

tf g

memoria

bellas artes

2014-2015



MENCIÓN: Artes Visuales y Diseño

TÍTULO: COMIKEEND, "Promociona y vende tu arte".

ESTUDIANTE: Adilkhanyan Rusanna

DIRECTOR/A: Vicente Javier Pérez Valero

T F G



PALABRAS CLAVE: Dibujo, Cómics, Diseño Gráfico, Diseño editorial, Ilustración

RESUMEN: El proyecto consiste en diseñar un evento cuyo objetivo sea proporcionar un espacio donde el público objetivo tenga la oportunidad para exhibir su arte y poder venderlo. El único criterio para participar será conforme a la temática del evento; tema principal Manga, tema secundario Cómics. Siguiendo este criterio, se pretende dar a los aficionados libertad total de creación siendo uno de los propósitos principales la promoción de los autores y la retroalimentación entre aficionado y seguidor.

ÍNDICE

1. PROPUESTA Y OBJETIVOS.....	4
2. REFERENTES.....	5-7
3. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.....	8
4. PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	9-13
5. RESULTADOS.....	14-24
11. BIBLIOGRAFÍA.....	25



1. PROPUESTA Y OBJETIVOS

Se pretende ofrecer un Artists Alley, espacio donde los artistas exhiben sus trabajos con total libertad de expresión para su difusión y venta. El evento es un medio de comunicación, una *Doujinshi Market* en concreto.

El doujinshi se podría definir como una autoedición por fans de obras de manga ya existentes. Su mercado permite a los creadores inspirar a otros y alienta los esfuerzos de colaboración entre los participantes, lo que aumenta la diversidad del medio creativo.

La COMIKEEND será el lugar donde los lectores puedan experimentar esta retroalimentación directamente con los autores. Cualquier persona, aficionados o profesionales, pueden convertirse en productores de obras creativas y conllevar a una amplia diversidad de auto-expresión.

La propuesta se centra en la parte gráfica del evento: Identidad corporativa, cartelería, publicidad, web, redes sociales, tarjetas identificativas de los participantes.

Objetivo principal:

-Proporcionar un espacio para la libre expresión, promoción, difusión y venta de la creatividad artística en el sector.

Objetivos específicos:

Dirigido al público objetivo (Artists Alley)

- Ofrecer una ocasión para la autoedición.
- Ocasión para vender su trabajo durante el evento.
- Interactuar con otros participantes.
- Oportunidad para interactuar con profesionales del sector.

Dirigido al público potencial (Visitantes-Seguidores)

- Interactuar con los artistas.
- Adquirir obras únicas.
- Fomentar el interés del sector.
- Motivar a la participación futura en el evento.

META

Tener éxito suficiente para poder repetir al año posterior el evento y en ese momento poder ampliar el número de participantes, visitantes y empresas del sector.

2. REFERENTES



El referente principal para el proyecto es la **COMIKET** o COMIC MARKET de Japón que se celebra todos los años durante las estaciones de verano e invierno . Tiene sus comienzos en el año 1975 siendo un “espacio” donde su público objetivo podía exponer y vender creaciones inéditas y siendo una alternativa para la comunicación entre fans. Su principal atractivo es el mercado del Doujinshi, apropiacionismo por parte del aficionado de cómics japoneses populares existentes. Se crea un círculo entre aficionado y seguidor y esto hace posible una rápida auto promoción y el funcionamiento de la COMIKET.

Este evento al tener esa libertad de creación, es el referente más importante para la planificación de la COMIKEEND en España. Se pretende dar la misma oportunidad a los residentes en territorio Español y fomentar la autoedición y la cultura manga.

La COMIKEEND, al igual que los aficionados se inspiran de obras existentes para crear nuevo arte, pretende adaptar el funcionamiento de la COMIKET al mercado español, acercando una pequeña muestra del evento japonés. La distribución de los puestos en el espacio de la COMIKEEND por tanto sería similar al evento en Japón pero mucho mas reducido en principio de dimensión.

Otros referentes similares en cuanto a la exhibición de Artists Alley, pero sin poder compararse con las dimensiones de la COMIKET, son algunos de entre muchos que se realizan en los USA. Estos son los referentes más destacados: el **AFO** (Anime Festival Orlando) en Orlando fundada en el 2000, la **OTAKON** en Baltimore Maryland fundada en el año 1994, la **NEKOCON** en Hampton el 1998 y la **SAN JAPAN** inaugurada en el 2008 en Texas.



