



FACULTAD DE ARTE
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
MÉRIDA VENEZUELA

Reconocimiento-No comercial



FACULTAD DE ARTE
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
MÉRIDA VENEZUELA

Proyecto de grado

Presentado ante la ilustre Universidad de Los Andes como
requisito para obtener el título de Licenciatura en Diseño Gráfico

www.biblioteca.ve

Estrategia para la creación de narrativa gráfica en el motor de conocimientos de la plataforma **IGNIS GRAVITAS Inc.**

Autor: Mario Alejandro Guillén Martos

Enero, 2023

Universidad de Los Andes

Mérida, Venezuela

Tutor: Dr. Gerard Páez Monzón

Asesor: Profesor Rubén Bresan

Asesor: Profesor Miguel Villafagne

ÍNDICE

Introducción	3
Capítulo I	4
1.1 Planteamiento del problema	4
1.2 Justificación	5
1.3 Objetivos	5
Capítulo II	6
2.1 Antecedentes	6
2.2 ¿Qué es estrategia?	7
2.3 ¿Qué es cómic?	9
2.4 Estructura de una página de cómic	9
2.5 <i>NAME</i>	12
2.6 El <i>Storyboard</i>	12
Capítulo III	14
3.1 Tipo de investigación	14
3.2 Enfoque metodológico	15
3.3 Diseño de investigación	15
3.4 Metodología de la investigación	15
Capítulo IVW	16
4.1 Proceso de trabajo del cómic aplicada en IGNIS GRAVITAS Inc.	17
4.2 Establecer criterios para la creación de estrategias en el desarrollo del cómic.	18
4.3 Esquema de la estrategia	21
4.4 Adaptar la estrategia para el proceso de producción de cómics en IGNIS GRAVITAS Inc.	23
Conclusión	27
Bibliografías	29



INTRODUCCIÓN

IGNIS GRAVITAS Inc. es una plataforma aceleradora de *startups* registrada en Delaware, California, que brinda herramientas que facilitan al usuario la ruta factible para hacer realidad su emprendimiento de innovación, con el propósito de crear una cultura con base al emprendimiento, los esfuerzos de la plataforma se vuelcan en desarrollar un ambiente laboral donde el usuario podrá desenvolverse de forma eficiente y capaz de enfrentar los contratiempos que este tipo de proyectos conlleva.

No obstante, a pesar de contar con grandes herramientas de apoyo para los usuarios, sufre una tasa de rebote debido a factores como usuarios emprendedores neófitos, falta de recursos gráficos de apoyo y diseño de experiencia de usuario (diseño *UX*).

Una de las herramientas que componen dicha plataforma, es el motor de conocimientos, con el propósito de reducir la tasa de rebote, mejorar el entendimiento de los usuarios en cuanto a las herramientas que están utilizando y dar a conocer la cultura del emprendimiento, se aplica la narrativa gráfica como un canal para llevar conocimiento al público, por medios como videos e ilustraciones.

El cómic que forma parte de la narrativa gráfica, es la herramienta utilizada para llevar el mensaje educativo, esta rama tiene la facultad de enseñar de manera lúdica y divertida. En el caso de

IGNIS GRAVITAS Inc. lo utiliza para hablar sobre la cultura del emprendimiento, busca generar una experiencia distinguible y pregnante al lector con respecto al ambiente de trabajo de la plataforma, las vivencias y contratiempos que cualquier emprendedor experimenta.

El proceso de trabajo del cómic era lento y desorganizado. Al desarrollar este proyecto la realización del cómic se hace más eficiente, por lo que la aplicación de una buena estrategia para realizar dicha labor, puede resultar de ayuda para el creativo ya que muchas veces el método para la realización de cómics puede verse afectado por distintos factores internos y externos, a la persona o el equipo.

Dicho esto, es de tener en cuenta que la disciplina siempre formará parte de las artes creativas, en especial, de la narrativa gráfica, por lo que es necesario que esta habilidad se entrene bien para hacer frente a la frustración, para fomentar el equilibrio y así llegar a la resolución de problemas con mayor certeza.



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema



Desde la implementación del cómic en el motor de aprendizaje de la plataforma IGNIS GRAVITAS inc., se ha visto que surgían diversos inconvenientes, los desarrolladores se veían obligados a enfrentar diferentes factores que retrasaban la creación.

En el proceso de creación de cómics se hacía evidente la falta de estrategia, era lento y desorganizado, reflejaba el bajo rendimiento del equipo de trabajo, causaba que sufrieran de estrés laboral y no pudieran tener a tiempo las entregas, esto, además afectaba la narratividad del cómic, por lo que causaba daños en el mensaje que se intentaba transmitir, haciendo que la lectura fuese compleja y tediosa.

La composición de la viñetas consumía tiempo de más debido a bloqueos o falta de ideas claras o "coherencia", también estaba sujeto a los deadlines, en una semana se debían entregar 5 páginas del cómic, tomando en cuenta los percances de fuerza mayor (sean personales o ajenos al equipo pero que igual interfieren en su trabajo), poca comprensión de ideas, bloqueo creativo, entre otros.

Al tratar de resolver los problemas en la producción del cómic de la plataforma, se determinó que no existían estrategias para lidiar con la metodología establecida en la creación del cómic, ya sea como individuo o en grupo.

La metodología que utiliza la plataforma para la creación del cómic está basada en el proceso de producción planteado por Álvaro Muñoz en su libro "Aprende A Dibujar Cómic, Volumen 0" (pag, 105. 2008), cuyo proceso es:

- Guión
- Documentación
- Composición de página
- Lápiz
- Más documentación
- Tinta
- Rotulación
- Color

Basados en ese proceso se creó la metodología con la que se trabajan los cómics de la plataforma

- Guión
- Documentación
- Bocetos

- Entintado
- Color
- Edición

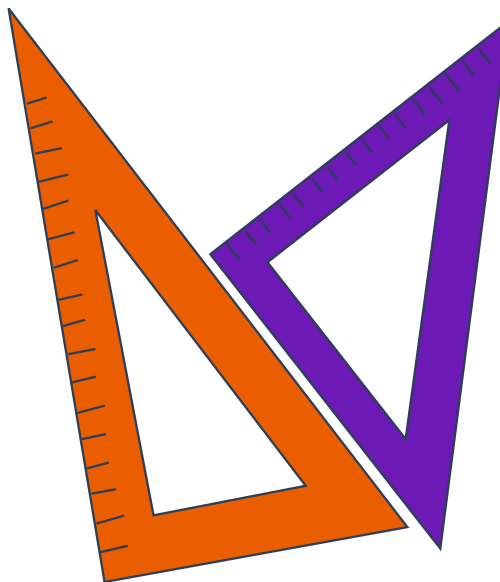
A pesar de mantener un proceso de trabajo similar, la implementación de la metodología ayudó en la creación del cómic de IGNIS GRAVITAS Inc., no obstante, existían problemas que se mantenían al momento de empezar a trabajar, mismos mencionados con anterioridad (bloqueo, desorganización de equipo, falta de recursos, motivación, entre otros problemas externos), que continuaban siendo un obstáculo para el equipo de trabajo, y que fue prioridad solucionarlo.

1.2 Justificación

El cómic permite una experiencia estética y dinámica para el lector, quien necesita entender los densos conceptos de la cultura del emprendimiento que utiliza la plataforma, que actualmente se encuentra en desarrollo y, por ende, se gestionan diversos cambios en pro a la mejora de su funcionamiento y la comprensión de terceros acerca de la misma.

Sin embargo, cuando surgen problemas dentro del equipo (que descontrola la armonía del proceso de trabajo), es cuando nace la necesidad de aplicar una estrategia que se planifique en base a la situación y administración de los recursos, marcando la diferencia.

Debido a que se vive un ambiente de estrés laboral en lo que respecta a la creación de cómics en IGNIS GRAVITAS Inc., por la falta de personal en el equipo o problemas externos al mismo, este enfoque de investigación ve su interés en aplicar la estrategia como una forma de mejorar el avance y desarrollo del cómic.



1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Mejorar el rendimiento de trabajo del equipo de desarrollo de comics de IGNIS GRAVITAS Inc. por medio del uso de la mecánica de estrategia para una mejor eficiencia.

1.3.2 Objetivos específicos

Establecer criterios para la creación de estrategias en el desarrollo del cómic.

Esquematizar la estrategia obtenida para que sea aplicable.

Adaptar la estrategia para el proceso de producción de cómics en IGNIS GRAVITAS Inc.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes



Se seleccionaron algunos de los estudios más relevantes que validan el cómic como técnica y estrategia de aprendizaje interactivo, dada su capacidad de transmitir ideas claras.

