

**CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO
CEUTEC**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

PROYECTO DE GRADUACIÓN

**DISEÑO DE PORTAFOLIO WEB Y COMIC ILUSTRATIVO PARA LA
MARCA PERSONAL “VANHDER”**

SUSTENTADO POR

**FRANCIS GABRIELA JUARES NAVARRO
41411290**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE LICENCIATURA EN DISEÑO
GRÁFICO**

LA CEIBA

HONDURAS, C.A.

OCTUBRE, 2020

**CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO
CEUTEC**

LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

**RECTOR
MARLON ANTONIO BREVÉ REYES**

**SECRETARIO GENERAL
ROGER MARTÍNEZ MIRALDA**

**VICERRECTORA ACADÉMICA CEUTEC
DINA ELIZABETH VENTURA DÍAZ**

**DIRECTORA ACADÉMICA CEUTEC
IRIS GABRIELA GONZALES ORTEGA**

LA CEIBA

HONDURAS, C.A.

OCTUBRE, 2020

**DISEÑO DE PORTAFOLIO WEB Y COMIC ILUSTRATIVO PARA LA
MARCA PERSONAL “VANHDER”**

**TRABAJO PRESENTADO EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS**

EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

**ASESOR:
ELOISA MARÍA SERRANO RODRIGUEZ**

**TERNA EXAMINADORA:
NOMBRES COMPLETOS DE TODOS LOS MIEMBROS DE TERNA**

LA CEIBA

HONDURAS, C.A.

OCTUBRE, 2020

AGRADECIMIENTO

Gracias le doy primeramente a Dios, en que pudiera recibir una educación de calidad, a la universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC, por haber creado el centro Universitario Tecnológico CEUTEC en la ciudad de La Ceiba, donde pude tener la oportunidad de estudiar la carrera de Diseño Gráfico y poder desarrollar mis habilidades personales y profesionales en diferentes ámbitos, donde pude alimentar mi conocimiento, lugar donde recibí apoyo constante de compañeros que me ayudaron a conocerme mejor como persona con los cuales creamos lazos que perduraran por mucho tiempo, igualmente, le doy gracias a los catedráticos Lesvin Martínez, Melanie López, Heber García y Luis Espinoza, principales desarrolladores de mi formación profesional.

Seguidamente, agradezco de todo corazón a mi madre, con su apoyo incondicional, dio toda su confianza, esfuerzo y trabajo en que pudiera cumplir mi sueño, a mi padre por ser un impulso económico en mi formación y el de mi hermana, a quien ha estado presente toda mi vida como mi mejor amiga y quien espero ayudar y guiar en su camino profesional.

De igual manera agradezco a mis amigos, quienes, durante muchos años a pesar de las dificultades, la distancia y las diferencias siguieron a mi lado brindándome su apoyo y ayuda incondicional. Gracias.

Francis Gabriela Juarez Navarro

DEDICATORIA

Este logro se lo dedico a mis padres, quienes trabajaron duro para que pudiera lograra cumplir mis sueños, quienes me brindaron su apoyo y ayuda para alcanzarlos.

A mis compañeros y ahora amigos, quienes me mostraron trabajar en equipo no era solo recibir órdenes y donde no existía la intolerancia y cada opinión era recibida, me mostraron que reunirse como grupo no era totalmente para trabajar y podíamos divertirnos, reír y pasarla bien como un buen equipo, quienes ahora se han vuelto como miembros importantes en mi vida, donde pudimos crear un vínculo con el tiempo y que no importa donde estemos, la distancia no lo romperá.

De igual manera, a mis verdaderos amigos, aquellos que siempre creyeron en mí y nunca dudaron en brindarme su ayuda y apoyo, y estuvieron cuando más lo necesitaba.

Francis Gabriela Juarez Navarro

TABLA DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTO	8
DEDICATORIA	9
TABLA DE CONTENIDO	10
Índice de Figuras	13
Índice de Tablas	14
Índice de Ilustraciones	14
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO.....	17
1.1 RESUMEN EJECUTIVO	17
1.2 INTRODUCCIÓN	18
1.3 OBJETIVOS DEL PROYECTO	19
1.3.1 Objetivo general.....	19
1.3.2 Objetivos específicos.....	19
1.4 GENERALIDADES DE LA EMPRESA	20
Historia.....	20
Misión	21
Visión.....	21
Valores	21
1.5 ANTECEDENTES DEL TEMA	22

Origen de la temática del proyecto	22
1.5.1 Origen de la marca y logotipo:.....	22
1.5.2 Tipos de marcas:	22
1.5.3 Tipos de comics:	25
1.5.4 Técnicas de ilustración digital:	27
1.5.5 Tipografía:.....	31
1.5.6 Semiótica:	31
1.6 JUSTIFICACIÓN	32
1.7 DEFINICIÓN DEL PROYECTO	33
1.7.1 Problema	33
1.7.2 Público Meta.	34
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	35
2.1 RESEÑA HISTÓRICA	35
2.1.1 Definición y funcionalidad de la semiótica	35
2.1.2 Definición de los comics.....	36
2.1.3 Tipos de ilustraciones y comics	37
2.1.4 Ilustradores más famosos del comic	42
2.1.5 - ¿Imagen Corporativa o Identidad Corporativa? Cuáles son sus diferencias	
2.1.6 Porque es referente la marca personal en el diseño gráfico	49

2.1.7 Portafolio digital ¿Qué es?	49
2.1.8 Marca personal ¿Qué es?	50
2.1.9 Diseño de página web	51
2.1.10 Pagina web como portafolio digital de un diseñador	52
2.2 CONCEPTUALIZACIONES Y DEFINICIONES	58
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	59
3.1 EJECUCIONES Y METODOS	59
3.1.1 Metodología	59
3.1.2 Fase analítica	60
3.1.3 Fase creativa.....	63
3.1.4 Fase ejecutiva	72
3.1 CRONOGRAMA	75
CAPÍTULO IV. DESARROLLO DEL PROYECTO	76
4.1 PROBLEMA	76
4.2 NECESIDAD	76
4.3 ENCUESTA DE VERIFICACIÓN	77
4.3.1 Conclusiones de la encuesta.....	77
4.5 PRESUPUESTO DEL PROYECTO	83
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	84
5.1 CONCLUSIONES	84

BIBLIOGRAFÍA.....86

ANEXOS88

Índice de Figuras

<i>Figura1, Marca personal</i>	20
<i>Figura2. Elementos del significado según Peirce</i>	36
<i>Figura3. Fases de Bruce Archer</i>	59
<i>Figura4. Primer diseño.</i>	60
<i>Figura5. Rediseño 1.</i>	61
<i>Figura6. Rediseño 2.</i>	61
<i>Figura7. Rediseño 3.</i>	62
<i>Figura8. Rediseño final.</i>	64
<i>Figura9. Graficas 1.</i>	77
<i>Figura10. Graficas 2.</i>	77
<i>Figura11. Graficas 3.</i>	78
<i>Figura12. Graficas 4.</i>	79
<i>Figura13. Graficas 5.</i>	80
<i>Figura14. Graficas 6.</i>	80

<i>Figura15. Graficas 7.</i>	81
<i>Figura16. Graficas 8.</i>	82
<i>Figura17. Graficas 9.</i>	82

Índice de Tablas

Tabla 1, Conceptos y definiciones.	58
Tabla 2, Costos operacionales	83
Tabla 1, Costos honorarios	83

Índice de Ilustraciones

<i>Ilustración 1, Ilustración realista, paintable</i>	27
<i>Ilustración 2, ilustración vectorial, mott</i>	28
<i>Ilustración 3, ilustración estilo comic, Publimetro</i>	29
<i>Ilustración 4 ilustración pixelado, Pinterest</i>	30
<i>Ilustración 5 ilustración collage mixed media, Deviant</i>	31
<i>Ilustración 6, ilustraciones para editorial</i>	38
<i>Ilustración 7, ciencia ficción</i>	39

<i>Ilustración 9, Concept Art.</i>	40
<i>Ilustración 10, comics</i>	41
<i>Ilustración 11, Jim Lee.</i>	42
<i>Ilustración 12, Steve Dillon.</i>	43
<i>Ilustración 13, Brian Bolland.</i>	44
<i>Ilustración 14, Dave Gibbons.</i>	44
<i>Ilustración 15, Todd McFarlane.</i>	45
<i>Ilustración 16, Frank Miller</i>	46
<i>Ilustraciones 17, Jack Kirby..</i>	46
<i>Ilustración 18, Liz Grant</i>	47
<i>Ilustración 19, Nowhere Famous Agency / portafolio</i>	53
<i>ilustración 20, Paul Currah / portafolio</i>	53
<i>Ilustración 21, Alexa Falcone / portafolio</i>	56
<i>Ilustración 22, Portada IYD 1.</i>	57
<i>Ilustración 23, Portada IYD 2.</i>	63
<i>Ilustración 24. Tipografía CocoBiker.</i>	64
<i>Ilustración 25. Colores oficiales.</i>	65
<i>Ilustración 26. Editor Elementor en Wordpress.</i>	66

<i>Ilustración 27. Foglihten No 07.</i>	67
<i>Ilustración 28, Anime Ace 2.0.</i>	68
<i>Ilustración 29. Colores IYD.</i>	68
<i>Ilustración 30. Portada oficial.</i>	68
<i>Ilustración 31. Rediseño, Diosa del Amor.</i>	69
<i>Ilustración 32. Rediseño del primer panel del capítulo 1, temporada 1.</i>	70
<i>Ilustración 33. Rediseño del sexto panel del capítulo 1, temporada 1.</i>	71
<i>Ilustración 34. PaintTool SAI.</i>	71
<i>Ilustración 35. Portafolio web “Vanhder”</i>	73
<i>Ilustración 36. Portafolio web “Vanhder”</i>	73
<i>Ilustración 37. Portafolio web “Vanhder”</i>	74
<i>Ilustración 38. Cronograma</i>	78

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

1.1 RESUMEN EJECUTIVO

Se llevo a cabo el resumen para el diseño de portafolio web y comic ilustrativo para la marca personal “Vanhder” teniendo como uno de sus principales objetivos el diseñar el portafolio web que ayude a promocionar los artes gráficos, comics ilustrativos e ilustraciones.

Sus objetivos son indispensables en este proyecto, ya que representan lo que se quiere lograr para la marca “Vanhder” hacia sus futuros clientes y lectores.

Igualmente, se creo un manual de imagen para fortalecer la marca personal para la construcción y uso adecuado en aplicaciones webs para el portafolio, comics ilustrativos e ilustraciones.

Se realizo una investigación mediante encuestas sobre el comic ilustrativo hacia los viejos, quienes ya habían leído el comic antes de su rediseño y de igual manera para los futuros lectores.

1.2 INTRODUCCIÓN

El diseñador gráfico tiene la necesidad de poder publicitar sus trabajos mediante los medios digitales, utilizando el internet como medio masivo de comunicación. Es por esta misma razón que se ha decidido realizar como proyecto de graduación para la Licenciatura en Diseño Grafico.

Las páginas webs son un elemento importante para para promocionar una empresa, un negocio o una marca personal. Gracias a esta herramienta, se obtiene una gran ayuda para llegar a un público específico y que conozca el trabajo de un artista, diseñador, ilustrador y fotógrafo.

En este presente informe se dará a conocer la metodología de diseño a utilizar para desarrollar un portafolio web creativo que dé a conocer la marca personal “Vanhder” y promocióne los artes gráficos, ilustraciones y los proyectos comics ilustrativos que son desarrollados por el autor este informe de graduación.

1.3 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.3.1 Objetivo general

Diseñar una página web como portafolio digital para la marca personal “Vanhder” que promocióne los artes gráficos, comics ilustrativos e ilustraciones para atraer futuros clientes.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Diseñar una marca personal y portafolio creativo dentro de una página web para publicitar los artes gráficos de la marca “Vanhder”.
2. Desarrollar un comic ilustrativo con temática anime romántico aplicando su respectiva línea gráfica, semiótica y técnicas de ilustración en el mismo.
3. Crear un manual de marca que exponga la construcción, colores y tipografías aplicadas a la marca personal “Vanhder”.

1.4 GENERALIDADES DE LA EMPRESA

Historia

Hace años se tenía un sueño y una determinación con el dibujo, la ilustración, crear personajes, historias y mostrarlo al mundo. Con apoyo de padres y familia, se empezó con mini proyectos personales para poder ejecutarlos en el futuro. Con mucho esfuerzo y dedicación se logró comenzar a levantar esos proyectos, hubo grandes obstáculos en el camino, múltiples caídas y fallas, con ayuda de familiares, quienes brindaron el equipo necesario para mejorar las habilidades, se pudo comenzar un trabajo como freelancer y el comienzo de una marca personal “Vanhder”.

Se lucha cada día para que todos esos esfuerzos tengan frutos y que las ilustraciones, las historias y personajes sean aceptados.



Figura 1, Marca Personal final

Misión

Desarrollar un emprendimiento especializado en medios digitales páginas webs como portafolios para promocionar la página web, comics webs y artes gráficas.

Visión

Ser una microempresa líder para el año 2021 en el arte digital para medios digitales como comics webs, portafolios webs e ilustraciones digitales.

Valores

1. Confianza
2. Compromiso
3. Pasión
4. Responsabilidad
5. Determinación
6. Creatividad

1.5 ANTECEDENTES DEL TEMA

Origen de la temática del proyecto

1.5.1 Origen de la marca y logotipo:

Una marca es una representación de una empresa, sus propietarios y/o ideales de la misma. Es la primera comunicación que la empresa obtiene con el público en general, en base a ella se forjan lazos de confianza y expectativa, la primera impresión de una empresa a sus clientes es su marca, por lo que en ella se debe reflejar lo que se espera que los clientes perciban.

Una marca es la suma total de todos los aspectos funcionales y emocionales percibidos de un bien o servicio. (Easy Marketing, 2015)

1.5.2 Tipos de marcas:

Para conocer el tipo de marca que una empresa posee, debemos conocer el contexto en el que cada una de ellas se define. Para comenzar, conocemos que la marca es el signo (nombre, término, símbolo o diseño) que distingue a un producto de otro o a un servicio de otro. En contexto a esto, proponemos que su único funcionamiento es justamente esa, distinguir, diferenciar.

