

TFG

CORRE, CÓMIC DIGITAL. INICIO DE UNA PRÁCTICA CRÍTICA

Presentado por Inmaculada Soler Ramos
Tutor: Bárbaro Julián Miyares Puig

Facultat de Belles Arts de Sant Carles
Grado en Bellas Artes
Curso 2018-2019



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

RESUMEN

Mediante una historia de amistad, contar un relato sobre el ritmo acelerado de la vida y de cómo un acontecimiento mayor hace que los personajes se replanteen sus vidas y sus ideas. La parte gráfica y su ritmo acompañan la narración en formato de cómic digital.

PALABRAS CLAVE

Cómic digital, crítica, narración, amistad, ironía

ABSTRACT

Through a story of friendship, tell a story about the accelerated pace of life and how a major event causes characters to rethink their lives and ideas. The graphic part and its rhythm accompany the narration in digital comic format

KEYWORDS

Digital comic, criticism, narration, friendship, irony

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, por el apoyo.

A mi hermano, por opinar constantemente de mis dibujos.

A Quique Pons, por revisar conmigo todo el proyecto infinitas veces, compartir conocimientos para la web y no dejar de darme su apoyo nunca.

A Bárbaro Miyares, por tutorizarme y guiarme a través de las fases del proyecto y dar justo con la manera de expresar mis ideas.

A Alberto Sanz, por las tutorías, opiniones y consejos para seguir llevando este proyecto mas allá del ámbito académico.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN

2. OBJETIVO Y METODOLOGÍA

2.1 *Objetivos*

2.2 *Metodología*

3. ESTADO DEL ARTE

4. MARCO TEÓRICO

5. REFERENTES

5.1 *Paco Roca*

5.2 *Marjane Satrapi*

5.3 *Bryan Lee O'Malley*

5.4 *The Etherington brothers*

5.5 *Otros referentes*

6. LA HISTORIA

6.1 *Sinopsis, tema y argumento*

6.2 *Guión*

6.3 *Estilo, técnicas y pruebas*

7. PRODUCCIÓN

7.1 *Storyboard, planificación de páginas y páginas a lápiz*

7.2 *Personajes*

7.3 *Escenarios y recursos gráficos*

7.4 *Páginas finales y coloreado*

8. DISTRIBUCIÓN

8.1 *La web*

8.2 *Redes sociales*

8.3 *Edición impresa y merchandising*

9. CONCLUSIÓN

10. BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

11. ÍNDICE DE IMÁGENES

1. INTRODUCCIÓN



Cuando comienzas el grado y los profesores hablan sobre el proyecto final, este nos parece todo un mundo. Sin embargo, cuando acometemos su realización, nos damos cuenta de que la dificultad y complejidad de ello va ligada al interés y al esfuerzo que le dediquemos.

Todos, de algún modo, queremos expresar el resultado de nuestras reflexiones y exponer nuestras inquietudes. Comencé este proyecto con el convencimiento de que el marco del TFG era ideal para posicionarme críticamente sobre cuestiones y problemáticas de índole social como la falta de tiempo, la organización, su administración, y plasmarlas de forma gráfica. Para ello emprendí lecturas como *“Arròs negre”*, de Elías Taño, la revista *“El jueves”*, editada por El jueves S.A, artículos ilustrados, como por ejemplo los publicados en *“El País”* y *“20 minutos”*, con las viñetas de Eneko las Heras y *“Mafalda”*, la obra más significativa de Quino; lecturas referenciales que matizaron y dieron un importante giro al propósito inicial: a través de dichas lecturas y la aspiración crítica que teníamos al principio hemos encontrado en el cómic digital, la solución para emprender lo que llamamos una práctica crítica.



El cómic es la plataforma que he utilizado para hablar de la falta de tiempo, de su organización y administración, como una problemática que afecta nuestras relaciones día a día y que causa situaciones inesperadas. La falta de tiempo es algo que nos afecta a todos, es un problema común que tiene su origen en la rutina que impone el trabajo, sin que haya espacio para la tranquilidad, para uno mismo. ¿Acaso trabajamos para vivir o vivimos para trabajar? ¿Acaso estudiamos para vivir o vivimos para estudiar?, es la pregunta que formulo.

La prisa es el denominador común del mundo que vivimos: vamos corriendo de aquí para allá, mirando relojes de todos los tipos, sin que prestemos atención a lo que nos rodea. Esta reflexión, en parte sobre mi propia vida diaria, es el punto de partida para la formalización en modo cómic digital. Para ello hablaríamos de relaciones entre personas: la historia de dos amigas con metas similares para sus vidas, que sin embargo, ante ello mantienen actitudes muy distintas (ni una ni otra atisba ver más allá de la prisa que se ha apoderado de sus vidas).

Fig. 1: Fanzine “Arros negre”

Fig. 2: Viñeta de Eneko las Heras

Los puntos que comprenden esta memoria relatan un viaje por las partes teóricas básicas para comprender un cómic y su estructura y por las distintas partes del desarrollo y su elaboración gráfica. En tal sentido, comenzamos por la metodología del proyecto, las indagaciones sobre el concepto de cómic, los elementos del guión, el storyboard, el paso del lápiz a la tinta, el color, la maquetación y la posterior construcción de la web que aloja nuestro trabajo

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

2.1. OBJETIVOS

A lo largo de este trabajo, pretendo alcanzar un objetivo principal:

-Elaborar un comic digital cuya tematica gire sobre el problema de la acelerada vida y cómo eso puede afectar a las relaciones entre personas.

Los objetivos secundarios, importantes a la hora de dirigir mi trabajo, son:

- Investigar sobre el cómic, su historia y sus posibilidades como soporte para el desarrollo de una práctica crítica
- Explorar los conceptos fundamentales del cómic y de su escritura, tales como guión, premisa, tema o sinopsis.
- Aprender sobre narrativa visual y métodos y técnicas gráficas de elaboración del cómic
- Utilizar la web como soporte final, por su capacidad de difusión
- Desarrollar un proyecto mas allá del ámbito académico, que sirva como puerta futura al campo laboral

2.2. METODOLOGÍA

Pensé sobre el proyecto y ojeé la idea de viñeta política, tiras al mas puro estilo de Quino, o cualquier representación donde poder establecer una crítica. Leyendo la idea fue evolucionando ,y con ello la metodología. Estando la idea clara,establecí que la metodología mezclase la parte práctica con la teórica. Durante los primeros meses realicé múltiples lluvias de ideas para generar la premisa de mi trabajo, por qué quería hablar de ese tema. Posteriormente, dejé claro el método de trabajo, el formato y las etapas del proyecto.

En la asignatura de cómic, desarrollé las primeras 10 páginas. Para ello, planifiqué la estructura, definí con múltiples bocetos los personajes y el paso previo al cómic fue realizar los storyboards. El método para las viñetas consiste en hacerlas por separado, al doble de tamaño. Primero en lápiz azul y luego a tinta, con una mesa de luz.

El proceso de escaneado da paso al tramo final, junto con los retoques en digital y color con photoshop. Antes de pasar a la maquetación, añadí tramas realizadas manualmente y sombras, a la vez que los bocadillos en una capa superior. Finalmente, maqueté las viñetas en las páginas y diseñé la portada, contraportada y guardas. Los materiales utilizados en el proyecto han sido muy sencillos: Lápiz azul para los bocetos, rotuladores calibrados Pigma Graphic, en color sepia y negro, blocs y libretas de dibujo y herramientas digitales.