El primero de los estudios que afianzan la información respecto al uso del cómic es Ujueta (2017): “Análisis teórico y práctico de la narración gráfica a partir de una matriz comparativa para la construcción de un protocolo de diseño y producción”.

Su objetivo es el análisis sintáctico y narrativo de los cómics dentro de una comparación realizada a través de una matriz crítica y minuciosa enfocada en la estructura narrativa de la historia. De esta manera, determinó que el núcleo principal de los cómics se encuentra en cómo se ha ejecutado la historia de manera escrita y guionizada. Argumentó que el área gráfica debe contar con un desarrollo sustentado en la historia o narrativa.

Tras la investigación mencionada, se arrojaron una serie de principios a considerar en el desarrollo de un cómic como medio de narración gráfica, concluyendo que una buena historia (como base y fundamento de la composición narrativa en un medio gráfico conforma a una buena obra). Así se pudo analizar que elementos rodean la narrativa del cómic y cómo se componen en base a esto.

El segundo estudio es de Soria (2017) “La novela gráfica como medio narrativo para problemáticas sociales”. Él estudió la identificación de los

recursos visuales de los cómics basados en una temática social, confrontando las diferencias entre la realidad y la representación surrealista de los problemas generales por medio del mismo. De hecho, analiza cómo el cómic ha forjado un impacto en la sociedad como medio interactivo.

Además, argumentó cuáles son los componentes idóneos que un cómic informativo y representacional debe contener para comunicar el mensaje de forma certera. Este estudio completo sobre el cómic, sirvió para conocer los elementos estructurales que conforman el mismo, saber cómo funciona y como es el cuerpo del cómic, facilitó el desarrollo de la estrategia.

El tercer referente utilizado es de Achinte (2019) “Diseño de un web cómic que relata vivencias de jóvenes con trastorno de ansiedad ubicados en la Universidad Autónoma de Occidente de Cali, mediante un protocolo de producción”.

Abarcó la concientización (por medio de un webcomic) de problemas de ansiedad y desinterés existentes respecto a la salud mental que se vive en Cali. Investigó las maneras de generar el mayor alcance posible por medio de redes sociales, generando patrones y elementos fundamentales a la hora de desarrollar un cómic para plataformas web.

Hizo hincapié y confirmó que el cómic funciona como medio de difusión del aprendizaje y concientización de temas como la salud

mental. Generó un enganche idóneo en la población seleccionada utilizando un tema que ha perdido la atención en la sociedad.

Realizó un análisis sobre la publicación en plataformas web para determinar cuál es el tipo de lectura eficiente con el objetivo de transmitir el mensaje del tema tratado.

Además, su análisis sobre el cómic en la plataforma web proporcionó una vista externa que favoreció el desarrollo de estrategias que se plantearon en este proyecto, colaborando en la realización del objetivo específico “Desarrollo de parámetros de planificación de estrategias para el desarrollo del cómic”, que se verán más adelante.

Seguidamente, se tomó como referente a (Huang, 2020) “proyecto de cómic”. Este estudio se enfocó en la producción de un cómic para su auto-publicación como *fanzine*. Planteó problemáticas alusivas a la creación de la historia, guionización, *storyboard*, creación de personajes y entornos, edición final del cómic e impresión.

Trabajó una metodología orientada al desarrollo por medio de la documentación y la práctica, por lo que su planteamiento determinó problemáticas comunes durante la elaboración, gestión y edición de cómics.

Proporcionó conocimiento de técnicas para realizar cómics, que al saber de ellas, formó parte de las bases para fundamentar estrategias para la realización de cómics, las cuales se harán notar más adelante.

Otro antecedente en el que se apoyó este proyecto fue Vilchis (1995) “Metodología del Diseño”.

Este libro se enfocó en definir el concepto de la metodología en el área de diseño, desarrollando distintas contraposiciones de las teorías que autores reconocidos en la metodología propusieron en su momento. Además hace un compilatorio de esquemas importantes en esta área.

En base a este libro se tuvo que definir el concepto aplicado de la metodología, ya que para llegar

a una estrategia, en este caso de estudio, se necesitó comprender el significado de lo que se plantea en este libro, ya que la línea que define la metodología y estrategia puede ser delgada, por lo que fué pertinente ahondar en el tema.

Otro libro que aportó a este proyecto fue Mintzberg Y Quinn (1993) “El Proceso Estratégico Conceptos, Contextos Y Casos”. En este libro trata ampliamente el concepto de estrategia en sus diferentes campos, el enfoque y todo lo relacionado a la misma, como la planeación estratégica, inclusive dio claridad en los criterios para una estrategia.

Este libro fue imprescindible para el entendimiento del concepto de la formulación de una estrategia, al plantear cosas como la identificación de amenazas y oportunidades, al entenderse como una análisis para la planeación y el desarrollo de movimientos eficaces para lograr los objetivos, deja en claro las bases utilizadas en el desarrollo del proyecto.

2.2 ¿Qué es estrategia?

“Muchas veces se utiliza la palabra estrategia para hacer referencia a aquellas actitudes o acciones que están dirigidas a establecer una forma de pensar o de hacer las cosas” (Contreras, 2013, p.158)



En términos generales, se trata de la forma en cómo se realizan las actividades. Sin embargo, el término de estrategia resulta ser complejo de entender ya que engloba una serie de acciones intencionales dentro del contexto de una actividad, además que hay una línea delgada que confunde su significado con el término metodología.

Para entender qué es el método, es necesario tomar en cuenta el estudio de Vilchis cuando dice que “El método es, según se ha visto, literal y etimológicamente, el camino que conduce al conocimiento, expresa el producto más acabado que la lógica elabora y su culminación sistemática” (Vilchis, 1995, p. 15). Esto quiere decir que la metodología, está englobada en contextos y situaciones que buscan el conocimiento de los pasos a seguir para llegar a un fin. En consecuencia termina siendo una forma lógica de pensar que guía al ejecutor de una actividad para llegar a una conclusión.

Lo que es un hecho es que en los diversos ámbitos del conocimiento se aplican teorías, métodos y técnicas que en conjunto configuran una estrategia de investigación que se adecua a las exigencias científicas de los casos para obtener los mejores resultados y en el caso del diseño para hacer la modificación de la realidad que se pretende: arquitectónica, industrial o gráfica. (Vilchis, 1995, p.23)



También se entiende que la metodología tiene el componente de la técnica y la estrategia, y cada una conforma el equilibrio que dicho cuerpo (el método) requiere para funcionar, convirtiéndose en la disciplina.

Dicho lo anterior, la estrategia, se determina como una serie de acciones. “La estrategia es un plan una especie de curso de acción conscientemente determinado, una guía (o una serie de guías) para abordar una situación específica” (Mintzberg y Brian, 1993 p. 14).

Mientras que la estrategia es un plan de acción, la metodología es una serie de pasos lógicos para una actividad determinada. Cada uno se mantiene en un contexto que los lleva a la resolución de problemas. En el caso del cómic, estos dos conceptos se verían aplicados de la siguiente forma:

Método

El cómic necesita iniciar por un guión, bocetos, lineart, rotulación, color, edición. Este es un proceso de trabajo de cómic, junta los procedimientos lógicos a seguir para hacer un cómic.

Estrategia

Se presenta una situación de bloqueo de creatividad y esto afecta la composición de las viñetas a la hora de hacer los bocetos. Entonces la resolución al problema es que en vez de interpretar la lectura del guión e ilustrar, se toman referencias de otros cómics para resolver la composición, de modo que a medida que avance, el artista estimule su creatividad y tenga soltura al dibujar.

Ambos caminos llevan a soluciones y van de la mano. Sólo requieren un contexto y una situación para que el método requiera de una estrategia que entre en acción. Recordando que “técnica es procedimiento práctico” (Vilchis, 1995, p.19) estrategia funciona como plan de acción y el método es la lógica que se encuentra detrás de una actividad para que esta se realice.

“Las estrategias tienen dos características esenciales: se elaboran antes de las acciones en las que se aplicarán y se desarrollan de manera consciente y con un propósito determinado.” Mintzberg y James Brian Quinn, 1993 Pág. 14 y 15.

2.3 ¿Qué es un cómic?