Las marcas se clasifican en:

Por el tipo de nombre:

1. Patronímicas: basado en nombre o apellido del dueño o fundador.
2. Toponímicas: hace referencia a la geografía.
3. Descriptivas: describe el producto o servicio.
4. Simbólicas: su nombre no posee relevancia alguna en cuanto a el producto o servicio que ofrece.
5. Por siglas o contracciones: unión de dos palabras o más.
6. Anagrama: palabra o frase que resulta de la transportación de letras de otra palabra o frase, poseen las mismas letras, con la misma cantidad de apariciones, en orden diferente.
(Midence, 2014)

Por su origen gráfico:

1. Logotipo: marca en la cual la palabra funciona como imagen.
2. Isologo: el texto y el ícono se encuentran fundidos en un solo elemento, sólo funcionan juntos.
3. Imagotipo: icónico-textual, interacción de logo e isotipo.
4. Isotipo: se refiere a la parte simbólica o icónica de las marcas.
(Midence, 2014)

Los tipos de marca son:

1. Nominativas: identifican a un producto o servicio a través de más de una letra, dígitos, números, palabras, frases o combinaciones de ellos y constituyen a un conjunto legible y/o pronunciable.
2. Figurativas: integradas únicamente por una figura o un signo visual “logotipo” que se caracteriza por su configuración o forma particularmente impronunciable.
3. Mixtas: es la combinación de uno o varios elementos denotativos o verbales y uno o varios elementos gráficos, de color o tridimensional.
4. Tridimensionales: consistentes en la forma de los productos, sus envases o sus empaques, al contar con volumen pueden ser percibidas por el sentido del tacto.
5. Sonoras: se caracterizan por estar integradas por un sonido o una melodía, con la cuál la gente asocia su producto y que es totalmente distinta con la que puede ser usada por un competidor.
6. Colectiva: son pretendidas por asociaciones, corporaciones o colectividades, para identificar productos, servicios que tienen distinta procedencia empresarial pero que poseen características comunes, como su origen geográfico, material, modo de fabricación y son utilizadas bajo el control del titular.
7. De certificación: es aquella que se identifica la calidad y otras características de un producto o servicio que han sido certificadas por aquella que identifica el titular de la marca.
8. Notoria: aquellas que, como consecuencia de su uso intensivo en el mercado y en la publicidad, se ha difundido ampliamente sin perder su fuerza distintiva.
9. Renombrada: aquella cuyo uso en el mercado ha sido intenso, no sólo es conocida por un sector de consumidores, sino que se ha difundido ampliamente a la totalidad de los habitantes en determinados territorios. En este caso deja de producir efectos la regla de la especialidad. Así, cuando las marcas o nombres comerciales sean conocidos por el público en general serán considerados renombrados. Son identificados por mucha gente que no está relacionada con dicho producto. (Midence, 2014)

1.5.3 Tipos de comics:

La historieta o cómic de aventuras: Constituye uno de los géneros de acción más populares de la Historieta. Dado que "la aventura en su sentido más puro siempre ha estado presente en la historieta, en todas sus facetas y en todos sus géneros"

1. La historieta o cómic bélico: Desde principios de los años 40, muchas series de acción se dejaron imbuir del espíritu de la segunda Guerra Mundial, de tal forma que nuevos superhéroes estadounidenses como Capitán América y La Mujer Maravilla, ambos de 1941, presentaban nombres o uniformes relacionados con sus símbolos nacionales, además de enfrentarse a los enemigos del país. También en Japón surgieron historietas bélicas como Norakuro (1931-41) de Suihou Tagawa. (Soledad Mediavilla, 2016)
2. La historieta cómica o cómic humorístico: Constituye uno de los géneros historietísticos más importantes, de tal forma que es posible encontrar referencias donde se la oponga a la historieta de aventuras o seria, como uno de los dos grandes bloques en que puede dividirse el medio. (Soledad Mediavilla, 2016)
3. La historieta o cómic costumbrista: Tradicionalmente, se ha mezclado con el género cómico (así en tiras de prensa como Peanuts o Mafalda y en los tebeos de la Escuela Bruguera), aunque esto ya no suceda en obras más contemporáneas, como pueden ser las de Will Eisner o Carlos Gimenez, más vinculadas a la biografía y dirigidas a un lector adulto. (Soledad Mediavilla, 2016)
2. La historieta o cómic fantástico: Los cómics fantásticos y sus héroes, y concretamente los héroes de bárbara apariencia de los cómics de fantasía heroica, luchan y triunfan siempre sobre el Mal. Por mucho que sea acechado, el héroe se resiste a morir, regresando siempre

a satisfacer las expectativas que pone en él el lector, su seguidor más fiel, y así da cumplida cuenta de las premisas del mito del eterno retorno... Las creaciones adscritas a este género de los cómics quedan definidas por unas coordenadas sencillas. Sus personajes son llanos y estereotipados, transitan por escenarios de simple cosmología, y sus relatos se hallan sujetos al mecanismo narrativo del serial; sus objetivos, en suma, consisten en brindar entretenimiento, meramente. (Soledad Mediavilla, 2016)

3. Un mecha: (Abreviación del japonés "Meka", por la palabra inglesa "mechanical") es un robot (humanoide, animal, medio de transporte, o armas móviles, etc; de proporciones variables y diseñado tanto para protección de una ciudad como para uso militar u otros usos). Los mechas son un subgénero en la rama de la ciencia ficción y tanto en el ámbito de la animación Japonesa (anime) como también en el ámbito de las historietas de Japón (manga) de donde provienen. (Soledad Mediavilla, 2016)

4. La historieta o cómic romántico o sentimental: El tema principal es la relación y el amor romántico que surge y se desarrolla entre dos seres humanos. Aunque pueden existir otras subtramas, estas deben girar en torno a los conflictos, desavenencias, aventuras y desventuras referentes al enamoramiento, la amistad y el amor. (Soledad Mediavilla, 2016)

5. Ciencia Ficción: Género especulativo de anticipación cuyas tramas suceden en futuros apocalípticos o viajes en el tiempo e intergalácticos, alienígenas y planetas desconocidos. Se destacan títulos como The Surrogates de Venditti y Weldele, V de Vendetta. (Soledad Mediavilla, 2016)

1.5.4 Técnicas de ilustración digital:

Sleblanc, (2020) En los últimos años, las técnicas de diseño han evolucionado en gran parte, pues la gran mayoría de diseñadores y artistas se han introducido poco a poco al mundo digital para realizar sus trabajos. Es por eso que se han desarrollado diferentes tipos de ilustración. Actualmente, existen 5 principales tipos de ilustración digital, las cuales se diferencian por su estilo o por la mezcla que aún tienen con el dibujo tradicional. Mostraremos cuáles son y qué características tienen cada una:

1. Las ilustraciones realistas, une la ilustración tradicional y digital

Es una técnica que mezcla lo tradicional y digital. Las ilustraciones realistas, tienden a ser una de las preferidas por los diseñadores, por el efecto que logra en los espectadores. Además, suele ser uno de los dibujos en el cual se necesita más tiempo, por el acabado en detalles. En esta técnica algunos comienzan el bosquejo a mano y terminan pasando su creación al programa digital. Para poder realizar estos proyectos, se utilizan las herramientas de programas como: Adobe Illustrator y Adobe Photoshop. (*sleblanc, 2020*)

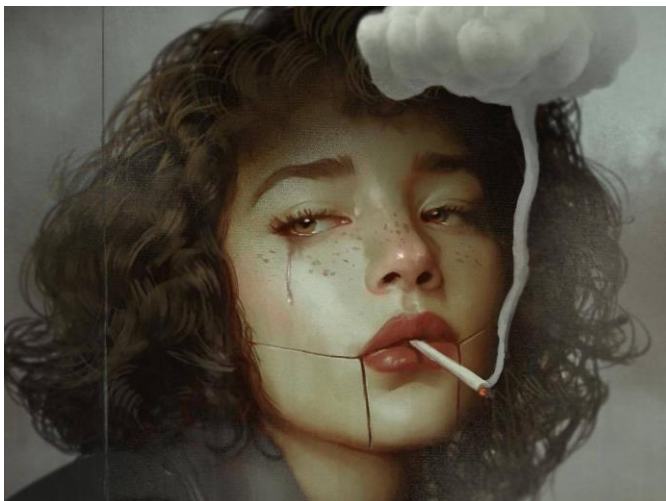


Ilustración 1 Ilustración realista, Aykut Aydogdu.

2. La ilustración digital vectorial, exclusivamente digital

Es el estilo más utilizado a la hora de diseñar flyers, banners, publicidades, caricaturas, logos, etc. En la ilustración digital vectorial, se crean dibujos mediante trazos y figuras. Además, es una de las técnicas más fáciles de aprender, y si están interesados en dominarla, pueden llevar cursos de diseño. Un punto a favor de este estilo, es que es exclusivamente realizado en programas digitales. Se puede vectorizar en Illustrator, aunque hay otros, que, en la actualidad, utilizan Corel Draw. (sleblanc, 2020)



Ilustración 2 Ilustración vectorial, Aarón Martínez.

3. La ilustración al estilo de un cómic, una mezcla de lo vectorial con lo tradicional

La ilustración al estilo de un cómic son las que vemos en las historietas de compañías como Marvel y DC, para realizarla, se necesita hacer un boceto, diseño, pintado, impresión, etc. Uno de los métodos más utilizados es el tinteo, lo que vendría a ser las rayas marcadas en los dibujos, creando la ilusión que éste se vea más real. Este tipo de dibujo digital une gran parte de las técnicas tradicionales y vectoriales. Así mismo se puede llegar a diseñarla solo digitalmente; aunque algunos prefieren dar sus últimos retoques a mano. Para poder hacer el cómic se utilizan herramientas de Adobe Photoshop y Adobe Illustrator. (sleblanc, 2020)



Ilustración 3 Ilustración estilo comic, publímetro.

4.La ilustración en Pixel Art, el más utilizado en los videojuegos

El estilo de la ilustración en pixel art es mayormente utilizando en los videojuegos y nos hace retroceder a los 90's y comienzos del 2000, época en que éstos tomaron mayor protagonismo. Básicamente, consiste en realizar dibujos formados por cuadrados uniformes, de tal modo que esté pixelado intencionalmente. También, se pueden diseñar algunas imágenes, dando una apariencia retro y vintage al finalizar el proyecto. Para realizar este tipo de diseño, Adobe Illustrator es nuestro mejor aliado. (sleblanc, 2020)

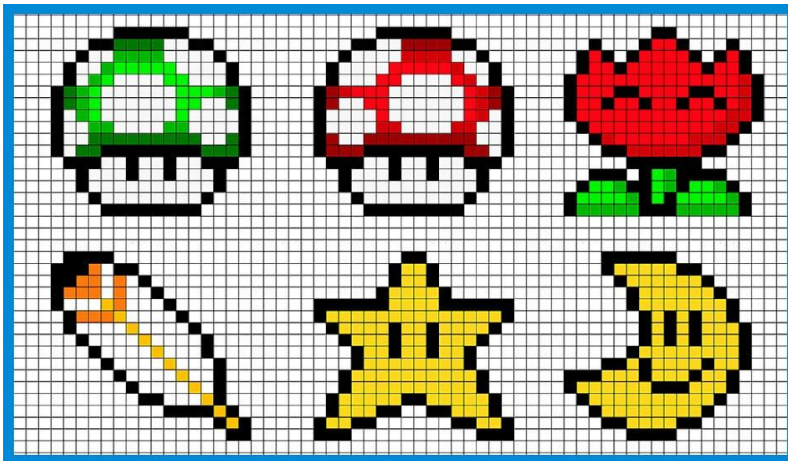


Ilustración 4 Ilustración pixelado, Pinterest.

5. La Ilustración collage mixed media, une las fotografías con los vectores

Gracias a las herramientas de Adobe, los diseñadores tienen el poder de dejar fluir su creatividad en la ilustración collage mixed media. Tanto Illustrator como Photoshop, agregan nuevas técnicas a la hora de diseñar. Es así que en cada actualización del programa salen nuevas opciones que se puede utilizar al momento de diseñar. Se centra básicamente en crear collage y llegar a mezclar varios estilos. Por lo cual se crea una gran variedad de proyectos. Incluyendo fotografías, vectores, y dibujos a la vez. Por lo general, tienden a ser proyectos abstractos, y se suele utilizar más para las revistas y publicidades de arte. (sleblanc, 2020)



Ilustración 5 Ilustración collage mixed media, deviant.

(sleblanc, 2020)

1.5.5 Tipografía:

Se le conoce como el arte o técnica de crear y componer letras o tipografía para comunicar un mensaje, es un poderoso transmisor de información e ideas. Entendemos que la tipografía es tan importante como el color, ya que con ella también podemos moderar la percepción y estimular ambientes a quienes tengan acceso a verla. Es capaz de persuadir y crear ideas presentándose en forma de palabras. En cuanto a la tipografía en marcas, es un factor importante para la comunicación lineal con el público, por lo tanto, dependiendo del tipo de marca a crear, esta puede ser un factor clave, si no, el más importante para que permanezca en la mente del consumidor. (Maria, 2014)

Las familias tipográficas son:

- Serif: Times New Roman, Bodoni, Georgia, Garamond, Baskerville, entre otras.
- Sans Serif: Helvetic, Verdana, Arial, Century Gothic, Calibri, entre otras.
- Slab Serif: Rockwell, Courier, Museo, Clarendon, Bevan, entre otras.
- Script: Lobster, Zaphire, Pacifico, Lucida, Brush Script, entre otras.
- Modern: Eurostyle, Matchbook, Politica, entre otras.

(Maria, 2014)

1.5.6 Semiótica:

Como semiótica se conoce la disciplina encargada del estudio del signo, es decir, aquello que se emplea para representar una idea o un objeto diferente de sí mismo. La palabra, como tal, proviene del griego σημειωτική (semeiotiké). Las primeras nociones de la semiótica las encontramos en el Curso de lingüística general, de Ferdinand de Saussure, en el cual este había concebido la posibilidad de una ciencia que se encargara de estudiar los signos en el seno de la vida social.

Como tal, la semiótica aborda la interpretación y producción de sentido que se genera a partir del signo, aunque no trata del significado, que es campo de la semántica; ni de las denominaciones, incluidas las verbales, que forman parte del ámbito de la lexicología, la lexicografía y la onomástica; así como tampoco se encarga de las no verbales, que son objeto de atención de la simbología, la iconografía y la iconología.

En este sentido, lo que la semiótica estudia y analiza son todos los fenómenos, objetos y sistemas de significación que concurren en los lenguajes y los discursos para producir sentido. Así, toda producción e interpretación supone una práctica significativa, que ocurre a través de los signos y se concreta en los textos.

Asimismo, como semiótico o semiótica puede designarse aquello que pertenece o relativo a la disciplina de la semiótica: “Él hablaba desde un enfoque semiótico”.

1.6 JUSTIFICACIÓN

Se plantea el desarrollo de un diseño creativo e interactivo para el lanzamiento de un proyecto personal propio, web comic, iniciado y creado desde el 2016 para su publicación en el mismo año, de igual manera, dicho proyecto fue suspendido y removido de las paginas donde fue publicado para realizar un rediseño.

En el 2017 se llegó a la conclusión y se tomó la decisión de rehacer el comic desde el comienzo, utilizando la historia ya escrita como base e ir redactándola, cambiando, mejorando y agregando nuevas historias a la novela gráfica de categoría romántica, misterios y fantasía con un toque de comedia. La novela trata de diversas temporadas con historias únicas en cada una, teniendo como un enfoque principal hacia las decisiones tomadas por los personajes, historias llenas de sentimientos, emociones y experiencias sobre el amor hacia los que te rodean y principalmente a uno mismo.

Se utilizará la página web como base de su lanzamiento nuevamente previsto para este año 2020, utilizado como portafolio digital para diseños e ilustraciones de la marca personal “Vanhder” y obtener futuros clientes.

En cuanto al conocimiento previo para llevar a cabo este proyecto, se mencionan las clases con las cuales se formó una base y estrategia para el planteamiento y desarrollo de dicho proyecto.

1. **Semiótica:** Aquella ciencia que estudia los sistemas de signos en general como un modo de comunicación entre el intérprete, signo y objeto.
2. **Técnicas de expresión e Ilustración:** Que enseña aquellas diversas técnicas para llegar a expresarse mediante ilustraciones con elementos montados ya sea con fotografías, rotuladores, colores o digital. De igual manera ayuda a encontrar el estilo propio para representar y expresar.
3. **Imagen corporativa:** Conjunto coordinado de signos visuales por medio de los cuales el público reconoce instantáneamente y memoriza una entidad. El diseñador gráfico tiene como objetivo proyectar a través de símbolos o palabras un mensaje funcional y estético. El trabajo que conlleva la creación de una nueva identidad de marca contempla una parte previa al diseño muy importante. (nubeser, 2017)

1.7 DEFINICIÓN DEL PROYECTO

1.7.1 Problema

La marca personal “Vanhder” cuenta con las capacidades graficas e ilustrativas del autor, pero tiene la carencia de publicitar en medios digitales sus trabajos de diseño grafico. A

partir de esta problemática, se pretende exponer sus trabajos tanto de diseño como la creación de comics ilustrativos dentro de un portafolio web para atraer futuros clientes.

Con ayuda de la página web, se tendrá una forma creativa e interactiva para que tanto los lectores antiguos de los comics y los nuevos lectores tengan una nueva primera impresión del rediseño con una nueva historia con la que se puedan identificar.

1.7.2 Público Meta.

Como objetivo en público meta es hacer llegar mis ilustraciones a nivel mundial, en ambos idiomas; Español e Inglés, con ayuda de las redes sociales, utilizado por el gran porcentaje de consumidores se puede obtener un gran alcance si se promociona correctamente el sitio web, de igual manera, la publicación principal del comic será en páginas especializadas en web comics y libros digitales; Webtoons y Tapas, donde se puede llegar a muchos más consumidores y ganancias por publicación de capítulos.

Aspectos demográficos: De igual modo la mayoría de lectores en los comics son públicos jóvenes y adultos de entre 14 a 30 años aproximadamente, dirigido a un público tanto nacional e internacional para un mayor alcance y variedad.

Aspectos psicográficos: Con intereses de un estilo de vida entre lo fantasioso y lo real. En su mayoría los comics van enfocados hacia personas con intereses amorosos, gustos por aquellas historias al estilo cuentos de hadas, con criaturas mitológicas y donde el amor juegue un papel importante, igualmente, se buscan lectores que apoyen el amor en general, LGBT, y evitar aquellos que discriminan, manden mensajes negativos y produzcan problemas en el futuro, claro está, tampoco se puede evitar.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 RESEÑA HISTÓRICA

2.1.1 Definición y funcionalidad de la semiótica

La semiótica también es conocida como Teoría de Signos y plantea el funcionamiento del pensamiento del ser humano estudiando todo el proceso cognitivo. En otras palabras, la semiótica establece y trata de dar respuesta a la interrogante de cómo el ser humano conoce el mundo que lo rodea, cómo lo interpreta, cómo genera conocimiento y cómo lo transmite.

