



OOKA: L'editorial amb IA

Memòria de Projecte Final de Grau/Màster

Nom oficial de la titulació de Grau/Màster

Creació gràfica

Autor: Adrià Abad Juárez

Consultor: Gerard Adell Español

Professor: Ferran Adell Español

Data de lliurament: dilluns, 23 gener de 2023



Aquesta obra està subjecta a una llicència de [Reconeixement-
NoComercial-SenseObraDerivada 3.0 Espanya de Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/)

“

-Tens una arma?- va preguntar en Dalinar.

-Que va. No sé llegir.

-No saps ... – Dalinar va baixar la mirada al llibre que tenia a la mà-. Em referia a una arma de veritat Lift.

“

Brandon Sanderson - Juramentada (Oathbringer, 2017), publicada en España per Nova a 2018.

Abstract

En aquest projecte he abordat com utilitzar intel·ligència artificial en el procés de creació de marca i d'un llibre. On es pot aplicar aquesta nova eina i quina és l'eina més adient. Juntament amb això, també s'ha buscat com publicar un llibre, un llibre que s'alimentarà d'aquesta nova eina en tot el que pugui.

Paraules clau: IA, Autopublicació, Innovació, Creació editorial, Canvi.

Abstract (english version)

In this project I have addressed how to use artificial intelligence in the process of creating a brand and a book. Where can this new tool be applied and what is the most suitable tool. Along with this, it has also been looking at how to publish a book, a book that will feed on this new tool as much as it can.

Keywords: AI, Self-publishing, Innovation, Book Creation, Change.

Agraïments, Notacions i Convencions

Notacions i Convencions: Ús de tipografies (famílies, negretes, itàliques, etc.) Per distingir tipus de continguts en els textos, per exemple codi, etc.

Vull primer agrair a Gerard Adell Español, el tutor d'aquest projecte que m'ha deixat adaptar la comunicació que hem compartit durant aquest projecte al meu gust, i ha aportat el necessari per treure les pedres que m'he trobat en el camí.

I com a últim agraïment, a tota la gent que comparteix informació gratuïtament utilitzant la xarxa per tal que entenguem noves coses com la IA i tantes altres coses.

Índex

1. Introducció/Prefaci.....	9
2. Descripció/Definició/Hipòtesi	11
3. Objectius	12
3.1 Principals	12
3.2 Secundaris.....	12
4. Marc teòric/Escenari	13
5. Continguts	15
6. Metodologia.....	16
7. Plataforma de desenvolupament	17
8. Planificació	18
9. Anàlisi de marca Rival.....	20
10. Eines IA	22
11. Creació de marca	24
12. Creació de un llibre	31
13. Publicació del llibre	36
14. Portada RA.....	37
15. Instagram	38
16. Projecció a futur	39
28. Conclusió/-ns	40
Annex 1. Lliurables del projecte	42
Annex 2. Glossari/Índex analític	43
Annex 3. Bibliografia	44
Annex 4. Vita	46
Annex 5. BrandBook	47

Figures i taules

Índex de figures

Figura 1: Imatge perfil de @PenguinBooks a Twitter	10
Figura 2: Diagrama de Pert del projecte	18
Figura 3: Diagrama de Gantt del projecte	19
Figura 4: Index de Penguin Books	21
Figura 5: Web de Dall-e	22
Figura 6: Exemple de text generat amb Chat GPT	23
Figura 7: Primer grup d'imatges generades	24
Figura 8: Segon grup d'imatges generades	25
Figura 9: Tercer grup d'imatges generades	26
Figura 10: Quart grup d'imatges generades	26
Figura 11: Candidats	27
Figura 12: Candidat escollit per crear la imatge de marca	27
Figura 13: Colors de marca	28
Figura 14: Funcionament d'Adobe Fonts	29
Figura 15: Il·lustracions interiors del llibre	32
Figura 16: Classifica en 2 eixos de les il·lustracions	33
Figura 17: Pàgina inicial de capítol	34
Figura 18: Pàgina interior de capítol	34
Figura 19: Resultat IA de la portada	35
Figura 20: Resultat final del art de la portada	35
Figura 21: Portada per Amazon	36
Figura 22: Portada AR a Meta Spark	37
Figura 23: Primeres 3 publicacions de @Ookareads a Instagram	38
Figura 24: Primer post sobre el llibre de @Ookareads	38

Índex de taules

Taula 1: Planificació	19
-----------------------------	----

1. Introducció/Prefaci

Estem vivint una època daurada en el món editorial. Amb l'augment de la tecnologia i les plataformes digitals, hi ha més oportunitats per a autors per publicar els seus treballs i arribar a un públic més ampli. Això ha permès l'aparició d'un gran nombre de noves veus literàries i ha augmentat la diversitat en els llibres disponibles per als lectors. A més, les eines digitals també han permès una millor distribució i promoció dels llibres, cosa que ha portat a un augment en les vendes i en la popularitat dels llibres electrònics. En resum, estem vivint un moment molt emocionant en el món editorial on les oportunitats per a autors i lectors són més nombroses que mai.

En el procés que durem a terme en aquest projecte, m'agradaria explorar el món editorial, prioritzant dos punts d'interès, l'anàlisi i la innovació. Centrant el anàlisi en una gran marca, Penguin books, una marca amb una gran trajectòria internacional, potser no tant en el sector nacional, però es una de les editorials més reconeixibles per els seus productes.

Usarem Penguin per tal de crear una contra marca. Un marca on podrem agafar el que creiem que funciona en el sector, i buscar innovacions que es pugin implementar en el sector per tal de fer una possible millora.

Aquest procés de investigació i creació es centrarà en 3 punts principals:

- La creació de una marca editorial.
- Investigar de com es el procés de creació i publicació.
- Implementació de noves praxis, nous medis, noves maneres de comunicació, si es possible fent us de la Intel·ligència Artificial.

El primer punt, es basarà de la creació de una marca que com a màxima tindrà, trepitjar el marcat de la nostre marca de referencia. Per poder fer una comparació real, i poder crear una marca agressiva cap a un públic exacte.

A l'hora de la creació de producte, ens compliquem la vida, ja que escriure una novel·la no es cosa fàcil, explorar la possibilitat de la creació de un text partint de la ajuda de la IA o utilitzar material lliure de drets, per tal de tenir un document el qual poder maquetar com a producte.

La cara mes important de una editorial, podríem que dir que es les portades dels seus llibres. Que podríem incloure dins de la pròpia imatge de marca. M'agradaria veure com puc fer per crear aquestes fent us de les noves eines que ens proporciona la IA, per tal de crear el material gràfic d'aquestes. Mirar diferents solucions, i respondre el meu dubte personal si aquestes eines poden ser usades en el nostre sector.

Tot aquest procés fent una recerca de camps de innovació i tenint referents i exemples. Encara que no siguin del sector, que puguin ser rellevants per la marca. Per poder aplicar conceptes, idees o maneres que trenquin motlles.

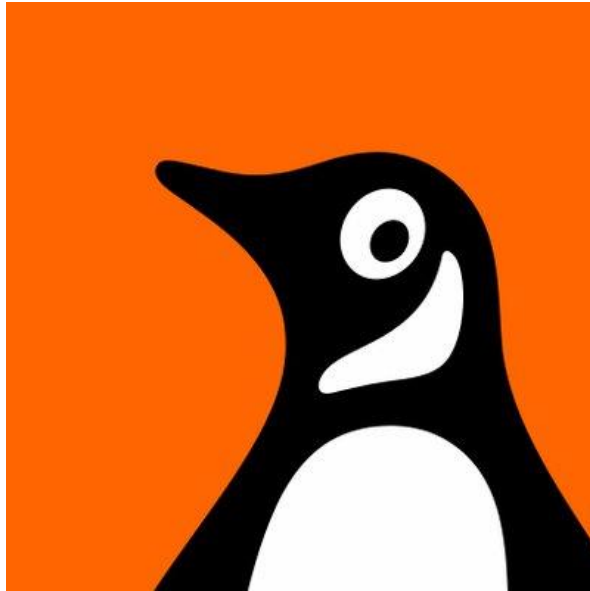


Figura 1: Imatge perfil de @PenguinBooks a Twitter

2. Descripció/Definició/Hipòtesi

En aquest procés de desenvolupament, personalment vull respondre dues hipòtesis que tinc com a professional. I aprofitant la ben entesa, usaré el projecte per tal de abastir de respostes, si es que les trobem, igualment de la reflexió sempre podrem treure conceptes.

El primer es un dubte que ja carrego des de fa un temps. Com les noves tecnologies han fet canviar el sector de la lectura. Tant si ha existit una variació en el mercat o no. Si aquest canvi ha estat per marques noves o les marques ja dominants en el sector estan presents en les ultimes novetats del sector. Utilitzarem una marca com a referencia, per tal de poder crear una “contramarca”.

La marca seleccionada es Penguin Books, per varis motius principals. El primer es la trajectòria que te la marca, es una gran marca internacional, amb una extensa historia, va començar a publicar l'any 1935 a Londres amb la premissa de subministrar literatura de qualitat a un preu assequible. A continuació tenim la imatge de la pròpia marca, que s'ha anat actualitzant durant el temps, tant la marca en si com els seus productes. I per últim, es una marca molt literal, fet que crec que ens dona peu a poder jugar amb ella en el moment de crear la nostra marca.

En el procés de crear la nostra marca, crearem una guia d'estil de la nostra marca. Aquest document no ha de ser genèric, ha de ser especial per al sector. Tenint en compte els productes que es generen en el sector, em refereixo sobretot fonts i format dels llibres i les maquetacions d'aquets.

Tot aquest procés, es recolzarà del segon camp que vull explorar, ja que es un camp molt recent que canviarà el nostre sector si no esta passant ja actualment. Parlo de la Intel·ligència Artificial, que per el que fa a la generació de continguts, tant escrit com gràfic, han sortit eines per tal de generar per exemple imatges a partir de un text, una possible utilitat seria utilitzar una d'aquestes eines per tal de que a partir del títol de una novel·la poder generar una portada.

M'agradaria que en tot el procés de creació estigues recolzat per eines d'aquest calibre, ja sigui aportant inspiració o el producte final. I això aporta un dilema o un camp de investigació extra. Es legal utilitzar aquestes eines? Es lliure de drets el resultat d'aquestes eines?

Aconseguir l'abast desitjat amb una qualitat tant del procés com dels projectes finals no facilita pas el camí que hem dut a terme.

3. Objectius

Llistat i descripció dels objectius del TF, ordenats per rellevància.

3.1 Principals

Objectius clau del TF.

- Estudiar una marca líder en el sector editorial
- Crear una marca editorial
- Estudiar les eines de IA que tenim a l'abast
- Aplicar les eines al procés de creació

3.2 Secundaris

Objectius addicionals que enriqueixen el TF i que poden patir variacions.

- Estudiar com es el procés actual de publicar una novel·la
- Publicar una novel·la
- Estudiar quins productes tenen les editorials apart dels llibres en si

4. Marc teòric/Escenari

Antecedents

En el moment que ens trobem, cada dia surten nous procediments realitzats utilitzant IA, però no trobo projectes de branding que reconeixien haver-se basat amb aquestes eines en el seu procés creatiu.

En l'altre banda tenim infinits casos de marques que creen una competència directe, aplicant l'estratègia de Judo. Normalment son empreses noves que confronten a empreses antigues, en el moment que internet va néixer com una eina realment útil, va ser quan es van crear mes d'aquets casos, per simple naturalesa de les empreses noves per les que ja estaven establertes. En el sector que toquem, tenim possiblement un exemple molt notori, el "conflicte" que van tenir Amazon i Barnes & Noble, la que al 2005 era la llibreria numero 1 de Estats units.