La definición de esta palabra puede ser un tanto compleja, y más si tomamos en cuenta que aquello que el término cómic representa, constantemente evoluciona. Sin embargo, una definición popular entre los amantes del tema puede resolver esta simple duda. “Cómico. Ilustraciones yuxtapuestas y otras imágenes en secuencia deliberada, con el propósito de transmitir información y una respuesta estética al lector.” (McCloud, 1995 p. 20)

Hay una serie de opiniones diversas que buscan definir qué es el cómic. Buscan sintetizar e innovar el significado de este término. Y es que hay muchos factores que existen alrededor del cómic que cambian el paradigma de su significado. Pero lo esencial es entender que el cómic tiene un contexto (narrativo y de soporte de lectura), una situación que cuenta ideas, un tipo de estructura y la experiencia estética.

“El cómic o historieta gráfica, es un formato de narración de historias mediante la conjugación de imágenes y texto, que son diagramadas secuencialmente medio de viñetas que encuadran

espacios, personajes, expresiones faciales y corporales, objetos, diálogos, acciones, sonidos, etc.; Que tienen como fin, comunicar eficazmente la narrativa del cómic.” (Achinte, 2019 p.41).

Esta definición deja en claro que el cómic no requiere un formato específico; sea físico o digital, con tal de cumplir con la expectativa de contar las historias por medio de los elementos que se citaron; hemos entendido que el cómic no necesita más que un soporte donde pueda ser leído y contar historias, con la condición de ser seriado a diferencia de la novela gráfica que no lo es.

2.4 Estructura de una página de cómic

Al momento de decidir qué se puede hacer en el cómic, es necesario conocer cómo se compone una página de cómic.

2.4.1 Viñeta

Se trata de un recuadro que se compone de elementos narrativos ilustrados. Es la característica más representativa del cómic. Una viñeta en una página de cómic es un plano que funciona en conjunto a otras viñetas. Al ser elementos separados son trabajados en composición creando ritmos en la lectura. De allí que existan diferentes tipos de viñetas, según los datos que compila



Soria (2017) existen varios estilos de viñetas y estas tienen como enfoque transmitir la sensación de la escena que se está narrando. Destacando así:

Viñeta abierta: Es un cuadro no enmarcado que abarca la página, normalmente las viñetas están incorporadas en la ilustración. Tiene como intención mostrar detalles de la escena.

Viñeta cerrada: Viñeta común que está enmarcada. Es un elemento básico para narrar sin dilación.

Viñeta rota: Es una viñeta enmarcada pero con elementos que se salen de la misma invadiendo viñetas ajenas. Comúnmente utilizado para indicar algo importante en la narrativa.

Viñeta de una página o más: Una viñeta que abarca una o más páginas que tiene como función dar el mayor impacto posible en una escena.

Viñeta oblicua: Caracterizada por tener sus ángulos inclinados de forma diagonal. Aplicadas comúnmente en escenas de acción, movimiento, caos o intensidad.

Viñeta ortogonal: Tiene ejes paralelos y tiene como función mostrar orden o estabilidad

La viñeta sigue un ritmo de lectura que es trabajado por medio de la composición y se clasifican en simétricas y asimétricas Muños (2008). Las primeras tienen una distribución de elementos en el espacio estáticas, utilizan elementos centrados y con distancias equivalentes. Por lo general, presenta al espectador momentos de calma o diálogos entre personajes.

Al mencionar las composiciones asimétricas, se hace referencia a aquellas que utilizan una distribución dinámica de los elementos en el espacio, juega con el tamaño de los elementos, planos y tipos de viñetas. Son composiciones utilizadas comúnmente para escenas de acción o caóticas.

2.4.2 Rotulación y burbujas de texto

La rotulación se refiere en general al trabajo de *lettering* aplicado en el cómic. Por una

parte se aplica técnicas de *lettering* para darle estilo y expresión a las onomatopeyas que se leen dentro del cómic; además le da un gran contraste y ambientación a la viñeta, por lo su utilización de aplica para distintos objetivos como dirección de lectura, tensión, ruido, emoción, intensidad de la escena y entre otros.

Por otro lado, las burbujas de diálogo o (como también se le conoce en España) “bocadillos” son elementos que ayudan a transmitir mensajes concretos que son textuales.

Además tiene funcionalidades que aportan el entendimiento de lo que dice un personaje, qué es lo que siente o la personalidad del mismo cuando el “bocadillo” recibe un tratamiento gráfico.

Dentro la burbuja de texto también es válida la posibilidad de introducir elementos de diseño y de diagramación, siendo este último implícito en toda burbuja de texto y diálogo; Tal es el caso del uso de las tipografías *bold*, las cuales indican el peso



e importancia de las palabras de un personaje. Asimismo, las tipografías *script* que suelen utilizarse para dar a entender que lo que se dice es especial o se habla de algo o alguien en particular.

Otra de las técnicas utilizadas con frecuencia es la deformación visual del texto dentro de un bocadillo; busca expresar emociones de un personaje o su tono de voz. No obstante, si bajo esta técnica se aplica una tipografía diferente y no convencional para textos comunes, la función cambia y puede indicar la voz de un personaje si se encuentra justificado correctamente.

Por su parte, las burbujas de texto también pueden modificar sus elementos para mejorar la expresión deseada, por ejemplo, diferenciar personajes o mostrar hechos psicológicos de los personajes.

Dentro de la compilación de los tipos de burbujas y cuadros de diálogo expuestos por Soria (2017), están:

Burbuja circular: Utilizada para diálogos comunes, es uno de los elementos más frecuentes en los cómics. Tienden a ser alargadas con la intención de que el lector entienda claramente el diálogo y, según la región, pueden estar dispuestas con distintas orientaciones de lectura. Por ejemplo, en el *manga* son verticales por su tipo de escritura.

Cuadro de texto: Este tipo de burbuja muestra que un diálogo proviene de un personaje que no necesariamente está presente en la viñeta. Suele aplicarse en monólogos internos y ocasionalmente, se muestra con una variante rectangular. No obstante, esta última versión se emplea para indicar que es la voz de un narrador, la posición del lector respecto al universo del cómic o el tiempo en el que se halla.

Burbuja intermitente: Caracterizada por presentarse como un globo de diálogo común, pero dibujado con una secuencia de puntos distanciados (aplicando la ley de cerramiento). Su función es indicar susurros o decir cosas que no son escuchadas en la escena.

Burbuja rectilínea: Se caracteriza por sus

formas rectangulares y antinaturales. Es aplicada para indicar que el diálogo u onomatopeya provienen de un dispositivo electrónico.

Burbuja de pensamiento:

Se aplican para indicar pensamientos o sueños de un personaje y se caracterizan por tener pequeñas burbujas direccionales. Algunos no utilizan este último elemento en la burbuja de pensamiento, sino que se coloca cerca del personaje y la forma de la burbuja es similar a una nube.

Burbuja de color: Indican la identidad de un personaje (Normalmente aquellos que protagonizan la historia como héroes o villanos).

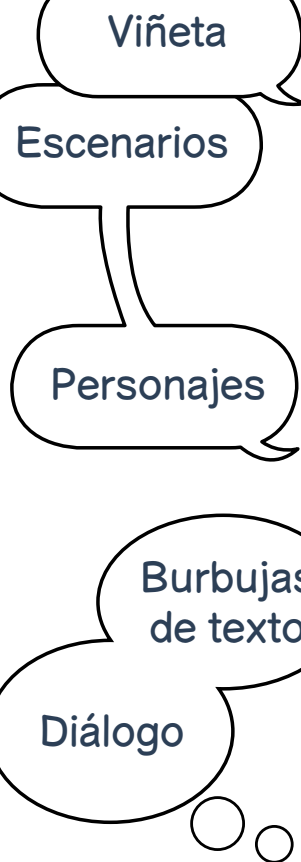
Burbuja puntiaguda: Hacen énfasis sobre lo que se dice o escucha, ayudando a identificar gritos, ruidos fuertes u onomatopeyas; se caracteriza por llevar la línea de dirección de un diálogo, pero con formas puntiagudas e indicando que puede ser violento, sorprendente, alegre o turbio.

2.4.3 Personajes y escenarios

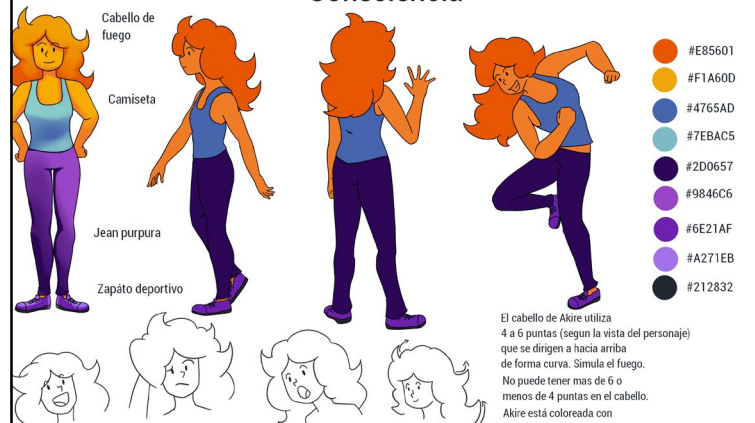
Este elemento es comprendido por un factor en común en cuanto al cómic, el tema y la historia, es por ello que cuando se ilustran personajes o escenarios se debe comprender la razón de su existencia dentro de la historieta.

