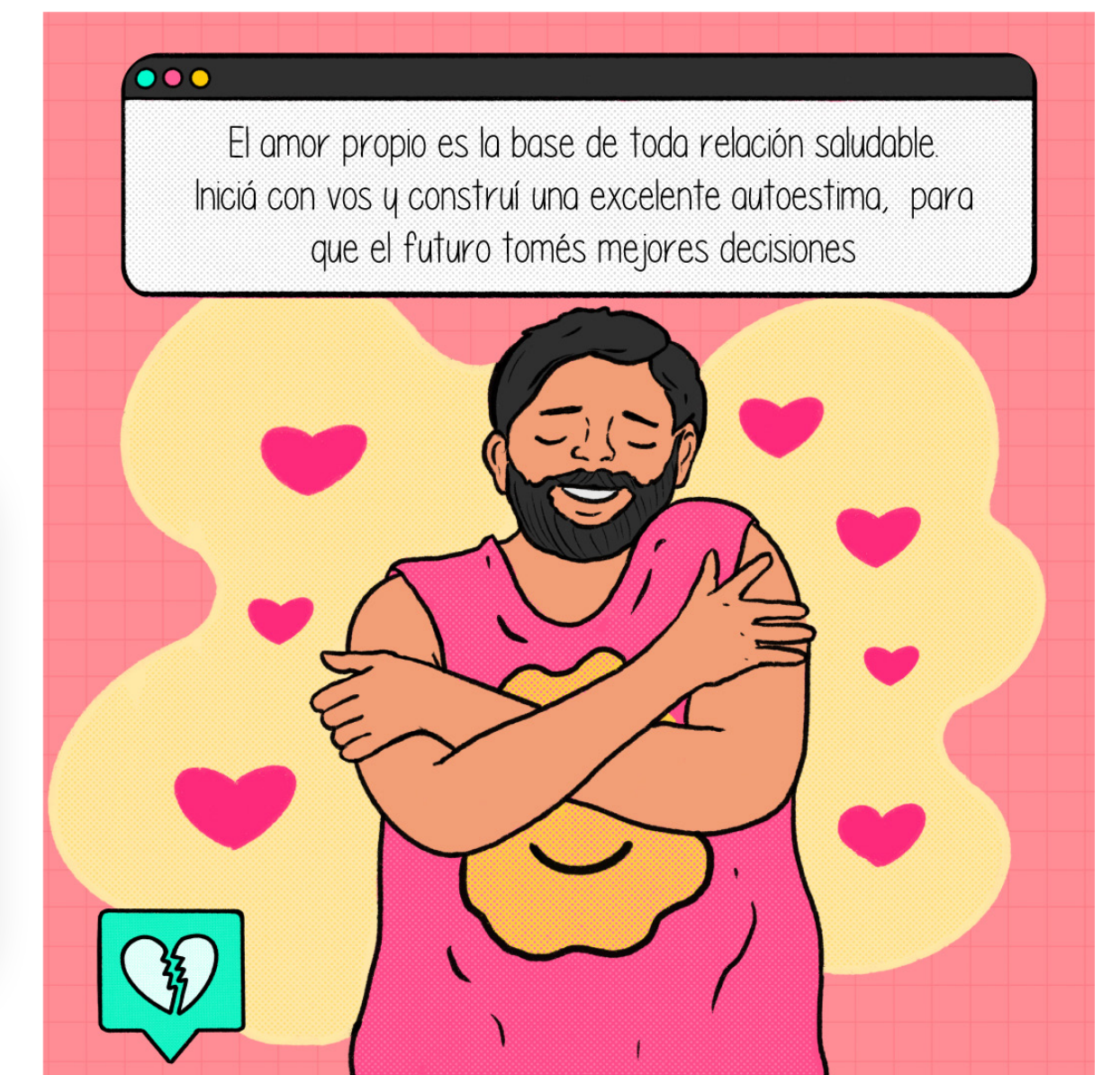
Como parte de la propuesta integral de comunicación y visualización, se proponen post de instsgram con consejos, para que tanto victimas como victimarios, tengan herramientas o bases sólidas para tomar mejores decisiones en su vida afectiva.