Escenari

En el mon editorial, estem en una època que es podria denominar com a daurada, degut a que el nombre de persones que saben llegir, es mes alta que mai, tant en tant per cent com amb números absoluts. Fet que es relaciona directament amb que mai s'havia venut tanta literatura en la historia. Aixó es suma al fet dels nous formats, tant Ebooks com àudio llibres en demanda estan ja mes que instaurats en el sector.

Ens trobem en un moment on el públic i els professionals del sectors estan molt dividits. Per una part crec que hi ha els "early adopters" i per altre banda tenim la part critica de la societat cap a aquestes eines, per diversos motius. Es la lluita de sempre el nou contra el antic, tot i que en aquest treball el que busco es veure com una cosa no es exclouent del altre.

Bases teòriques de referència

El procés actual de creació de marca es quadriculat i fàcilment automatitzat, el cual agafa certa forma dependent el que busqui una marca però es bastant clar:

1. Buscar una audiència
2. Analitzar el entorn, la competència
3. Definir-te: missió, valors i target
4. Crear la marca. Logos, llenguatge de la marca, etc.

Per altre banda el procés de publicar un llibre depèn molt de com ho realitzi la editorial corresponent. Per això ens centrarem en com es autopublicarse, o publicar en llibre sent una editorial, a la plataforma de Amazon. Que facilita molt el procés, tant per un llibre electrònic com un llibre imprès, els passos son els següents:

1. Maquetar el llibre.
2. Omplir un qüestionari sobre el llibre.
3. Pujar els arxius a la plataforma.

Altres projectes/estudis/productes similars o relacionats

Com a projecte inspirador d'aquest, magradaria destacar el primer cass real on vaig veure una IA, fent el que deien que no podria fer mai una maquina. Estic parlant del cas AlphaGo, un programa realitzat per Google DeepMind, que simplement jugava al joc Go. Un joc d'estrategia tradicional asiàtic, molt popular sobretot a Korea. Aquest joc destaca sobre altres per ser mes complex, i segons els experts, mes creatiu que els escacs.

Aquest programa va aconseguir el que el món ja sabia però no volia veure. Va guanyar el millor jugador dels últims temps, Lee Sedol, de una manera aplastant 4-1, en un enfrontament al millor de 5.

Aquest programa va marcar la diferenciació amb els programes de jocs de caire seqüencial, que estàvem acostumats a veure, sobretot en el món dels escacs, i demostrant una superioritat i fins i tot una humanitat de la que els seus entesadors no tenien, en forma de jugades creatives.

El cas que parlo està documentat en un documental guanyador de varis premis, que actualment es pot veure gratuïtament a youtube, amb el nom de "AlphaGo - The Movie".

5. Continguts

Ens trobem en un procés de creació que va precedit de una investigació de procediments actuals i els nous que volem implementar, i si aquets son correctes de implementar.

Primer veurem la historia i com es Penguin Books, ja que l'em escollit com rival del nostre particular duel de Judo. Mirarem quina forma te, tant de marca com de producte, intentant trobar punts on referenciar-nos i/o diferenciar-nos.

Ara es on, abans de definir la nostre marca, mirar de quines eines de IA podem optar, ja sigui tant per capacitat computacional o límits econòmics del projecte, i quins son vàlids per el que volem fer, i si podem optar a un resultat real amb elles.

Ara ens tocarà definir la marca, qui som. Ajudant-nos de el que em vist en la primera investigació i el que em rebut del procés que les aplicacions ens han donat. Amb això, crear un estil de marca, serà el primer pas.

Ara ens trobem en el procés de veure com es fa per maquetar un llibre i poder publicar-lo. Per fer això ens basarem de un llibre sense drets per tal de no perdre temps en el contingut i poder centrar-nos amb el continent. En aquest procés també ens basarem de les eines de IA i analitzarem com “automatitzar” el màxim del procés, o com podem accelerar aquest.

Tenint el llibre, m'agradaria profunditzar en el entorn legal de tot aquest procés, drets deutor de les obres i si es legal de publicar, si es així fer-ho.

Ara podríem usar aquest procediment per crear mes mostres de productes, nom es continents, per tal de tenir una mostra mínima del procediment.

Per últim tocarà analitzar el realitzat. Es un millor procediment que el actual, aporta valor? Es un risc per la industria?

6. Metodologia

En un procés de creació (i sobretot d'aquestes característiques) es requereix una gran planificació, no només per estalviar temps, per poder entendre les noves tècniques que es volen aplicar i com es poden aplicar.

Així doncs en el desenvolupament del treball final de carrera, ens transformarem en dos empreses, la primera una editorial que just acaba de néixer, i la de un estudi de disseny la qual rep el encàrrec de realitzar tot el material gràfic per la nostra primera metamorfosis.

Així doncs tenim que crear un diàleg dins de aquestes dues parts del nostre treball de tal manera que el procés sigui similar al següent:

1. Neix la idea de crear una editorial, s'encarrega tot el procés de creació al estudi de disseny
2. Com a estudi de disseny agafem la feina.
 - a. Estudiem el sector
 - b. Creem la marca a partir de les eines que ens destaquen en el sector, utilitzar la IA.
 - c. Presentació del projecte, (variacions)
3. Rebem la proposta, s'aplica al producte.

En general, es un procediment de treball estàndard que podem trobar a diari en qualsevol sector. Fet que es important per mi, relacionar aquest TFG amb un procés de creació el mes realista possible.

7. Plataforma de desenvolupament

Informació detallada sobre els recursos tecnològics utilitzats. Organitzar per:

- Software
 - Photoshop CC, d'Adobe
 - Illustrator CC, d'Adobe
 - InDesign CC, d'Adobe
 - After Effects CC, d'Adobe
 - Kindle Create, d'Amazon
 - Meta Spark Studio, de Meta
 - Word, de Microsoft
 - Powerpoint, de Microsoft
- Web app
 - Adobe Fonts
- IA aplicacions
 - Dall-e, <https://openai.com/dall-e-2/> , de OpenAi
 - ChatGPT, <https://chat.openai.com/chat> , de OpenAi

*

8. Planificació

- Fites (milestones)

Table 1: Planificació

		Inici	Final
PAC2	Anàlisi de Penguin	12/10/22	22/10/22
	Anàlisi eines de IA	17/10/22	09/11/22
PAC3	Creació de la marca	09/11/22	1/12/22
	Creació del Brandbook	1/12/22	11/12/22
PAC4	Anàlisi possible cas de publicació	11/12/22	13/12/22
	Creació de N de publicacions	13/01/22	18/01/23
Memòria	Redacció i correcció de la memòria	12/10/22	23/01/23
Presentació	Presentació	18/01/23	23/01/23

- Diagrama de Pert

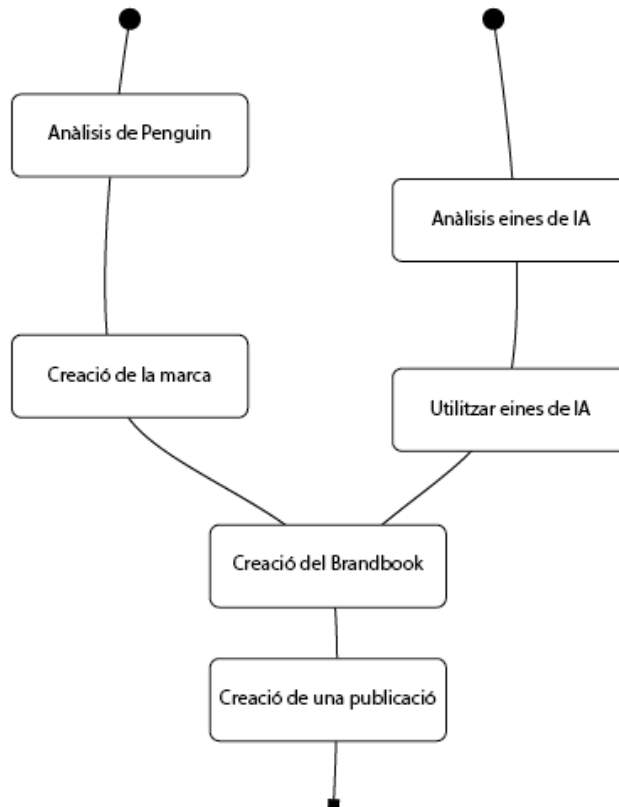


Figura 2: Diagrama de Pert del projecte

- Diagrama de Gantt

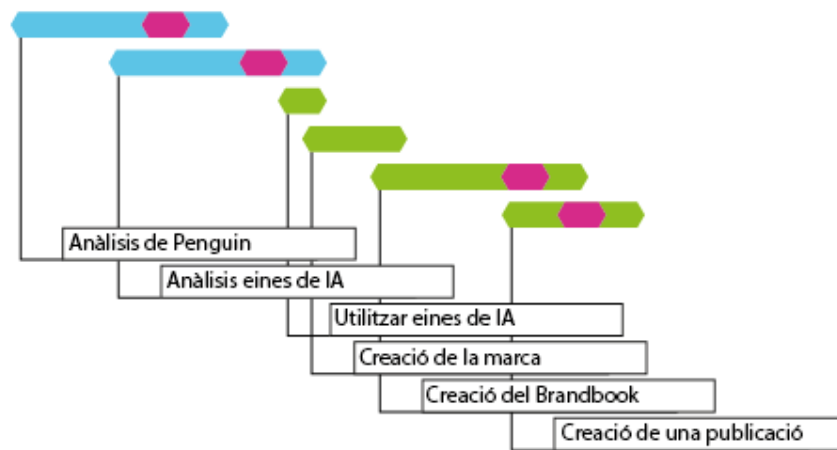


Figura 3: Diagrama de Gantt del projecte

Procés d'investigació

Procés de creació

Procés d'avaluació

9. Anàlisi de marca Rival

Penguin Books és una editorial britànica fundada el 1935 per Allen Lane. És coneguda per la seva col·lecció de llibres de butxaca, anomenats "Penguin Classics", que inclouen obres literàries clàssiques i obres contemporànies de prestigi. A més, Penguin Books també publica una varietat d'altres gèneres, com ara no ficció, llibres de novel·les, poesia i llibres infantils.

La marca Penguin es caracteritza per la seva simplicitat i elegància, amb un disseny de portada minimalista que inclou només el títol del llibre i el nom de l'autor, amb un fons blau o negre. Aquest disseny ha estat utilitzat des de la seva fundació i s'ha convertit en un símbol reconeixible de la marca.

A través dels anys, Penguin Books ha estat compromesa amb la publicació de llibres de qualitat i ha estat associada amb alguns dels escriptors més importants del segle XX, com ara George Orwell, Ernest Hemingway i Agatha Christie. A més, Penguin Books ha estat pionera en la publicació de llibres en edició de butxaca a preus accessibles, permetent a un públic més ampli accedir a les obres literàries clàssiques.

En resum, Penguin Books és una marca amb una llarga història i una gran reputació en el món editorial, coneguda per la seva compromís amb la publicació de llibres de qualitat i per la seva icònica portada minimalista i elegant.

Una marca que utilitza el blanc i en negre en tots els seus elements, amb el taronja que trobem en el logo com a color per ressaltar elements. Utilitza una tipografia sans serif, Avant Garde Gothic, una tipografia que neix de Futura i es lineal i geomètrica. Tot això acompanyat, clarament del seu reconegudíssim logotip de el pingüí encapsulat en la el·lipse.

The Penguin Christmas Gift Guide

[LEARN MORE](#)



What you should read, based on your favourite bit of Christmas dinner

Everyone has their preferred festive fare, but what can it tell you about your reading habits?