Leí con atención los dos capítulos que había desarrollado y planteé en las semanas posteriores, una estrategia de lecturas que me ayudarían a ver más posibilidades del cómic, tanto gráficas como narrativas. Analicé guiones, estructuras de página y ritmos, compaginándolo con lecturas. Era una de las maneras para volver a analizar lo que tenía escrito, ya que, como Robert Mckee afirma, “la creatividad significa elegir qué incluir y qué excluir”¹. Todo esto me ayudó para elaborar la parte más teorica del proyecto, abordando diferentes puntos.

Una vez acabada la teoría, retomé la parte práctica para definir un trabajo gráfico de presentación de personajes, aplicando conocimientos del mundo de la animación, y continué con el guión de cómic para realizar los siguientes capítulos. A su vez, planteé la estrategia de marketing y merchandising.

Como parte última del trabajo, dediqué tiempo a la plataforma web donde se alojaría el cómic, trabajando de manera transversal el campo de la informática, con programación básica en HTML, CSS y JavaScript.

¹ MCKEE, R. (1997) *El guión. Sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. p. 104



3. ESTADO DEL ARTE

El pensamiento crítico puede ser plasmado en diferentes formatos, ya sea fanzine como tiras cómicas, como cómic, pero siempre para evidenciar una situación o problema sobre el que se quiere hablar. En este caso, el proyecto critica una situación real, vivida por mi misma, y que pretende que las personas se identifiquen con el cómic y reflexionen abiertamente sobre ello.

Tras desarrollar la idea de mi proyecto, escogí el formato horizontal por ser el más óptimo para mis propósitos gráficos y el soporte web como el adecuado para el alojamiento y difusión del trabajo final. El soporte e idea del proyecto que iba a desarrollar sería un webcómic sobre la amistad de dos amigas que a su vez, criticaba el ritmo de vida actual y las prisas.



Busqué ejemplos de webcómic para la realización de mi web y me encontré con sitios muy interesantes. Primero, me atrajo el cómic *“Witchy”*, por su estética y que la web era realmente sencilla. *“Travelogue”* me cautivó por su estética y simplicidad, en donde se puede leer el comic fácilmente y sin objetos que te distraigan de él.



Después conocí el webcómic *“Stay Still”*, de la artista Minna Sundberg, que empezó en 2013 y recibió dos años más tarde un premio al mejor cómic online de larga duración. Es un trabajo a mi parecer, fantástico, donde se combina un dibujo muy resuelto, gran conexión entre personajes y escenarios y con una estrategia de color por escenas que hacen del cómic un trabajo muy agradable de leer.

“Universo”, de Albert Monteyns, la edición impresa del webcómic, tiene unas páginas de composición muy distinta, con colores básicos, basados en el trabajo tonal. Otro artista de webcómic que captó mi intención por redes sociales es Yehuda Devir, israelí que junto a su mujer han publicado finalmente su cómic *“One of those days”* en papel, una historia que va narrando su día a día.

Fig. 3: “Stay still”, webcomic de Minna Sundberg

Fig. 4: Captura de pantalla del webcómic “Witchy”

Fig. 5: “Universo” de Albert Monteyns

Volviendo al tramo teórico, descubrí que mi proyecto no era un webcómic, sino un cómic digital. Finalmente, con todas estas referencias y leyendo los comics de mis referentes, junto con el interés por el diseño web, que podría aplicar a una parte de este proyecto, trabajé la parte práctica.

4. MARCO TEÓRICO

El término cómic, según la página web *Definicion.de*², que deriva del vocablo inglés “cómic”, hace referencia a la sucesión o serie de viñetas que permite narrar una historia. Opino que el cómic es la primera forma que tienen los niños de contar una historia de manera gráfica, de poner varias escenas en el mismo plano y que sea comprensible. En mi caso, este soporte me ha servido como método para desarrollar una crítica, para crear secuencias que formen una historia con significado. El cómic es un medio por el que expresar una narración cómica, dramática, triste o cualquier posibilidad, pudiendo modelar las viñetas, ritmos, espacios según las necesidades. Actualmente podemos leer en este formato, historias graficas de todo tipo, todos los estilos e historias y de todas las partes del mundo, y aprender de todos ellos.

El cómic es un método de expresión mediante viñetas, de establecer una narración secuencial, donde se conjuga lo visual, con gran peso, junto con lo escrito.

En mis primeras búsquedas de información, cuando aún debatía la idea de cómo establecer la crítica en un medio gráfico, leí fanzines y entrevistas sobre viñeta crítica y leí también a uno de los mayores teóricos sobre el cómic en nuestro país, Álvaro Pons.

Con su libro *“Viñetas a la luna de València”* me sumergí en los años 70, donde, tal y como cuenta, se vive una revolución social en la que el cómic adopta un tono más underground y en Valencia se comienzan a ver nombres como Mariscal, Sento Llobell o Mitjarmut. A finales de década nace la Nueva Escuela Valenciana junto con la aparición de la editorial La Cúpula y años más tarde, la revista Cairo.

Cairo influye en el panorama del cómic, con referencias claras a Hergé y el cómic franco-belga. Empieza a sonar el movimiento línea clara junto al autor en que me centraré por servirme como otro referente, Miguel Calatayud.

Miguel Calatayud basa sus influencias en el estilo de los años 50 y 60, en el pop y en el relato de aventuras francés. En su arte, trabaja desde una perspectiva urbana, de la sociedad de consumo y de manera irónica como vemos en Peter Petrake, historietas para la revista *“Trinca”*.



Fig. 6: Página de “Peter Petrake”, por Miguel Calatayud

Fig. 7: Fotografía de la exposición del IVAM, “València línea clara” en Junio 2016

² “CÓMIC” según la web Definicion.de [<https://definicion.de/comic/>]

Este autor tiene un universo gráfico muy desarrollado, basado en vanguardias artísticas y movimientos artísticos valencianos, además de su forma de trabajar la historieta. En ella, aplica elementos del diseño gráfico con el color como elemento clave en la secuencia gráfica.

Por último, hablo sobre el nombre que se le da al cómic, siendo la web su soporte. Cuando debatí la idea del soporte del proyecto, hablé con mi tutor y decidimos que un medio digital era lo más adecuado, por los tiempos actuales, por el alcance y por hacer algo distinto. Desde este momento comencé a llamar “webcómic” al proyecto. Me documenté con ejemplos de webcómic, busqué lo que la gente hacía y descubrí algo que mi proyecto no cumplía: las entregas de una página cada cierto tiempo. Al principio, no le presté atención.

Más tarde, leyendo el trabajo de fin de master de Daniel Bartual³, observé que mi proyecto no tenía la definición de webcómic, sino la de cómic digital. Primero dejar claro que el paso de cómic impreso a digital surge con evolución vivida a principios de milenio con, por un lado la aparición de herramientas de gestión de contenido (CMS) como Wordpress o Blogger y la mejora de herramientas para diseñar y personalizar estilos con CSS3, junto con el creciente uso de las redes sociales. Pasar el cómic a digital ya fue planteado por Scott McCloud en el 2000, como cómic digital.

El webcómic se caracteriza por actualizar una página a cada semana, por ser más interactivo y pretender hacer a la gente adicta a las entregas. En cambio, el cómic digital consta en alojar el cómic en la web para aprovechar esa herramienta de difusión, una gran expansión con coste mínimo. La web permite un feedback directo con los lectores, opiniones directas que, mediante ediciones impresas, es más difícil o no existe. De esta manera, vemos si el cómic funciona o no y el autor se hace una idea de la venta si se realizara en físico. Uno de los usos de las redes sociales es difundir y acompañar o añadir material gráfico al cómic digital, también con un gran alcance, sobretodo entre la gente joven.