El punto en común de estos cuatro eventos es la presencia de Artists Alley, los espacios reservados para “artistas callejeros”. Para participar como artista se debe hacer una inscripción previa al evento para reservar un puesto. Éste puesto será asignado en algunos casos por nombre del autor, en otros por temática. En cualquier caso existe un orden para la exhibición que varía según entidad.



Imagen 1. Interior COMIKET JAPAN (2014).



Imagen 2. COMIKET JAPAN (2014).



Imagen 3. Interior de la OTAKON (2013)

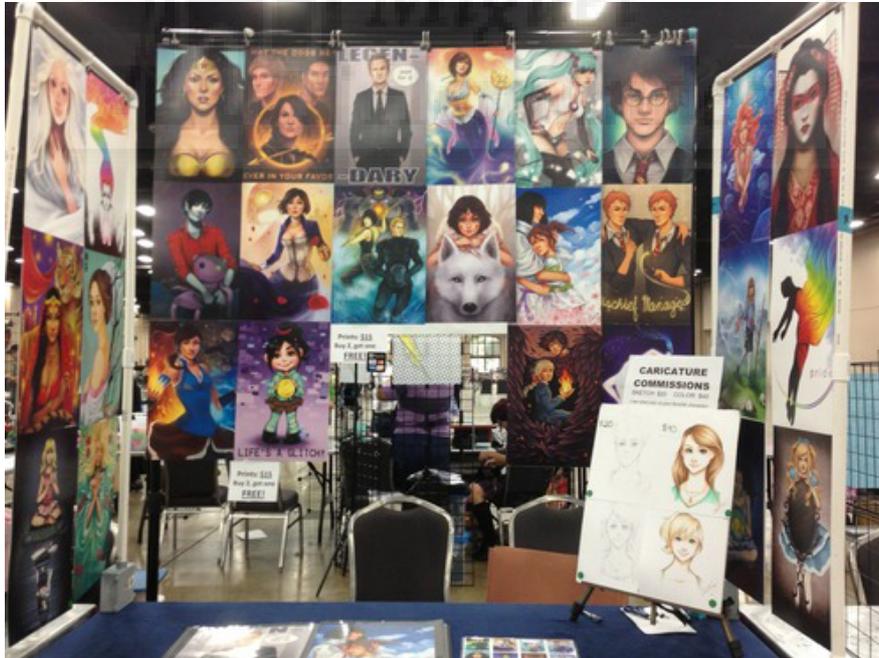


Imagen 4. Stand de la SAN JAPAN (2014).

3. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

Situándonos en España, los concursos generalmente se acotan a X ganadores y no todos los participantes tienen la posibilidad de mostrar su trabajo al público. Ésto no solamente ocurre en España, es un hecho de los concursos en sí. Con la COMIKEEND se busca dar a los aficionados libertad total de creación y acoger al máximo número posible de autores en esta primera edición del evento conforme al límite de la ubicación que se vaya a elegir.

Se realizan diversos tipos de eventos a lo largo del año en España que son similares a este proyecto en cuanto a la temática, pero totalmente opuesto en contenido. Mientras estos eventos tratan la cultura asiática, en específico la japonesa, y el propósito es vender productos del extranjero, la idea de COMIKEEND es crear aquí en España obras que se puedan expandir hasta Asia y así promocionar a los posibles candidatos.

La idea es sencilla, proporcionar un espacio donde poder exhibir los trabajos y así auto-promocionarse con sus creaciones. Una de las ventajas que podrán disfrutar tanto participantes como el público son los invitados especiales. Editoriales y artistas de cómic profesionales acudirán al evento para dar conferencias, talleres, charlas y además evaluar a los que ellos consideren los mejores de cada año. Ellos serán un punto clave del evento para motivar a los autores participantes a interactuar con los profesionales.

Una posible ubicación para el primer año podría ser el espacio de Las Cigarreras de Alicante. Se buscaría financiación de sponsors como de los editoriales invitados como son NORMA EDITORIAL y EDICIONES BABYLON; también se necesitaría la presencia de puestos de alimentación para los visitantes como lo son los restaurantes de comida asiática Bouzu, Yatai y Daikichi. Para puesto de bebida se buscará patrocinio de Coca Cola y Wobble tea. Finalmente habrán expositores para patrocinadores secundarios pero no menos importantes como el Ayuntamiento de Alicante, Fnac, Ateneo, Comixcity, Monográfico, Konoha no Merchan, entre otros.

En principio la entrada al evento debe ser gratuita para que cualquiera pueda acudir ya que el objetivo es promocionar a los autores. Si se diera el caso y el espacio/ubicación requiera de venta de entrada, estos se podrían suprimir ofreciendo a cada visitante un ejemplar del catálogo impreso de los autores participantes. Si en esta edición se cumplieren las expectativas de afluencia de participantes, público y expositores de sponsors, entre otros, en una siguiente edición se contemplaría la búsqueda de una ubicación mayor, como el IFA (Institución Ferial de Alicante) en Torrellano.