Links de prueba

<https://bit.ly/relacionessaludablesfiltro>

<https://bit.ly/algoritmodelamor>

<https://bit.ly/soloygentebrasa>



Consideraciones Finales

El cruel algoritmo del amor es un libro álbum ilustrado, que a nivel editorial – narrativo intenta innovar en el campo de la producción gráfica, al acercarse a un público meta que está dejando de lado la lectura, por lo que la ilustración se convierte en el medio por el cual se puede crear un acercamiento, posibilitando visualizar una problemática que se ha dado por sentada, ignorando las consecuencias psicosociales y antropológicas que están inmersas en un entorno virtual inmediato.

Por lo que desde un inicio este proyecto plantea una hipótesis proyectual, en donde fue necesario utilizar herramientas metodológicas para la recopilación de datos, además de una exploración visual exhaustiva, con el fin de llegar a interpretar visualmente las acciones negativas planteadas en un inicio.

Por ello los recursos sintácticos y explorativos son necesarios para identificar las actitudes negativas más comunes, que se encuentran inmersas dentro de las relaciones afectivas, y que se logran visualizar a través de una línea gráfica consistente, una paleta de color que alude a las aplicaciones para citas más utilizadas y los entornos de interfaces de aplicaciones móviles.

Los receptores pueden percibir la información visual y narrativa, que permite que su lectura sea fácil, compacta y divertida, ya que a través de la sátira y el storytelling se crean historias únicas que fueron ficcionalizadas y recreadas a partir de la recopilación de datos.

La propuesta de evento de divulgación se proyecta mediante la utilización de diferentes elementos interactivos, estos facilitan que este producto se pueda acercar de una manera fácil al público meta, ya que tiene un alto potencial de visualización, a través de artículos y estrategias de mercadeo que se encuentran en tendencia, por lo que este modelo se puede replicar y masificar para generar aún más impacto, que en algunos casos se realizó de manera sutil y otras más directa.

Todas las aristas por las cuales se realizaron los planteamientos visuales, fueron pensadas para generar un proceso reflexivo en el lector, en donde este puede verse así mismo en el papel de víctima o victimario y en donde al final mediante diferentes consejos se logra llegar a un punto intermedio de aceptación, ya que para que estas problemáticas no se sigan dando, los actores deben de iniciar por sí mismos, cambiando la manera en la que se comunican afectivamente, pero al mismo tiempo deben darse cuenta cuando comenten una acción negativa para que esto no se llegue a repetir.

Consideraciones Finales

Recomendaciones

Crear un libro álbum ilustrado para adultos fue todo un reto, en especial porque desde un inicio se planteó un problema que sólo a través de diferentes estrategias de investigación se podía resolver. Por ende los recursos para recopilación de datos fueron esenciales para tener un acercamiento mas preciso respecto a las acciones negativas que se deseaban representar, y que al fin y al cabo son las variables principales de esta investigación. De hecho llegar a identificarlas, fue un otra tarea ardua, pues se ataron cabos relacionales entre el enjambre digital y las aplicaciones para citas, para llegar a un subproblema que subyace en un inconsciente colectivo.

Como artistas gráficos, nuestra tarea es permitir que el producto que elaboremos pueda llegar a comunicar claramente las variables que desde un inicio deben tenerse definidas, por supuesto estas se pueden transformar, pero al final el producto debe ser claro, fuerte y fácil de entender por casi cualquier persona que se acerque a el, pero al mismo tiempo como lo es en este caso en el uso de la ilustración, no debe ser totalmente obvia o literal, sino que también haya un esfuerzo conceptual en la construcción gráfica de los elementos a representar y por supuesto adaptarse a las tendencias estéticas que consume el público meta

Así mismo el abordaje desde el punto de vista editorial fue complejo, pues se intentó romper con la tradición actual del libro álbum ilustrado, no solamente por las técnicas digitales empleadas, si no también por estilo de maquetación, en el cual es común definir al inicio de la etapa de prototipado, pero en el que además se utilizaron una serie de recursos gráficos que aluden a las interfaces de aplicaciones para citas. A su vez se intentó emplear un estilo orgánico ya que el storytelling marcó la parte creativa del libro álbum, lo cual genero que el libro tuviese una personalidad e identidad definida en donde el lector se sintiese atraído e identificado y en donde además sintiese que forma parte de la historia.