(Semiótica JORGE PABLO CORREA GONZALEZ | Campo Elias Caselles Algarin - Acadeia.edu, s. f.)

El signo es una unidad dual de significado y significante, que ha determinado muchas de las definiciones posteriores de la semiótica. La relación entre significante y significado se establece sobre la lengua; es decir, un sistema de signos y reglas para utilizar dichos signos cuya característica principal recae en su fonetismo y su capacidad de ser ligada a signos gráficos que finalmente representan la sonoridad de los signos de la lengua.

(Semiótica JORGE PABLO CORREA GONZALEZ | Campo Elias Caselles Algarin - Acadeia.edu, s. f.)

En otras palabras, la lengua tiene como principal objetivo comunicar información o ideas, y para ello, se basa en sonidos pronunciados y reconocidos por ciertos grupos sociales. Dichos sonidos pueden escribirse, es decir, pueden tener una dimensión gráfica, pero finalmente nos darán a conocer un grupo de sonidos que a su vez remiten a un significado específico.

(Semiótica JORGE PABLO CORREA GONZALEZ / Campo Elias Caselles Algarin -
Acadeia.edu, s. f.)

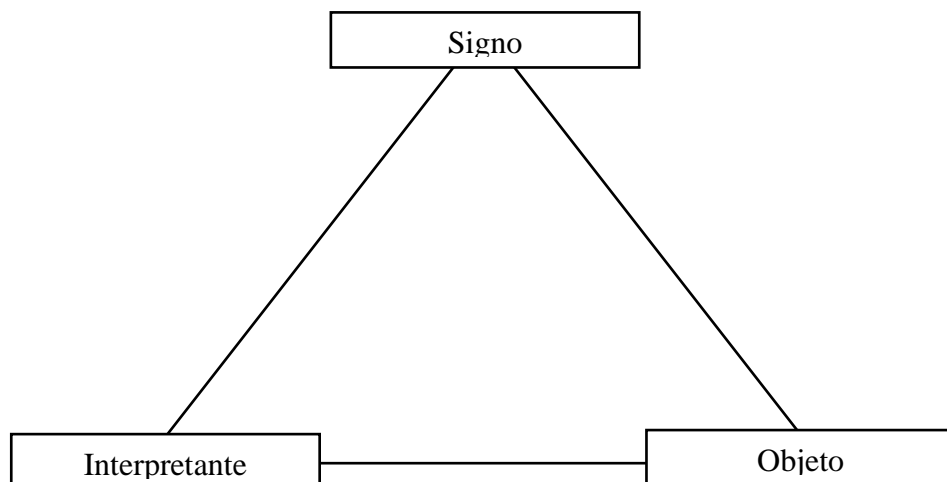


Figura2. Elementos del significado según Peirce.

Para Jorge Correa, la semiótica ayuda al ser humano a dar respuestas sobre el mundo que lo rodea, como interpretarlo, transmitirlo y no genere conocimiento. Igualmente, él nos explica como el signo siendo un significado y significante, es parte del ciclo para entender la semiótica entre el intérprete y el objeto para dar a comunicar algo.

2.1.2 Definición de los comics

Los comics son historias ilustradas por medio de paneles o cuadros con imágenes que en conjunto forman una historia, pueden mostrar tanto un escenario, un objeto o un personaje donde en su mayoría lo acompañan onomatopeyas y burbujas de dialogo.

Es un medio visual de narración verbo-icónica que comunica historias de uno o varios personajes. Se trata de una “narración secuencial mediante imágenes fijas” (Castillo, 2004: 248).

Es decir, mediante una sucesión de imágenes (compuestas por caricaturas dibujadas) que se complementan con textos. Es un producto cultural que busca persuadir a grandes públicos y posee sus códigos propios. El cómic o historieta (nombre que se le da en México) es un producto sociolingüístico. La historieta es un sistema semiótico, que tiene una denotación (habla e imagen) y una connotación. La función ideológica de este medio ha sido poco analizada, pero el trabajo hasta ahora nos permite afirmar que el cómic es un aparato ideológico. (*El cómic – perfume de gardenias*, s. f.)

2.1.3 Tipos de ilustraciones y comics

Ilustración editorial:

Este tipo de **ilustración** es la que se usa especialmente para revistas y periódicos, esta puede usarse en los medios digitales e impresos, el uso de este tipo de ilustración puede ser usado desde el punto de vista conceptual y decorativo. Los temas que abarcan son variados, tales como, economía, política, salud, tecnología otros. (*Tipo de Ilustraciones*, 2019)



Ilustración 6, Ilustraciones para editorial.

Para ilustraciones editoriales se pueden llegar a diseñar en diversos programas como Ilustrador o InDesing, que es especializado en diseño y edición para editoriales. Igualmente, este estilo de diseño es utilizado al momento de impresión de comics digitales al momento de impresiones en físico, pudiendo elegir entre varios acabados el papel offset es el más adecuado. Por el contrario, si lo que buscas es un acabado suave puedes elegir el papel couché mate o brillo.

Ilustración de ciencia ficción:

Este tipo de género suele ser escogido para un público en particular, el campo laborar de los **ilustradores** suelen ser variados, desde revistas hasta la industria del entretenimiento.

Dentro de este grupo uno de mis ilustradores y artistas favoritos esta Hans Rudolf Giger, que trabaja con imágenes un poco grotescas salidas de imágenes inverosímiles, e imaginarias, sus ilustraciones han sido parte de películas como Aliens *el octavo pasajero*, o Alíen película de ciencia ficción y terror dirigida por el cineasta británico Ridley Scott. (*Tipo de Ilustraciones*, 2019)



Ilustración 7, ciencia ficción.

Ilustración para portadas:

Es la cara visible ya sea de una revista, libro, incluso un comic. Puede ser un elemento grafico como una ilustración tradicional y digital o fotografía, consiste en aquel elemento que define el contenido del cuerpo, contiene el titulo de la historia o información del contenido a tratar, nombre del autor, editorial.



Ilustración 8, portadas de comics por Vanhder.

Ilustración para Concept Art o Arte Conceptual:

la imagen que anticipa el aspecto del producto final y el concept artist se encargaría de que la idea clave o concepto queden plasmados visualmente. El propósito del concept artist es explorar ideas rápidamente y comunicarlas de la forma más ágil y efectiva posible. El papel del ilustrador es crear obras pulidas y acabadas. Sin embargo, dentro de los aspectos que engloba la Ilustración, la creación de Concepts es uno de ellos y, además, se trata de una herramienta imprescindible que está experimentando una reconocida demanda laboral.

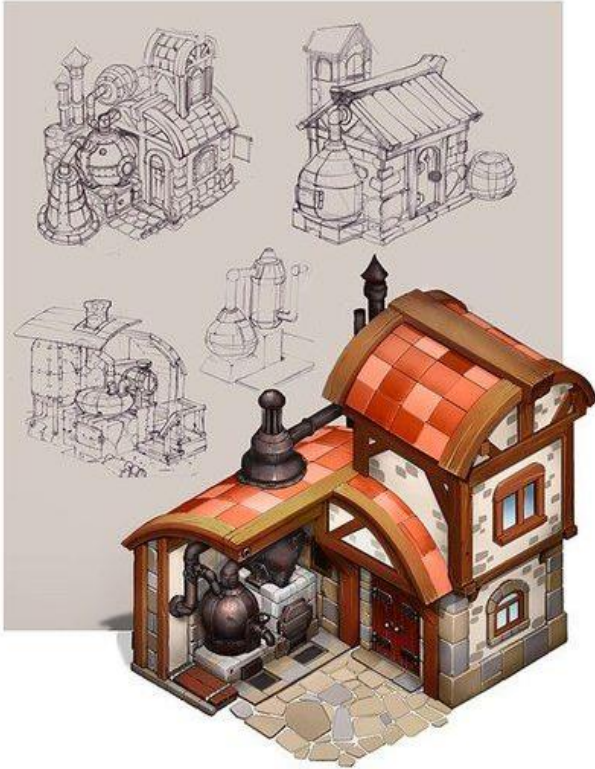


Ilustración 9, Concept Art.

Algo que se tiene que agregar es que arte conceptual no es lo mismo que ilustración, ya que en si la ilustración son aquellos trabajos pulidos y acabados mas que el arte conceptual son ideas, bocetos sobre personajes, un escenario que ayuda al diseño del mismo, también es utilizado al momento de realizar comics aparte de videojuegos y series para animación.

Cómics:

Esta es una **ilustración** que tiene tres **tipos de ilustradores**, los que dibujan las viñetas con línea, los que entintan el dibujo y los que lo colorean la ilustración, también hay otros que se encargan de realizar todo.

El comic es el tipo de dibujo para historietas norteamericanas y europeas principalmente. Una variante del comic o un primo de los comics vendría a ser en manga que es el comic japonés

asimismo se pueden encontrar otras variantes como en manhua, el manwhua y entre otros de origen chino, coreano, entre otros; a su vez estos tienen géneros como el mecha, shonen, shojo según el tipo de historia y el público al cual va dirigido. (*Tipo de Ilustraciones*, 2019)

Los comics se caracterizan por presentarse en dos formatos en video a través de series animadas o en historietas, cuadernos ilustrados donde se cuenta la historia dentro de unas viñetas. La habilidad de representar la acción, el movimiento, la emoción en una hoja de papel y los diferentes planos de acción es una de sus mayores características y que lo diferencian en general de los libros de cuentos infantiles que normalmente muestran una escena a la vez.

(*Tipo de Ilustraciones*, 2019)



Ilustración 10, comics

2.1.4 Ilustradores más famosos del comic

Jim Lee

Principalmente conocido por su trabajo con *Batman* y *Superman*, el estilo de **Jim Lee** ayudó con creces a formar lo que hoy en día es el *look* básico de las grandes casas de cómics como **Marvel** y **DC**. (*Ilustradores de la historia de los cómics*, s. f.)



Ilustración 11, Jim Lee.

Steve Dillon

Nacido en Inglaterra, Dillon comienza su carrera trabajando para la filial británica de Marvel, donde aporta su arte para series como **Hulk**, o **Nick Fury**. Sin embargo, su obra maestra está en **The Preacher**, su colaboración con el legendario **Garth Ennis**. El arte de Dillon para esta historia llena de violencia y misticismo es de lo más interesante que puedes leer, en caso de que no lo hayas hecho aún. (*Ilustradores de la historia de los cómics*, s. f.)

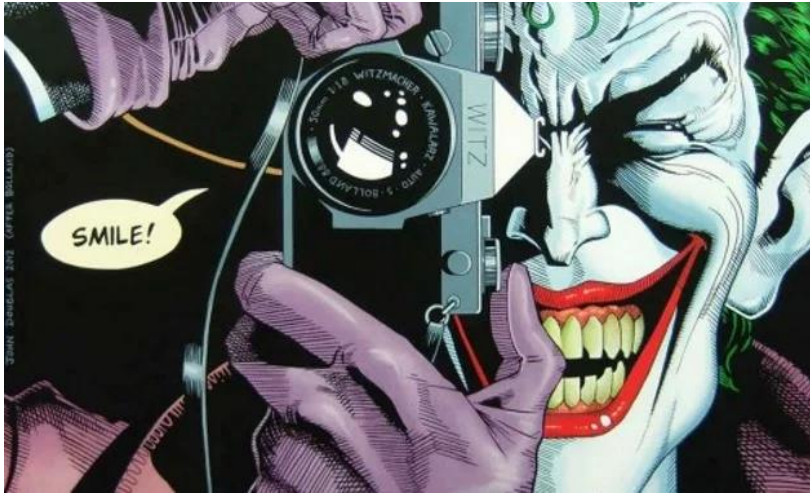


Ilustración 12, Steve Dillon.

Brian Bolland

Parte de los responsables de la invasión británica en cuanto al estilo de ilustración, Bolland comienza trabajando en diseños para *2000AD*, y la legendaria *Judge Dredd*. Sin embargo, su verdadero momento de brillar llega cuando se le da la oportunidad de trabajar junto a **Alan Moore** en la imprescindible historia de *Batman, The Killing Joke*. Su diseño del **Joker** se volvería una influencia fundamental en el desarrollo del personaje. (*Ilustradores de la historia de los cómics*, s. f.)



Ilustración 13, Brian Bolland.

Dave Gibbons

Otro británico que tiene el honor de trabajar junto a Alan Moore, Gibbons es el responsable del look de **Watchmen**, una de las novelas gráficas más importantes de la historia de los cómics, y de la literatura en general. (*Ilustradores de la historia de los cómics*, s. f.)



Ilustración 14, Dave Gibbons.

Todd McFarlane

Aunque abandona hasta cierto punto su carrera como ilustrador para entregarse a los negocios, el canadiense **Todd McFarlane** es uno de los más interesantes en esta lista. Alcanzó la fama mundial durante su trabajo en **Spider-Man**, donde se encarga de ilustrar las primeras apariciones de **Venom**, uno de los enemigos más importantes de la franquicia. Luego, con su serie original **Spawn**, refina su estilo artístico convirtiéndolo en algo reconocible al instante. (*Ilustradores de la historia de los cómics*, s. f.)



Ilustración 15, Todd McFarlane.

Frank Miller

Uno de los nombres más reconocidos en la industria, **Frank Miller**, no solo es un escritor de primera, sino que además su estilo de ilustración ha sido influencia para varias generaciones de artistas. Su arte es casi cinematográfico, y el impactante uso del color en series como *Sin City* o *300* se ha vuelto su firma. Además, no podemos dejar de decir que su paso por *Batman* nos obsequió algunas de las historias más memorables y referenciadas del murciélago. (*Ilustradores de la historia de los cómics*, s. f.)



Ilustración 16, Frank Miller.

Jack Kirby

El rey indiscutible de la industria, Kirby fue el responsable detrás de algunos de los personajes más importantes, populares, y conocidos del mundo de los cómics. Creador del *Captain America*, luego se juntó con **Stan Lee** para traernos grandes series como *Avengers*, *X-Men* y *Fantastic Four*. Durante décadas, Kirby llevó la industria del cómic sobre sus hombros, profundizando en el lenguaje y la narrativa casi cinematográfica que hoy en día rige al mundo de las historietas. (*Ilustradores de la historia de los cómics*, s. f.)



Ilustraciones 17, Jack Kirby.

2.1.5 - ¿Imagen Corporativa o Identidad Corporativa? Cuáles son sus diferencias

Cuando una empresa comienza a considerar diferentes formas de representar sus servicios, productos o a sí mismos, se encuentra con términos que, aunque parecen similares, no significan lo mismo. La imagen corporativa y la identidad corporativa son dos conceptos que han

creado mucha confusión tanto en las empresas interesadas, como en los profesionales del sector del marketing. (*Imagen corporativa e identidad corporativa*, s. f.)

La identidad corporativa (también conocida como identidad visual) es la manifestación material y visual de la personalidad de una marca o empresa. Debe transmitir la filosofía y valores de la compañía a través de elementos visuales como el logotipo o los colores corporativos.

Es importante identificar correctamente la personalidad de marca para poder transmitirla con claridad. Según los valores que queramos transmitir, escogeremos los elementos para nuestra identidad visual en base a estos. Por ejemplo, si queremos transmitir al público que somos una empresa ecológica, tonos verdes combinados con marrones transmitirán la sensación de ser una empresa comprometida con el medio ambiente.

Todos esos elementos deben ir detallados en un documento específico, conocido como manual de identidad corporativa. Este manual ayudará a crear o mejorar la imagen corporativa. Este concepto se mantendrá invariable hasta que la empresa decida cambiarlo.

La imagen corporativa o imagen de marca es la percepción que tiene el público objetivo sobre la personalidad de la entidad. Este conjunto de impresiones, ideas y sensaciones son los que influirán en la reputación de la empresa. Aunque no tenga un control directo sobre lo que su público opine sobre ellos, la entidad puede transmitir sus valores empresariales mediante diversas estrategias de comunicación: campañas corporativas, marketing de contenidos, etc.

Si la imagen de marca que tiene el público es poco favorable, repercutirá en la confianza que tenga sobre la empresa, y las ventas pueden verse afectadas. Por eso, es muy importante

establecer una estrategia de comunicación que ayude a transmitir de manera correcta los valores de la empresa.

Hay diversos factores que influirán en la estrategia de comunicación. Un incorrecto posicionamiento del producto afectará negativamente, ya que el público puede pensar que la empresa es incongruente con el producto que oferta. Por ejemplo, si la entidad ofrece servicios de lujo, se percibiría como algo contradictorio que usase una canción humorística en una campaña publicitaria.

Como hemos visto, la **identidad y la imagen corporativa** hacen referencia a términos diferentes, pero que deben tenerse en cuenta en un mismo conjunto. Crear una adecuada imagen corporativa aumentará el valor de la empresa, convirtiendo la reputación en su mejor campaña de comunicación. (*Imagen corporativa e identidad corporativa*, s. f.)