³ BARTUAL, D. *Características y evolución del webcómic en Estados Unidos y en España* [tesina fin de máster] [<http://hdl.handle.net/10251/35320>]

5. REFERENTES

Cuando me planteé la posibilidad de llevar a cabo un trabajo de cómic me di cuenta de algo: ¿Cuántos cómics había leído a lo largo de mi vida? Igual podrían reducirse a 8 o 10. Sin duda, no me iba a ayudar mucho, así que el primer paso fue escudriñar la biblioteca en busca de cosas interesantes.

Gráficamente, había cosechado algunos referentes en trabajos anteriores, por su forma sencilla de plasmar grandes ideas, por el color o simplemente, por que les llevaba siguiendo de hace años. El primer referente que surgió fue Paco Roca.

5.1. PACO ROCA

Este autor es un referente para mí en todos los sentidos. Estilísticamente es muy interesante por la sencillez aparente de su dibujo, el cual detrás tiene todo un proceso de boceto, entintado, limpiado y posterior color a digital, con tintas planas y realizando las sombras con bolígrafo, que después pasa a color. Al igual, los fondos suelen ser en color plano. Por su forma de narrar y de transmitir sentimientos tratando temas tan complejos como, por ejemplo, el alzheimer en *“Arrugas”*, es para mí un claro modelo a seguir. Observamos al leerlo que con pocas viñetas te cuenta una historia, una sensación, un sentimiento. Entre otros trabajos suyos como *“Memorias de un hombre en pijama”*, *“El invierno del dibujante”* o el reciente *“El tesoro del cisne negro”*, encontramos *“La casa”*. Un cómic en formato horizontal, con una historia de melancolía, donde hace un homenaje a su padre fallecido y que fue premio nacional de cómic en 2015.



Tal como cuenta en la reseña de El País, *“Con este cómic, Paco Roca recupera el registro más sociológico y familiar con el que triunfó con Arrugas (2007) y que le llevó a una cima del mundo del tebeo”*. En sus libros transmite sensaciones que evocan al lector a los sentidos con los detalles, como el simple acto de levantar una persiana.

Pasamos ahora a *“Persépolis”*, un cómic con sencillos dibujos en blanco y negro que acompañan un relato a lo largo de la vida de Marjane Satrapi.

Fig. 8: Página de *“La casa”*, cómic de Paco Roca

Fig. 9: Cómics y libros de Paco Roca

5.2.- MARJANE SATRAPI

De todas sus obras, Satrapi es conocida por “*Persépolis*”, libro de cómic en el cual cuenta su vida desde que tenía 10 años y, desde su mirada aun de niña, narra el fin de reinado del Sha de Persia, en Irán , y la siguiente revolución islámica.

Su cómic tiene una gráfica sencilla. Dibujos en blanco y negro, sin grandes detalles y múltiples fondos sin dibujo. No tiene más color que la portada: La impresión es en blanco y negro. Leyendo el cómic nos ponemos en la piel de Satrapi, vivimos la revolución islámica, las persecuciones, vemos cómo asesinan a gente cercana y nos sentimos igual de incómodos con la clase alta de la que proviene la protagonista. La narración se ayuda de diálogos y de una voz en narrador en la parte superior de la viñeta, característica que añadí en mi proyecto.



Fig. 10: Página de “*Persépolis*”, de Marjane Satrapi

Fig. 11: Recorte de página de “*Persépolis*”

Tras estos dos referentes, conocí los comics de O’Malley, sin saber cuánto me iban a ayudar en el trabajo.

5.3.- BRYAN LEE O’MALLEY

Este autor canadiense es popularmente conocido entre los jóvenes por su colección de cómics de Scott Pilgrim. El primer cómic que leí del autor fue Seconds, que me atrajo inmediatamente por la gráfica y la forma de narrar creando un viaje rápido y ameno por las páginas del tomo. Narra la vida y los cambios de Katie, la protagonista que ve su vida resuelta cuando adivina que puede cambiar el pasado. Con un dibujo perfilado por gruesa línea negra y coloreado con vivos tonos planos, se convirtió nada más llegar en un referente gráfico imprescindible. El estilo suelto de los personajes, sencillos de reproducir, me dio la clave para el estilo del cómic.



Fig. 12: Página de “*Seconds*”, de O’Malley

Más tarde, buscando ideas e información para trabajar un buen guión, me encontré con los hermanos Etherington.

5.4.- THE ETHERINGTON BROTHERS

Encontré recursos online de dos hermanos ingleses, Robin y Lawrence Etherington. Este equipo se dedica al mundo del cómic con publicaciones propias y también participando con grandes compañías como Disney, Dreamworks o Star Wars entre otras y en su blog conjunto ofrecen consejos sobre cómo escribir cómic o dibujarlo.



Tras leer su página, recogí importantes consejos sobre escritura, sencillos y básicos pero en los que no había pensado hasta leer su página.

5.5.- OTROS REFERENTES

Otros referentes para este trabajo han sido el webcómic “Stand still, stay silent” de la artista Minna Sundberg y se centra en un mundo postapocalíptico escandinavo. También por la gráfica me atrajo “Hilda” de Luke Pearson, contando las aventuras de una niña curiosa y aventurera a la par que creativa que vive magicas aventuras, tal como nos resumen en la web de la editorial.

Movidos por aprender de la narrativa, han sido útiles las lecturas de cómics de Ana Penyas y su reciente premio nacional de cómic y Cristina Durán con su “El día 3”. Aunque el proceso ya estaba avanzado cuando conocí al autor, el cómic “Universo” de Albert Monteys me ayudó a analizar diferentes composiciones de página de cómic, en horizontal.



Fig. 13: Post de cómo escribir, de Etherington Brothers
 Fig. 14: Página de Hilda, de Luke Pearson
 Fig. 15: Doble página de “El día 3”, de Cristina Durán



6. LA HISTORIA

Este apartado agrupa todo lo referente a la organización previa a la producción del cómic, desde las partes teóricas hasta establecer una línea gráfica.

6.1. SINÓPSIS, TEMA Y ARGUMENTO

Aclaré todos los conceptos relacionados con la escritura del cómic y los revisé, buscando una definición propia y comprensible. En todos los conceptos utilicé a Robert McKee y el sitio web “*Definicion.de*”.

Primero reflexioné sobre la sinopsis.

“La sinopsis es el resumen o sumario de una obra creativa y tiene detalles específicos y nombres de los personajes.”⁴ Tras leer esta definición concluí que en esta breve descripción que es la sinopsis, se presentan los aspectos más importantes de la historia, sirviendo como introducción a la misma por nombrar el lugar, las relaciones y los personajes. En el caso de mi proyecto, esto es traducido cómo: La historia de dos grandes amigas que, inmersas en la rutina acelerada, se ven forzadas a replantear el modo de vida por culpa de un accidente imprevisto.

Según Robert McKee, “un verdadero tema no se puede explicar en una única palabra, sino con una frase clara y coherente que expresa el significado irreductible de la historia”⁵, a lo que añade el concepto de “idea controladora”, “el significado último expresado a través de la acción y el clímax”. Con esta idea, entendí que el tema expresa lo que la historia transmite, la idea final para la que se han elaborado situaciones desencadenantes en el clímax final. Aplicándolo al cómic del proyecto, es: Las constantes prisas que nos rodean y la necesidad de mover nuestras vidas en otra dirección, dando menos importancia a la inmediatez.