El proceso de trabajo sería diseñar lo que sería la identidad corporativa del evento como el logotipo y derivados. Cartelería para publicitar el evento que se repartiría en tiendas comerciales, impresas en rótulos...; El catálogo de los participantes que se incluiría en la web previamente a la apertura del evento y posteriormente para su venta en el evento; papelería del evento como cartas, documentos...; Camiseta para los voluntarios; tarjetas de identificación para participantes; web del evento con sus redes sociales para mantener informado de novedades...

4. PROCESO DE PRODUCCIÓN

A continuación se encuentra el proceso de definición del logotipo. Las características base para el proceso de creación se centra en dos tonalidades, el negro y el azul. Partiendo de estos dos colores se han realizado pruebas de composición y tamaño del posible logotipo.

La idea de la imagen de la COMIKEEND pretende transmitir la búsqueda de artistas y con ello de visitantes al evento. Debe ser una imagen limpia y directa. Para ello se ha de definir en primer lugar la tipografía que se va a emplear para la marca. (Véase la página 10 donde se encuentran las posibles tipografías para el logotipo).

Partiendo de una tipografía, se procede a la búsqueda de la composición adecuada de la marca.

Para el evento se requiere de material publicitario para su promoción y difusión. Se requiere crear una página web para hacer público el evento y mantener informados a los seguidores de las noticias, las bases para participar, publicar el catálogo de los participantes, etc. (<https://comicweekend.wordpress.com/>). También debe hacerse uso de redes sociales como twitter y facebook ya que son dos medios de comunicación rápidos y más directos.

Se necesitan tomar fotografías de medios publicitarios como MUPIs y rótulos, entre otros para crear ejemplos de vías publicitarias del evento. También realizar ejemplos de cartelería, papelería y merchandising, principalmente.

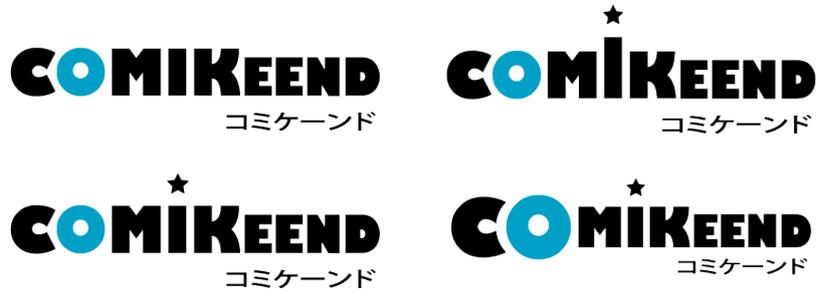
Es imprescindible confeccionar un Manual de Identidad Visual Corporativa para volcar todo el contenido de la marca y crear unas bases y normas de usos de la misma, principalmente para su correcta impresión en físico.

1	COMICWEEKEND COMIKEEND	7	COMICWEEKEND COMIKEEND
2	COMICWEEKEND COMIKEEND	8	COMICWEEKEND COMIKEEND
3	COMICWEEKEND COMIKEEND	9	<i>COMICWEEKEND COMIKEEND</i>
4	COMICWEEKEND COMIKEEND	10	COMICWEEKEND COMIKEEND
5	COMICWEEKEND COMIKEEND	11	<i>COMICWEEKEND COMIKEEND</i>
6	COMICWEEKEND COMIKEEND	12	COMICWEEKEND COMIKEEND

小塚ゴシック Pr6N L, R, B

コミケード
 コミケード
 コミケード

Imagen 5. Pruebas de tipografía.



A

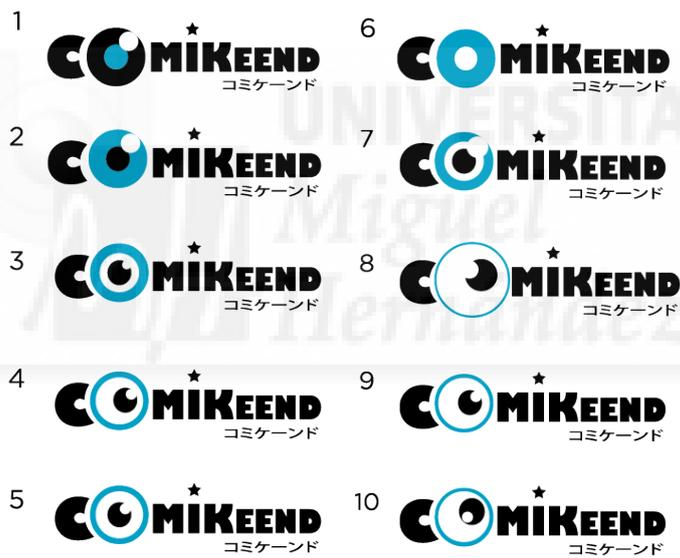


Imagen 6. Pruebas de logotipo versión A.