2.1.6 Porque es referente la marca personal en el diseño gráfico

No todas las marcas personales tienen los mismos objetivos, ni parten de la misma situación personal. Por eso no hay soluciones generales. Cada caso requiere unas herramientas y soluciones distintas.

2.1.7 Portafolio digital ¿Qué es?

Los portafolios digitales proporcionan una síntesis de lo mejor del trabajo de un individuo, por lo general, producido en el transcurso de un año o un período más largo de tiempo. La mayoría de estos portafolios contienen una amplia variedad de información para capturar de

manera adecuada la versatilidad de la persona. La información de los portafolios digitales también puede aparecer en una variedad de medios, como textos, fotografías, ilustraciones, diagramas, material de la web, archivos de audio, hojas de cálculo y presentaciones de PowerPoint. Según Arter y Spandel (1992) lo definen de forma similar “como una colección de documentos en base a un propósito”; esta colección representa el trabajo del estudiante que le permite al mismo y a otros ver sus esfuerzos y logros.

El portafolio digital es una herramienta de gestión y evaluación de la actividad académica, instrumento que combina las herramientas tecnológicas con el objeto de reunir evidencias con la finalidad de dar seguimiento al proceso de aprendizaje y evaluación del estudiante. Donde el estudiante responde a dos aspectos esenciales del proceso de enseñanza aprendizaje. Implica toda una metodología de trabajo y de estrategias didácticas en la interacción entre docente y discente. Y por otro lado, es un método de evaluación que permite unir y coordinar un conjunto de evidencias para emitir una valoración lo más ajustada a la realidad que es difícil de adquirir con otros instrumentos de evaluación más tradicionales que aportan una visión más fragmentada. *(DEFINICIÓN, s. f.)*

2.1.8 Marca personal ¿Qué es?

La Marca Personal es la manera en que te perciben el resto de personas gracias a cada acción que llevas a cabo, comunicas y transmites a diario tanto en el entorno digital como offline. La Marca Personal o Personal Branding es un concepto que consiste en considerarse a uno mismo como una marca comercial con el objetivo de diferenciarse y conseguir un mayor éxito profesional. Una marca es algo que se construye día a día pues muestra quién eres y lo que te gusta hacer.

Gracias al desarrollo de una marca personal bien definida, se pueden fortalecer y potenciar aquellos atributos que nos hacen únicos permitiéndonos destacar en nuestro sector profesional como expertos en un determinada área específica o nicho.

En definitiva, se trata de gestionar y proyectar la imagen que más nos conviene para destacar en nuestro ámbito de interés. Para ello resulta imprescindible analizar qué queremos transmitir y el modo en que lo hacemos, con el objetivo de impulsar nuestro reconocimiento.

(Marca Personal, 2019)

2.1.9 Diseño de página web

El diseño web es un área enfocada en el desarrollo de interfaces digitales, como el diseño de sitios y aplicaciones para web. Para ello, los diseñadores web crean las páginas utilizando lenguajes de marcado como HTML.

El diseño web implica trabajo relacionado con el *layout* y diseño de páginas online, así como la producción de contenido, aunque generalmente se aplica a la creación de sitios web. En este caso, los diseñadores web crean las páginas utilizando lenguajes de marcado como HTML o XML. Por otro lado, la parte visual de los sitios está a cargo del CSS, término utilizado para estilizar los elementos escritos en HTML.

Por lo tanto, es común que los diseñadores web utilicen ambos para construir un site porque juntos definirán cómo aparecerán las páginas en los navegadores. El proceso de creación de sitios se puede realizar desde herramientas como Adobe Dreamweaver (que requerirá que el profesional sepa más sobre los códigos) y CMS que son plataformas de administración de contenido.

WordPress es uno de los más conocidos y prácticos porque tiene una serie de *templates* que pueden basar el sitio. El web designer tiene la tarea de instalarlos y personalizarlos según lo que cada cliente quiera. (*Diseño web*, 2019)

2.1.10 Pagina web como portafolio digital de un diseñador

Los diseñadores de hoy en día pueden poner fácilmente su trabajo en el Internet con un tema, un sitio web o a unos cuantos clics.

Sin embargo, antes de que existiera el Internet, los diseñadores tenían que recopilar portafolios físicos impresos y esperar a conseguir una entrevista para que alguien viese sus trabajos. En la actualidad, cualquiera que esté conectado a un dispositivo puede ver tu trabajo. Claro, puedes poner tus proyectos en un sitio web o en un tweet o compartirlos, ¿pero realmente eso basta para que tu talento sea apreciado? ¿Cómo planeas estar en primera fila? ¿Qué hará que tu trabajo sea diferente al resto?

Ten cuidado con lo que incluyes

Sigue mi consejo, no tomes toda tu biblioteca de creaciones, ni saques unas cuantas fotos y las incluyas con un título. Tómame tu tiempo para revisar todas tus obras, excluye todo lo que no te haga sentir orgulloso o aquello que consideres que no es tu mejor trabajo. (*Cómo hacer un portafolio de diseño creativo*, s. f.)

LIZDESIGNSTHINGS

Moe Blake
Twelfth Element
Simplicité Studio
Alex & Shastan
The Minimal Mix
Exposed Magazine
Estate
Kristen Marie Photography
Imaginale Design
Client Raves
About + Contact

Next page (1 of 2)

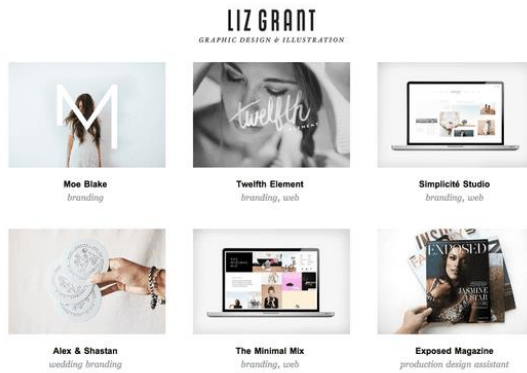
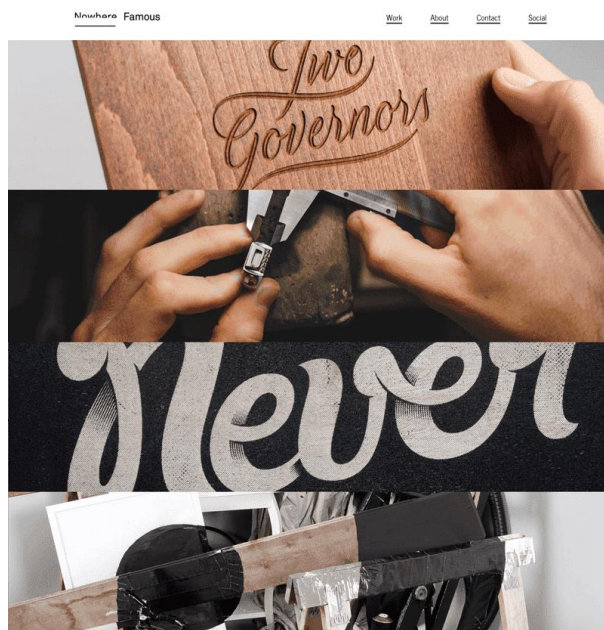


Ilustración 18, Liz Grant

Selecciona tus mejores obras

Hablamos de los proyectos en los que fuiste exitoso, en los que recibiste increíbles críticas y obtuviste buenos resultados. La agencia Nowhere Famous resalta sus mejores y más hermosos trabajos en una manera como si los estuviesen poniendo frente a tu rostro. ¡Son tan dramáticos que te despiertan las ganas de dar clic en alguno! ¿Verdad? El portafolio de Stefan Lucut sólo muestra unas cuantas obras que se exhiben como una pequeña galería con mucha variedad. (*Cómo hacer un portafolio de diseño creativo, s. f.*)



Exhibe tu trabajo más único y creativo

Estas obras le dan la espalda a las últimas tendencias. No siguen un tema de WordPress ni tampoco lo que todo el mundo está haciendo. Hacen que las personas piensen “¡increíble, eso sí es genial!”. ¡Este portafolio por *Duoh!* — y el sitio completo — es sorprendentemente único! Rain Creative Lab muestra su trabajo en grande y llamativo, además los espectadores pueden desplazarse en su portafolio de arriba a abajo y a los lados. (*Cómo hacer un portafolio de diseño creativo*, s. f.)

Elige la variedad

No incluyas sólo una forma de diseño como diseño de sitios web o ilustraciones. Aunque con esto no quiero decir que no todo debería funcionar entre sí. Procura garantizar que siga pareciendo que se trata del trabajo de la misma persona. La directora artística y diseñadora Corina Nika incluye una gran variedad de sus proyectos en su portafolio y se entrelazan a la perfección. Studio Mast incluye una variedad considerable, pero mantiene todo unido con fondos sólidos y consistentes. (*Cómo hacer un portafolio de diseño creativo*, s. f.)

Decide cuántas de tus obras vas a incluir

La respuesta a esta duda varía dependiendo a quién le preguntes. Elige la calidad, no la cantidad. Yo te aconsejo el número 10 como el mínimo y no más de 20 como máximo. No quieres perder el período de atención del espectador.

No importa que tan maravilloso sea tu trabajo, el espectador seguirá desplazándose únicamente por unos cuantos proyectos antes de pasar al siguiente. El diseñador Thuy Truc tiene un estilo simple que puedes notar desde el instante en que haces clic en la página de su portafolio. Él ha

seleccionado un puñado de proyectos exitosos que son agradables y llamativos, pero esto último sin resultar abrumador. (*Cómo hacer un portafolio de diseño creativo*, s. f.)

Elige la alta resolución

Incluso si tu portafolio está 100% en línea, nunca sabes si necesitarás uno físico más adelante o si necesitarás imprimir alguna pieza. Tener fotografías de alta resolución de todas tus piezas es una gran idea independientemente de que estés elaborando un portafolio o no. El trabajo de Nainoa Shizura se presenta como piezas impresionantes, grandes y de alta resolución.

Además, los acercamientos claros son perfectos para compartirse en las redes sociales, ya que crean drama y le dan a tu portafolio una apariencia de alta calidad. “Básicamente roto mis favoritos, e intento mantener un buen equilibrio. Asegúrate de mantener el formato consistente en tu portafolio, y si es posible, incorpora fotografías estupendas de tu trabajo”, dice la diseñadora Coco Tafoya de Miss Modern Design House. Su portafolio incorpora preciosas fotografías.

(*Cómo hacer un portafolio de diseño creativo*, s. f.)

Mantente actualizado

No incluyas nada que tenga más de 3 años. Recuerda, las tendencias, las técnicas y la tecnología siempre están en constante evolución. No quieres verte pasado de moda, ¿o sí? El diseñador Robert Gavick ha creado un portafolio en línea de una página muy a la moda y John Jacob exhibe sus piezas de una manera no convencional y llamativa en vez de usar fotos planas o PDFs. Ambos diseñadores demuestran que están al tanto de las últimas modas.

(*Cómo hacer un portafolio de diseño creativo*, s. f.)

El trabajo que no sea de clientes ESTÁ BIEN

¿Quién dijo que sólo debías incluir proyectos pagados por clientes? Si te gusta comenzar tus propios proyectos, adelante e inclúyelos. La ilustradora y rotuladora Jessica Hische incluye ilustraciones y letras para proyectos propios que la mantienen creativa. El diseñador de marcas y empaques Paul Currah también incluye algunos de sus trabajos independientes en su portafolio.

(*Cómo hacer un portafolio de diseño creativo*, s. f.)



ilustración 20, Paul Currah / portafolio

Obtén una segunda opinión

Ya has visto estas piezas cientos de veces. Comienzas a verlas borrosas. Antes de que termines tu portafolio, consigue otro par de ojos para que lo vea. Obtén la opinión y reacción de alguien más.

¿Fluye bien, se ve profesional, es fácil de navegar y está correcto? “Nada mata más rápido tu credibilidad que un portafolio repleto de errores gramaticales y ortográficos. No revisar tu

contenido es una clara indicación de que tus hábitos de trabajo también son descuidados”, añade el diseñador Eric Noguchi.

(Cómo hacer un portafolio de diseño creativo, s. f.)

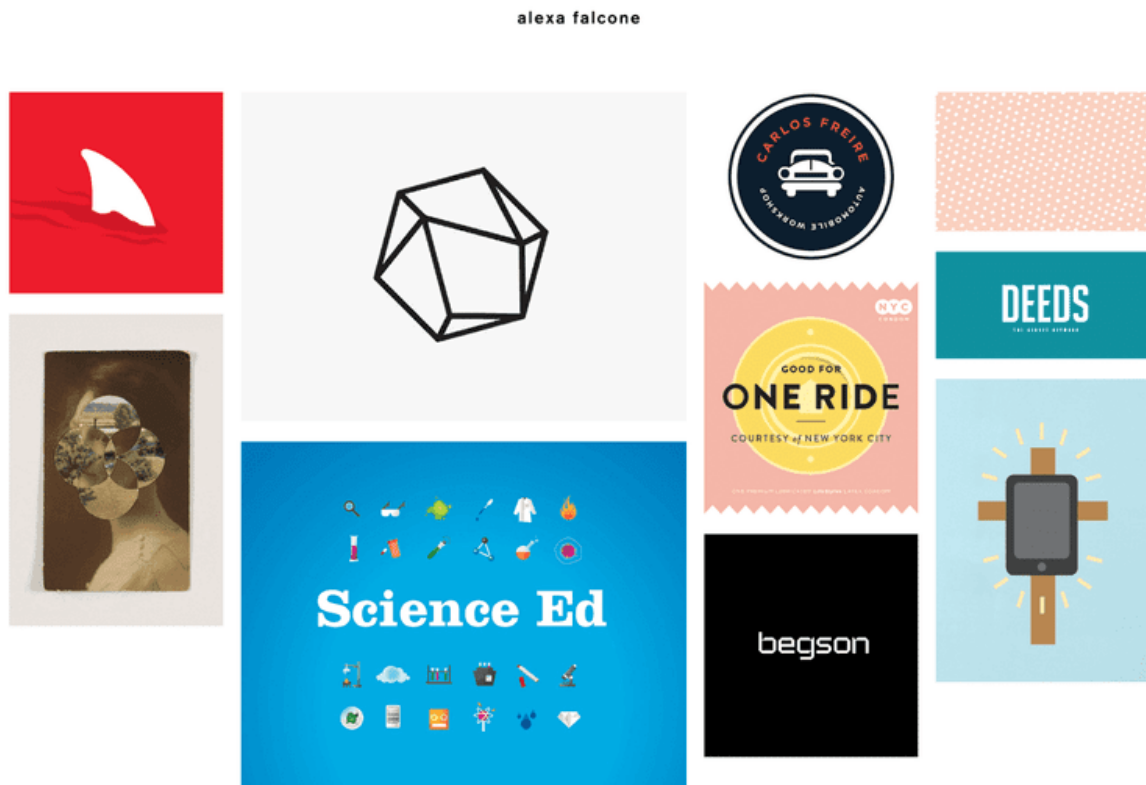


Ilustración 21, Alexa Falcone / portafolio

Revisa, agrega, borra, repite

Debes mantenerte actualizado, así que procura revisar tu portafolio cada seis meses. Agrega algún proyecto nuevo y borrar alguno que se vea pasado de moda.

(Cómo hacer un portafolio de diseño creativo, s. f.)

2.2 CONCEPTUALIZACIONES Y DEFINICIONES

	Definiciones
Marca	Distintivo que asocia un determinado bien o servicio con el agente económico que lo produce o comercializa. Este puede ser el nombre o razón social de una empresa, una palabra, una etiqueta o cualquier otra señal que lo identifique. (<i>Glosario Imagen Corporativa</i> , s. f.)
Imagen corporativa	O Imagen Global, es la imagen psicológica que una sociedad se representa mentalmente de una institución. (<i>Glosario Imagen Corporativa</i> , s. f.)
Comic	Una historia ilustrada en viñetas o cuadros con burbujas de texto.
Marca Personal	Es la manera en que te perciben el resto de personas gracias a cada acción que llevas a cabo, comunicas y transmites a diario tanto en el entorno digital como offline. (<i>Marca Personal</i> , 2019)
Signo	Unidad de sentido mínima e irreductible. (<i>Glosario Imagen Corporativa</i> , s. f.)
Símbolo	Es la identidad visual, es un grafismo distintivo que posee tres clases de funciones: simbólica, identificadora y estética. (<i>Glosario Imagen Corporativa</i> , s. f.)
Pictograma	Dibujo figurativo o simbólico que comunica el contenido de un mensaje. (<i>Glosario Imagen Corporativa</i> , s. f.)
Imagotipo	Imagen asociada al nombre y al logotipo de una empresa. (<i>Glosario Imagen Corporativa</i> , s. f.)
Logotipo	Elemento gráfico, verbo-visual o auditivo que identifica a una persona, empresa, institución o producto. (<i>Glosario Imagen Corporativa</i> , s. f.)
Icono	Categoría de signo, que se refiere al objeto por su parecido con él.
Imagen	Soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del mundo perceptivo. (<i>Glosario Imagen Corporativa</i> , s. f.)
Logosímbolo	Signo de identidad de una empresa. (<i>Glosario Imagen Corporativa</i> , s. f.)
Logo	Nombre propio de una empresa. (<i>Glosario Imagen Corporativa</i> , s. f.)
Panel	Fotograma individual, ilustración en un cuadro de un escenario, momento, o personaje.
Tipografía	técnica de escribir, utilizando diferentes diseños de letras y caligrafía, con la finalidad de resaltar lo que se desea comunicar. (<i>¿Qué es Tipografía?</i> , s. f.)