Por otro lado, el mismo autor define la trama como “la elección que haga el guionista de los acontecimientos y el diseño temporal en que los enmarque”. Esto significó para mí el viaje a través de las acciones definidas para nuestro personaje que finalmente llegará a una situación donde cambiará su pensamiento o moralidad. Por tanto, la trama del cómic sería: Dos amigas de la infancia, con metas diferentes, viven atrapadas en una vertiginosa rutina que les genera estrés y discusiones entre ellas.

⁴ MCKEE, R. *Op Cit.*, p. 148.

⁵ MCKEE, R. *Op Cit.*, p. 65

Sin darse cuenta de hasta qué punto está inmersa, Marta sufre un incidente que cambiará su vida y su relación con Mónica y le permitirá replantearse sus preocupaciones y recordar su verdadero sueño, el cual había dejado atrás, olvidado por completo.

Leí más definiciones relacionadas con el guión en el libro de Mckee que me ayudaron a comprender cómo se trataba esta parte tan importante a la hora de desarrollar un cómic. Como ejemplo de esto, cierro el apartado hablando brevemente de argumento y premisa.

El argumento es un breve resumen de las acciones de la obra, las suficientes para comprender la historia y sus movimientos de principio a fin. En diferentes sitios, como en Letra Blanca⁶, aclaran que este es el documento donde se escribe la historia, con menos extensión que una novela, y que no suele estar hecho para que el público lo lea.

La premisa es el por qué, la idea que el autor necesita expresar y que hace nacer una historia. Robert Mckee apunta que “suele ser una pregunta abierta” y “es la idea que inspira el deseo que siente el escritor de crear la historia”⁷.

Estos nuevos conceptos planteaban un suelo firme sobre el que seguir desarrollando el cómic, la parte práctica del proyecto.

⁶ ARGUMENTO, según la web “Letra Blanca” [<https://letrablankaeditorial.es/glosario-i-sinopsis-argumento-y-guion-2/>]

⁷ MCKEE, R. *Op. Cit.*, p. 87.

6.2. EL GUIÓN

Según la web *Definicion.de*, el guión “es el texto que expone todos los detalles y contenidos necesarios para que una obra o emisión pueda llevarse a cabo”⁸.

Desde que decidí hacer cómic tuve claro de que quería hablar pero no sabía cómo contarlo. Mientras hacía brainstorm, encontré a unos de mis principales referentes, “*The etherington brothers*”, quienes en píldoras de dos imágenes, dan diferentes consejos sobre esta parte del cómic. Fui construyendo una historia de dos protagonistas, donde el problema general eran las prisas y la vida acelerada, pero no tenían meta. Sabía que tenía que suceder un accidente, o un momento clave muy fuerte, pero ¿Qué venía después de esto?

Del curso de “*Storytelling*” de Pixar sustraje líneas que aconsejaban establecer conflictos menores dentro del problema mayor, como hilo conductor. Era de gran importancia dotar al personaje de una meta, de un porqué.

Tras un brainstorm de acciones posibles, hice una selección y comencé a establecer relaciones entre esos momentos y busqué que a su vez, hablaran de la relación de amistad de las protagonistas. Establecí esas relaciones, pensé en el acto de viajar como meta de las dos chicas, pero era una meta lejana e inabarcable en un cómic corto. Finalmente, la meta sería leer un libro concreto y organizar su tiempo.

Tenía la meta, el accidente, y el comienzo. Ahora debía decidir cómo cambiaría la relación entre ellas, si tendría la historia un final feliz y en qué puntos se podría enfatizar ese mensaje sobre la vida acelerada y cómo cambiar de mentalidad.

⁸ GUIÓN” según la web Definicion.de [<https://definicion.de/guion/>]

6.3. ESTILO, TÉCNICAS Y PRUEBAS

El cómic debía tener una gráfica sencilla, que permitiese crear unos personajes con detalles pero sin meterse en complicaciones.



Leí a Paco Roca, Satrapi, Cristina Durán y otros autores referentes. Todas las lecturas generaron en mí un bagaje gráfico sin precedentes, con nuevas formas, maneras de usar el color y los grosores de línea y composiciones. A su vez, estudié sobre composición, storyboard y elaboración de cómic.

Las pruebas de estilo las trabajé en septiembre y octubre en la asignatura de cómic, elaborando otros proyectos. Al principio, todos mis personajes eran bastante simples, era difícil representar el movimiento o no perder la forma cuantas más viñetas dibujaba. En este último proyecto, llegué a una gráfica cómoda para llevar adelante el cómic. Me fijé en *"Persépolis"* y en el cómic *"Seconds."*

La estructura de los personajes sería muy sencilla. Las articulaciones poco marcadas y dotados de fluidez, con ojos redondeados y poniendo interés en la ropa y sus pliegues, generé dos personajes donde el pelo sería uno de los elementos más estudiados, ya que el pelo lacio de Mónica tendría que transmitir agresividad y algo más gentil el pelo ondulado de Marta.

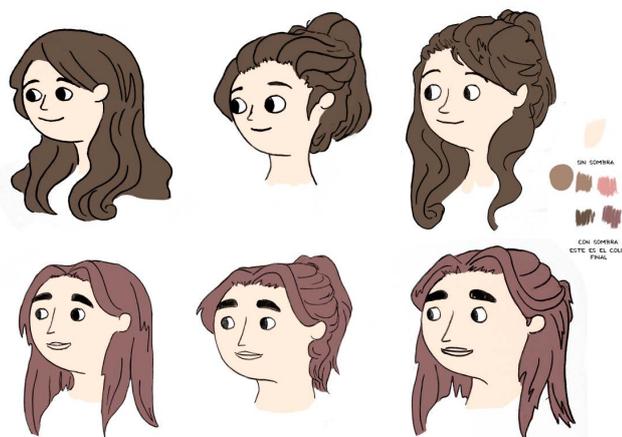


Fig. 16: Marta y Mónica, dibujo a línea

Fig. 17: Estudio del cabello de las protagonistas

Con la misma metodología que en los proyectos de animación, me serví de hojas modelo del personaje para definirlo, establecer unas bases sobre el diseño del personaje, sus expresiones y sus movimientos. Las características más importantes de toda la estética sería que los elementos fueran fáciles de reproducir, un estilo sencillo y que transmitiese calidez.