A pesar de que el creativo no necesita “crear” la historia (ya que puede estar trabajando con un escritor de cómics), conocer precisamente lo que se desarrolla: la época, la situación, los personajes, su perfil psicológico y las normas editoriales originarán el trabajo ilustrativo.

“What your readers will see is the artwork, but behind those drawings exist the interconnected elements of characters, story, setting, and theme. This structure provides the makeup



Consciencia



of an entire world, or even universe”

[Lo que tus lectores pueden ver es el trabajo artístico, pero detrás de esos dibujos existen elementos interconectados de personajes, historia, escenario y tema. Esta estructura provee la creación de un mundo entero, o incluso universo.](Araki, 2015. Pág. 41)

Esta teoría, aplicable dentro la creación conceptual de los elementos de la historia, es aplicada en la ilustración, ya que refuerza la idea de justificar todo aquello que se esté dibujando, es decir, debe tener una razón de ser. Un personaje ha de contener elementos que lo relacionen a los conceptos del escenario, perfil psicológico y tema dentro de la historia.

Soria (como se citó en Ozawa, 2001), indica que se debe llevar a cabo el proceso conceptual de diseño con el cual se establecerá la propuesta final. Este proceso es la razón del porqué existen personajes únicos o sobresalientes sobre “un mar de personajes” y es aplicado exactamente igual en los escenarios.

Al considerar esto último, se determina que los escenarios mismos de un cómic deben ser tratados como otro personaje; aún así, existen cómics en donde algunas viñetas no tienen escenario, sino elementos de impacto o movimiento como líneas, colores o piezas en blanco, en estos casos la intención de quitar el escenario es dar énfasis en lo que sucede con el personaje u objeto.

2.5 NAME

Se trata de un proceso utilizado en la creación de *manga*, es similar al *storyboard* de cómics, pero con la particularidad de que este funciona como una vista previa de la maquetación del *manga*. Suele ser realizado a lápiz y sobre papel

económico de tamaños como el B3. El *NAME* es una fase para la planificación del *manga* porque se detalla los elementos que se deben dibujar, además de que se puede cambiar una viñeta si el resultado puede mejorar, sea unificando algunas viñetas o dibujarlas de nuevo.

Según el usuario Seledkapodshboi (2021) es una artista de cómic de la plataforma medibang, plantea que el *NAME* es el plano del *manga*, la base principal, ya que se puede ver la fluidez de lectura, las viñetas y globos de texto. No hay una manera estricta de hacer el *NAME*, excepto la posición de los diálogos, además se pueden agregar ideas principales a dibujar como; expresiones, poses, personajes, composición de escenario y demás.

Algunos artistas pueden llevar más o menos tiempo en este proceso, incluso se presta para redibujar algunas viñetas hasta conseguir la composición óptima. Puede ser realizado pequeños dobles como el 1/32 de un pliego completo para visualizar la conexión de una página con la otra. Esta herramienta es funcional para los artistas de *manga* que no tienen control del número de páginas.

Rena (s.f) indica que se trata de un *manga* que se dibujó en bruto sobre papel delicado y lápices, lleva la trama y los personajes. No tiene mayor complicación, pues se trata de un boceto de cómo se van a ejecutar las ideas.

El *NAME* puede ser hecho por el guionista para mostrar las ideas que tiene en mente. Esto es algo que puede variar, ya que el mismo artista puede hacer el *NAME* para tener ideas claras para ejecutar al momento de dibujar el *manga*; Esto puede verse como una especie de proceso de guión técnico (de medio audiovisual) pero aplicado directamente al *manga*.

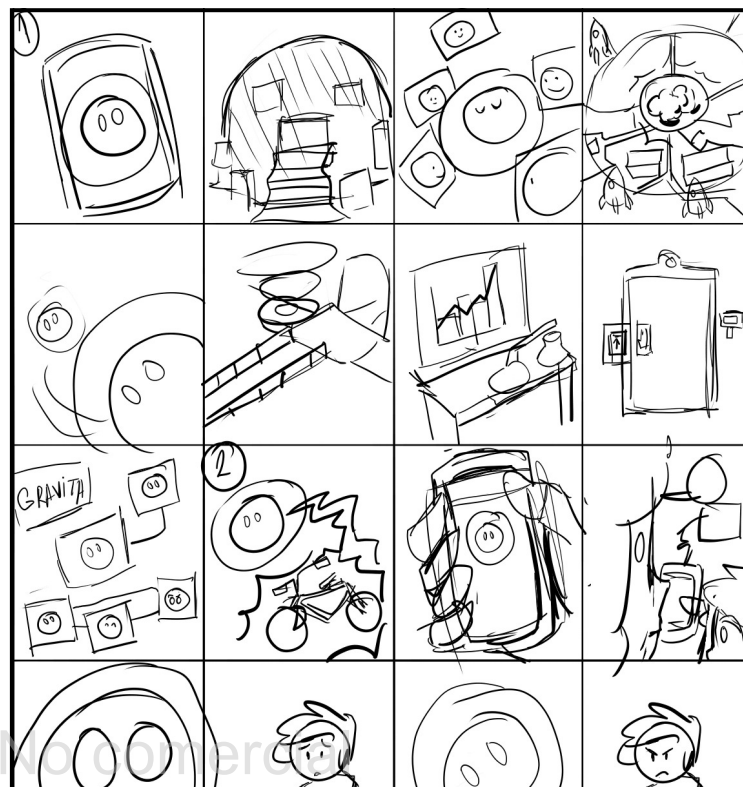
2.6 El Storyboard

“Se trata de una pieza clave que prácticamente muestra la historia de manera visual y espacial.” (Gabriela, s.f.). Aplicado al cómic, esta faceta del proceso de trabajo (de los medios audiovisuales) tiene como propósito clarificar las ideas y

planificar cómo se verán las escenas y secuencias, para entender sí se lee fluido la narrativa.

En los cómics, esto influye en las viñetas y suele utilizarse para comprender secuencias y tener las ideas claras tal como lo da a entender Muñoz (2009) en su proceso de trabajo, dibuja las ideas principales utilizando “monigotes” ya que para él, esto le ayuda a entender lo que está escrito en el guión y cuándo siente bloqueo creativo. Indica que leer el *storyboard* le sirve para centrar sus ideas y objetivos (elementos que debe llevar la escena, tipo de viñetas, entre otros al momento de dibujar).

El *storyboard* termina siendo una parte fundamental del proceso creativo del cómic para muchos artistas de la industria. Es una herramienta que sirve para la planificación general ya que se puede entender la acción, las transiciones de viñetas o páginas, cómo se verá una escena o calcular el tiempo de lectura, por lo que la aplicación de esta puede hacer la diferencia al momento de hacer cómics que requieren muchas páginas.



CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de investigación

“El diseño se incluye dentro de las ciencias prácticas, ya que uno de sus objetivos constitutivos es el desarrollo del producto” (Pontis, 2010. Pág. 5). Dicho así, orienta a que toda investigación cuyo fin desarrolle un producto se debe considerar como investigación proyectual. Así pues, al considerar lo descrito por Pontis, el desarrollo de esta investigación es de tipo proyectual, dado que no se pretende descubrir o plantear un aporte inédito, sino resolver un problema dentro de una comunidad (IGNIS GRAVITAS Inc.).

La siguiente definición de investigación proyectiva:

“Consiste en la elaboración de una propuesta, un plan, un programa o un modelo, como solución a un problema o necesidad de tipo práctico, ya sea un grupo social o de una institución, o de una región geográfica, en un área particular del conocimiento, a partir de un diagnóstico preciso de las necesidades del momento” Hurtado (2008)

Este concepto fundamenta el tipo de investigación que se está realizando, en este caso, el grupo social será IGNIS GRAVITAS Inc. y los usuarios serán los emprendedores; el plan es la propuesta de una estrategia de creación en línea de cómics que formará parte de la sección del motor de conocimientos de la plataforma cuya finalidad será la de ayudar a comprender su uso y la cultura de emprendimiento.