Tabla 1, conceptos y definiciones.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 EJECUCIONES Y METODOS

3.1.1 Metodología

Para ejecutar este proyecto se eligió la metodología de diseño de Bruce Archer, que resuelve de una manera entendible y sencilla para el consumidor. Teniendo como fases:

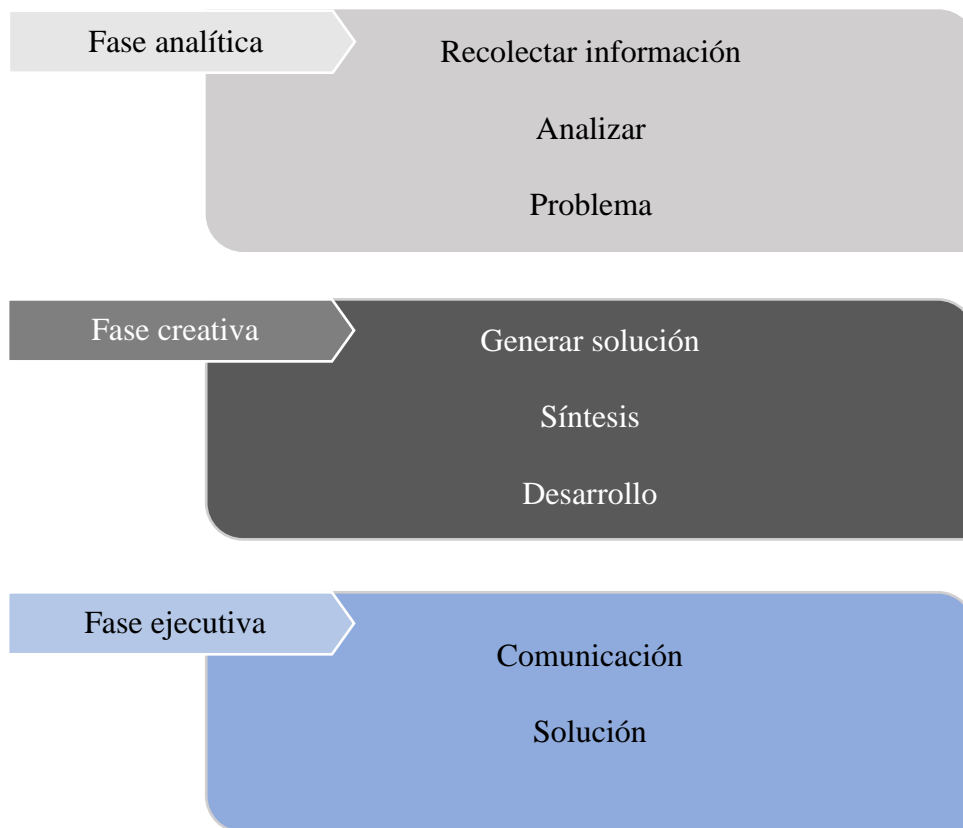


Figura3. Fases de Bruce Archer

3.1.2 Fase analítica

La marca

La marca actualmente tiene un diseño minimalista que ha ido cambiando con el pasar del tiempo teniendo diversos rediseños hasta llegar a su diseño actual como logotipo y a su vez ser utilizado solamente como símbolo.

Inicios de febrero del 2016, se crea una marca digital para plasmar en ilustraciones encargados por clientes como comisiones. No se tenía pensado un diseño oficial ya que solo era utilizado para que las ilustraciones tuvieran una “firma” del artista.

A handwritten signature in black ink that reads "ART BY VANH". The letters are bold and stylized, with a thick vertical line on the left side of the word "ART" and a thick horizontal line underneath the entire signature.

Figura4. Primer diseño

“Vanhder” es un nombre que no tiene un significado, esta relacionado al antiguo seudónimo “Vandead” que se utilizaba anteriormente antes del cambio, dicha palabra viene del nombre de un anime japonés “Diabolik Lovers: Vandead Carnival”.

Durante el mismo año del 2016, ya se estaba pensando en agregar cambios como símbolos a la marca, manteniendo el logotipo a un solo color.



Figura5. Rediseño 1

Durante el mismo año tres meses después, se seguían realizando nuevas propuestas para la marca. A este punto la intención era buscar un diseño y estilo del artista, siempre manteniendo el color negro.



Figura6. Rediseño 2

A finales del año 2016 e iniciando 2017, se dejó de utilizar la *Figura6. Rediseño 2* y solo se firmaba las ilustraciones. En noviembre 2018 se hizo una tercera propuesta de rediseño utilizando solamente la abreviación VR, de la marca personal “Vanhder” buscando simplicidad y manteniendo el color negro como principal.



Figura7. Rediseño 3

Portafolio web

Entre 2017 al 2018 se tenía solo un portafolio sencillo impreso en físico y pequeños portafolios webs en páginas webs como Behance y Artstation. No se tenía una página web propia diseñada para las ilustración y promociones del comic, las redes sociales eran el medio de promoción principal. Durante ese tiempo no se tenía el interés o necesidad de tener un portafolio web definido, diseñado y completo.

Web Comics

En 2015 se había iniciado un proyecto sobre un comic ilustrativo titulado “It’s your Decision” o “Es tu Decisión”. Una novela gráfica sobre romance, aceptación y respeto donde el amor era sentimiento que más se presentaba en cada historia. Se iniciaron ideas y creación de personajes mas no se redactó la historia en documentos, todo fue hecho improvisando al momento de ilustrar cada capítulo.

Durante la redacción, ilustración y publicación del web comic en 2017 solamente se hacían rediseños de la portada.

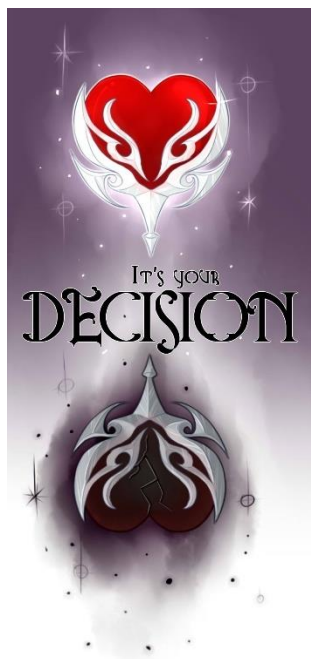


Ilustración 22, Portada IYD 1.



Ilustración 23, Portada IYD 2.

3.1.3 Fase creativa

La marca

En 2019 se realizó el último rediseño manteniendo su simplicidad, se siguió utilizando la abreviación “VR” como símbolo agregando un rombo de color azulado como representación simplificada de un destello de luz o brillos, de igual manera se eligió el color azul que representa seguridad, fantasía, simpatía y armonía. Se rediseño y agrego un logotipo con el seudónimo del

artista “Vanhder” usando de referencia la tipografía CocoBiker para la realización de este agregando un tono azulado en la letra H.



Ilustración 24. Tipografía CocoBiker.



Figura8. Diseño final.

Por primera vez en el 2019 se define oficialmente los colores de la marca personal “Vanhder”; Negro, blanco y azul. A la misma vez se utiliza como tipografía para ilustraciones, documentos, CocoBiker y Dubai.



Pantone Neutral BLACK C
CMYK 80 69 55 96
RGB 5 5 6
HTML #050506



Pantone 2191 C
CMYK 75 11 0 0
RGB 0 163 225
HTML #00A3E1



Pantone 7541 U
CMYK 6 4 5 0
RGB 242 242 242
HTML #F2F2F2
Para fondos o el color
blanco.

Ilustración 25. Colores oficiales.

Creación y diseño de portafolio web

Durante la realización del proyecto en el presente año, se decide crear y diseñar un portafolio web propio utilizando Wordpress y Elementor para su diseño. Se consigue un dominio y un hosting por medio de la página GoDaddy.

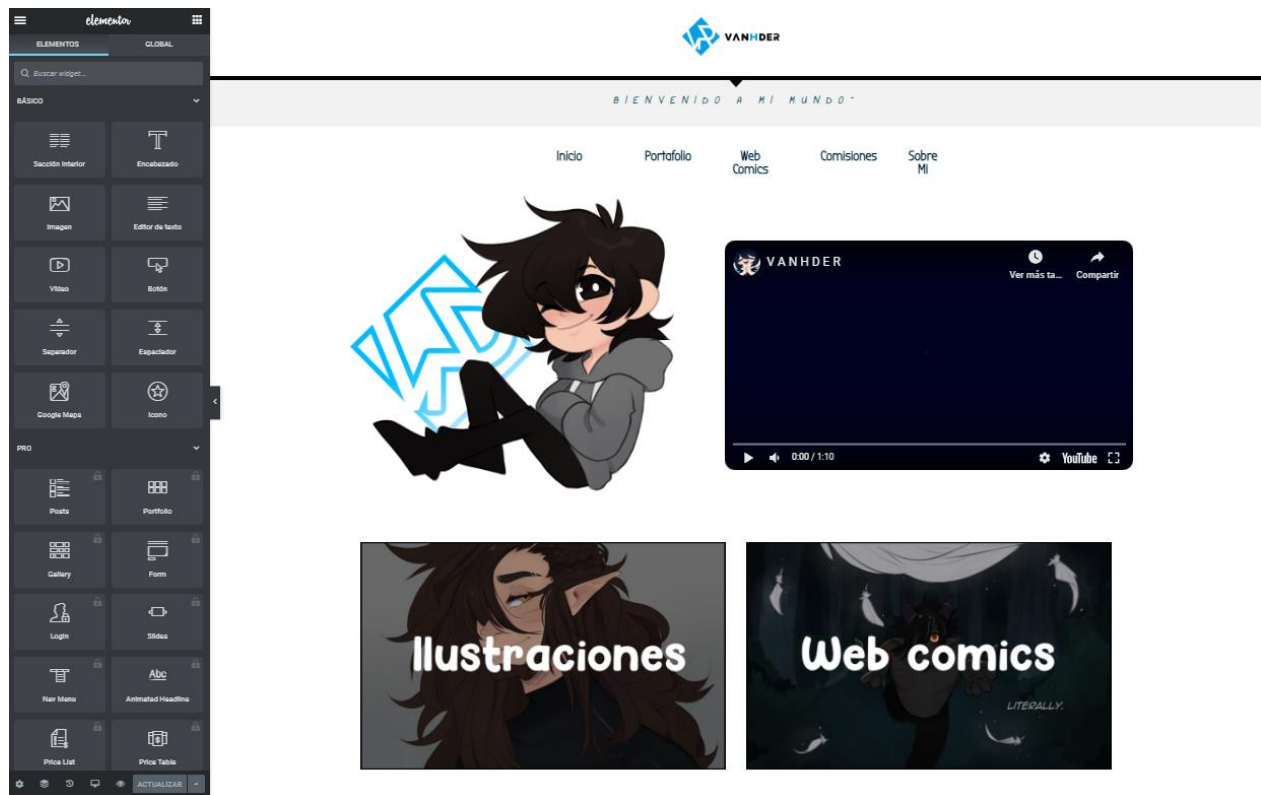


Ilustración 26. Editor Elementor en Wordpress.

De igual manera, se crea un manual de imagen para la marca personal “Vanhder” y el diseño y uso de colores para el portafolio web.

LINK DE MANUAL:

<https://drive.google.com/file/d/1cjDKL3Dret3LpbZSCKzhD6C9351Bn5M2/view?usp=sharing>

Rediseño del web comic IYD

A finales del 2017 se decide hacer un rediseño de la novela gráfica IYD (“Its your Decision”). El cambio drástico de la línea grafica de la novela se debe a críticas constructivas hacia la historia que se encontraba sin coherencia y provocaba confusión hacia los lectores. Los cambios también abarcaron el diseño de personajes, arte conceptual como fondos de los paneles y paletas de colores que eran incómodas a la vista del lector.

Ese mismo año, el web comic es puesto en hiatus, y eliminado de todas las plataformas donde era publicado y promocionado perdiendo gran porcentaje de los seguidores. Durante el año 2018 al 2020 se realizaron rediseños de personajes principales tanto su estilo, diseño, paleta de colores y portada. El estilo general para la ilustración es anime japonés, con tipografías principales como: Foglihten No 07 para los títulos y Anime Ace 2.0 para diálogos.

↳ Foglihten No 07 ↳
Foglihten No 07 call
a b c d e f g h j k m b o n p
i q r s t u v w x y z z
↳ with ligatures ↳
terminal forms

Ilustración 27. Foglihten No 07.

ANIME ACE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 . , ! ? - _ ; ;

Ilustración 28, Anime Ace 2.0.



Ilustración 29. Colores IYD.

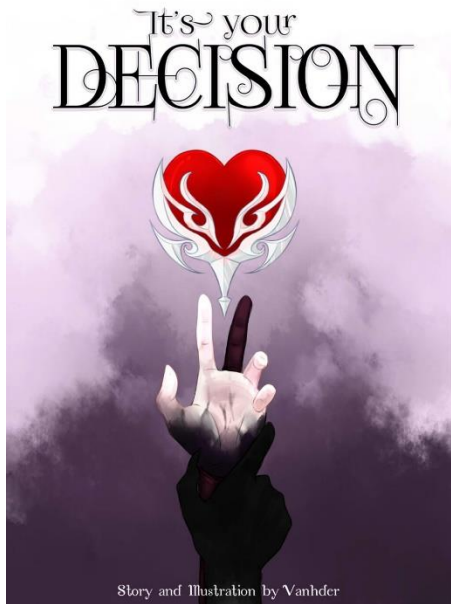


Ilustración 30. Portada oficial.



Ilustración 31. Rediseño, Diosa del Amor.

Se reutilizo la historia base redactándola adecuadamente para el nuevo diseño adaptándola y simplificándola para un mejor entendimiento de la historia y de lo que se quiere transmitir. Actualmente el web comic no tiene una cantidad de temporadas y capítulos específicos, es una novela gráfica con diversas historias una diferente a la otra con diferentes tipos de relaciones, personajes y parejas volviéndola única y así darles a los lectores historias distintas y nuevas. Hoy en día se lleva rediseñado e ilustrado el prólogo y capítulo 1 y 2 de la temporada 1.



Ilustración 32. Rediseño del primer panel del capítulo 1, temporada 1.

Se ha elegido una paleta de color adecuada para la ilustración de cada panel, una mezcla y equilibrio entre colores cálidos y fríos más cómodos a la vista de futuros lectores. Igualmente, se ha simplificado los diseños y coloreado de cada panel llevándolo a un estilo minimalista.



Ilustración 33. Rediseño del sexto panel del capítulo 1, temporada 1.

Link de vista de capítulos actuales:

https://drive.google.com/file/d/1YQaeai_nyYKMC75vqyaNH6J_QrKzR2Cn/view?usp=sharing

Para las ilustraciones se utilizó el programa PaintTool SAI y PaintTool SAI V2. A su vez se utilizó como tableta grafica Huion KANVAS Pro 13.



Ilustración 34. PaintTool SAI.

3.1.4 Fase ejecutiva

Portafolio web

Se crea y diseña un portafolio web para la marca personal “Vanhder” donde se puedan encontrar tanto diseños, ilustraciones y webs comics publicados hasta el momento. En la actualidad la web se ha vuelto un lugar muy habitado mundialmente y es donde se puede hacer conocer como empresa, microempresa o como persona, es por eso que tener un portafolio web es muy útil para dar a conocer el trabajo de diseñadores, ilustradores, animadores, fotógrafos y al momento de conseguir un trabajo.