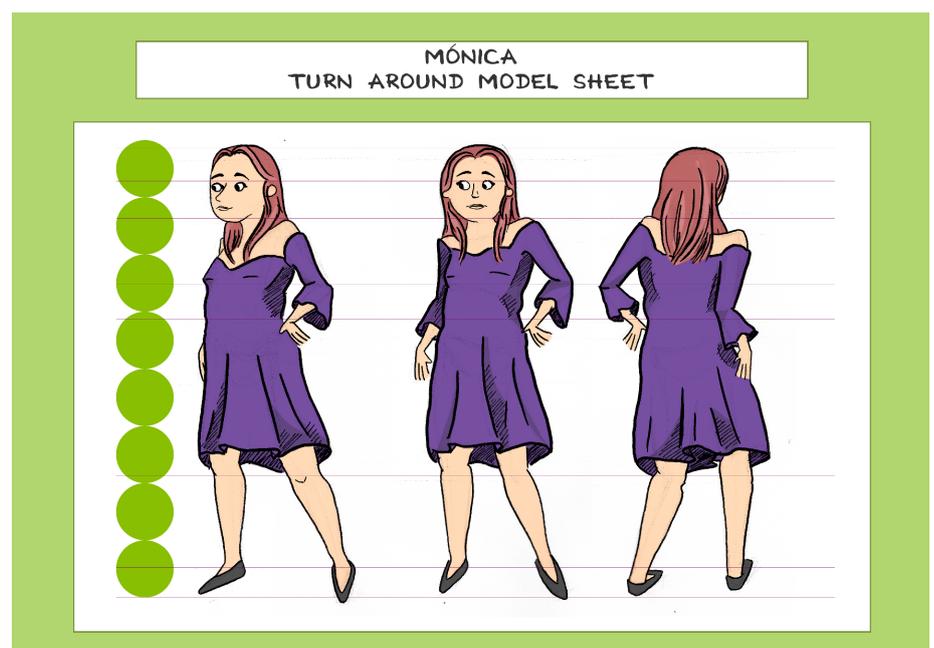
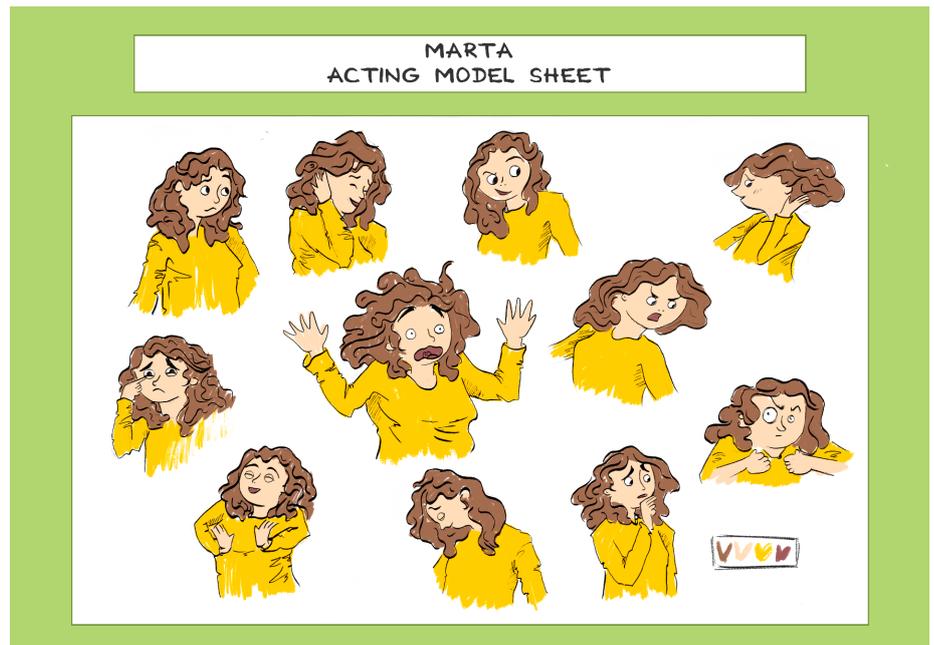


Fig. 18 Hoja modelo de expresiones de Marta

Fig. 19: Hoja modelo turn around de Mónica

Tras probar con diferentes herramientas manuales, llegué a la conclusión de que hibridar entre lo manual y lo digital era lo más cómodo e ideal para el proyecto.



Fig. 20-22: Proceso de elaboración de una viñeta, del lápiz a tinta y color

Como dijo Alberto Sanz, mi profesor de cómic en una de las clases, “El cómic es una carrera de fondo”. Practiqué dibujo de natural, perspectivas, personajes y múltiples cosas, todas al mismo tiempo.



Fig. 23: Hoja de presentación de bocetos al natural

7. PRODUCCIÓN

La parte gráfica del cómic la he desglosado en diferentes procesos hasta el resultado final. Primero conceptualicé la idea con bocetos y aproximaciones, después bocetos finales y entintado y color. Simultáneamente, diseñé los personajes y su personalidad y los escenarios. Junto con todo esto, dibujé viñetas, bocadillos y tramas que usé múltiples veces.

7.1. STORYBOARD, PLANIFICACIÓN DE PÁGINAS Y PÁGINAS A LÁPIZ

Decidí hacer dos o tres capítulos cada dos meses y marcar un método de trabajo lineal para desarrollar. Tras el brainstorm, realicé la planificación de páginas para ver cuánta extensión ocupaba cada parte y cómo funcionaba la narración.

El siguiente paso fue el storyboard, un resultado mas cercano al cómic final por el cual definí tamaños de viñeta, expresiones y movimientos de los personajes y los escenarios. También coloqué los textos de narrador y los diálogos entre personajes.



Fig. 24: Viñeta a lápiz



Fig. 25: Página 5 del storyboard

Las páginas a lápiz se realizaron con una metodología diferente. No se encontraban todas en la misma página, sino que trabajé las viñetas por separado y al doble de tamaño del resultado final, por mayor comodidad y un resultado mas claro. Así, partí de una estructura base de página para definir el tamaño de la viñeta y poder ampliarlo. Una vez acabadas, monté las viñetas en Adobe InDesign.

7.2. LOS PERSONAJES

Marta es una estudiante de turismo, tiene 24 años y siempre ha vivido en la ciudad. Todo lo que realiza está encaminado a su gran meta: leer y seguir aprendiendo sobre los viajes y países que quiere visitar. Su horóscopo es Géminis, porque nació el 30 de Mayo.

Esta chica es amable y habladora, soñadora y le encanta la lectura y los puzzles o acertijos. Tristemente, es alguien influenciable, que suele estar desanimada y le es difícil salir de ese estado sola. Es una chica de mediana estatura, pelo castaño con ojos marrones, nariz redondeada y labios finos. Suele vestir con ropa cómoda, vaqueros y camiseta o sudadera.



Fig. 26-28: Diferentes versiones de Marta

Mónica tiene también 24 años y vive en la misma ciudad. Estudia turismo junto a Marta. Tiene la meta de viajar junto a su amiga, lo planean desde hace años pero han cogido caminos totalmente diferentes. Mónica vive por y para las clases y las prisas. Siempre está haciendo algo, totalmente inmersa en la faena y engancha unas con otras, sin descanso. Su gran meta es estudiar a toda hora. Mónica es sagitario, por que nació el 14 de diciembre.

Siempre se ha llevado muy bien con Marta, de la que es amiga desde hace años. Sueña también con los viajes y es muy habladora. Pero a la vez tiene una parte egoísta, que arrastra a su amiga hacia una zona de desánimo y agobio. Es también caprichosa y a veces radical en sus decisiones.

Mide unos centímetros más que su compañera y tiene el pelo de color rojo, un poco desteñido siempre. Los vestidos y chaquetas arregladas son sus prendas favoritas, cuando no usa leggings o pantalones más ajustados.



7.3. ESCENARIOS Y RECURSOS GRÁFICOS UTILIZADOS

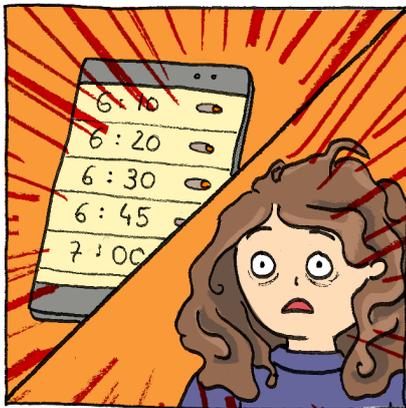
El comic no especificaría ningún lugar concreto donde sucede la historia, ya que la temática del cómic es algo que puede suceder a todo el mundo así que no era tanta la necesidad de ligarlo a un lugar. En cambio si que vemos distintos escenarios en los que suceden las acciones: en clase, en una biblioteca, un hospital...