3.2 Enfoque metodológico

En el caso de estudios cualitativos, específicamente en las entrevistas en profundidad, se identifican categorías o grupos de conceptos relevantes para la investigación, con la finalidad de comprender, interpretar, reconstruir y reflexionar acerca de las experiencias e historias de los informantes. (Arias, 2006 p. 136)

Mediante la recolección de datos e información (tal como se indicó en la cita anterior) se analizó lo que se encontraba en la recolección de documentos y la experiencia obtenida en el campo del trabajo con de cómics con IGNIS GRAVITAS Inc., abriendo paso a la profundización del problema que se planteó y la propuesta de estrategias que se pudieron aplicar durante este estudio.

3.3 Diseño de investigación

Se trata de un proyecto factible, por que se presentó una solución al problema que se planteó; “La propuesta final, pasa inicialmente por la realización de un diagnóstico de la situación existente y la determinación de las necesidades del hecho estudiado, para formular el modelo operativo en función de las demandas de la realidad abordada. (Balestrini, 2006 p. 8), Aquí la autora afirma que un proyecto que se pueda realizar bajo el estudio de las necesidades encontradas, que fueron resueltas y son ejecutables, pueden pasar por un proyecto factible.

3.4 Metodología de la investigación

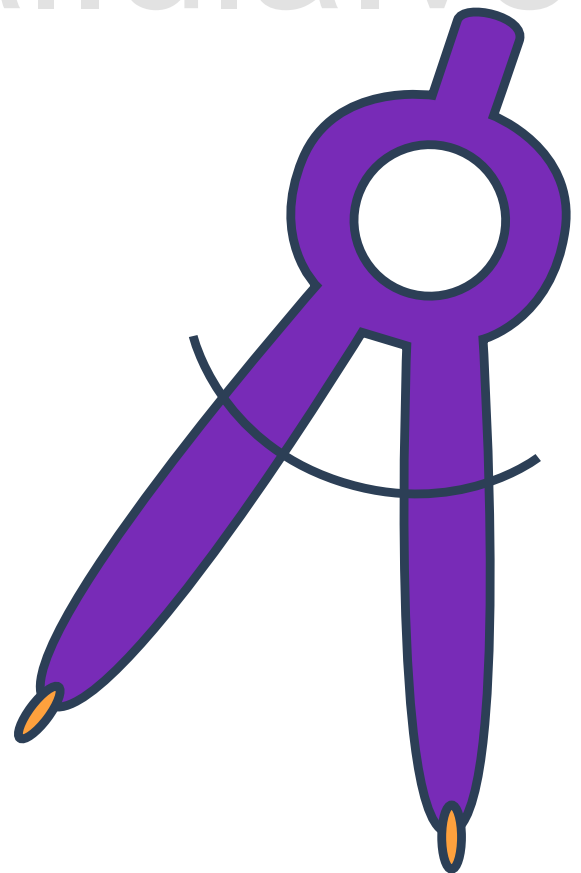
Se aplicó el método de caja transparente y caja negra de Christopher Jones. Al tratarse de una contemplación de ideas y resolución de problemas por medio del instinto y la lógica, se aplica el equilibrio de los enfoques de las dos cajas para experimentar y llegar a soluciones.


Aplicando la caja transparente se buscó analizar problemas desde un punto de vista crítico y lógico, establecer estrategias

para experimentar los resultados de los experimentos que se realizaron en el estudio.

Por otro lado la caja negra, buscó la resolución de problemas por medio del instinto sin necesidad de acudir a la lógica para explicar qué sucedió.

Se experimentó de estrategias que se utilizaron de antemano para obtener retroalimentación de los resultados, ya que en el caso de la caja transparente, las estrategias son lineales y cíclicas, por lo que, en conjunto del método de la caja negra, que buscaba encontrar soluciones a los problemas que se trataban en el método de la caja transparente, se obtenían aportes importantes para este estudio.





Sí, siempre me dirijo a la subconsciencia de cada uno y en el diálogo instruyo a la consciencia

¡Oh Poderoso!

Okey, hablemos

CAPÍTULO IV

TESIS, PROCESOS Y RESULTADOS

Después de varios resultados y recopilación de datos sobre la capacidad de la estrategia y el saber cómo y cuándo usar una estrategia, se obtuvo conocimiento de que: la estrategia se puede aplicar en cada parte de la metodología de la creación de cómics, una estrategia no funcionará siempre; según Muñoz (2009), esto se debe a que cada situación es diferente y en el cómic no es la excepción, pues se trata de un rompecabezas que se debe armar en cada página (p. 60), la aplicación de una estrategia facilita trabajar el cómic.

Una organización del trabajo que se debe realizar siempre facilitará la creación de cómics, por lo que al momento de organizar las tareas se integran estrategias para rendir en las partes que pueden causar más dificultad. Se debe tener en cuenta que se aplica el método, la estrategia y la técnica, con la intención de aplicar todas las herramientas que la persona o el equipo encargado de realizar del cómic tenga a disposición, se puede obtener infinidad de resultados, al momento de aplicar una estrategia dependiendo de las fortalezas y debilidades las decisiones cambiarán dependiendo de la situación.

En este estudio no se tomó en cuenta el desarrollo de la escritura del guión (un tema tentativo pero que no aplica a los propósitos de estudio) porque está enfocado en la búsqueda de una solución gráfica aplicando la estrategia como herramienta.

4.1 Proceso de trabajo del cómic aplicada en IGNIS GRAVITAS Inc.

Para tener una mejor idea de cómo se aplicó una estrategia en el cómic, fué importante conocer el proceso de trabajo que se aplica en la plataforma, que está basado en la propuesta de Muñoz (2009) siendo está en el orden siguiente: Guión, documentación, composición de páginas, lápiz, tinta, rotulación y color.

En IGNIS GRAVITAS Inc. se aplica el siguiente proceso: Guión, story board, documentación, bocetos, líneas, rotulación, color y edición. Si bien Muñoz (2009) no hablaba del story board como parte de su proceso de trabajo, sino que era una herramienta que él utilizaba para trabajar por su propia cuenta los cómics, en el caso de Ignis Gravitas se hace necesario para entender la idea de lo que se habla en el guión, además que es una forma eficiente de tener ideas claras de lo que se va a hacer. De esta manera, el *storyboard* se discute con los compañeros del equipo para realizar tormentas de ideas, eliminar dudas y preparar el campo para la persona encargada de los bocetos.

4.1.1 Guión

“El guión es un texto ajeno a una obra literaria que es generalmente utilizado para exponer detalles y acciones que son necesarias para ambientar al lector dentro de una locación en espacio tiempo” (Soria, 2017 p.25)



Es el la historia contada con la estructura del cómic escrita, cuenta con los detalles que tendrá las páginas, diálogos, personajes, cantidad páginas, entre otros. El equipo o la persona que se encarga de la parte gráfica del cómic debe comprender e interpretar lo que está sucediendo en el guión; a partir de aquí se suele hacer las planificaciones y búsquedas de documentación y referencias.

4.1.2 Storyboard

El *storyboard* es aplicado para discutir junto al equipo de desarrollo de cómic para planificar cómo se va ver el cómic y entender las ideas del guión.

4.1.3 Bocetos

El proceso de bocetos en IGNIS GRAVITAS Inc. es también la conocida fase de “lápiz” según Muñoz (2009) Es el dibujo final que se utilizará para pasar a la fase de líneas; esta parte señala cómo se debe ver el cómic agregando detalles no muy elaborados (pero sí definidos) sobre lo que se necesitará entintar.

4.1.4 Líneas

Esta fase se encarga de definir con líneas y alguna técnica para detallar con líneas definidas, los elementos que se leerán dentro de la página, a excepción de la rotulación que se añade después de esta fase.





4.1.5 Rotulación

Una vez realizadas las líneas, se agrega todo lo que son los diálogos y onomatopeyas, todo aquello que lleva *lettering* o globos de diálogo.

4.1.6 Color

Se utilizan colores aplicando herramientas de vectorización, ya que facilita la aplicación del color se puede modificar algún error o modificar a criterio del colorista.

4.1.7 edición

Una vez realizadas las líneas, el color y la rotulación se aplica la edición final donde se corrigen algunos errores que se vean en el cómic, además se monta la imagen para tener la página lista.