Se eligió un estilo minimalista utilizando los colores principales de la marca: Azul, blanco, gris y negro. Véase *ilustración 00. Colores Oficiales.*

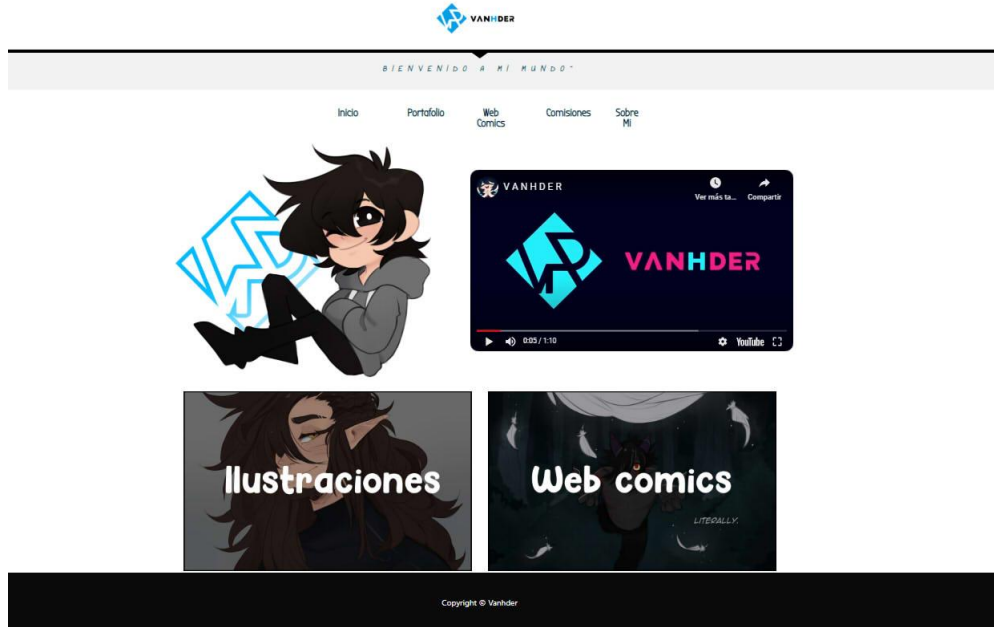


Ilustración 35. Portafolio web “Vanhder”

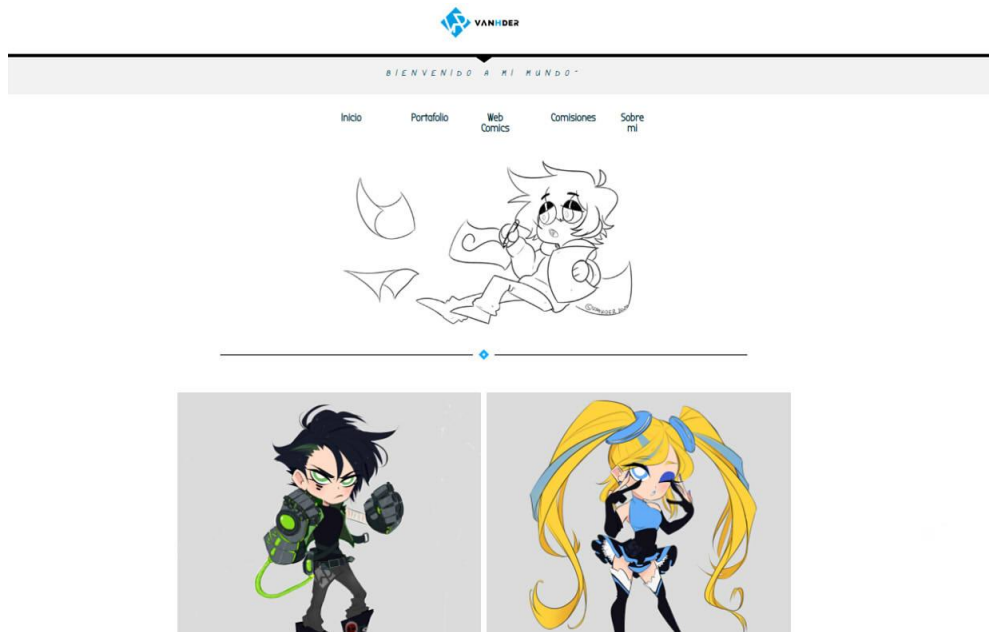


Ilustración 36. Portafolio web “Vanhder”

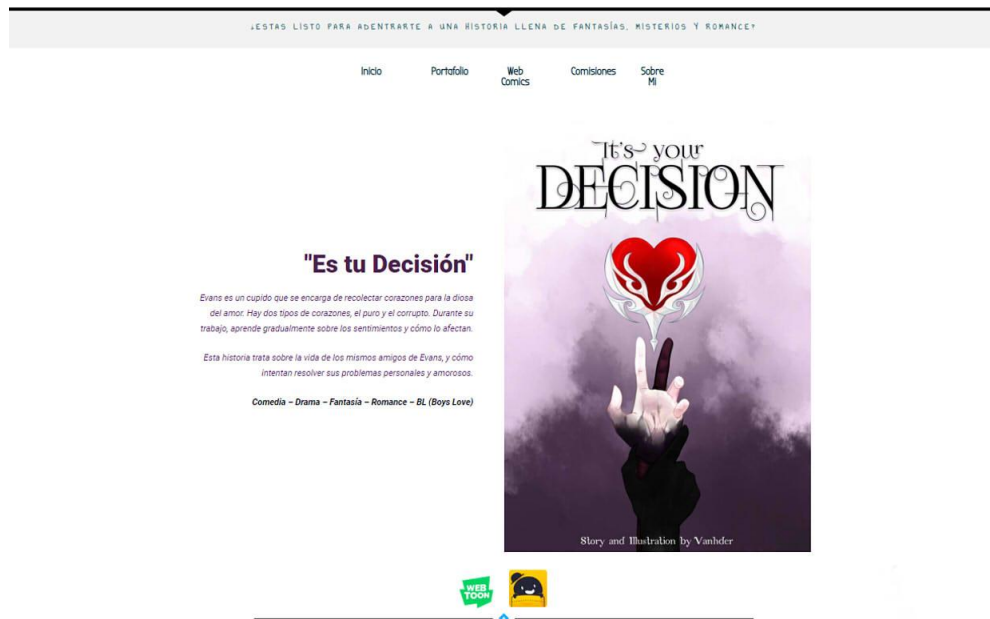


Ilustración 37. Portafolio web "Vanhder"

Al tener un sitio web en internet como portafolio, ayudara a que futuros clientes tengan la facilidad de ver las diversas ilustraciones, redes sociales y tener un fácil acceso a los web comics

Link del portafolio web:

<http://vanhder.com/>

3.1 CRONOGRAMA

		CRONOGRAMA DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN DISEÑO GRÁFICO										
NOMBRE DEL PROYECTO		DISEÑO DE PORTAFOLIO WEB Y COMIC ILUSTRATIVO PARA LA MARCA PERSONAL "VANHDER"										
DURACIÓN DE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO EN MESES		3 Meses. (Agosto, Septiembre y Octubre)										
Importante: Para efectos de la convocatoria, el cronograma sólo debe incluir las actividades propias de la ejecución del proyecto (Aquellos posteriores a su aprobación)												
N°	ACTIVIDAD	SEMANAS										
		AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Primer avance e ilustraciones de las paginas de introduccion o prologo del comic.		●									
2	Segundo avance e ilustraciones de personajes para el primer capitulo del comic			●								
3	Ilustraciones y diseño de primeras paginas del capitulo 1 del comic, diseño portafolio web.					●						
4	Tercer avance y diseño de pagina portafolio web.						●					
5	Ilustraciones de paginas de comic y diseño de manual de imagen para la marca "Vanhder"						●					
6	Cuarto avance, encuestas e ilustraciones del comic.							●				
n												

Ilustración 38. Cronograma

CAPÍTULO IV. DESARROLLO DEL PROYECTO

4.1 PROBLEMA

Desarrollar y rediseñar la marca final “Vanhder” con su respectivo manual de imagen. Completar el rediseño e ilustración de la introducción o prologo y primer capítulo del comic ilustrativo “It’s your Decision”. Desarrollar la propuesta de portafolio web como incentivo promocional para ilustraciones y los comics ilustrativos.

4.2 NECESIDAD

1. La marca personal “Vanhder” necesitaba un diseño minimalista de marca con logotipo y símbolo.
2. General un portafolio web con links directos hacia los comics ilustrativos y presentación de diversas ilustraciones.
3. Generar el primer capítulo y segundo capítulo del comic “It’s your Decision”.

4.3 ENCUESTA DE VERIFICACIÓN

4.3.1 Conclusiones de la encuesta

Se creo una encuesta sobre el diseño y temática del comic ilustrativo a lectores futuros. Como resultados se llegó a la conclusión de una revisión y edición de los diálogos en las páginas, con un total de 34 personas.

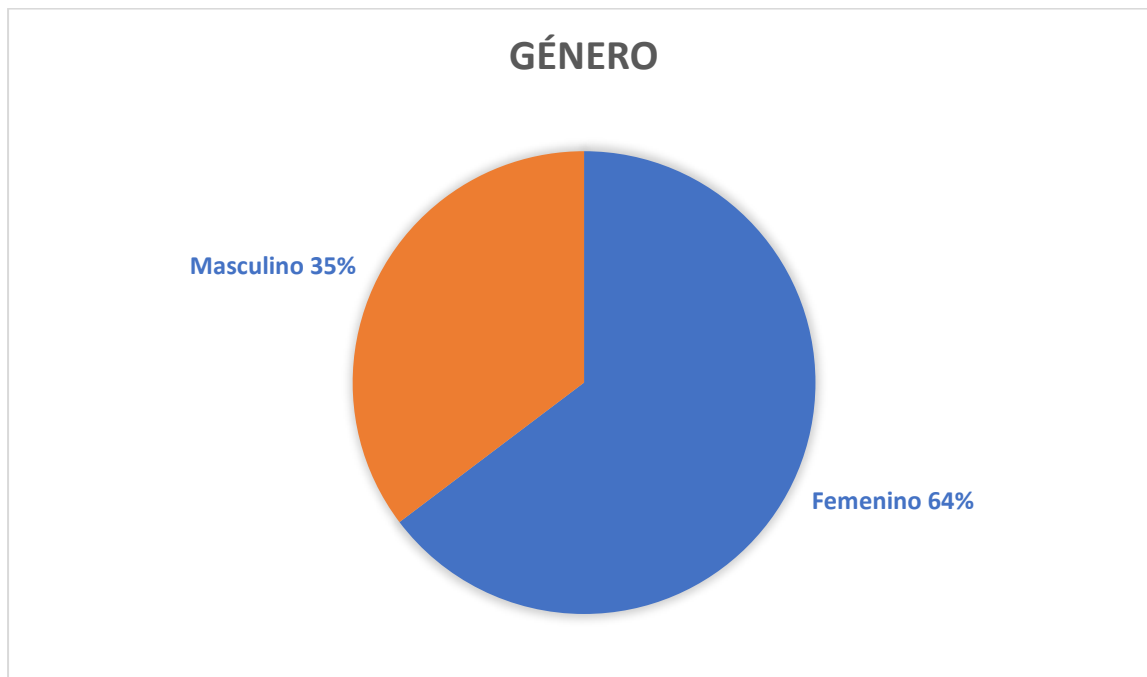


Figura9. Graficas 1.

El gran porcentaje de los lectores son de género femenino.

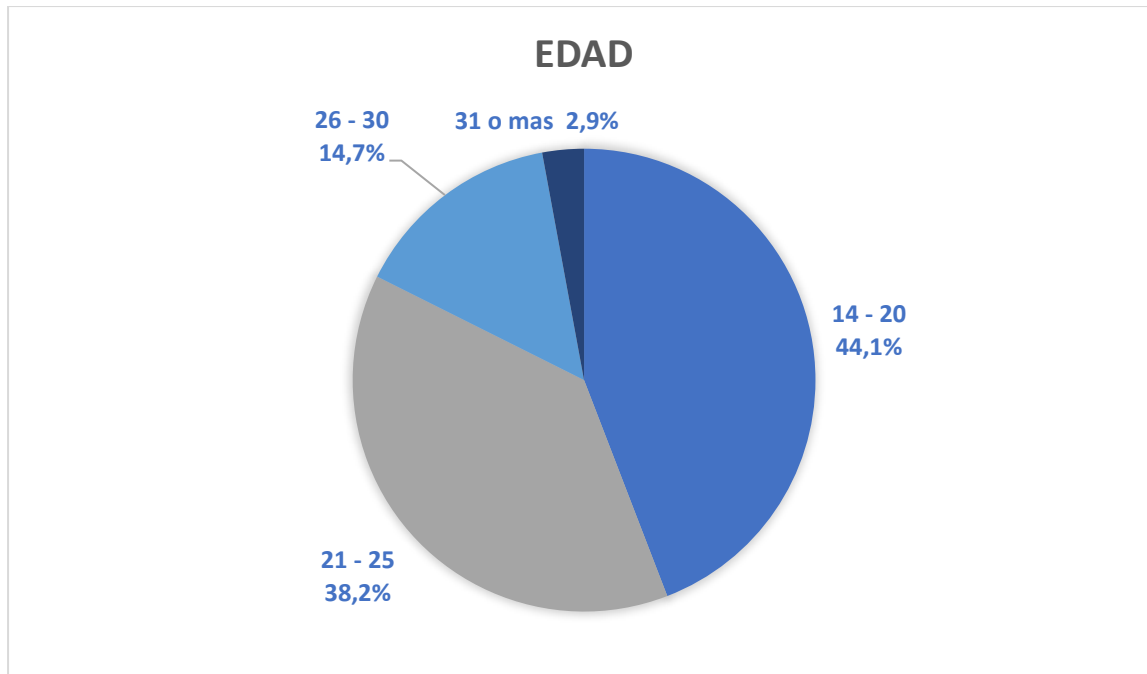


Figura10. Graficas 2.

El 44% de los lectores están entre los 14 a 20 años de edad, seguido de un 38% entre los 21 a 25 años, también se puede notar que hay un mínimo porcentaje de adultos de 31 años o más que leen web comics.

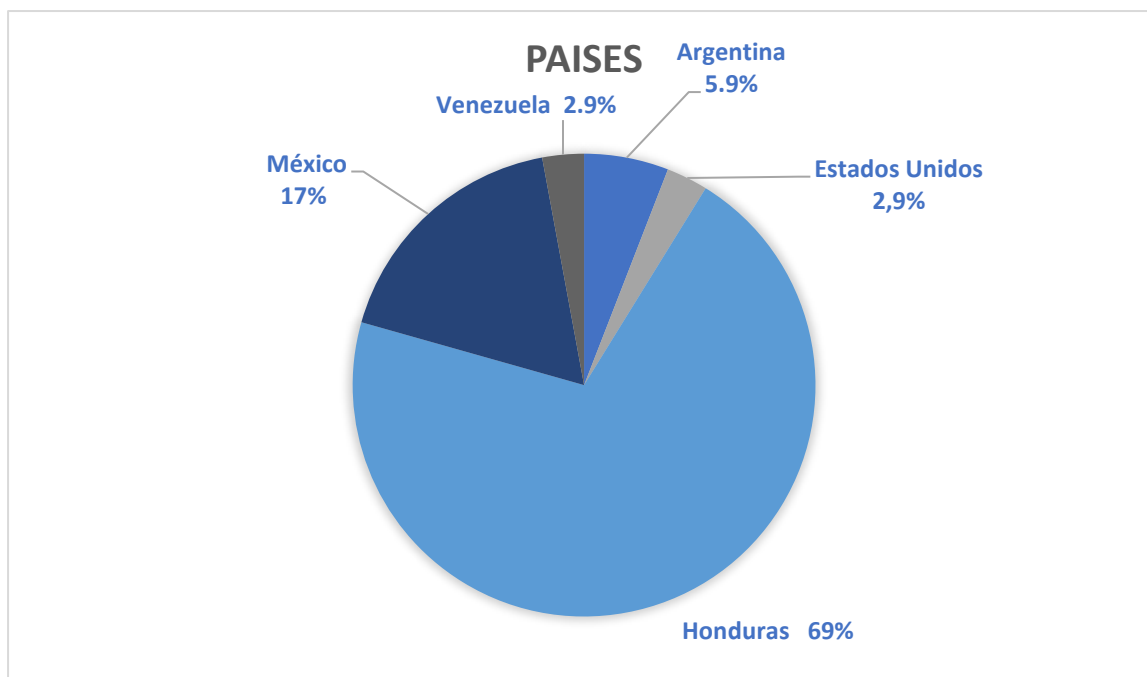


Figura11. Graficas 3.

Entre los 34 encuestados, el 44% fueron de honduras seguido de México con 38%, un gran porcentaje de consumidores son de habla hispana y un mínimo de habla inglesa.