- Features**
An interview with Charlie Mackesy
- Quiz: which Xmas classic sums up your festive spirit?
- The best last lines in books
- Beautiful books that make unforgettable gifts

Figura 4: Index de Penguin Books

10. Eines IA

Per el que fa a eines que creïn un output gràfic, després de realitzar una profunda busqueda, la millor es sens dubte Dall-e, de la empresa OpenAi, ja que es la que podem utilitzar de manera 100% remota sense utilitzar la computació del nostre ordinador o tenir que preparar un procés computacional i d'aprenentatge per a la IA.

I per suposat les IA que tenim que introduir un input gràfic per tenir un output gràfic, com podria ser Lensa, tampoc ens serveix, ja que amb el meu punt de vista seria afegir un pas extra i no crear un nou procés o un procés millor de creació.

Al realitzar aquesta investigació, ChatGPT ha nascut, una aplicació que es bàsicament una IA amb la que pots xatejar, demanar-li textos, respostes, resums i moltes altres coses mes, i segurament en setmanes mes. He vist possibilitats de usar aquesta eina en el projecte com a generador de textos.

Aquestes dos eines, que surten de la empresa OpenAi, crec ens aporten les funcionalitats bàsiques, podríem espirar a mes, però amb limitacions de hardware i temporals, sobretot al entrenar un programa.

dall-E 2

Generar imatges utilitzant la web de Dall-E 2 és bastant senzill. A la web, trobareu una casella de text on podeu escriure la descripció de la imatge que voleu generar. Un cop escrita la descripció, feu clic al botó "Generar imatge" i el model generarà quatre imatges basades en la descripció donada.

A més, també hi ha opcions avançades per personalitzar la generació d'imatges, borar i omplir parts de imatges, generar imatges a partir de imatges o imatges i text, i complementar imatges.

Per exemple, si voleu generar una imatge d'un gat jugant amb una corda, podríeu escriure "un gat jugant amb una corda" a la casella de text i fer clic al botó "Generar imatge". El model generaria una imatge d'un gat jugant amb una corda basada en la descripció donada.

És important destacar que Dall-E 2 utilitza una tècnica anomenada "aprenentatge profund" per generar les imatges, és a dir, el model ha estat entrenat amb un gran conjunt de dades d'imatges i ha après a associar descripcions escrites en llenguatge natural amb les imatges que les representen.

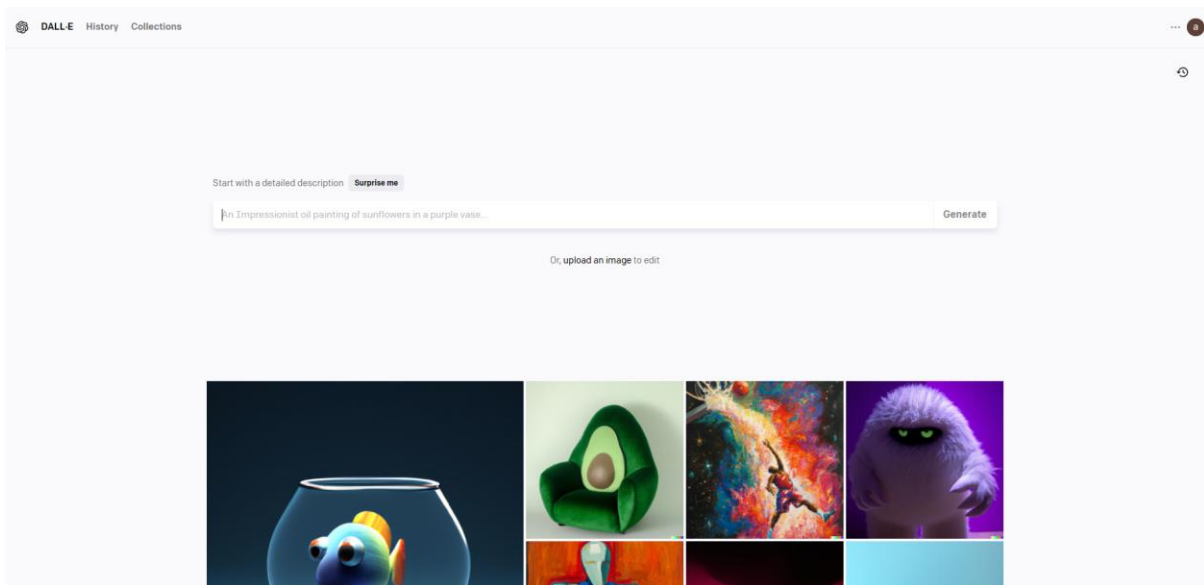


Figura 5: Web de Dall-e

ChatGPT

ChatGPT és un model de processament de llenguatge natural (NLP, per les seves sigles en anglès) desenvolupat per OpenAI. Aquest model ha estat entrenat amb un gran conjunt de dades de text per comprendre i generar text en llenguatge natural. Es basa en la arquitectura Transformer, que ha demostrat ser molt eficaç en tasques de NLP com ara la generació de text, la traducció automàtica i la resposta a preguntes.

ChatGPT es pot utilitzar de diverses maneres, com ara:

- Com a agent de xat: ChatGPT pot ser utilitzat per crear un agent de xat que pot respondre preguntes i mantenir una conversa amb un usuari.
- Generació de text: ChatGPT també pot ser utilitzat per generar text a partir d'una descripció o d'un prompt.
- Compleció de frases o paràgrafs: El model pot ser utilitzat per completar frases o paràgrafs incomplets.

Podem utilitzar aquest xat en la seva web per tal de generar textos perfectament, a partir de una conversa extremadament natural. És important destacar que aquest model està constantment actualitzat i millorat per OpenAI, i que les seves capacitats i funcionalitats estan en constant evolució.

Brossa entra, Brossa surt

El concepte "brossa entra, brossa surt" en anglès, trash in trash out, s'aplica a les intel·ligències artificials perquè, com les màquines, les IA són només tan boniques com les dades que es proporcionen per a la seva formació. Això significa que si les dades de formació de la IA són de baixa qualitat o incompletes, els resultats de la IA també seran de baixa qualitat o incomplets.

Per exemple, si volem entrenar una IA per a la detecció d'objectes en imatges, i li proporcionem un conjunt de dades de formació que conté moltes imatges amb objectes mal etiquetats o imatges que no són rellevants per al nostre propòsit, la IA no serà capaç de detectar objectes amb precisió en les imatges de prova. Així, per obtenir un bon rendiment de la IA, és crucial proporcionar-li dades de formació de qualitat i completes.

Això també es aplica a les diferents àrees d'aplicació de les IA, com el processament del llenguatge natural, la conducció autònoma, la diagnosi mèdica, etc. Per obtenir els millors resultats, és important tenir cura de la qualitat i la quantitat de les dades de formació. En resum, el concepte "brossa entra, brossa surt" recorda la importància de les dades de formació en les IA i com aquestes són la clau per obtenir un bon rendiment.

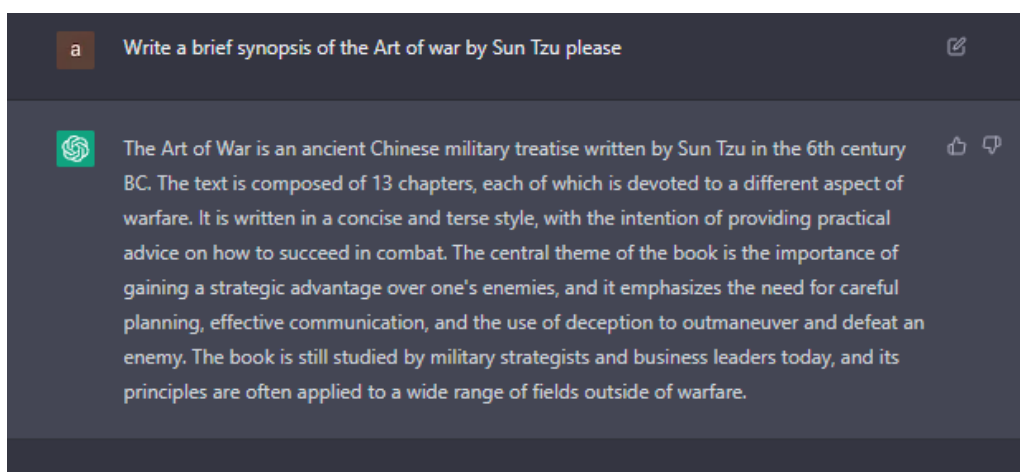


Figura 6: Exemple de text generat amb Chat GPT

11. Creació de marca

IA Branching

Ens trobem en punt inicial, un home amb una pagina en blanc, aquí es on usarem les eines d'IA per que ens encaminin en el nostre procés creatiu. Utilitzarem Dall-e, per crear un branching, un camí que ens porti a bon port. Aquesta eina funciona de tal manera, li donem un text, nombrat prompt, i ens dona després de uns instants 4 imatges generades automàticament. Amb aquestes imatges podem generar 4 mes a partir d'elles, i podem generar parts noves de aquestes imatges, ferles mes grans o parts internes de les mateixes.

Hem de tenir nosaltres la nombrada creativitat, el input es sempre humà, així dons, la nostra idea es bassa en Penguin i un animal que menja pingüins, una Orca, juntament a tenir una paleta de colors similars. Això pot ser un factor bo per veure quant podem jugar amb la IA

Ja tenim la idea, ara hem de comença, el ball de paraules i generació per tal de trobar elements que ens agradin.

“minimalist logo of and orca in black and white”

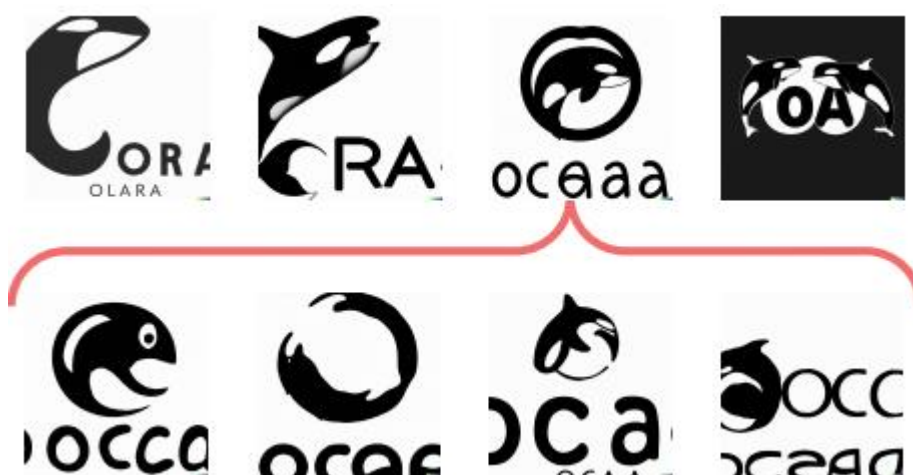


Figura 7: Primer grup d'imatges generades

De les 4 primeres opcions hi ha una cre opino que pot ser interesant, i genero 4 imatges mes a partir della, pero el logo es massa pla, no ha agafat color, ja que jo no ho he detallat.