4.2 Establecer criterios para la creación de estrategias en el desarrollo del cómic.

La narrativa gráfica (término que abarca distintas áreas de la expresión artística como cine, cómic, videojuegos y entre otros, para narrar ideas y conceptos) es una herramienta que utiliza la plataforma IGNIS GRAVITAS Inc. para diferentes propósitos y entre ellas está el cómic, rama de la narrativa gráfica por la que este estudio se enfoca. Se ha podido observar a la hora de ejecutar los cómics que se necesita idear estrategias para que el equipo de cómics mejore su eficiencia en el tiempo de entrega, resolución de problemas encontrados al trabajar y factores externos que afectan el rendimiento de la persona o equipo que esté trabajando en el cómic. y Quinn (1993) plantean para formular una estrategia:

Objetivos claros: que sean factibles, específicos, precisos e inclusive medibles.

Conservar la iniciativa: conservar el compromiso,

establecer el curso de los acontecimientos para llevar la actividad a cabo en vez de reaccionar al problema.

Concentración: básicamente enfoque, definir con certeza las facultades, para que se pueda ser mejor en situaciones críticas.

Flexibilidad: Libertad de movimiento y maniobrabilidad, inclusive hacer cambio de posiciones, que los participantes sean capaces de rotar posiciones si es necesario.

Liderazgo coordinado y comprometido: la estrategia requiere de un líder responsable y comprometido para llevar a cabo las metas.

Sorpresa: Uso de anticipación a los momentos inesperados para atacar.

Seguridad: Desarrolla un sistema de inteligencia efectivo para prevenir sorpresas y asegurar una base de recursos operativos.

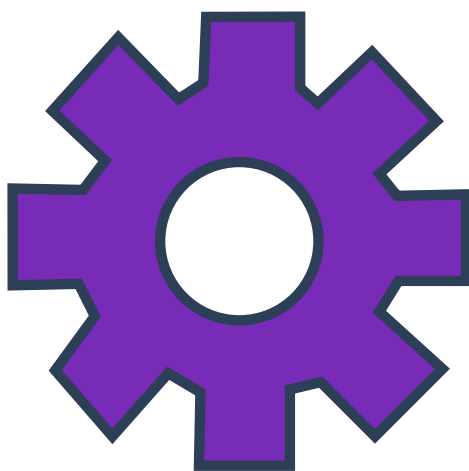
Estos son algunos de los criterios fundamentales que se toman en cuenta al momento de planificar una estrategia.

En base a la experiencia obtenida en el campo de trabajo, la información recolectada en relación al cómic y las bases de la estrategia propuestas por Mintzberg y Quinn (1993), se establecieron los criterios para desarrollar una estrategia en el desarrollo de cómics.

4.2.1 Identificar las amenazas

Para comenzar a plantear los criterios para la creación de estrategias fue importante analizar las oportunidades y las amenazas, a su vez identificar el riesgo y así evaluar las acciones a seguir, por lo que se obtuvo las siguientes amenazas al momento de desarrollar un cómics, como:

- Límite de tiempo o “*deadline*”
- Poca iniciativa por parte del equipo.
- Fallos técnicos como: se corrompe el archivo,





el *software* con el que se trabaja el cómic agarra un bug, se pierden los progresos guardados, fallas de luz inesperadas, se daña la computadora, entre otros.

- El proceso de alguna de las fases se hacen más lento de lo normal
- Bloqueo creativo
- Contratiempos personales que afecten al equipo o artista del cómic.
- Fallo de comunicación con el equipo

Esta lista engloba algunos de los problemas que se encontraron durante el proceso de trabajo de cómic en la plataforma. En el proceso de trabajo siempre existe la posibilidad de encontrar problemas con los que lidiar que afecta directamente el cómic, la intención de encontrar el problema es darle una solución por medio de la estrategia, por lo que una vez identificado ya hay una ventaja (una oportunidad) con la que se puede iniciar dicha solución.

4.2.2 Ubicar en qué fase se encuentra

Es importante entender en qué parte del proceso del cómic se encuentra; en este punto es posible identificar los elementos necesarios para crear la estrategia, aprovechando la flexibilidad de la misma.

Al hacer esto se aplica la concentración que Mintzberg y Quinn (1993) indican dentro de sus criterios. A su vez se puede tener una vista general de los recursos que se pueden utilizar y desarrollar una flexibilidad ante la situación, con el fin de identificar las ventajas y desventajas del momento.

4.2.3 Identificar las ventajas

Parte de lo que permite obtener ganancias en una estrategia es aprovechar las ventajas, esto puede considerarse clave si la persona sabe utilizar y explotar dicha ventaja.

La estrategia podría basarse en lo que se encuentra dentro del rango de las oportunidades y agotar lo máximo dicho recurso para cumplir con los objetivos (en este caso finalizar una fase del proceso de trabajo en el cómic o finalizar por completo un capítulo) o resolver aquello que la adversidad produjo.

La siguiente lista indica las ventajas más comunes de ver en el desarrollo de cómic, sin embargo es importante observar la situación ya que las ventajas pueden variar y ser diferentes. Dentro de lo que se observó en el campo de trabajo de cómic se encontraron son las siguientes:

- Aptitud para dibujar rápido
- Aptitud creativo
- Herramientas de dibujo (como tableta gráfica, aplicaciones de modelos 3D, software avanzado para realizar cómic, entre otros)
- Tiempo disponible de entrega
- Internet disponible
- Disposición para trabajar
- Área de trabajo cómodo

4.2.4 Ubicación de los recursos disponibles

Al desarrollar estrategias se está tomando en cuenta el límite de recursos que hay en el equipo (puede haber mucho o poco recurso, depende de la situación). Tomar en cuenta los recursos influye en más acciones que se puedan realizar. Al momento de idear un plan de estrategia se puede repartir los recursos para diferentes situaciones.

Muchos factores pueden hacer que algo funcione como recurso, y en el desarrollo de cómic puede verse complejo cuáles son dichos recursos. Durante la experiencia en el campo de desarrollo de cómic se pudieron encontrar los recursos más frecuentes que se pueden identificar.



- Tiempo de acción (tiempo de la energía que da disposición a una persona de realizar actividades).
- Inspiración
- Imágenes de referencia
- Herramientas de trabajo
- Recurso humano (personas que conforman el equipo)
- Aptitud de la persona con respecto algún área de la fase del proceso de trabajo.



4.3 Esquema de la estrategia

Se ha esquematizado la siguiente estrategia base para que sea aplicable en la producción de un cómic.

1 Preparación:

- Cada integrante debe guardar el proceso de trabajo en un dispositivo externo.
- Cada integrante debe guardar una copia de seguridad de los avances cada vez que se finalice una jornada de trabajo.
- Mantener buena comunicación con el equipo.
- Establecer ambiente laboral amigable para que los integrantes mantengan buena disposición.
- Valorar las aptitudes y habilidades de los integrantes para distribuir el trabajo.
- Establecer el hábito de refrescar el banco creativo minutos antes de trabajar para evitar bloqueos creativos.
- Establecer horarios de descanso.

2 Fase de storyboard:

- Documentación.
- Aplicación del *NAME* utilizando software de diseño de cómic.
- Distribuir los días que se utilizarán para el *NAME*.
- Designar al dibujante con aptitudes de comprensión del guión.
- Utilizar dibujos simples y concisos.
- Dibujar los globos de texto de forma definitiva durante el *NAME* y para utilizar más tarde.
- El archivo del *NAME* debe tener los globos de diálogo separados del dibujo.
- Discutir con el equipo de desarrollo de cómic lo que se obtuvo del *NAME* para planificar cómo se va ver el cómic, el ritmo de lectura y distribución de viñetas.
- Aplicación de los últimos detalles.

3 Fase de boceto:

- Aplicar el *NAME* como base principal de boceto definido utilizando el mismo archivo.
- Distribuir la cantidad de días aplicables para el proceso de boceto.
- Designar al dibujante más rápido para refinar los bocetos.

4 Fase de líneas:

- Utilizar el mismo archivo de la fase de boceto.
- Distribuir días en los que se harán.
- Designar el equipo que conformará la fase de líneas que tengan buena aptitud para esta fase y buena disposición.
- No perder tiempo en líneas demás que algún globo de texto.
- Designar quién realizará las líneas de marco de las viñetas que lo requieran.
- Realizar líneas de personaje.
- Realizar líneas de ambiente sin perder tiempo en las líneas que no se van a ver.

5 Fase de rotulación:

- Designar los días que se trabajará esta fase.
- Utilizar los archivos.
- Designar las personas con aptitudes para rotulación.
- Designar la persona que se encargue de la diagramación de texto.
- Designar las páginas que trabajarán ambos.
- Guardar en archivo PNG transparente el resultado final de las líneas y rotulación.