Todas las viñetas suceden en algún lugar, y no consiste solo en dibujar a los personajes, tenía que dotarlos de un entorno. Comencé realizando bocetos del natural, con las calles de mi ciudad, las esquinas, parques y aparcamientos. Era esencial que los ambientes estuviesen bien dibujados y pareciesen reales ya que de lo contrario, nos perdíamos la mitad de la historia. Por eso, dediqué periódicamente mañanas a la observación y dibujo en la calle o en la biblioteca de la calle Hospital, la cual usé como referencia en los capítulos donde estudian juntas. Coleccioné apuntes de coches y esquinas, de grupos de gente para generar multitudes. También me interesé por las terrazas. El mayor propósito era saltar mi mayor problema: anteriormente, no había dibujado demasiados escenarios y los pocos que tenía estaban vacíos y poco definidos.



Fig. 29-31: Diferentes versiones de Mónica
Fig. 32: Recursos de texturas realizadas a mano

7.4. PÁGINAS FINALES Y COLOREADO



Tenía las viñetas a lápiz, y realicé las viñetas entintadas en hojas aparte y con la misma metodología que las páginas a lápiz. Con una mesa de luz, calcaba a rotulador las viñetas, evitando así errores al volver a dibujar. Tuve todas las viñetas entintadas y tras escanear, las trabajé en Photoshop con unos niveles de claroscuro que yo misma equilibré y guardé para aplicar a todas.

Con la línea bien marcada y mediante el sistema de capas, di color a las viñetas, empezando por tintas planas para después llegar a sombras de diferente tono dentro del mismo color y zonas trabajadas con tramas de líneas, puntos u otras formas, generadas a mano con rotulador y pasadas a digital.

En la última parte del proceso, añadí bocadillos y marco de la viñeta, pasado de manual a digital. Cuando tuve todas las viñetas terminadas, sobre el mismo archivo InDesign de las páginas a lápiz, monté las nuevas viñetas en otras capas y finalicé con los textos.

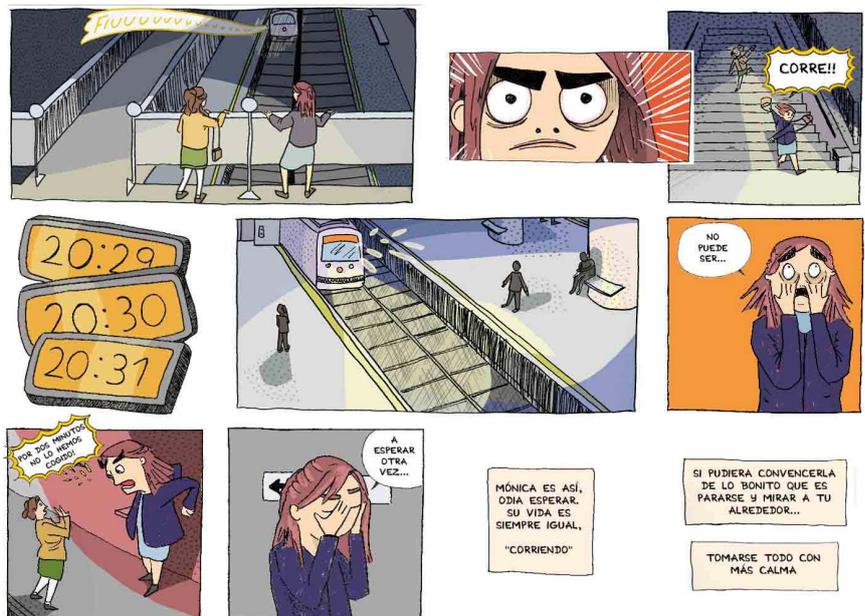


Fig. 33: Ejemplo de viñeta, donde se enfatiza la acción mediante líneas

Fig. 34: Ejemplo de viñeta, con bocadillos y diálogos

Fig. 35: Página arte finalizada, donde se observa la composición

8. DISTRIBUCIÓN Y PRODUCTO FINAL

Para evitar que el proyecto quedase metido en un cajón, diseñé una estrategia de distribución aprovechando que el cómic es digital. Me interesé por el diseño de la web, soporte del cómic, y las redes sociales del proyecto por el que se podría alcanzar a mucha gente, entre ellas editoriales y personas del sector. Acompañé una posible impresión en blanco y negro con una bolsa estampada y un marcapáginas, como regalos para los posibles compradores.

8.1. LA WEB

Tras haber realizado todo el trabajo para nuestro cómic, no íbamos a dejarlo en casa. Al tratarse de un cómic digital, era fundamental crear una web al servicio de mostrar de la mejor manera, el contenido. La web del proyecto puede visitarse a continuación: <http://webynav.com/>

Me puse a investigar y decidí que las partes de la web debían permitir ver el cómic, una biblia de producción, una descripción sobre la artista y el proyecto y otra sección sobre la forma de distribución y las redes sociales.

8.1.1 ANÁLISIS DE OPCIONES

En el trabajo que desarrollé, he querido priorizar los aspectos visuales de la web, por ello valoré tres opciones principalmente para desarrollar el cómic: wix, cms (Wordpress) y sistema hosteado.

Wix es un creador de páginas web que ofrece diferentes características en función del tipo de suscripción que más se adapte a las necesidades.

La opción más básica incluye 1GB de ancho de banda y 500MB de almacenamiento por 4,08€ al mes. Una de las principales ventajas de esta herramienta es la facilidad para crear interfaces atractivas mediante el uso de plantillas predeterminadas y una gran variedad de plugins y personalizaciones sobre estos. Era ágil, pero tenía defectos. Por ejemplo, no podría tener un dominio propio y el tiempo de carga se ralentizaba por los anuncios en la web. La única opción válida era la suscripción de 12€, con lo que era demasiado dinero.

Pasando a la segunda opción, valoré usar wordpress, como sistema de gestión de contenidos más extendido a nivel global. Este permite la creación de plataformas web de forma fácil e intuitiva, junto con que es de código abierto y el sistema es gratis y también posee uno de los mayores ecosistemas en cuanto a los plugins y temas que posee.

Fig. 36 Comparación del tiempo de carga de la web del cómic en wix con otra web de mismas características



En relación con la facilidad de uso, este CMS permite una edición visual de muchos temas mediante plugins, por lo que las posibilidades son realmente infinitas.

El lenguaje que subyace a wordpress es PHP, el cual se encarga de procesar las solicitudes efectuadas por el cliente desde el navegador y de generar los archivos que permitirá visualizar al cliente la respuesta a la solicitud efectuada. Sin embargo, en realidad, el cómic digital no necesita un procesado dado que el sistema no integra ningún servicio que lo requiera (como un chat) y, debido a que lo básico era generar las páginas estáticas que visualiza el cliente y responder a la solicitud de cada página con la vista correspondiente, decidí optar por la tercera solución que describimos a continuación.

Como nombro anteriormente, la tercera solución consiste en generar los archivos html que el cliente va a solicitar y servirlos con un servidor de archivos estáticos como nginx. Esta solución es óptima en cuanto a rendimiento ya que no se procesa ningún archivo de forma dinámica. A su vez, se podría implementar un sistema de comentarios y de valoración mediante los plugins que ofrecen las redes sociales como facebook, lo cual supondría un aumento en el tráfico hacia estas y por tanto la visibilidad del cómic digital sin necesidad de una base de datos detrás o un procesado de datos por parte del servidor.