“2d logo of an orca, color palette penguin book”Perfils d’usuari

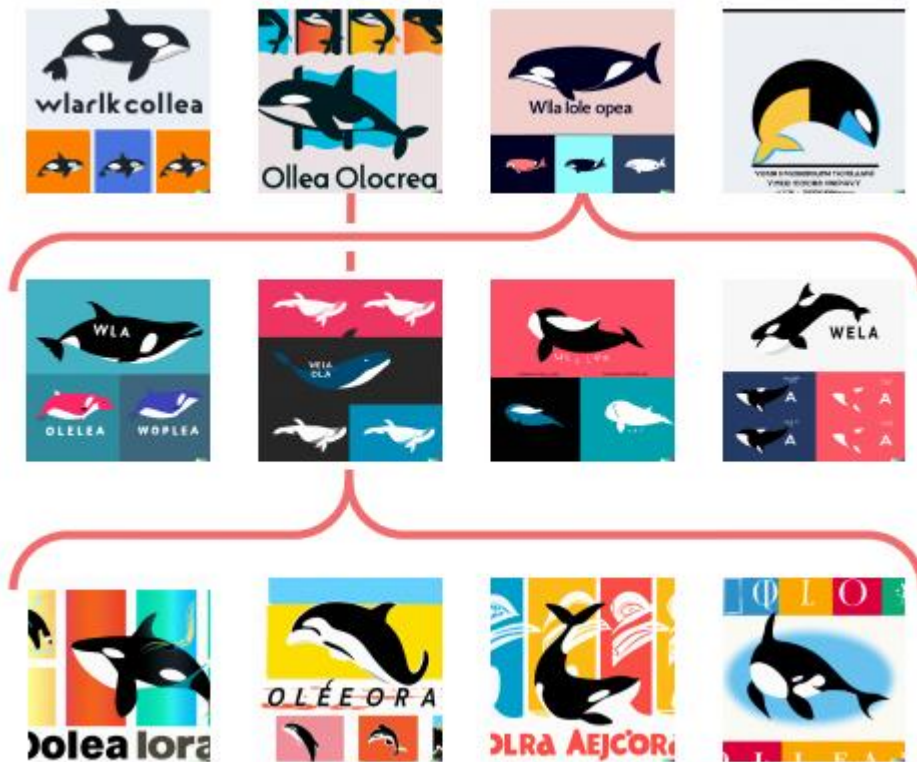


Figura 8:Segon grup d’imatges generades

Ara tenim mes resultats que ens recorden a la marca original, amb color i la iconografia que busquem, des de les 4 originals, 22 ens han cridat la atenció, i creem 2 sets de 4 imatges respectivament. Aquí es on veig un detall del prompt que no ajuda a un resultat favorable, ja que al incloure la paraula paleta de colors, la plataforma no entén que jo vull els colors de tal paleta, i ho veu mes o també com crea una paleta de colors, i per això tenim en molts d’aquests casos un element amb el color canviat com tindríem en paletes de color de disseny gràfic.

“minimalist logo of a book and a orca, with a little bit of orange”



Figura 9: Tercer grup d'imatges generades

Ara ens veiem arribant a bon port, després de generar el primer set de 4 imatges, decideixo crear unes altres 4, per que veig resultats amb opcions. En el segon grup ens atrau la idea que ens presenta un primer element amb un llibre pla, i generem un grup nou, però la nova generació s'allunya massa del pare del grup.

“logo of an orca, color palette penguin book, minimalist”

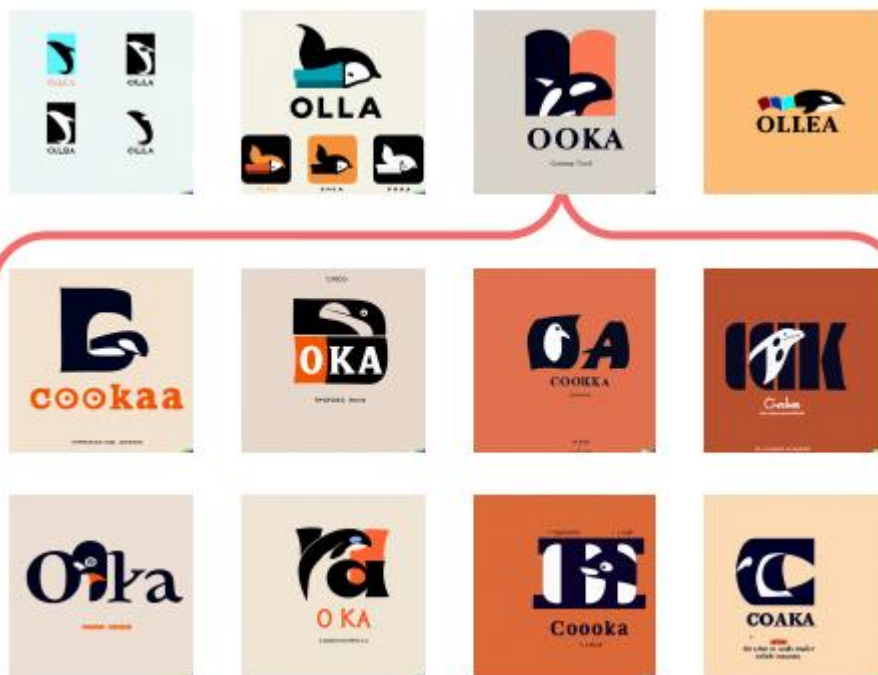


Figura 10: Quart grup d'imatges generades

Ara ajuntem els prompts en un, i aconseguim sobretot un resultat molt bo, d'aquest generem 2 famílies amb molta qualitat, donar les paraules claus, amb comes ha donat resultat i te pinta de ser la clau.

Amb aquestes opcions fem un recull, el presentem al Client, la editorial, com a briefing de marca.



Figura 11: Candidats

Al analitzar les opcions escollim aquesta opció, que podríem variar de mil i una maneres, per el que fa el be de d'investigació que estem realitzant, intentarem quedar-nos amb la major part d'aquet element. Colors, tipografies, formes...



Figura 12: Candidat escollit per crear la imatge de marca

Crear la marca

Ara ens vestim de dissenyador gràfic, i amb aquesta imatge generada buscarem crear una marca i el seu estil de marca.

El primer element que podem agafar clarament son els colors, amb el comptagotes de la suite d'Adobe els agafem. Que son els següents:



Figura 13: Colors de marca

Ara es el moment del text, veiem que la IA ha intentat ficar nom a la nostra empresa, ajuntant segurament la paraula book i orca. Ooka serà el nostre naming. Ara la tipografia, amb Adobe fonts tenim una eina que a partir de una imatge el programa ens dona una llista de lletres que son suposadament similars a la imatge. Amb aquesta eina, triem que la lletra principal de marca serà Le Monde Livre Cla Std. I per el que fa la tipografia complementaria o secundaria, la imatge no ens aporta coincidències en aquest apartat, llavors he triat jo, Lato Light, ja que es una typografia que lliga perfectament amb la complexitat de la principal.

Búsqueda visual [Sugerencias](#)

Selección la imagen Selección región Confirmar texto Ver resultados

A continuación se incluyen algunas fuentes similares que hemos encontrado

O O KA

Ver Lista Cuadrícula Texto de ejemplo O O KA Tamaño del texto 50

20 fuentes similares

IvyJournal SemiBold [Ver familia </>](#)Activar fuente

O O KA

Dedica Negrita [Ver familia </>](#)Activar fuente

O O KA

Le Monde Livre Cla Std Bold [Ver familia </>](#)Activar fuente

O O KA

Eidetic Neo OT Black [Ver familia </>](#)Activar fuente

O O KA

Capitolium2 Bold [Ver familia </>](#)Activar fuente

O O KA

IvyJournal Bold [Ver familia </>](#)Activar fuente

Figura 14: Funcionament d'Adobe Fonts

Ara ja només ens falta la iconografia, amb la imatge al Illustrator, la traçarem amb les eines que desponem, per tal de vectoritzar la forma, i fer-la en un format net. Per exemple que les dues parts del llibre siguin igual. I inclourem el naming, seguin el que ens ha donat la IA com a guia però correctament, centrat, etc.

A partir d'aquest primer element podem treure les altres mides de icones, la mitjana sense text, i la mes petita sense text ni orca. El resultat es el següent:



Tenint tots els elements els qual disposem, creem el Brand book, la guia per el usuari client, sobre la imatge de marca creada. S'ha creat 2 formats d'aquesta, una completa i una de referencia rapida. Adjuntats com annexos a aquet document.

12. Creació de un llibre

Entenent el procés en el que estic, com el que he substituït una editorial, a l'hora de afrontar la creació de un llibre es separa en dues parts, el text i la maquetació. Personalment no seria capaç de escriure un llibre dins d'aquest petit projecte, l'alternativa es mirar de generar el text de manera automàtica, en el moment que vaig triar quin text maquetar no hi havia una ia suficientment vàlida per crear un llibre. Així doncs la alternativa es maquetar un llibre que no estigui lligat a drets d'autor.

El llibre escullit, es "L'Art de la Guerra", un llibre que per format es interessant gràficament, no molt llarg i al ser oriental, es un repte afegit, i es una estètica que m'agradaria explorar.

L'Art de la Guerra

L'Art de la Guerra de Sun Tzu és considerada una de les obres més importants de la literatura militar i estratègica de tota la història. Escrita fa més de 2.500 anys, aquest llibre conté consells i tàctiques sobre com guanyar batalles i guerres de manera eficaç. El llibre es divideix en 13 capítols, cada un dels quals tracta un tema diferent relacionat amb la guerra, com ara la planificació, la intel·ligència, els efectius, la comunicació, els moviments, l'estratègia, l'espionatge, la tàctica, l'estat d'ànim, la logística i la victòria.

Un dels atractius del llibre és que les tàctiques i principis descrits en ell són aplicables no només a la guerra, sinó també a altres àmbits com la negociació, la política i la gestió empresarial. Molts líders empresarials i polítics han citat aquest llibre com una font d'inspiració per a les seves decisions estratègiques. També ha estat estudiat en universitats i escoles de negocis a tot el món.

Algun dels consells més destacats de Sun Tzu inclouen la importància de la intel·ligència i el coneixement dels teus adversaris, la importància de la flexibilitat i la capacitat de canviar de pla si les circumstàncies ho requereixen, la importància de la comunicació clara i eficaç, i la importància de la victòria sense combatre si és possible.

En resum, l'Art de la Guerra és una obra que ha sobreviscut al llarg del temps i continua sent rellevant en molts àmbits diferents fins avui. És una lectura fascinant per a aquells interessats en la estratègia, la història o simplement en les dinàmiques del poder i la competència.

Maquetació

Ens afrontem a un llibre amb un format molt especial, es una llista del que podríem definir com cites o petits refranys. Englobats al llarg de 13 capítols. Així doncs he decidit crear un llarg de il·lustracions, una per cada capítol, una per el autor i una per acompanyar el índex. Amb un format molt espaiat, minimalista, que doni protagonisme a les il·lustracions.

Les il·lustracions han sigut creades amb Dall-e 2, i posteriorment han sigut editades. En algunes, he variat parts utilitzant la pròpia IA, i totes han passat per el photoshop per retocs, de mida, tonalitat i contrast.