6 Fase de color:

- Distribuir las páginas en PNG que se aplicarán los colores planos de personajes a las personas con aptitudes de coloreado.
- Distribuir las páginas en PNG que se aplicarán los colores planos de los fondos a otro grupo de personas con aptitudes para colorear.
- Distribuir los días que se aplicarán para esta fase.

7 Final:

- Finalización del cómic exportando las páginas definitivas del cómic.

Este esquema puede ser modificado dependiendo de la situación en la que se encuentre el artista o equipo de desarrollo de cómic.



4.4 Adaptar la estrategia para el proceso de producción de cómics en IGNIS GRAVITAS Inc.

Para mejorar el rendimiento de trabajo del equipo de desarrollo de cómics de la plataforma se elaboró una estrategia para mejorar la eficiencia en la creación de narrativa gráfica en el motor de conocimientos de IGNIS GRAVITAS Inc. en la rama de los cómics. El proceso de trabajo que se aplica está basado en una producción en línea de las páginas de cómic (similar al proceso en línea de Ford) ya que se pretende que una página se construya en fases de la siguiente manera: boceto, líneas, rotulación, color, boceto. La intención es producir una página nueva cada vez que se avance una fase.

En base a este proceso en línea que IGNIS GRAVITAS Inc. utiliza se adapta la siguiente estrategia:

1 PROCESO DE TRABAJO

- Establecer el número de páginas a desarrollar en el rango de una semana. Esto facilita los objetivos a lograr dentro de dicho rango, en el caso de IGNIS GRAVITAS Inc. se establecen 5 páginas a la semana, debido a que el equipo de desarrollo suele ser escaso en cuanto a recurso humano. Este es un número adaptado a trabajar con dos personas como equipo, sin embargo el número de páginas puede aumentar dependiendo de la cantidad de personas dentro del equipo. En base al número de personas trabajando se designa la cantidad de páginas que se puede trabajar.

2 PREPARACIÓN

- Establecer buena comunicación con el equipo.
- Establecer horarios de descanso. Se aplica la técnica “Pomodoro” ya que minimiza distracciones y maximiza la concentración, además reduce el cansancio físico y mental para conservar la motivación.
- Identificar las fortalezas de los integrantes del equipo de cómic. Se elige en qué fase se desenvuelven mejor los integrantes del equipo para confiar actividades específicas.
- Contar con una copia de seguridad de los archivos que se trabajaron en el día. Esto debido a que suelen ocurrir pérdidas de archivos por diversos motivos en momentos inesperados.
- Guardar los archivos de trabajo en un dispositivo externo. Para prevenir inconvenientes con los equipos eléctricos, problemas de electricidad u otros inconvenientes al momento de guardar el trabajo que se realizó en el día laboral.
- Se debe leer un capítulo de cómic antes de comenzar la jornada de trabajo.

3 FASE DE STORYBOARD

- Aplicar la fase de storyboard utilizando la técnica de Muñoz (2009) ya que es práctico y sencillo.
- Asignar las páginas del guión que el equipo debe trabajar en esta fase

4 FASE DE BOCETOS

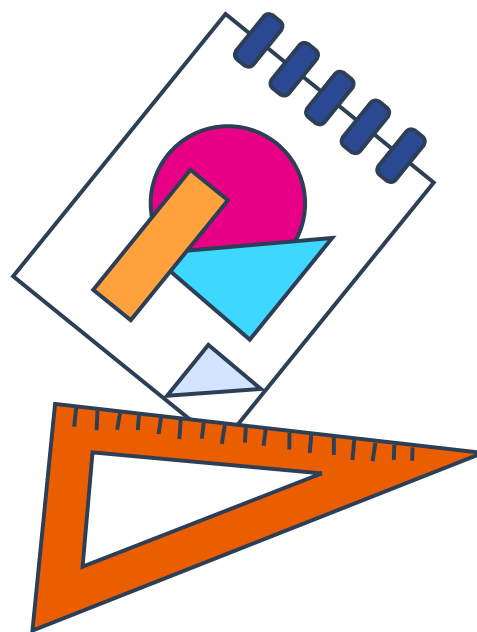
- Aplicar el NAME como boceto directo para la fase de líneas utilizando un software de dibujo. Desarrollar los globos de texto refinados. Esto se hace con el objetivo de modificar poco y así poder considerar los globos de texto del NAME como definitivo por el acabado refinado que se le dará en un principio, por lo que se aprovecha la idea de indicar el posicionamiento de dichos globos de texto para realizar un acabado limpio.

5 FASE DE LÍNEAS

- Utilizar el archivo de fase de *NAME* para guardar las líneas junto los globos de texto. En esta fase se aplicará la rotulación también.
- Utilizar un software especializado para ilustrar cómics utilizando el mapa de bits. Esto se utiliza porque el equipo puede tener mejor disposición utilizando este tipo de técnicas que los vectores.
- Utilizar un pincel de entre 10 a 15px. Esto se hace para aprovechar la ventaja del estilo de dibujo utilizado en IGNIS GRAVITAS Inc. porque es simple y la línea no utiliza una valoración profunda. Dicho pincel con estabilizador. Esto con el propósito de que los integrantes que utilizan mouse en el software de edición puedan sobrellevar dicha actividad. Además mejora la rapidez al momento de dibujar con tableta de dibujo.
- Primero: personajes y paneles de viñetas.
- Segundo: los ambientes.
- Tercero: la rotulación.
- Se exporta la página de cómic en PNG transparente con sus líneas y rotulación para utilizar en fase de color.

6 FASE DE COLOR

- Aplicar la técnica de vectores. Es posible corregir y cambiar colores con esta técnica, además se puede trabajar de mejor manera la técnica de degradado que IGNIS GRAVITAS Inc. exige aplicar para mantener parte de su lenguaje gráfico
- Asignar los elementos y páginas (las guardas en PNG que se utilizan en el programa de edición de vectores). Esto quiere decir que uno de los integrantes se encargan de colorear ambientes mientras otros se encarga de trabajar los personajes y otros elementos.
- Maquetación a cargo del líder del equipo.



Esta propuesta de estrategia tiene como objetivo desarrollar el cómic de una forma adaptativa, ya que no siempre se trabaja con la misma cantidad de personas o no hay suficiente recurso, por lo que se toma en cuenta la asignación de recursos como pieza principal de la estrategia.

Se puede observar que también influye en las fases de trabajo de IGNIS GRAVITAS Inc., aprovechando la ventaja se trabaja en base a lo que ya se aplicaba antes de la estrategia. Con el fin de mantener un mejor ambiente de trabajo se pensó en el recurso humano, por lo que se propuso una preparación previa que mantendrá una mejor disposición por parte del equipo con la

intención de mejorar la eficiencia al realizar cómic.

Además no indica el establecimiento de días de trabajo, sino que se busca trabajar por medio de jornadas permitiendo acordar un horario con el equipo antes de abordar un proyecto de cómic de modo que implementa la técnica Pomodoro como medio de descanso para aplicar en dichas jornadas de trabajo.



CONCLUSIÓN

El desarrollo de estrategias no busca suplantar ningún método o técnica, solo se enfoca en organizar un plan que pueda aprovechar los recursos disponibles para hacer frente a problemas inesperados e incluso mejorar la ejecución de actividades.

En el desarrollo de este estudio se trabajó con el ensayo y error durante varios capítulos del cómic de IGNIS GRAVITAS Inc. se mejoró el rendimiento de trabajo aplicando la estrategia, en el último capítulo desarrollado hasta fecha de este estudio, el trabajo fue fluido y eficaz, logrando convertir los elementos que rodeaban al equipo de en una ventaja.

Bajo el estudio realizado en el campo de trabajo se pudo identificar los puntos más importantes para establecer un criterio al momento de planificar una estrategia factible para el desarrollo de los cómics. Dichos puntos surgieron de la experiencia y el conocimiento relacionado respecto al cómic, por lo que al momento de indicar los criterios más importantes deriva en que la planificación requiere de un amplio conocimiento y experiencia en el área del campo a desarrollar.

Después de poner en práctica dichos criterios, se estableció una estrategia base que se puede modificar dependiendo de la situación del equipo de desarrollo de cómics, por lo que se puede mantener una concentración aún mayor al momento de cumplir los objetivos en el desarrollo de las fases del proceso de trabajo. En este punto no se pretende que la estrategia siempre sea la misma cada vez que se realice un nuevo capítulo de cómic, pero sí se puede tomar como base para futuros desarrollos. Se invita a indagar en las ventajas y desventajas que rodea al equipo y tomar provecho de la situación para llevar a cabo el desarrollo de cómic.

Dicho esto, la herramienta de la estrategia se desarrolló para ayudar al desarrollo de cómics futuros para que puedan ver luz y no se queden en un proyecto fallido o una simple idea.