8.1.2. PLANIFICACIÓN Y TRABAJO MACRO

Para el desarrollo del sitio web se ha tratado de continuar con la metodología establecida para el trabajo del comic, es decir, dividir el trabajo en las fases más primarias y autocontenidas posibles y luego conjuntarlas para formar unidades más grandes de trabajo.

Por esta razón, en una primera fase analicé los trabajos existentes, observando su estructura y la forma de trabajo. Estos destacan por su formato vertical, por lo que dado que el cómic no cumplía ese requisito, se tuvo que implementar un diseño sin referencias muy marcadas. Otro requisito indispensable era la adaptabilidad a formato móvil, pues la navegación en estos dispositivos crece cada año en detrimento de la navegación en pc.

Muy pocos cómics en línea se encuentran diseñados para dar soporte a estos dispositivos y por tanto, tampoco se pudo basar excesivamente en ellos.

De esta manera, se establecieron dos objetivos esenciales en cuanto al diseño de la aplicación:

- La plataforma debe soportar el comic horizontal.
- La plataforma debe ser responsive.

Con estas dos cuestiones en mente, se realizaron los primeros mockups con la herramienta de diseño web Adobe XD. Tras esta primera etapa de análisis y tras unos meses con el diseño, se comenzó con el desarrollo por componentes.

Dado que el conocimiento de desarrollo web es muy básico, la metodología se estableció de forma que en una primera fase se maquetasen los componentes principales (botones, contenedor para la imagen del cómic, enlaces a redes sociales) para, posteriormente, aprendiendo un poco más, llegase a generar las estructuras más complejas (como el menú de navegación o la escena del cómic con los botones de avanzar y retroceder).

Con esta filosofía completé la maquetación del diseño acabando de programar las estructuras más grandes, que eran los diferentes layouts.

8.1.3. PLANIFICACIÓN Y TRABAJO POR COMPONENTES

La forma en la que hemos desarrollado cada componente comprende tres etapas principales: marcado, estilizado y dinamizado.

En la primera fase, el marcado, se define la estructura del componente. El marcado se define mediante HTML y es una de las fases más importantes ya que la estructura debe diseñarse para tener un significado y no acabar siendo meramente un soporte para la presentación. El html semántico consiste en utilizar las etiquetas correctas con el contenido correcto, es decir, utilizar <p> para párrafos, <footer> para el pie de página, etc.

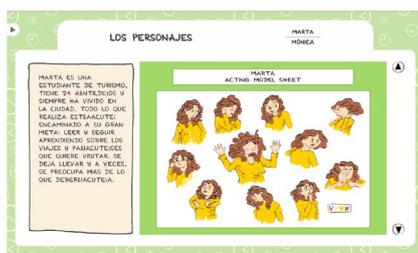


Fig.37-38: Primera pantalla y menú desplegable

Fig. 39: Pantalla de "about" del proyecto

La segunda etapa consiste en los estilos, para ello se hace uso de CSS o “cascading style sheets”. Las hojas de estilos se basan en asociar estilos con selectores, los cuales, en esta página, serán clases exclusivamente para mantener la independencia entre marcado y estilos.

Finalmente, el dinamizado consiste en dotar de comportamientos a los elementos. Este se realiza mediante el lenguaje de programación JavaScript y, a pesar de que en el proyecto no se utiliza en exceso, sí que ha servido para provocar que el menú se abra o se cierre así como la comunicación con Facebook para el sistema de comentarios.

8.2. REDES SOCIALES

En cuanto a las redes sociales, no podíamos dejar de estar presentes en ellas.

Actualmente, todo el mundo va con sus móviles a todas partes, conectados a toda hora con sus redes sociales. Por eso, Instagram se escogió como pieza fundamental ya que, al ser tan visual, nos vendría muy bien para distribuir propaganda y algunas imágenes de nuestro cómic. Por otra parte, Facebook era adecuada también para llegar a gente más cercana, como familiares y a su vez permite crear una tienda para vender los productos, si pasa al plano impreso y no online.

Las redes sociales sirven como plataforma para mostrar el proceso de trabajo del cómic, bocetos, videos y el trabajo acabado. También permite una comunicación directa con los espectadores, para recibir feedback del proyecto. Sirven también como difusión de los eventos que se realicen alrededor del cómic, como pueda ser una exposición o llevar el trabajo a un festival de cómics.

8.3 EDICIÓN IMPRESA Y MERCHANDISING

Por otra parte, el cómic se planteó para formato web pero otra forma de hacerlo más visible era impreso. Al principio del proyecto, tras haber trabajado unos meses se imprimieron los primeros dos capítulos en color y los extras, papel estucado de 160 gr y se encuadernaron en cosido y encolado. Estas páginas fueron presentadas en la asignatura de cómic y de ahí que ya las tuviéramos impresas. Si finalmente, en tiempos posteriores, se requiere hacer largas tiradas, el cómic será impreso en blanco y negro por cuestiones económicas.

En vista de llevar el cómic a un plano superior, a mover el proyecto por festivales de una manera manual, no solo con la web, planeé estrategias de marketing, generando merchandising alrededor del proyecto. Una opción ha sido diseñar un estampado para bolsas de tela o de papel. Aunque solo realicé un mockup digital con el resultado final, está pensado a cuatro tintas, para posibilitar llevarlo a la práctica con serigrafía.

También diseñé un marcapáginas con los datos y redes sociales del proyecto de cómic y mis propios datos, como herramienta de difusión en el caso de una tirada impresa en blanco y negro. Un cartel para una posible exposición fue también una buena idea que puse en práctica hibridando medios manuales y digitales y impregnándolo de la esencia de cómic y viñeta, muy acorde con el trabajo desarrollado.



Fig. 40: Cartel para una exposición del cómic

Fig. 41: Marcapáginas promocional que acompañaría al cómic impreso

Fig. 42: Ejemplo de bolsas promocionales

9. CONCLUSIONES

A lo largo de estos meses en los que he estado ligada a este proyecto, he aprendido teoría y práctica del cómic, pero también sobre plazos de entrega, esperas, cambios y desarrollos, del cómic y de mi misma.

El proyecto comenzó con la única experiencia de dos meses atrás, con una gráfica que aun no tenía una línea clara por la cual seguir y sin tener los conceptos teóricos claros. Llegué a algo concreto y establecí un orden, en el cual una parte fundamental eran las lecturas. Los dibujos diarios ayudaron a perfilar la forma en que dibujaremos los personajes y dejaron la huella con la que confecciono todo el mundo alrededor: escenarios, viñetas, bocadillos, merchandising...

Los referentes surgieron conforme avanzaba en las lecturas. La idea fue vista y analizada de mil formas antes de llegar al resultado final. Después, pasé a la parte de guión y sinopsis de la historia, la etapa más costosa de mi trabajo. A partir de apuntes y notas de las cosas que debían suceder, elaboré la planificación de páginas y el storyboard, con el que definía las viñetas de cada página, las expresiones y movimientos de personajes en cada escenario, el ritmo y los diálogos. Una vez terminado, era revisado y anotaba los cambios que debería aplicar en las páginas definitivas. Las páginas a lápiz, la tinta y el color fueron procesos extensos pero más cómodos de realizar. Aunque el proyecto no ha abarcado extenso tiempo, sí que aprecié cómo la forma de trabajar y los resultados finales evolucionaron del principio al final del cómic.