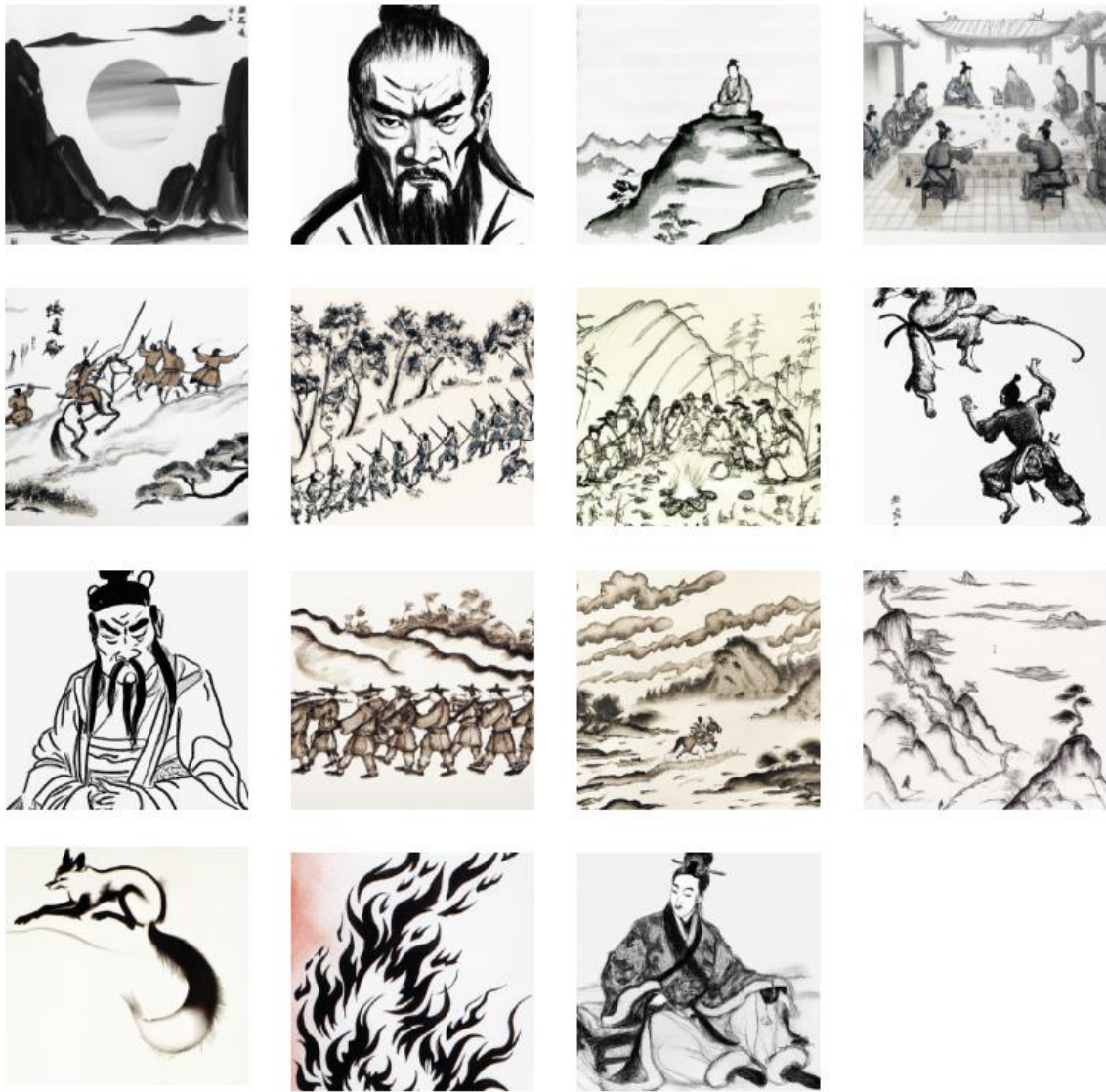


Figura 15: Il·lustracions interiors del llibre

Es espectacular el resultat que he obtingut, el procediment ha sigut llegir el capítol i agafar algun concepte, en algun mes abstracte que altres. Per exemple el capítol sobre el foc, es bastant lineal el pensament, però el capítol de planificació, la 3a il·lustració, surt a partir de la reflexió, i un prompt similar a “ un home en una muntanya reflexionant”. Els resultats obtinguts son molt bons com a conjunt crec, individualment crec que les imatges es poden classificar en una gràfica de dos eixos, on un eix es lo bona que es la il·lustració, i la segona lo humana que es. Com autovaloració seria així:

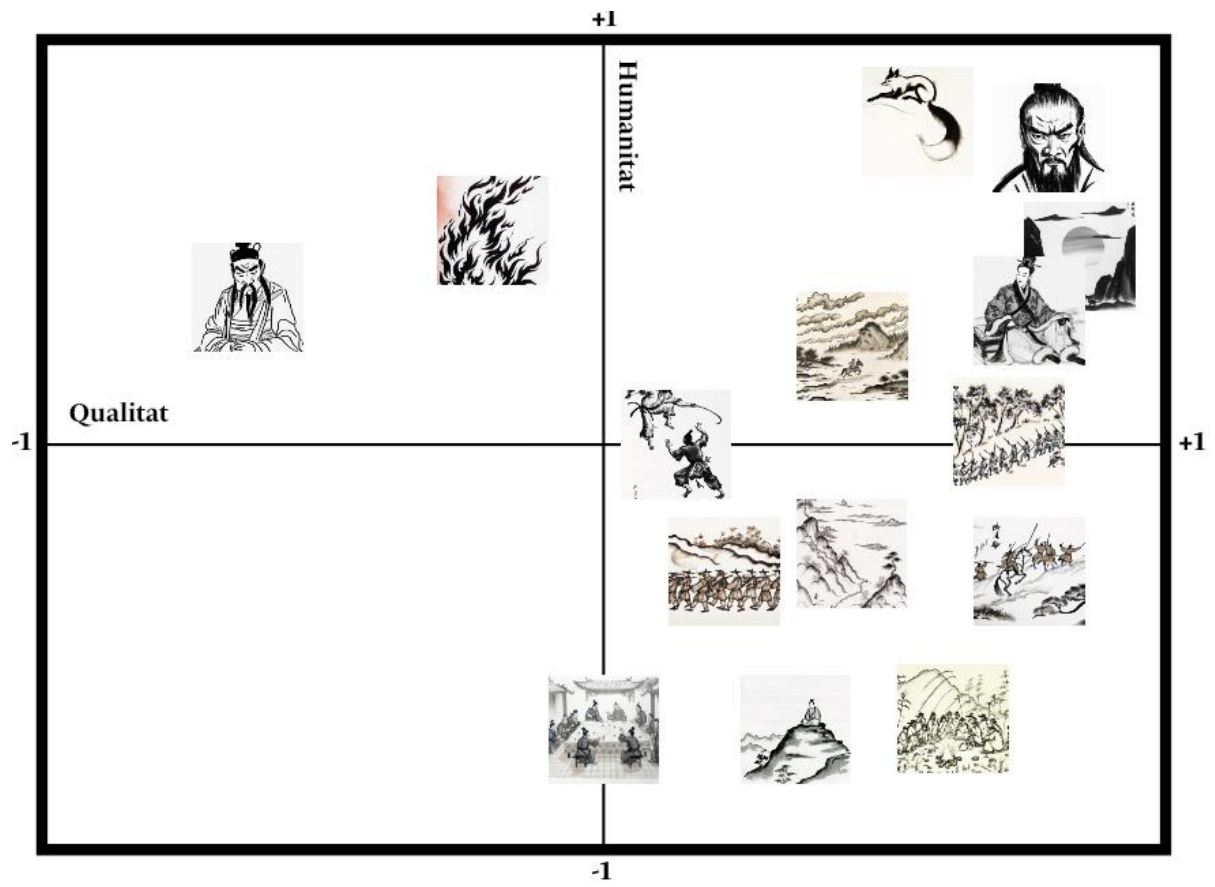


Figura 16: Classifica en 2 eixos de les il·lustracions

Partint del format de les imatges, i la naturalesa del text, i la guia d'estil de marca, les pàgines interiors del llibre es veurien així:

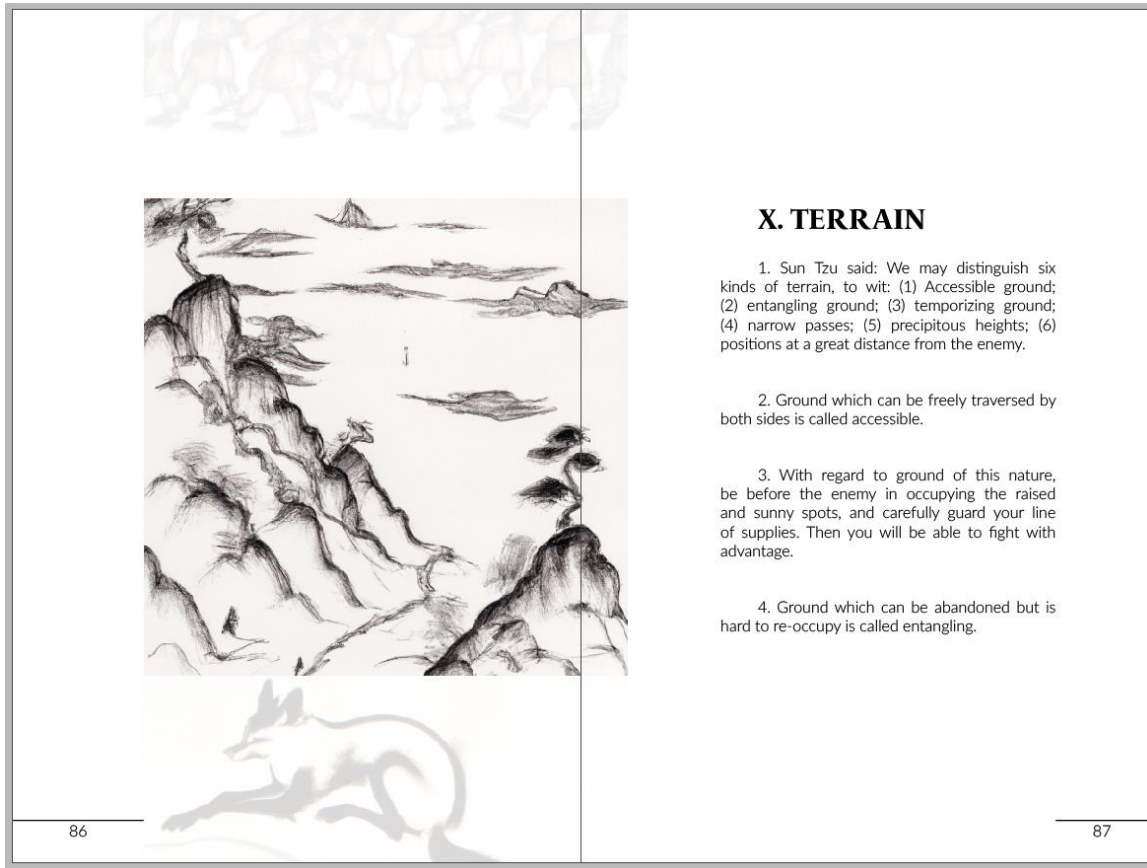


Figura 17: Pàgina inicial de capítol

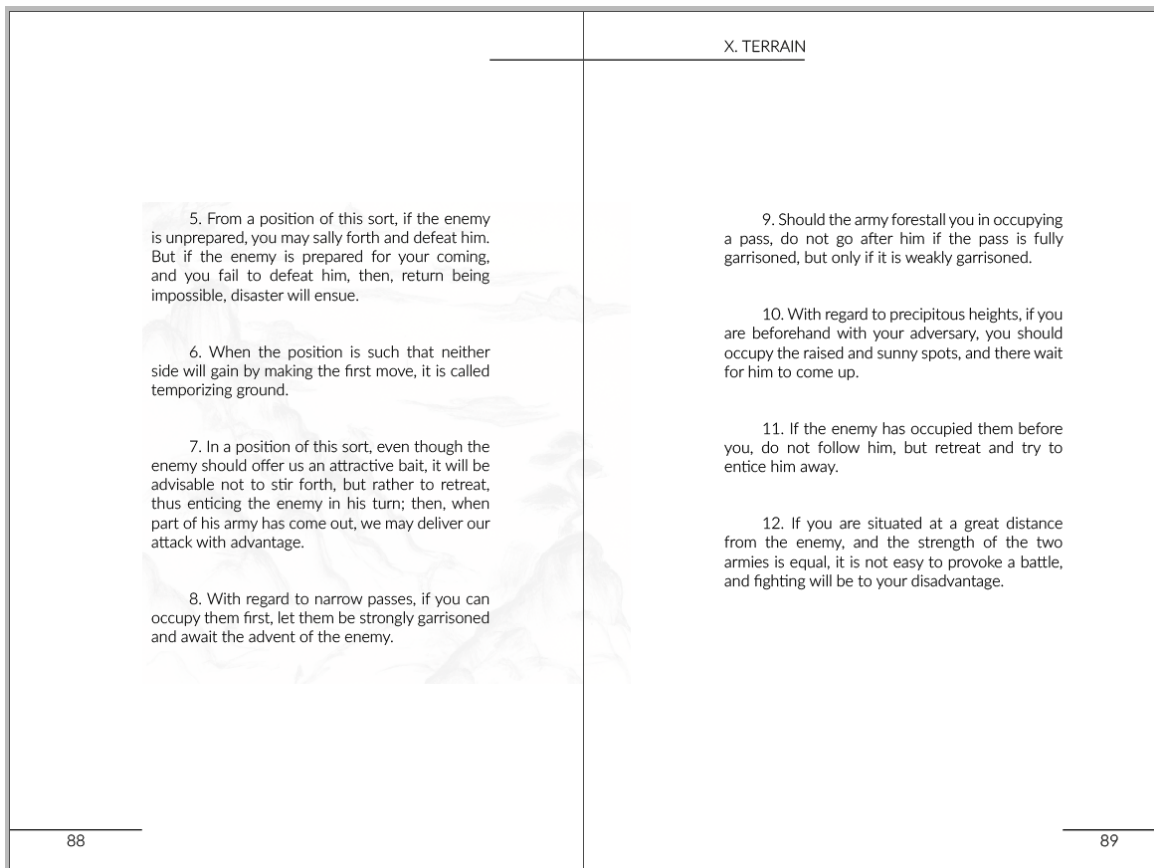


Figura 18: Pàgina interior de capítol.

Al principi del llibre m'agradaria parlar una mica del autor com introducció a la novel·la. He fet servir la eina de chatGPT per tal de generar el text que farà aquesta funció i acompanyarà la "il·lustració" del autor. El llibre complet esta en el Anex 3. Amb això ja tenim el contingut del llibre i ara falta el continent, la portada.

La portada comença, com sinó, amb Dall-e 2, inicio el procés de creació amb promps del títol del llibre i el estic que crec que podria encaixar amb el contingut.

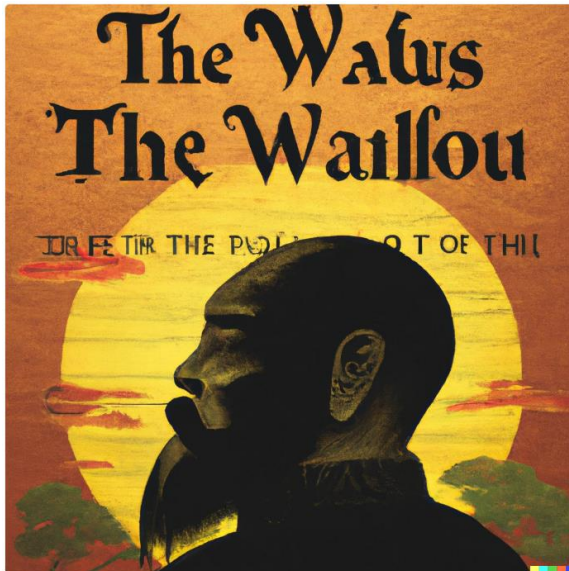


Figura 19: Resultat IA de la portada

Aquest es el resultat que m'agrada mes, ara amb la mateixa eina, ampliaré la imatge i aniré eliminant elements fins tenir una imatge de la mida que necessitem aproximadament. Sense text que l'inclourem nosaltres amb l'ajuda de la guia d'estil.

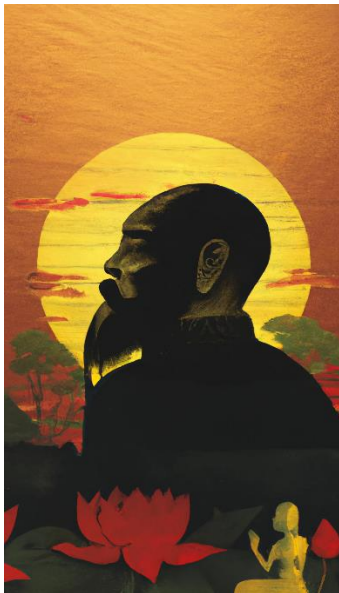


Figura 20: Resultat final del art de la portada

13. Publicació del llibre

Investigant com es pot vendre el llibre o simplement tenir una còpia escrita, he descobert el món de auto publicar-se a Amazon. La tenda més gran del món, i de més llibres. Aquesta pàgina compta amb un sistema molt fàcil per tal de poder publicar el llibre, tant com eBook o amb format físic.

Tot es fa amb una aplicació que tenen, Kindle Create, amb aquesta aplicació podem pujar el manuscrit, i les imatges, complementar i editar el que necessitem, i ens generarà un arxiu de llibre electrònic, el qual podem pujar a Amazon KDP, per tal de publicar-lo.

Per el que fa els llibres de format físic, la cosa es complica una mica, primer em de fer una portada seguin les seves normes, el format del nostre llibre i les pàgines d'aquest, Amazon ens proporciona una guia, amb aquesta guia i el que tenim creat, creem la portada. En la contraportada, generem text amb IA per tenir una petita descripció del llibre.

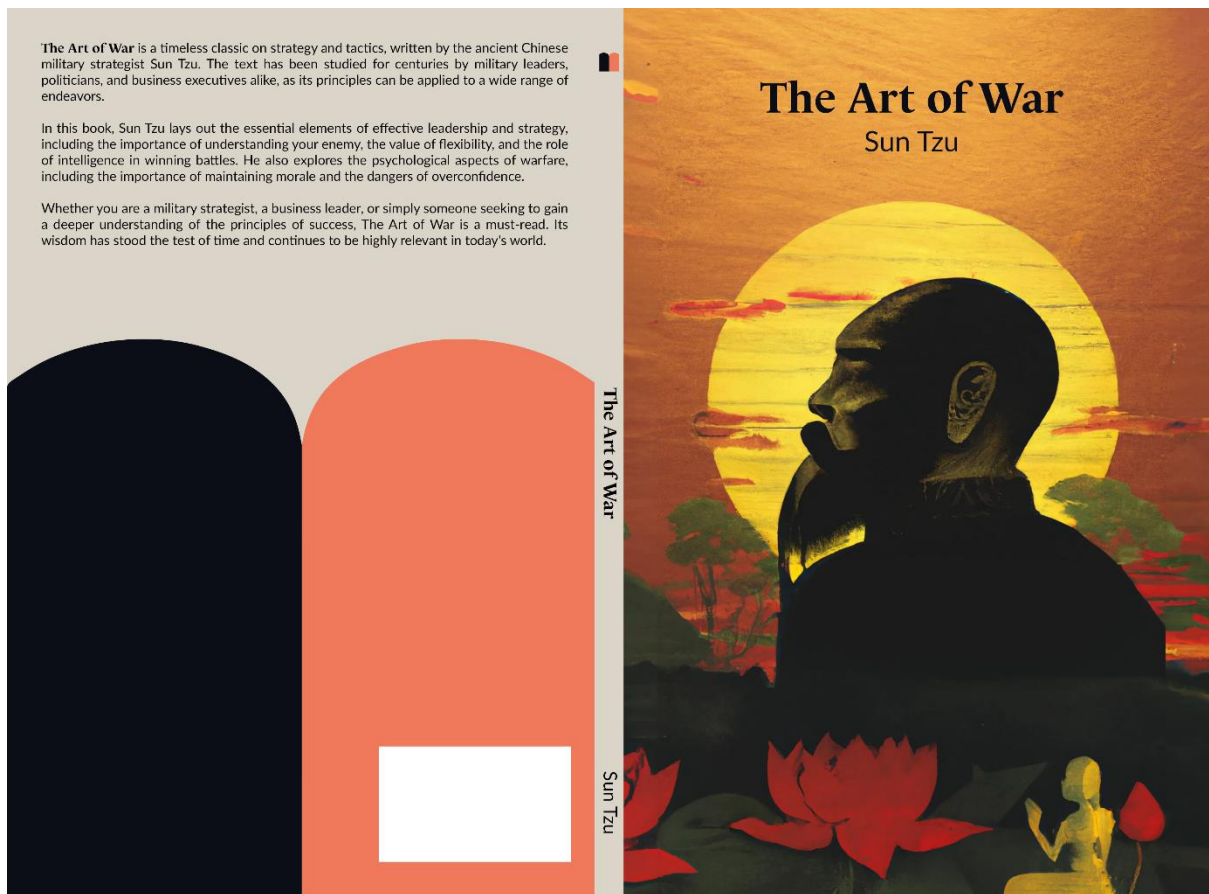


Figura 21: Portada per Amazon

Tenint això, passarem el llibre en format PDF per el programa d'Amazon, per tal de obtenir el llibre en format "amazon". El pujarem a Amazon, podem demanar una prova de impremta per tal de veure que tot es correcte. Això he fet. El llibre es correcte. Ja el podríem publicar amb Amazon juntament amb la versió eBook.

14. Portada RA

Al tenir el llibre a les mans he volgut portar lo un pas mes enllà. Amb la inspiració de un cartell musical, que si l'escanejaves tenia una experiència de realitat augmentada, he volgut aplicar el mateix concepte al llibre. Això es realitza mitjançant Instagram. Com els filtres facials que estem tan acostumats a veure.

Amb l'aplicació Meta Spark, podem seleccionar que volem fer un projecte de traquejar una imatge i generar contingut sobe ella. I sens obrirà un exemple on substituint els elements. Ja ho tindriem. Substituïm el element que traquejara el mòbil per la portada, i afegim el que volem que aparegui.

El element tridimensional que he ficat aquí es la imatge de portada, sense el personatge central, en capes per tal de generar la sensació de profunditat. Per tal de crear això, he tingut que crear un perfil de Instagram de Ooka. Al tenir el perfil i el efecte es merament pujar-ho des de la app mateixa i automàticament ja ho tenim.