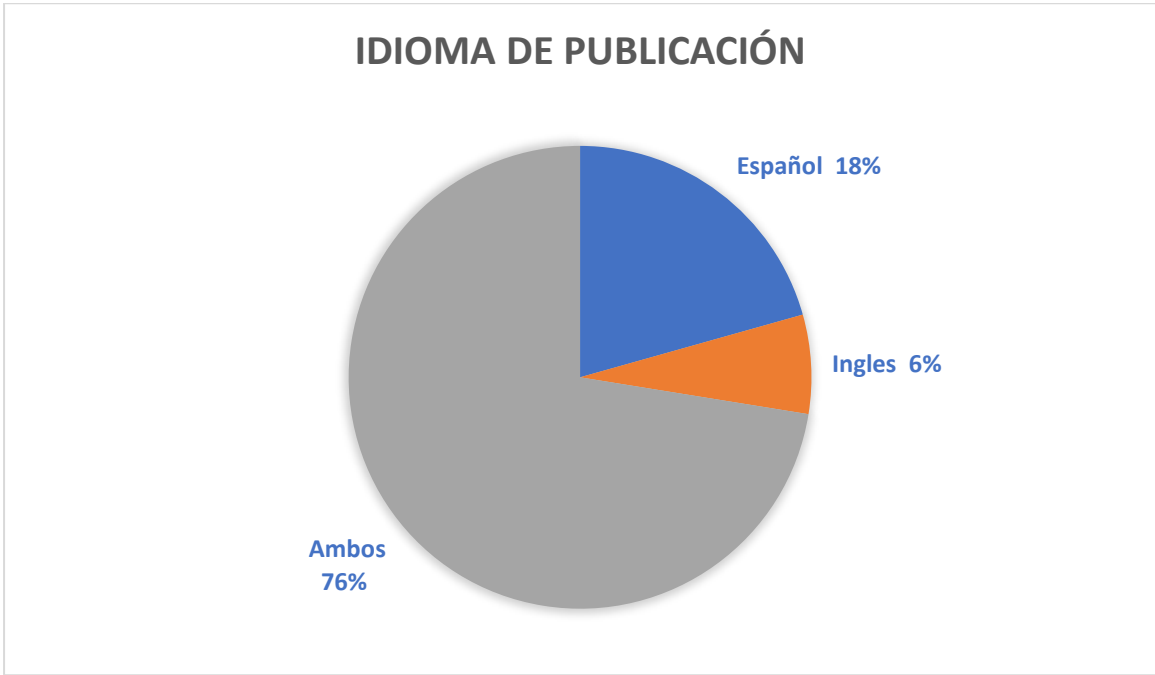


Figura12. Graficas 4.

De igual manera, aquí se puede ver que más del 70% les gustaría leer el web comic en ambos idiomas.

LECTORES QUE YA CONOCIAN EL COMIC ANTES DE SU REDISEÑO.

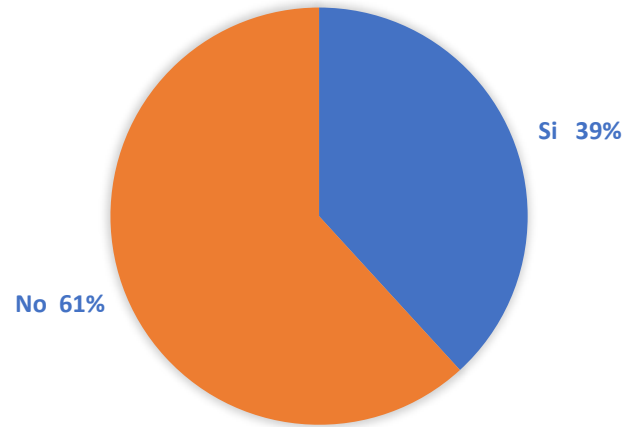


Figura13. Graficas 5.

SI USTED YA CONOCIA EL COMIC QUE LE PARECE EL NUEVO REDISEÑO



Figura14. Graficas 6.

El comic anteriormente ya había sido publicado con más de siete capítulos antes de su rediseño, un 38% de los encuestados fueron parte de los lectores que ya habían leído el comic y entre ese resultado un 88% les parece perfecto el rediseño final. De igual manera, un mínimo porcentaje nos dejaron comentarios por privado dándonos consejos sobre mínimos cambios principalmente en los diálogos.

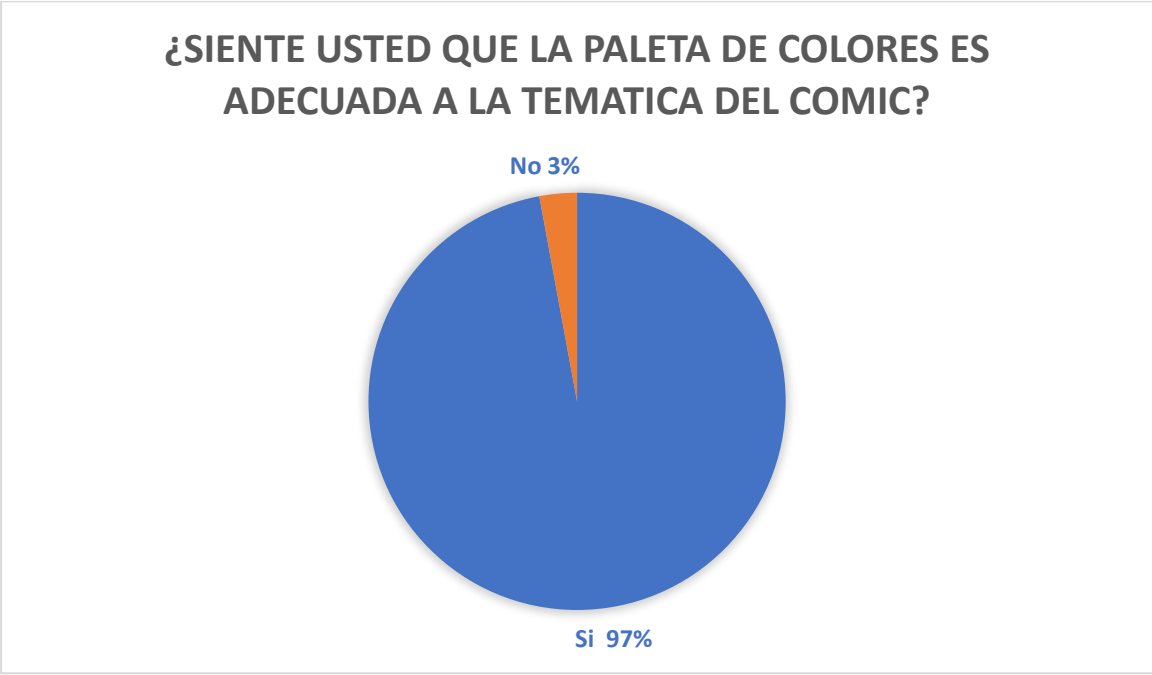


Figura15. Graficas 7.

Entre los encuestados se les pregunto a ilustradores con conocimiento del tema y con un porcentaje del 97% les pareció que la paleta de colores era la más adecuada y representaba más lo que era la novela gráfica.



Figura16. Graficas 8.

Aunque el 88% leen perfectamente los diálogos entre las paginas, el otro 12% afirma que algunos textos se pierden con el fondo y necesitan un mínimo cambio como ya se había mencionado en la *Figura14. Graficas 6.*

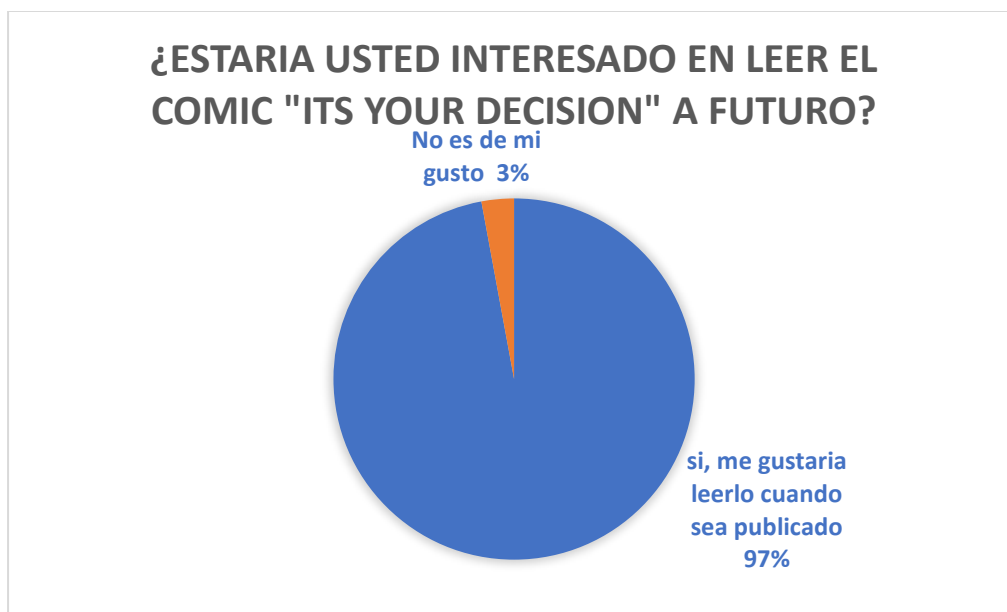


Figura 17. Graficas 9.

Como pregunta final, se les pregunto a los encuestados si les interesaría leer el comic ilustrado cuando sea publicado teniendo respuestas positivas con un 97%.

4.5 PRESUPUESTO DEL PROYECTO

COSTOS OPERACIONALES	
Descripción	Precios en dólares / Lempiras
Dominio web .com.	\$ 17.99 por 1 año / Lps. 500.00 por 1 año.
Hosting Wordpress.	\$ 80.99 anual / Lps. 2,100.00 anual
Elementor.	Gratis
Elementor PRO (opcional)	\$ 5.99 / Lps. 150.00
TOTAL:	\$ 104.97 / Lps. 2,750.00

Tabla 2. Costos operacionales.

COSTOS HONORARIOS	
Descripción	Precios en dólares / Lempiras
Comic Ilustrativo	
Blanco y negro	\$ 24.99 por página / Lps. 620.00
Full color	\$ 49.99 por página / Lps. 1,250.00
Comic Ilustrativo por capítulos (30 páginas)	
Full color	\$ 1,500.00 / Lps. 36,980.00
Blanco y negro	\$ 800.00 / Lps. 19,800.00
Ilustraciones	
Full color	\$ 49.99 / Lps. 1,250.00
Blanco y negro	\$ 24.99 / Lps. 620.00
Personajes extras valdrán el 50% del precio base.	
BG/Fondos detallados (opcional)	\$ 49.99 / Lps. 1,250.00
Diseño de página/portafolio web	\$ 199.99 proyecto. / Lps. 5,000.00 proyecto.
Diseño y creación de marca y manual de imagen.	\$ 322.55 proyecto. / Lps. 8,000.00 proyecto.

Tabla 3. Costos honorarios.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

1. Se creo una marca minimalista para la microempresa Vanhder, a su vez se diseñó un portafolio web para publicitar las artes gráficas y comics ilustrativos.
2. Se rediseño el comic ilustrativo “It’s your Decision” con temática anime romántico con su respectiva línea gráfica, técnicas de ilustración y semiótica que será promocionado con ayuda del portafolio web.
3. Se creo y diseño un manual de marca para la marca personal “Vanhder” para su uso y aplicación grafica.

5.2 RECOMENDACIONES

A los ilustradores de comics.

Ilustrar un comic puede llegar a ser algo complejo, se tiene que trabajar tanto diseño de personajes, redacción en la historia, tener una línea gráfica, entender sobre la semiótica y tipografías adecuadas. Mas no es un proyecto imposible, con el tiempo y determinación adecuada se puede llegar a cumplir y obtener éxito. Existen diversos programas para ilustrar comics, como experiencia propia se utilizó el programa PaintTool SAI que puede llegar a funcionar perfectamente si no se está económicamente estable para comprar un programa, claro está, dichos programas como Photoshop pueden funcionar, más Clip Studio Paint Pro es un programa muy

recomendado para aquellos que quieran dedicarse 100% a la creación de mangas y web comics ya que tiene las herramientas necesarias.


A los diseñadores.

No hay que temer a las soluciones alternativas, es bueno salir de la zona de confort e intentar cosas nuevas y que jamás pensaste realizar. Los clientes buscan ser escuchados y al mismo tiempo escuchar tus ideas, sugerencias y recomendaciones, que, aunque no sean tomados en cuenta pueden llegar a mezclarse y lograr proyectos innovadores.

A la universidad UNITEC/CEUTEC

Para muchos diseñadores e ilustradores, buscan aquellos programas con los que se sientan cómodos al momento de crear y diseñar sus proyectos. Hay muchos más programas de diseño que los principales de Adobe que pueden llegar a ser más adecuados al momento de ilustrar, sería una gran oportunidad para expandir y enseñar a futuros diseñadores gráficos aquellos programas que ni siquiera ellos conocen.

BIBLIOGRAFÍA

 30 *Tipo de Ilustraciones para decidir que tipo de ilustrador eres.*2020. (2019, octubre 21).

Siamgodh artist visual. <https://www.siamgodh.com/blog-de-arte/tipos-de-ilustraciones/>

Cómo hacer un portafolio de diseño creativo: Con 20 ejemplos. (s. f.). Aprende. Recuperado 29 de agosto de 2020, de https://www.canva.com/es_mx/aprende/20-tips-profesionales-para-crear-portafolio-diseno/

DEFINICIÓN. (s. f.). El Portafolio Digital. Recuperado 29 de agosto de 2020, de <http://interactivas.weebly.com/definicioacuten.html>

Diferencias entre imagen corporativa e identidad corporativa. (s. f.). Recuperado 29 de agosto de 2020, de <https://maskcomunicacion.es/diferencias-entre-imagen-corporativa-e-identidad-corporativa/>

Diseño web: ¿qué es y cuáles son sus características? (2019, junio 21). Rock Content. <https://rockcontent.com/es/blog/disenio-web/>

El cómic: Qué es, sus características, elementos y relación con la ideología. – Perfume de gardenias. (s. f.). Recuperado 29 de agosto de 2020, de <https://aleesota.wordpress.com/2015/09/29/el-comic-que-es-sus-caracteristicas-elementos-y-relacion-con-la-ideologia/>

Estos son los 7 mejores ilustradores de la historia de los cómics. (s. f.). VIX. Recuperado 29 de agosto de 2020, de <https://www.vix.com/es/btg/comics/56069/estos-son-los-7-mejores-ilustradores-de-la-historia-de-los-comics>

Glosario Imagen Corporativa. (s. f.). Issuu. Recuperado 30 de agosto de 2020, de <https://issuu.com/darkw1ngz/docs/imagencorporativa>

Marca Personal: ¿Qué es, cómo construirla y potenciarla? (2019, marzo 4). Bloo Media.

<https://bloo.media/blog/que-es-como-construir-potenciar-marca-personal/>

nubeser. (2017, noviembre 3). Todo sobre Identidad Corporativa | Diseño Gráfico&&ciudad&&.