La parte web fue un reto mayor. Repasé conceptos de programación que tenía casi olvidados, a fin de buscar esa transversalidad del proyecto y aplicar conocimientos adquiridos fuera de la universidad. Pero no dudé en realizar esta parte del proyecto, pues optar por una tirada en papel como único recurso era algo que no ayudaría a alcanzar al público. Con la meta de dar a conocer el proyecto se crearon también las redes sociales.

Comparando la situación actual con los objetivos, he avanzado en mi conocimiento del mundo del cómic y las partes teóricas, al igual que he entendido el proceso por el que pasa un cómic hasta su finalización. Todo este trabajo me ha llevado a alcanzar el objetivo en que se plantea que el proyecto traspase el ámbito de la universidad, para ser algo propio y una puerta al mundo laboral.

El proyecto pone sobre la mesa el conocimiento adquirido durante la carrera, la búsqueda de una meta y el uso de técnicas tanto analógicas como digitales. Trabajé en base a una idea que pasó por cambios, establecí un método de trabajo y conseguí un producto final que funcionaba tanto online como en una edición.

En terminos generales, el cómic “Corre” ha servido como pretexto para hablar sobre aquello que ahora me preocupa: la falta de tiempo. Además, también para transmitir a los lectores la necesidad de cambiar estas situaciones, para tener una vida feliz.

10. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

LIBROS Y REVISTAS

GUIRAL, A. Y BERGADO, R. (2016) *Cómics: manual de instrucciones*. ASTIBERRI.

MCKEE, R. (1997) *El guión. Sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. ALBA EDITORIAL. (7ª Ed. 2012)

PONS, A., PORCEL, P. Y SORNÍ, V. (2007) *Viñetas a la luna de Valencia*. EDICIONS DE PONENT.

Revista el jueves

CÓMICS Y FANZINES

GINER, M., DURÁN, C. Y BALLESTER, L. (2018) *El día 3*. Bilbao, ASTIBERRI

MONTEYS, A. (2018) *¡Universo!*. Bilbao, ASTIBERRI.

O'MALLEY, B. (2009) *Scott Pilgrim*. DEBOLSILLO. PENGUIN RANDOM HOUSE.

O'MALLEY, B. (2014) *Seconds*. DEBOLSILLO. PENGUIN RANDOM HOUSE.

PENYAS, A. (2017) *Estamos todas bien*. Barcelona, SALAMANDRA GRAPHIC.

QUINO (2008) *Mafalda*. MEDIAPUBLI. (2007) 14 números

ROCA, P. (2015) *La casa*. Bilbao, ASTIBERRI

ROCA, P. (2007) *Arrugas*. Bilbao, ASTIBERRI

SATRAPI, M. (2017) *Persépolis*. Barcelona, NORMA EDITORIAL. 10ª edición.

TAÑO, E. (2011) *Arrós negre (Fanzine)* 6 números. Valencia, Autoedició.

CATÁLOGOS

-VLC : València Línia Clara : [exposició] Institut Valencià d'Art Modern, 9 juny - 2 octubre 2016 Menor, Vicky; Instituto Valenciano de Arte Moderno. | València : IVAM. Institut Valencià d'Art Modern, D.L. 2016

WEBS Y RECURSOS ONLINE

WITCHY (n.d.) Obtenido el 17 de diciembre de 2018 [<http://witchycomic.com/>]

TRAVELOGUE (n.d.) Obtenido el 17 de diciembre de 2018 [<http://traveloguecomic.com/>]

STAND STILL. STAY SILENT. (n.d.) Obtenido el 4 de diciembre de 2018 [http://sssscomic.com/]

ONE OF THOSE DAYS (n.d) Obtenido el 12 de febrero de 2019 [https://www.yehudadevir.com/one-of-those-days]

THE ETHERINGTON BROTHERS (n.d) Obtenido el 13 de diciembre de 2018 [http://theetheringtonbrothers.blogspot.com]

THE ART OF STORYTELLING. PIXAR IN A BOX (n.d) Obtenido el 22 de noviembre de 2018 [https://www.khanacademy.org/partner-content/pixar/storytelling]

MDN WEB DOCS: CSS [https://developer.mozilla.org/es/docs/Learn/CSS/]

MDN WEB DOCS: HTML [https://developer.mozilla.org/es/docs/Learn/html]

MDN WEB DOCS: JAVASCRIPT [https://developer.mozilla.org/es/docs/Learn/javascript]

CARACTERISTICAS Y PRECIOS DE WIX [https://es.wix.com/upgrade/website]

HONGKIAT: UNDERSTANDING CSS WRITING METHODOLOGIES [https://www.hongkiat.com/blog/css-writing-methodologies/]

TESINAS, TESIS Y TRABAJOS FIN DE MASTER

BARTUAL PAREDES, D. *Características y evolución del webcómic en Estados Unidos y en España* [tesina fin de máster]. Valencia: Universitat Politècnica de València, 2013.

PÁGINA WEB DEL CÓMIC DIGITAL:

<http://webynav.com/>

12. ÍNDICE DE IMÁGENES

Fig. 1: Fanzine “Arros negre”	p. 5
Fig. 2: Viñeta de Eneko las Heras	p. 5
Fig. 3: “Stay still”, webcomic de Minna Sundberg	p. 9
Fig. 4: Captura de pantalla del webcomic “Witchy”	p. 9
Fig. 5: “Universo” de Albert Monteys	p. 9
Fig. 6: Página de “Peter Petrake”, por Miguel Calatayud	p.10
Fig. 7: Fotografía de la exposición del IVAM, “València línea clara” en Junio 2016	p.10
Fig. 8: Página de “La casa”, cómic de Paco Roca	p.12
Fig. 9: Cómic y libros de Paco Roca	p.12
Fig. 10: Página de “Persépolis”, de Marjane Satrapi	p.13
Fig. 11: Recorte de página de “Persépolis”	p.13
Fig. 12: Página de “Seconds”, de O’Malley	p.13
Fig. 13: Post de cómo escribir, de Etherington Brothers	p.14
Fig. 14: Página de Hilda, de Luke Pearson	p.14
Fig. 15: Doble página de “El día 3”, de Cristina Durán	p.14
Fig. 16: Marta y Mónica, dibujo a línea	p.18
Fig. 17: Estudio del cabello de las protagonistas	p.18
Fig. 18: Hoja modelo de expresiones de Marta	p.19
Fig. 19: Hoja modelo de turnaround de Mónica	p.19
Fig. 20-22: Proceso de elaboración de una viñeta, del lápiz a tinta y color	p.20
Fig. 23: Hoja de presentación de bocetos al natural	p.20
Fig. 24: Viñeta a lápiz	p.20
Fig. 25: Página 5 del storyboard	p.20
Fig. 26-28: Diferentes versiones de Marta	p.22
Fig. 29-31: Diferentes versiones de Mónica	p.23
Fig. 32: Recursos de texturas realizadas a mano	p.23
Fig. 33: Ejemplo de viñeta, donde se enfatiza la acción mediante líneas	p.24
Fig. 34: Ejemplo de viñeta, con bocadillos y diálogos	p.24
Fig. 35: Página arte finalizada, donde se observa la composición	p.24
Fig. 36: Comparación del tiempo de carga de la web del cómic en wix con otra web de mismas características	p.26
Fig.37-38: Primera pantalla y menú desplegable	p.27
Fig. 39: Pantalla de “about” del proyecto	p.27
Fig. 40: Cartel para una exposición del cómic	p.29
Fig. 41: Marcapáginas promocional que acompañaría al cómic impreso	p.29
Fig. 42: Ejemplo de bolsas promocionales	p.29