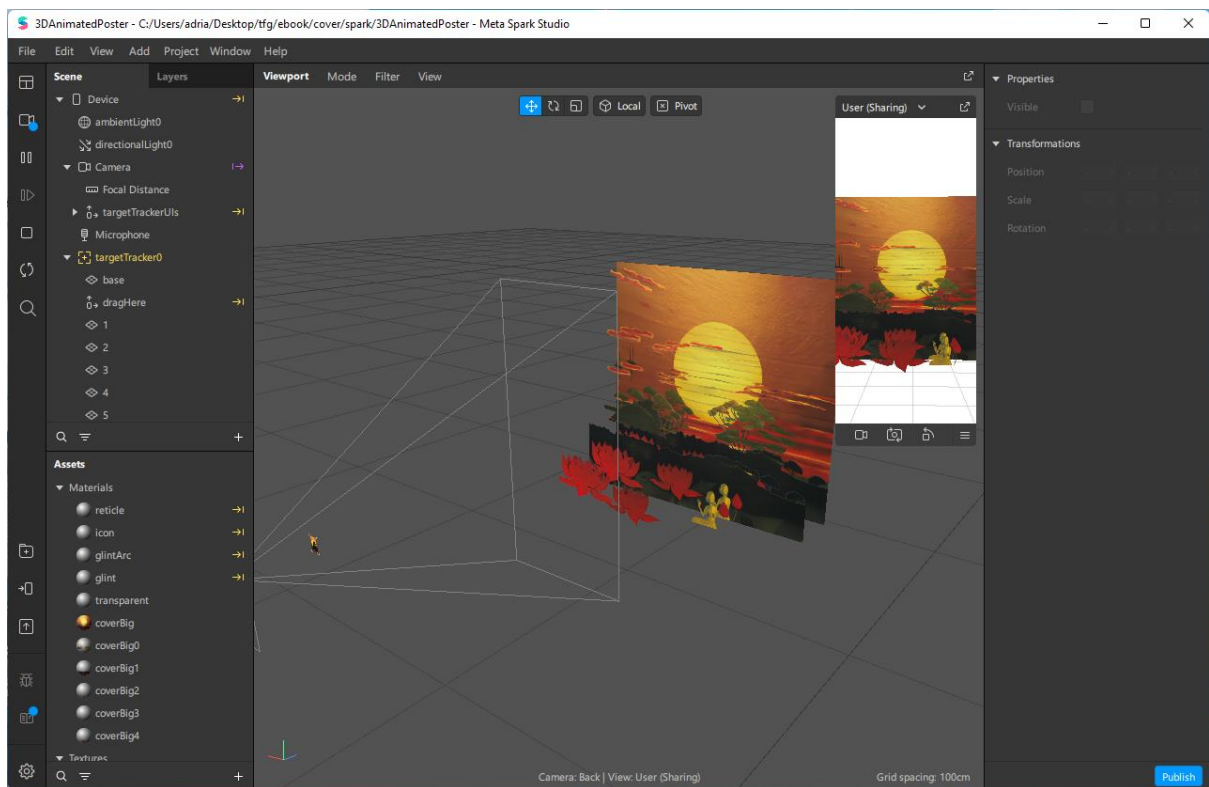


Figura 22: Portada AR a Meta Spark

15. Instagram

Tenint el compte de la Editorial creat, crec que pot ser un complement molt bo per aplicar coneixement i ajuntar tots els resultats en un mateix lloc. El primer que he fet ha sigut crear 3 posts basics amb la imatge de marca, que son continus i tenen la imatge de la icona de Ooka.



Figura 23: Primeres 3 publicacions de @Ookareads a Instagram

Ara he creat un seguit de 3 posts per mostrar 3 característiques del llibre, previ a aquestes publicacions he realitzat una sesio fotogràfica del llibre per tal de tenir material per aquets posts.

Post 1 El llibre

Utilitzant aquestes imatges, he realitzat un carrusel de imatge continuada. El post va acompanyat de un text també generat amb IA, inclosos els hashtags.



Figura 24: Primer post sobre el llibre de @Ookareads

Post 2 La portada de AR

Aquí he gravat un petit clip mostrand com es la portada estesa. Nomes penjar el vídeo en brut, crec que seria pobre, llavors he fet una petita animació del logo, per tal de tancar el vídeo. I tot això va acompanyat de una imatge de Anunci de que el llibre ja esta a la venta a Amazon i un QR de la pàgina. Aquest post també be acompanyat de la descripció creada per IA.

Post 3 El interior del llibre

Aprofitant l'animació i la sessió de imatges i vídeos que vaig fer, he fet un partit vídeo que es veu el interior del llibre, i això acompanya algunes il·lustracions del interior. Juntament amb la seva descripció realitzada amb IA, clarament.

16. Projecció a futur

El llibre que tenim publicat, allà esta, es una actiu de una empresa que podríem definir com existent. El que crec que Ooka podria arribar a ser es una Editorial on autopublicarse, on una persona pugui contractar-nos per tal de maquetar el seu llibre i ser publicada. Una empresa de maquetació podríem dir. No es una idea nova pero es un servei que es pot oferir.

Per altre banda es podrien crear llibres sense drets, però no es un material que em senti confident fent com a mecànica regular. Per la casuística que teníem en el TFG si, però portar ho mes enllà no es un producte que crec que m'artigui, apart que te molta competència.

28. Conclusió/-ns

He decidit crear petites conclusions per cada apartat del treball, ja que crec que hi ha molt a reflexionar sobretot al voltant de les IA.

IA com a eina

Està clar que el que ens aporta una IA es resultats. Tant gràfics com en text. Això m'encanta i crec que pot ser molt important en el procés de creació gràfica, ja que es poden crear peces senceres.

Però sobretot en el moment de prototipat. Agilitza molt el temps d'aquesta fase, juntament amb que ressol el problema de enfrontar-se amb un paper en blanc, tenint un concepte podem tenir uns visuals, per als quals estirar el procés de creació.

Sobretot en aquest camp, utilitzaré la eina constantment, de fet ja la he inclòs en el meu procés de creació i prototipat gràfic.

Artistes vs IA com a Ludisme del s.XXI

El Ludisme va ser un moviment obrer del segle XIX que es va oposar a la introducció de les màquines en la indústria tèxtil, argumentant que aquestes eren responsables de la pèrdua d'ocupació i la degradació de les condicions laborals dels treballadors. Actualment, amb l'arribada de la intel·ligència artificial (IA), s'està plantejant un debat similar sobre si aquesta tecnologia tindrà efectes negatius sobre els treballs que actualment són realitzats per persones.

Tot i que hi ha moltes aplicacions positives de la IA, com ara la millora de l'eficiència i la precisió en moltes tasques, també hi ha preocupacions sobre la pèrdua d'ocupació i la polarització social que pot causar. Així com el Ludisme va ser una resposta a les amenaces per a l'ocupació i les condicions laborals, les preocupacions actuals sobre la IA són similars i requereixen una resposta adequada per garantir que la tecnologia beneficiï a tothom, no només a una petita elit artística en aquest cas.

En resum, tant el Ludisme com les preocupacions actuals sobre la IA són reaccions a les amenaces per a l'ocupació i les condicions laborals causades per la introducció de noves tecnologies. Però mentre que el Ludisme va ser una resposta violenta i destructiva, les preocupacions actuals sobre la IA requereixen una resposta més racional i planificada per garantir que la tecnologia beneficiï a tothom. Però sens dubte estem en un moment de canvi, ja sigui en el art o en el món en general. I les IA estan per quedar-se crec.

No opino que les IA de creació de text generin un problema real fora del món de la formació, però el món de la formació sobretot elemental, no es podrà adaptar a això que ve a la velocitat que està pesant.

En el món de la expressió artística, el meu punt de vista es que la IA es una eina, que fa que molta gent pugui optar a expressar-se artísticament, que abans no podrien. Evidentment hi haurà casos de mala praxis i bona, però com amb totes les tècniques.

El mon editorial

He descobert un mon mes actiu i viu del que esperava, no modernitzat al 100% però sí en moment de canvi. Crec que els llibres han de buscar ser més del que són físicament. Poden aportar una experiència molt més completa. La petita mostra seria el que he fet amb la portada, però tinc una gran llista de idees que es podrien aplicar, com clubs de lectura creats per les editorials amb format podcast o streaming. O llistes de música de lectura, per capítols inclús. O experiències interactives en el propi llibre. Aquestes coses ja existeixen per separat, però no veig que el mon editorial estigui disposat a oferir un producte més gran del que és un llibre.

Ooka

Gràficament Ooka m'encanta, el seu procés de naixement, sobretot de naming fins al seu nivell final. No és un projecte que pugui agafar ara mateix. Però no li tancó la porta, crec que té unes bases sòlides que apart m'agraden molt.

El llibre

Poder tenir el llibre imprès a les meves mans, com a professional del mon digital, és una sensació estranya. Molt positiva. Crec que sense estar oblidant una mica el mont físic i estic segur que aquest llibre marcarà un punt de pivot en la meua vida professional.

Annex 1. Lliurables del projecte

Els lliurables del projecte son 2 grups podríem dir. El primer es el que el nostre estudi de disseny entregaria a la editorial com a guia de estil. Els 2 brandbooks juntament amb els logos en format PNG.

El segon es el que envolta el llibre, el llibre en si, la seva portada, les il·lustracions interiors, les imatges de xarxes, la portada extensa per el AR.

Annex 2. Glossari/Índex analític

IA / AI: Intel·ligència artificial

AR / RA: Realitat augmentada

Prompt: és una instrucció o conjunt d'instruccions que es proporciona a un model d'IA perquè realitzi una tasca específica. Per exemple, es podria proporcionar un prompt a un model de llenguatge perquè generi una resposta a una pregunta, o es podria proporcionar un prompt a un model de visió perquè identifiqui un objecte en una imatge.

Annex 3. Bibliografía

About Penguin Random House. (2022, 17 noviembre).

<https://www.penguin.co.uk/company/about-us>

Ameen, I. (2021, 14 septiembre). *Judo Strategy: How Can Startups Compete With Big Companies?* Healthcare Business Club.

<https://healthcarebusinessclub.com/articles/business-supplier/business-management/judo-strategy-for-startups-to-compete-with-big-companies/>

Create a Book. (s. f.). https://kdp.amazon.com/en_US/help/topic/G202172740

DeepMind. (2020, 13 marzo). *AlphaGo - The Movie | Full award-winning documentary.*

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=WXuK6gekU1Y>

Depredadores de los pingüinos » PINGUINOPEDIA. (s. f.).

<http://www.pinguinopedia.com/depredadores-pinguinos/>

Gatekeeper Press. (2022, 7 mayo). *Reprinting and Selling Public Domain Books: What to Know.* <https://gatekeeperpress.com/reprinting-and-selling-public-domain-books/>

Hci, 5. (2022, 27 febrero). *Artificial Intelligence for graphic design: how good are they in 2022?* Medium. <https://medium.muz.li/artificial-intelligence-for-graphic-design-how-good-are-they-in-2022-94ed80c80b13>

How the Penguin logo has evolved through the years. (2020, 17 septiembre).

<https://www.penguin.co.uk/articles/2020/09/penguin-books-logo-history-edward-young-allen-lane>

How to Publish a Book in 2023: 10 Steps to Success. (s. f.). Reedsy.

<https://blog.reedsy.com/how-to-publish-a-book/>

How to Publish a Book on Amazon in 6 Simple Steps. (s. f.). Reedsy.

<https://blog.reedsy.com/guide/kdp/how-to-publish-a-book-on-amazon/>

Judo Strategy: The Competitive Dynamics of Internet Time. (2014, 1 agosto). Harvard

Business Review. <https://hbr.org/1999/01/judo-strategy-the-competitive-dynamics-of-internet-time>

Linus Boman. (2022, 16 junio). *Will AI really make graphic designers obsolete?* YouTube.

https://www.youtube.com/watch?v=LMT-RO-_TbA

Max, T. (2022, 7 noviembre). *How To Self-Publish A Book On Amazon (Step By Step Guide)*.

Scribe Media. <https://scribemedia.com/amazon-self-publishing/>

The Studio. (2022, 25 mayo). *Can AI Replace Our Graphic Designer?* YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=MwAAH9tBoMg>

Wheeler, K. (2022, 5 octubre). *Brand Identity: How to Develop a Unique & Memorable*

Brand in 2022. <https://blog.hubspot.com/agency/develop-brand-identity>

Wikipedia contributors. (2021, 5 junio). *Luddisme*. Viquipèdia, l'enciclopèdia lliure.

<https://ca.wikipedia.org/wiki/Luddisme>

Williams, R. H. (2011, 11 febrero). *The Benefits of Counter-Branding*. Entrepreneur.