Se hace evidente que mantener una disciplina en la organización de actividades harían que el desarrollo de estrategias fluya debidamente, además esto permitirá que las ideas surjan mucho mejor, así que se invita



a desarrollar dicho hábito para un buen desempeño y evitar problemas futuros en cuanto a la disposición de realizar cómic.

Por este motivo, independientemente de los contratiempos existentes, fallos grupales e incluso la falta de equipo, utilizar estrategias puede agilizar el proceso creativo permitiendo a los diseñadores y artistas del cómic lidiar con los problemas más frecuentes que se pueden encontrar durante el desarrollo del cómic, por lo que acciones como la de mantener un horario, un espacio apto para el trabajo, el enriquecimiento de la mente y la creatividad, son hábitos sanos que se pueden convertir en ventaja y pueden conllevar a la resolución de problemas con mayor certeza, y eso haría la diferencia al momento de realizar un plan estratégico.

Durante este proceso investigativo se encontró que el mundo del cómic no deja de evolucionar, siempre se actualiza y siguen apareciendo distintos métodos, técnicas, tips y conocimiento general que complementa el amplio tema del cómic. En este estudio se indagó sobre un área poco conocida dentro del cómic que es la estrategia, y se le dio una oportunidad para entender la precisión y fortaleza que está herramienta brinda, haciendo que el grandioso camino del mundo del cómic no sea una calle sin salida.



BIBLIOGRAFÍAS

Achinte, V. (2019) Diseño de un webcómic que relata vivencias de jóvenes con trastorno de ansiedad ubicados en la Universidad Autónoma de occidente de Cali, mediante un protocolo de producción. Proyecto de pregrado. Universidad Atónoma de Occidente, Facultad de Humanidades y Artes. Santiago de Cali.

Huang, H. (2019-2020) Proyecto de Cómic. Proyecto de pregrado. Universitat Politècnica de València, Facultat de Belles Arts de Sant Carles. Valencia.

Romero, J. (2019, Octubre) Diseño e implementación de un plan para el posicionamiento online de marca basado en *Startups* – Caso: Ignis Gravititas Inc. Proyecto de pregrado. Universidad de los Andes. Mérida.

Soria, G. (2017, septiembre) INVESTIGACIÓN: La novela gráfica como medio narrativo de problemáticas sociales. ESTRATEGIA: Diseño de material para la prevención del abuso infantil para ONG ADENGUA. Proyecto de grado de licenciatura. Universidad Rafael Landívar, Facultad De Arquitectura Y Diseño. Guatemala de la asunción.

Ujueta, J. (2017) Análisis teórico y práctico de la narración gráfica a partir de una matriz comparativa para la construcción de un protocolo de diseño y producción. Proyecto de pregrado. Universidad Autónoma de Occidente, Facultad de Comunicación Social. Santiago de Cali.

Arias, F. (2012, junio) El proyecto de investigación. Editorial Episteme. Caracas.

Araki, H (2015) *Manga in theory and practice: the craft of making manga*. VIZ media . San Francisco.

Balestrini, M. (2006, Junio) Cómo se elabora el proyecto de investigación. BL Consultores Asociados, Servicio Editorial. Caracas.

Gasca, J. y Zaragosá, R. (2014) *Desingpedia: 80 herramientas para construir tus ideas*. LID Editorial Empresarial, S.L. Madrid.

Hudges, A. et Al (2007, Marzo) *Aprende a dibujar cómic*. Dolmen Editorial. España.

Jones, S. (2014) *Comics writing: communicating with comic books*. Caliber Comics.

McCloud, S. (1995) *Cómo se hace un cómic: el arte invisible*. Ediciones B.S.A. Barcelona.

Mintzberg Henry y Quinn James, 1993. *El proceso estratégico*. Editorial Pretince Hall Inc

Muñoz, A. (2008, Abril) *Aprender a dibujar cómic* . Dolmen Editorial. España.

Vasilachis, I. (1992) Métodos cualitativos I los problemas teórico-epistemológicos. Centro Editor de America Latina S.A. Buenos Aires.

Vilchis Luz del Carmen, 1995. Metodología del diseño. Editorial Claves Latinoamericanas S.A de C.V.

Yu, H. (2017) The Other Kind of Funnies Comics in Technical Communication. Routledge . New York.

Adobbato, F. (2015, Junio, 5) Tipografía y Narración: El *lettering* en los comics, Recuperado el 26 de noviembre de 2021 de <http://www.catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2015/tipografiay-narracion-lettering-comics/>

Contreras Sierra Emigdio Rafael. (2013, Julio). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. Recuperado el 20 de diciembre del 2022 http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762013000200007

Firenella, M. (2018, Enero) The potential of comics in science communication. Recuperado el 5 de noviembre de 2021 de https://www.researchgate.net/publication/322664468_The_potential_of_comics_in_science_communication

Hurtado, J. (2008, Febrero, 21) La investigación proyectiva. Recuperado el 8 de octubre de 2021 de <http://investigacionholistica.blogspot.com/2008/02/la-investigacin-proyectiva.html>

López, F. (2020) El cómic de ciencia y su uso en el aula. Recuperado el 6 de noviembre de 2021 de https://revista.tebeosfera.com/documentos/el_comic_de_ciencia_y_su_uso_en_el_aula.html

Ligeti, M. (2019. Noviembre, 27) Understanding Flattig: an interview with Ray Nadine, Recuperado el 26 de noviembre de 2021 de <https://www.creatorresource.com/understanding-flattig-an-interview-with-ray-nadine/>

Medibang (2021, agosto) *Manga Tutorial for Beginners 05 Let's Make Name* (outline). Recuperado el 4 de Enero del 2023 <https://medibangpaint.com/en/use/2021/08/mangatutorialforbeginners05/>

Martinez, D. (2016) La narración gráfica como estrategia didáctica en la enseñanza de la educación artística en la escuela secundaria. Recuperado el 5 de noviembre de 2021 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=58606>

Pérez Gabriela. (s.f.) *Storyboard: Qué es y cómo hacer uno + ejemplos*. Recuperado el 21 de Enero del 2023 <https://historiadelcine.es/glosario-terminos-cinematograficos/storyboard-que-es-como-hacer-ejemplos/>

Pontis, S. (2009) Diseño gráfico: un novel de investigación. Caso de estudio, el proceso del diseño. Recuperado el 8 de septiembre de 2021 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5204254>

Parra, J. (2013, Junio, 29) La investigación o enfoque cualitativo. Recuperado el 8 de octubre de 2021 de <https://yamilesmith.blogspot.com/2012/06/la-investigacion-o-enfoquecualitativo.html>

Rena Saiya (s.f.) How to create a "name". Recuperado el 4 de Enero del 2023 <https://www.japanese-manga-artist.com/detailed-manga-creation-3-name/>

Ronda Pupo Guillermo Armando. (2021, marzo 11). Estrategia. Qué es, origen, definición según autores, tipos. Recuperado el 20 de Diciembre del 2022 <https://www.gestiopolis.com/un-concepto-de-estrategia/>

Taiyo, N. (2015) Why is a NAME called NAME? / 5 criteria to watch out for – Japanese *Manga* 101 #028. Recuperado el 5 de Noviembre de 2021 de https://www.mangaaudition.com/japanesemanga101_028/

Turnes, P. (2009, Abril 29) La novela gráfica innovación narrativa como forma de intervención sobre lo real. Recuperado el 5 de noviembre de 2021 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3718882>


Trula, E. (2020, Enero) La regla de la T: por qué el *manga* se lee distinto y, en teoría, mucho mas fluido que el comic occidental. Recuperado el 5 de noviembre de 2021 de <https://magnet.xataka.com/preguntas-no-tan-frecuentes/regla-t-que-manga-se-lee-distintofluido-que-comic-occidental>

Vallorani, N. (2009) Alan Moore and the Migrating Art of Comics. Nicoletta Vallorani interviews Annalisa Di Liddo. Recuperado el 5 de Noviembre de 2021 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3176504>

Rodríguez, D. (2019. Agosto, 4) Investigación proyectiva : Características y metodología, recuperado el 8 de octubre de <https://www.lifeder.com/investigacionproyectiva/#Metodologia>

www.bdigital.ula.ve

ANEXOS



Esas ventanas
van girando
en tu mente

Solo puedo
con una
a la vez

Sí, pero llega
a un momento
que te concentras
en el dialogo
y te olvidas del camino
por donde trota

¿Se alarga la
ventana del
diálogo?

Sí,
Consciencia
¡Qué bien!