Nubeser Soluciones. <https://nubeser.com/disenio-grafico-identidad-corporativa/>

(PDF) Semiótica JORGE PABLO CORREA GONZALEZ | Campo Elias Caselles Algarin—

Academia.edu. (s. f.). Recuperado 29 de agosto de 2020, de

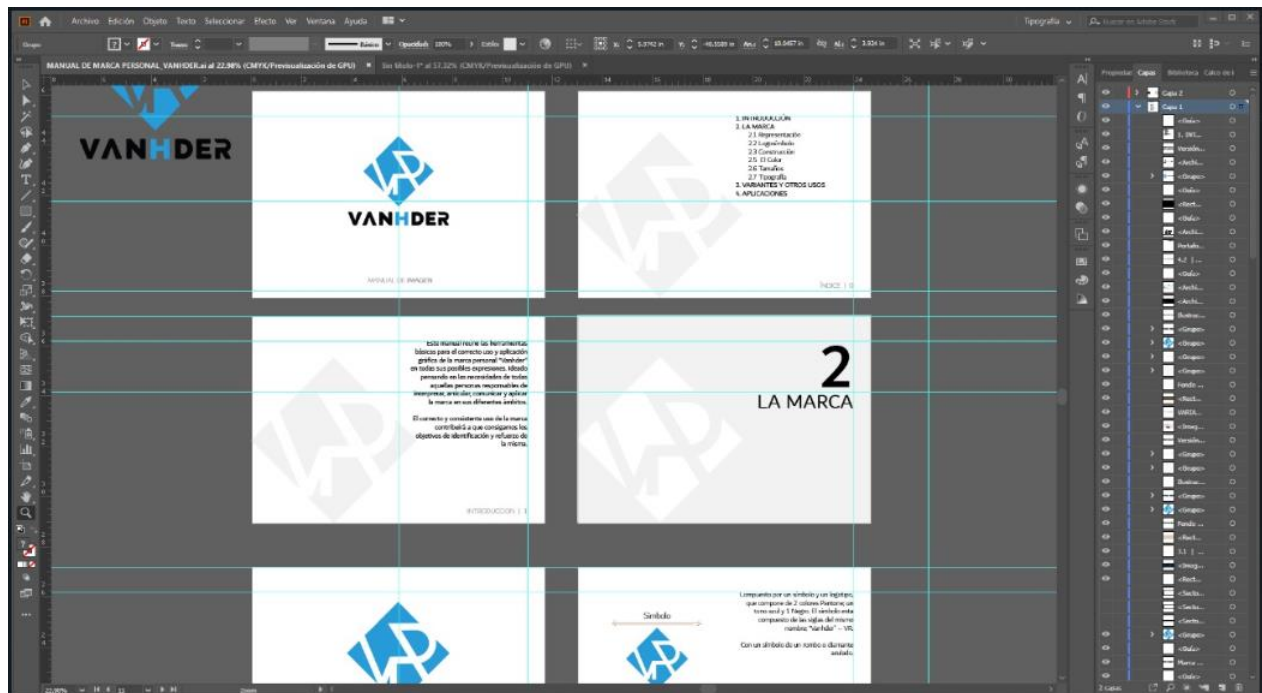
https://www.academia.edu/30233246/Semi%C3%B3tica_JORGE_PABLO_CORREA_G

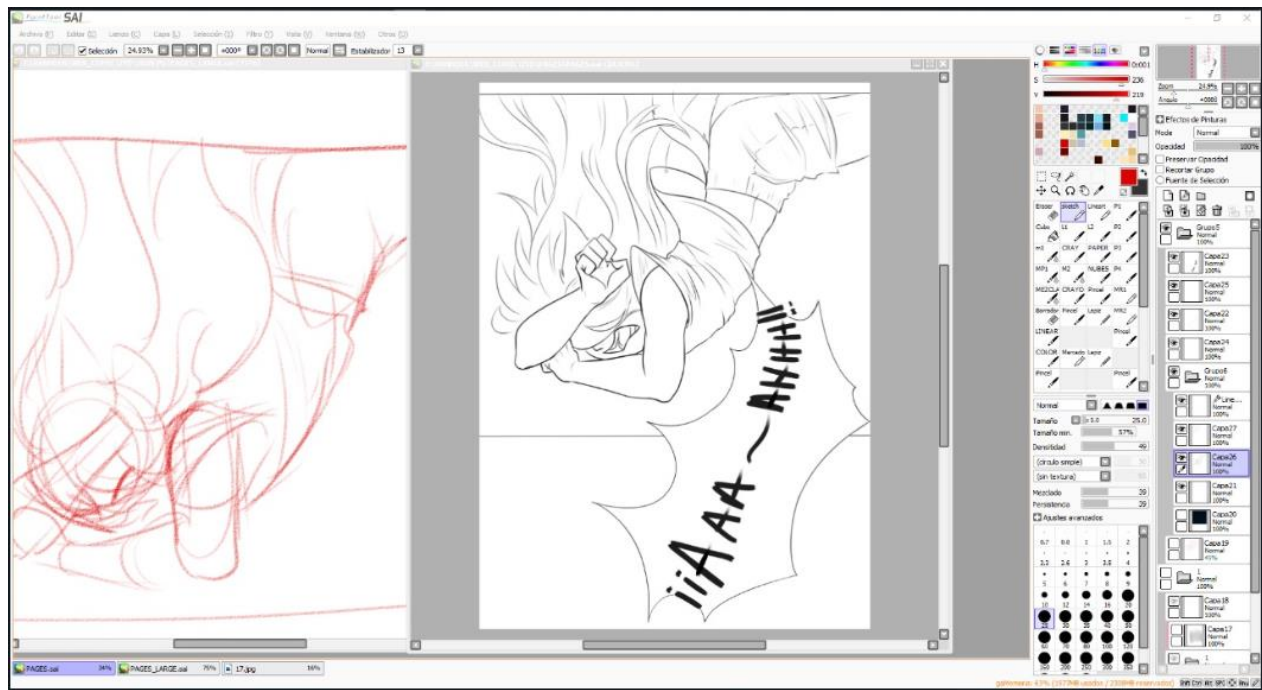
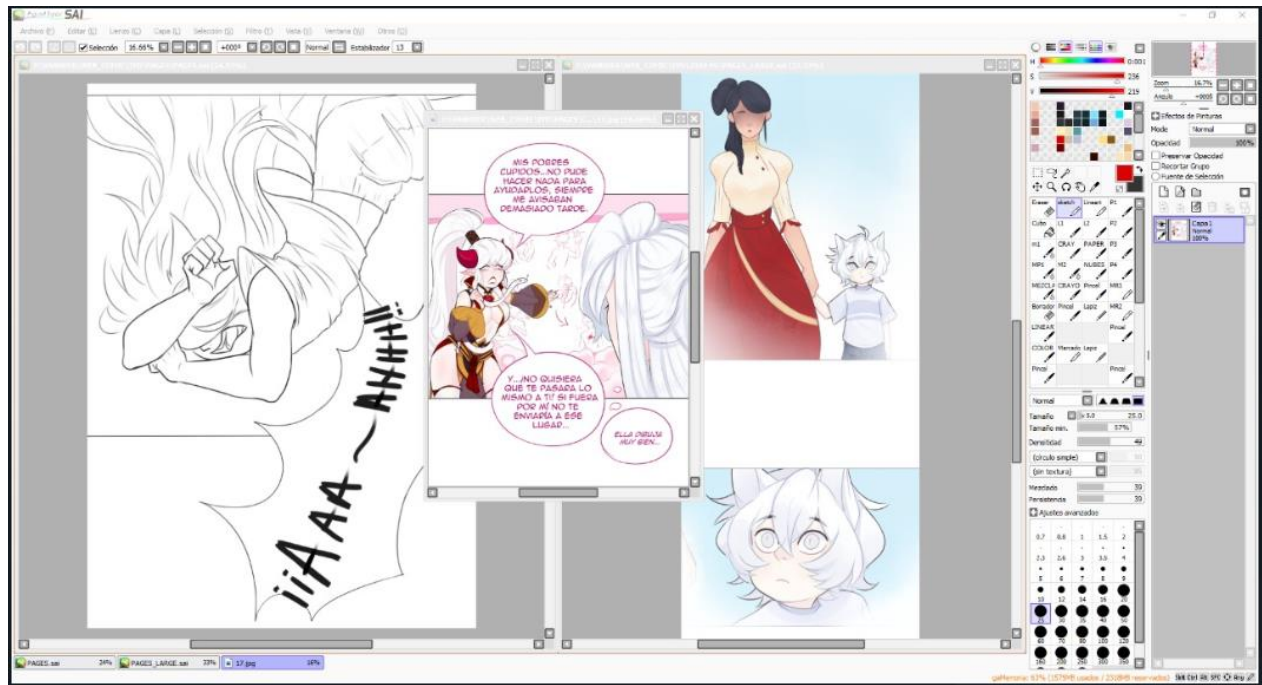
ONZALEZ

¿Qué es Tipografía? » Su Definición y Significado [2020]. (s. f.). Concepto de - Definición de.

Recuperado 30 de agosto de 2020, de [//conceptodefinicion.de/tipografia/](http://conceptodefinicion.de/tipografia/)

ANEXOS





Browser: No seguro vanhder.com/wp-admin/ | WordPress administrado | Hola, vanhder

Hemos recopilado algunos enlaces para que puedas comenzar:

Primeros pasos

[Personaliza tu sitio](#)

[cambia tu tema por completo](#)

Siguientes pasos

- [Edita tu página de inicio](#)
- [Añade páginas adicionales](#)
- [Ver tu sitio](#)

Más acciones

- [Gestionar widgets](#)
- [Gestionar menús](#)
- [Activa o desactiva los comentarios](#)
- [Aprende más sobre cómo empezar](#)

Conoce Elementor

Elementor v2.9.14 [+ Crear página nueva](#)

Editado recientemente

- [Comisiones](#) Sep 23rd, 2:02 am
- [Sobre Mí](#) Ago 24th, 6:45 am
- [Portafolio](#) Ago 24th, 4:15 am

Noticias y actualizaciones

Elementor Sites of the Month – August 2020

Join us as we explore this month's top websites built with Elementor. This showcase features websites from many countries around the world, such as an Argentinian bakery, a large French Vegan online store, personal wedding websites, and many more.

How To Maximize Google Analytics Metrics as a Web Designer – Takeaways From Our Webinar With Andy Crestodina

As web designers, figuring out how to derive the most value from your metrics can be challenging. In this fascinating webinar, Andy Crestodina helped our audience better understand how to measure

Borrador rápido

Título:

Contenido:

[Guardar borrador](#)

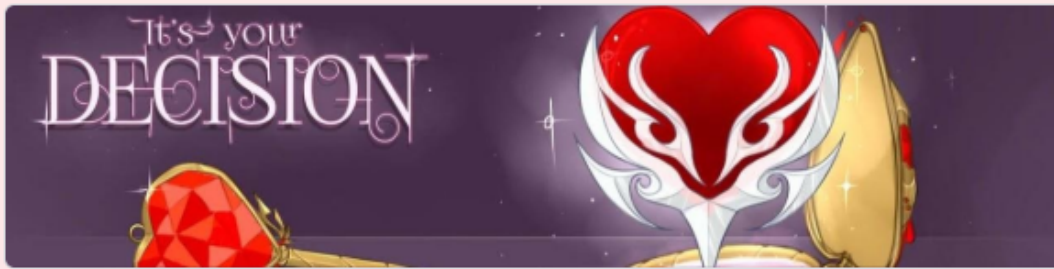
Eventos y noticias de WordPress

Asiste a un próximo evento cerca de ti.

- [WordCamp Lima Online](#) 25–26 de septiembre de 2020
- [WordPress 5.5.1 – Actualización de mantenimiento](#)
- [WPTavern: First Look at Twenty Twenty-One, WordPress's Upcoming Default Theme](#)

Arrastra aquí las cajas

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.



Encuesta: Comic Ilustrativo "It's your Decision"

"Its your Decision" es un web comic que trata sobre el romance y las decisiones que pueden tomar las personas durante su vida, las consecuencias que pueden ocasionar y el como reaccionar ante situaciones fuertes.

Tiene como principal categoría hacia el romance LGBT+.

Por favor responder con total sinceridad a las preguntas que se le presenten a continuación.



Genero *

Femenino

Masculino

Edad *

14 - 20

21 - 25

26 - 30

31 o mas

Texto de respuesta corta



Idioma en que te gustaría leer el comic en el futuro. *

Español

inglés

Ambos

AVANCES

A continuación se le mostrara algunas paginas de muestras de x capitulo.

Muestra. Pagina 1, prólogo.



Si tu respuesta es Si, ¿Qué te parece el rediseño actual del comic?

- Maravilloso
- Me parece bien
- Siento que necesita mas trabajo en su diseño
- No me gusta



¿La paleta de colores te parece cómodo a la vista? *

- Si, me parece aceptable
- No, me molesta a la vista

¿Se entienden con claridad los diálogos y textos secundarios en las paginas? *

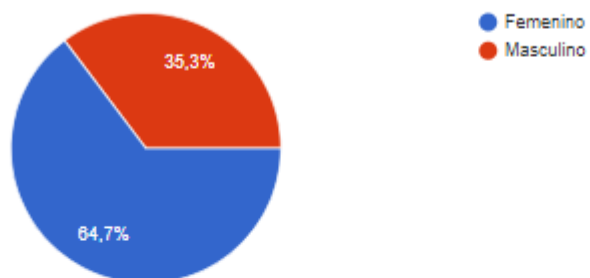
- Si, se pueden leer perfectamente.
- No llego a leer con claridad algunos textos.
- No, no se entiende.

¿Te ha llamado la atención el comic? *

- Si, me gustaria leerlo cuando sea publicado.
- Es bonito, pero no me interesaría leerlo.
- No, no es de mi agrado.

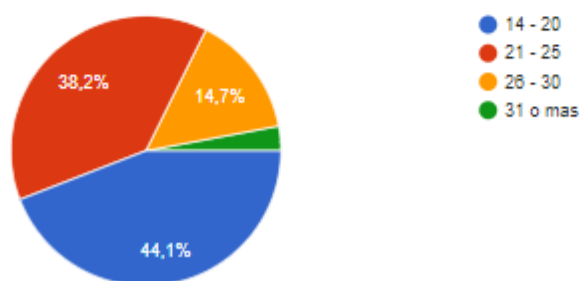
Genero

34 respuestas



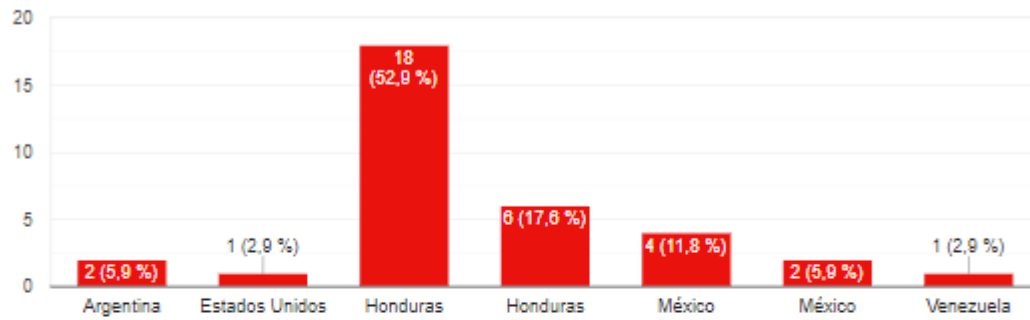
Edad

34 respuestas



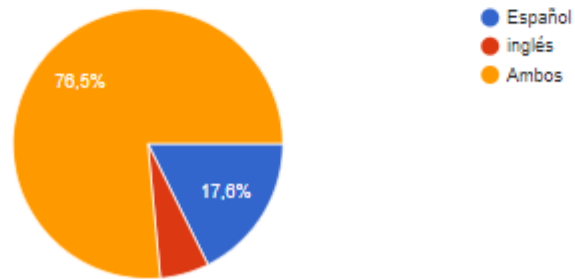
¿De que país eres?

34 respuestas



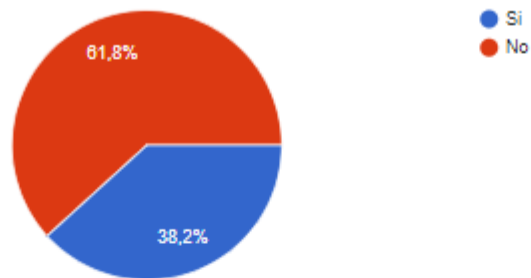
Idioma en que te gustaría leer el comic en el futuro.

34 respuestas



¿Conocías "It's your Decision" antes de su rediseño?

34 respuestas



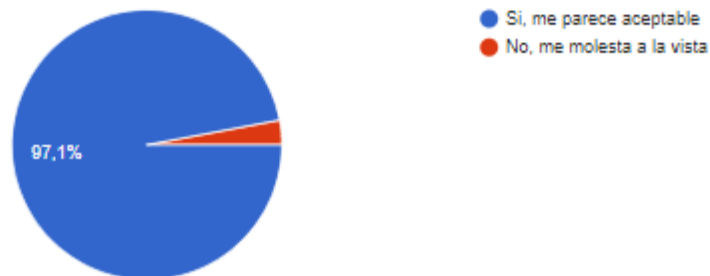
Si tu respuesta es Si, ¿Qué te parece el rediseño actual del comic?

18 respuestas



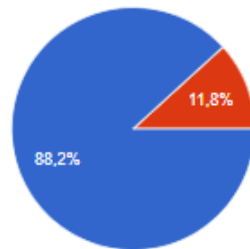
¿La paleta de colores te parece cómodo a la vista?

34 respuestas



¿Se entienden con claridad los diálogos y textos secundarios en las paginas?

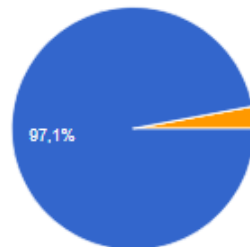
34 respuestas



- Si, se pueden leer perfectamente.
- No llego a leer con claridad algunos textos.
- No, no se entiende.

¿Te ha llamado la atención el comic?

34 respuestas



- Si, me gustaria leerlo cuando sea publicado.
- Es bonito, pero no me interesaría leerlo.
- No, no es de mi agrado.

¡GRACIAS POR TU TIEMPO!