Por lo tanto como tarea creativa queda para los diseñadores, ilustradores o artistas gráficos, innovar en la manera en la que las ideas se representan, romper con la barrera en la que nos acercamos al lector o consumidor para generar aún mas impacto.

El uso de herramientas digitales, aplicaciones, web apps y realidad aumentada entre otras, cada vez está mas en tendencia por lo que es importante adaptarse a estos nuevos temas como problemáticas de investigación.

Bibliografía

A González del Riego, A. (2020). *La sirenita del Amazonas*. Recuperado del 19 de Agosto del 2021 de, <https://www.behance.net/gallery/103991861/La-sirenita-del-Amazonas>

Abril, E. (2020). *¿Te han hecho 'zumping' o 'whelming'? El renovado y cruel diccionario del amor 2.0*. SModa. Recuperado el 9 de marzo del 2021 de, <https://smoda.elpais.com/belleza/bienestar/de-los-creadores-del-ghosting-llegan-el-zumping-y-el-whelming-el-renovado-y-cruel-diccionario-del-amor-3-0/>

Ambrose, G. y Harris, P. (2010). *Metodología Del Diseño*. Barcelona, España. Parramón Ediciones.

Becerra, G. (2008). *Maquetación*. Técnico Superior en Gráfica Publicitaria. Recuperado el 29 de Agosto del 2021 de [<https://gasparbecerra.files.wordpress.com/2008/11/maquetacion1.pdf>]

Buricová, S. (2021). *Kurník online mag for editorial illustration*. Recuperado del 19 de Agosto del 2021 de, <https://www.behance.net/gallery/117564539/Kurnik-online-mag-x-editorial-illustration>

Carrera, A. (2021). *MATCH: Fanzine sobre Tinder*. Recuperado del 19 de Agosto del 2021 de, <https://www.behance.net/gallery/119662819/MATCH-Fanzine-sobre-Tinder>

Chaganty, A. (2018). *Searching*. Timur Bekmambetov, Natalie Qasabian, Sev Ohanian.

Colomer, T. (1996). *El álbum y el texto*. Peonza: *Revista de literatura infantil y juvenil*, (39), 27-31. Recopilado el 8 de marzo del 2021, de [http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/8/cd_2013/m5_5/lite37a.pdf].

Cossia, L. (2013). *Sobre usos y funciones de la sátira-política gráfica*. Rosario (1871-1890). Argentina, Universidad Nacional de Rosario.

Díaz, S. (2005). *Libros que enseñan a leer: álbumes metaficcionales y conocimiento literario*. Tesis de Licenciatura del Departamento de Didáctica de la Lengua y la Literatura y de las Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Durán, T. (2008). *Aprendiendo de los álbumes*. Braga: Universidade do Minho. Recuperado del 19 de Agosto del 2021 de, [http://www.casadaleitura.org/portalfbeta/bo/documentos/ot_aprendiendo_de_los_albumes_d.pdf].

Duportail, J. (2019). *El algoritmo del amor: Un viaje a las entrañas de Tinder*. CONTRA.

Gibbs, J. (2019). *Kittenfishing*. Recuperado del 19 de Agosto del 2021 de, https://www.behance.net/gallery/83263497/NBC-News?tracking_source=search_projects_recommended%7Cnbc

Grindr. (2009). *Grindr* LLC [Software de aplicación móvil]. Disponible en: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.grindrapp.android>

Gómez, S. (2013). *Diseño de un storyboard para un comercial de lanzamiento de la marca de cerveza "La Pescuesuda", dirigida al mercado ecuatoriano*. Ecuador: Universidad de la Cuenca. Recuperado el 29 de Agosto del 2021 de [<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5178/1/TDIS116.pdf>]

Han, B.-C. (2014). *En el enjambre*. Barcelona: Herder.

Ibáñez, I. (2018). *Glitch: El lenguaje visual del error*. Argentina, Universidad Nacional del Litoral. Recuperado el 29 de agosto del 2021 de [<https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar:8443/handle/11185/2037?show=full>]

Iglesias, C. C. (2019). *El libro-álbum: características y oportunidades para la educación literaria de niños y niñas*. Em Aberto, 32(105).