<https://www.entrepreneur.com/growing-a-business/entrepreneur-business-the-benefits-of-counter-branding/76476>

Annex 4. Vita

Qui soc jo? Soc un dissenyador gràfic de 30 anys que mica a mica ha anat estudiant Multimèdia a la UOC. Lluitant constantment amb les dificultats de comunicació que tinc. Sobretot en el món escrit. Com crec que es pot notar en la memòria que esteu llegint.

Personalment crec que soc una persona molt curiosa que li agrada crear i pensar fora la caixa, crec que això també es pot apreciar. Sobretot amb els productes creats. Sempre opino que la innovació es positiva. Quan una innovació no es positiva per la nostra societat no es innovar. Això ho aplico a tots els meus entorns, familiars, professionals o esportius, ja que es reparteixen la meua vida en 1/3 iguals.

Annex 5. BrandBook

@. OOKA

Brand Guidelines.

A new way
to read,
discover
and create

adriaabad.com

Adriaabad.com

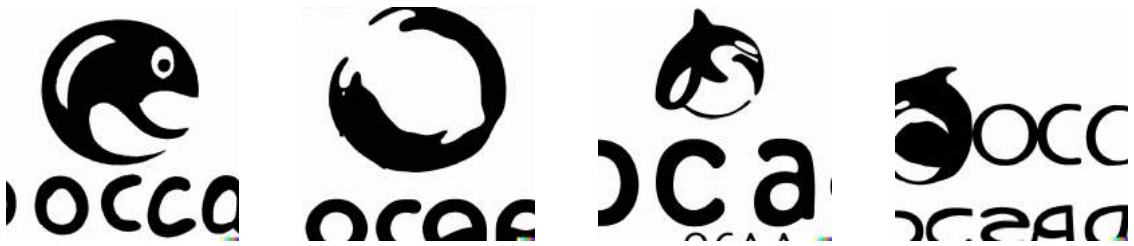
Dalt 12° Badalona
Espain 08911



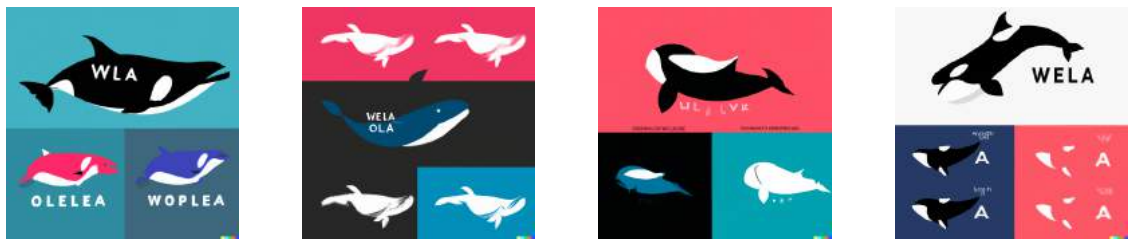
Ai Branding.

Branching.

"minimalist logo of and orca in black and white"



"2d logo of an orca, color palette penguin book"

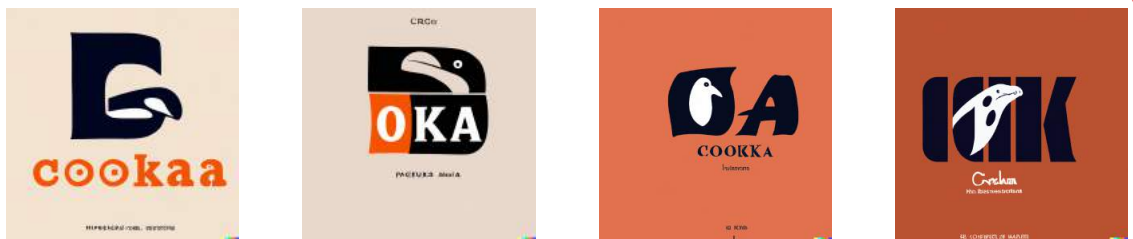
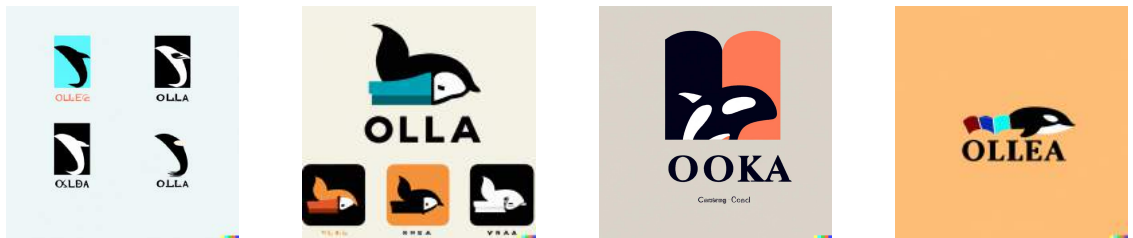


Ai Branding.

“minimalist logo of a book and a orca, with a lithe bit of orange”

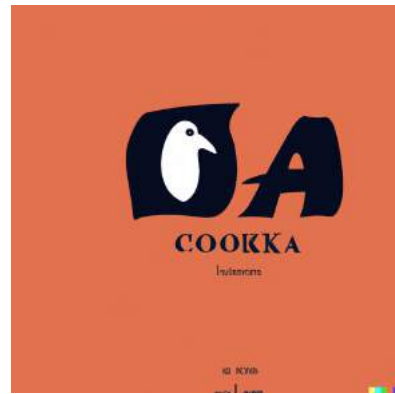


“logo of an orca, color palete penguin book, minimalist”



Ai Branding.

Options.



Ai Branding.

Chosen.



Branding. Typography.

Le Monde Livre Cla Std Bold

Primary Typeface

AaBbCc

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 (%;?/,;:.-_*")

Lato light

Secondary Typeface

AaBbCc

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

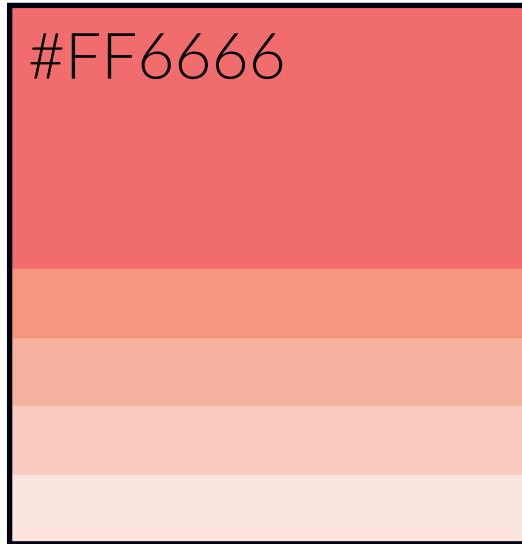
0123456789 (%;?/,;:.-_*")

Branding. Color.

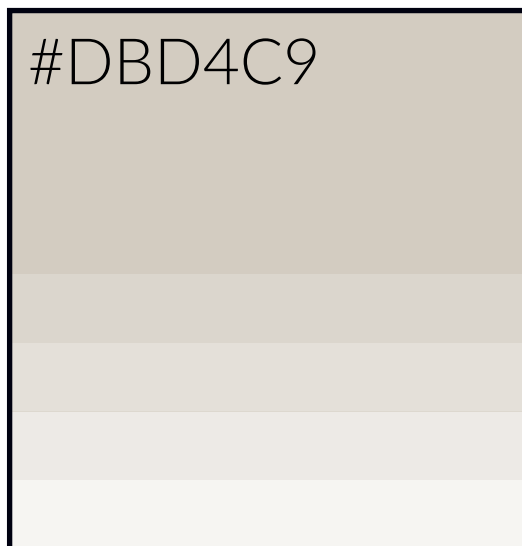
Primary Palette.



Primary Palette.



Primary Palette.



Branding. Logo.

Full Logo.

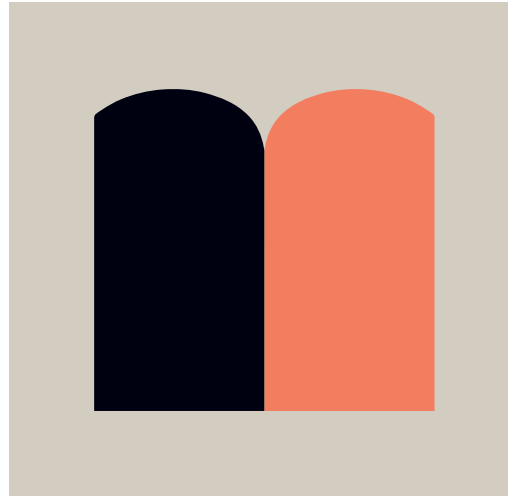


Branding. Logo.

Mid Size Logo.

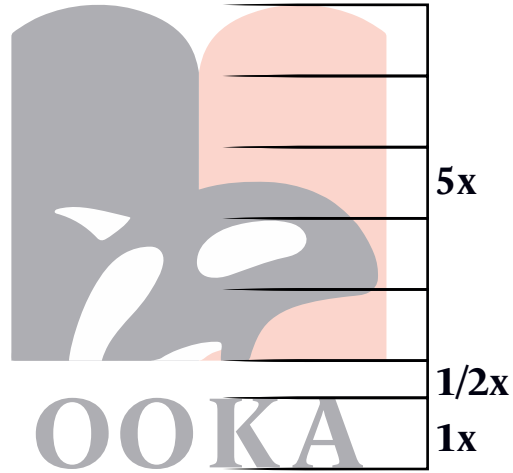


Icon.

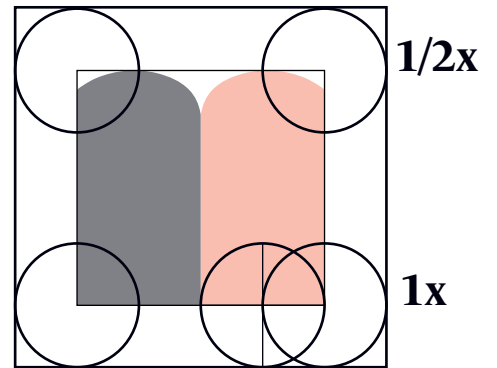
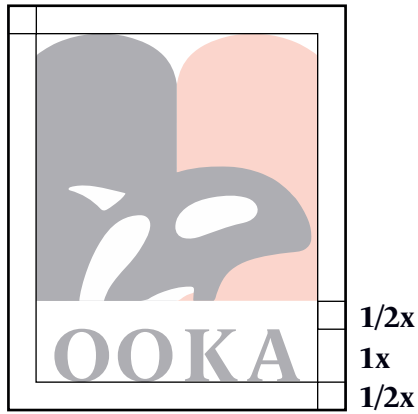


Branding. Logo.

Spacing.



Clearspace.



Sizing.



OOKA



Branding. Logo.

Incorrect Uses.

~~OOKA~~



~~OOKA~~
Reading made simple



~~OOKA~~

~~The Art of War~~
~~Sun Tzu~~

~~The Art of War~~
~~Sun Tzu~~

~~Lorem ipsum dolor sit amet, consecte-
tuer adipiscing elit, sed diam nonummy
nibh euismod tincidunt ut laoreet
dolore magna aliquam erat volutpat. Ut
wisi enim ad minim veniam, quis nos-
trud exerci tation ullamcorper~~

Branding. Logo.

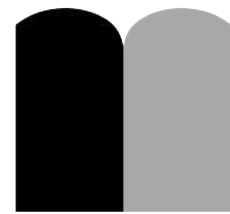
Boxed.



Without Box.



Boxed Gray Scale.



Use Cases.