Lapeña, G. (2013). *Intencionalidad estética y narrativa de la doble página en el álbum ilustrado*. Facultad de Bellas Artes. Universidad de Murcia. Recuperado el 29 de Agosto del 2021 de, [<https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/38277/1/GloriaLape..3.pdf>].

Ligay, D. (2019). *Guru, Illustrations for Robb Report magazine*. Recuperado del 19 de Agosto del 2021 de, <https://theinspirationgrid.com/glitched-portraits-by-dmitry-ligay/>

Male, A. (2017). *Ilustración: Contexto, Procesos Creativos y Proyección Profesional*. España, Promopress.

Mackenzie, A. (s.f). *Anesthesia*. Recuperado del 19 de Agosto del 2021 de, <https://www.ashmackenzie.com/anesthesia>

Matus, P. (2019). *Storytelling. Cómo crear y contar buenas historias*. Chile. Maletín Editoriales

Navarro, R. Larrañaga, E, Yubero, S. Villora, B. (2020). *Psychological Correlates of Ghosting and Breadcrumbing Experiences: A Preliminary Study among Adults*. International Journal of Environmental Research and Public Health,

Nebreda, A. (2015). *El libro álbum*. Santiago de Chile: Bibliobrazo. Recopilado el 2 de marzo del 2021, de [<https://biblioabrazo.files.wordpress.com/2015/08/el-libroalbum2.pdf>].

Not Flipper. (2015). *Society*. Recuperado del 19 de Agosto del 2021 de, <https://www.behance.net/gallery/18424859/Society>

O'Grady, J. (2021). *Manual de investigación para diseñadores*. Barcelona: Blume.

Patten, T. Van. (2017). *Black Mirror: Hang the DJ*. Charlie Brooker, Andrew Chapman, Ian Hogan, Annabel Jones, Nick Pitt.

Plunkert, D. (2016). *Home of the brave*. Recuperado del 19 de Agosto del 2021 de, <https://www.davidplunkert.com/block-style>

Poka Arts. (2018). *That ego, let i'go*. Recuperado del 19 de Agosto del 2021 de, <https://brightside.me/creativity-art/an-illustrator-from-ghana-creates-pictures-that-anyone-in-a-relationship-will-understand-459510/>

Ramírez, Guianeya. (2021). *Fondo y forma del álbum ilustrado: Surgimiento de este género editorial en México*. Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Xochimilco. Recuperado del 19 de Agosto del 2021 de, [<https://repositorio.xoc.uam.mx/jspui/handle/123456789/22819>].

Raggetti, C. P. (2014). *Libros Ilustrados para Adultos*. Proyecto de Graduación. Buenos Aires: Universidad de Palermo.

Statista.(2020). *América Latina: número de usuarios de servicios de citas online por país 2020*. Recuperado el 7 de abril del 2021 de <https://es.statista.com/previsiones/1192531/usuarios-servicios-citas-online-america-latina>

Steinbeck, J. Dautremer, R. Jiménez, R. (2020). *De ratones y hombres*. España. Editorial Luis Vives (Edelvives).

Tinder. (2013). *Tinder* [Software de aplicación móvil]. Disponible en: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.tinder>

Verdés Bertolín, N. (2020). *Enamorarse en el enjambre digital: relaciones virtuales y aplicaciones de citas*. Investigación Documental. Barcelona: Universidad de Barcelona.

Entrevistas

Malavassi, E. Comunicación personal, 13 de abril del 2021.

Salazar, A. (2014). “*El humor es la mejor forma de criticar una sociedad como la nuestra*”: Jean Jullien. Radionica. Recuperado el 15 de abril del 2021 de <https://www.radionica.rocks/noticias/el-humor-es-la-mejor-forma-de-criticar-una-sociedad-como-la-nuestra-jean-jullien>

Recursos Digitales

Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Indesign y Procreate

Miro, Spark AR, instagram.

Link de Miro

<https://miro.com/welcomeonboard/MDBORmRWV2tSdEdGaHJOTVV2SHB3UVBZQjRVYINCbHRtQzVzelpjbklTSORHME1BbmpJOFFZeJRGbjI3VE RBWnwzMDcONDU3MzU4NTA1NzcwMjk4>