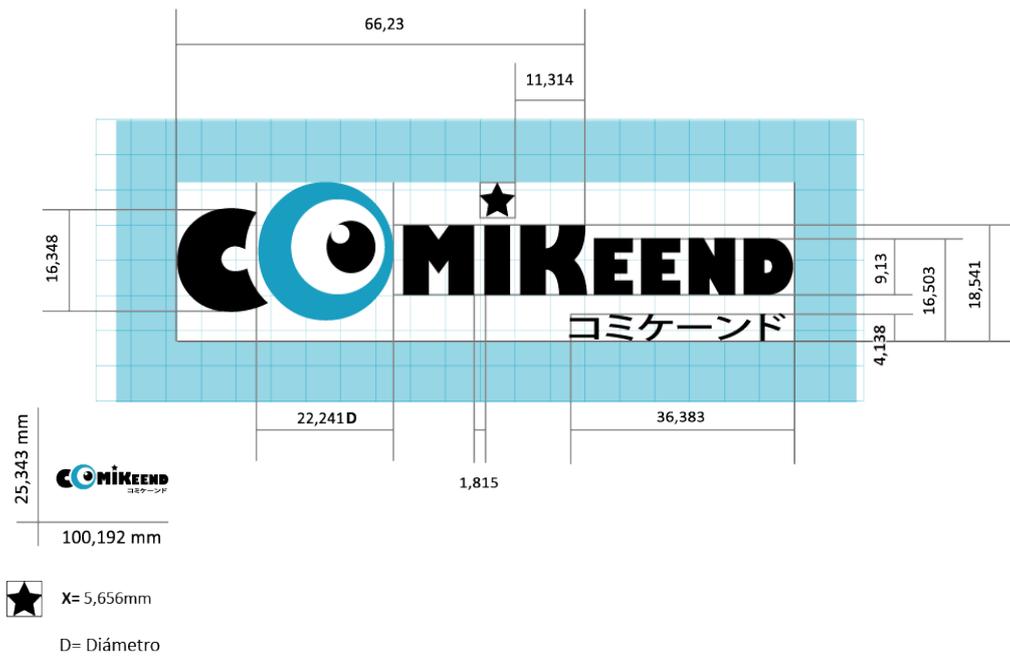


Imagen 7. Rejilla de construcción del logotipo.



Imagen 8. Exterior de Las Cigarreras.



Imagen 9. Fotografía del escenario de Las Cigarreras.

5. RESULTADOS

El proyecto consiste en diseñar la imagen de un evento, pero se requiere de mucha más planificación que solamente confeccionar la parte gráfica del mismo. Los objetivos marcados en un principio se han logrado como se deseaba. Se han diseñado los medios publicitarios principales como la imagen de la marca, el cartel publicitario, la web informativa, entre otros y con ello los resultados propuestos.

La producción empieza mostrando los resultados de la marca de COMIKEEND, con sus colores corporativos y la construcción del logotipo. Los colores principales son tonalidades azules junto al color negro, siendo el blanco por defecto un elemento más, pero igualmente importante.

El objetivo del logotipo es principalmente ocupar el papel de la imagen de la organización por lo que su intención debe ser incitar al público objetivo acudir al evento y transmitir una buena imagen del mismo. La marca se compone de tres partes: logotipo principal, símbolo y adaptación del logotipo en versión japonesa. Se ha querido incluir ésta adaptación ya que el referente principal es la COMIKET de Japón, y al tratarse de una versión reducida de este evento, se han recogido piezas esenciales de éste para crear una similitud entre ambos eventos, como la estrella y el texto en japonés. El lema de esta marca es “encontrar talento y mostrarlo al público” por lo que el símbolo, el ojo, es un elemento importante del logotipo.

En la página 15 se puede ver una aplicación del logotipo sobre tejido como una camiseta. En la misma se encuentran las versiones monocromas y bitonales de la misma marca. La siguiente aplicación es el cartel del evento, fundamental e imprescindible. Recoge información necesaria para transmitir al público su temática.



Imagen 10. Logotipo final sobre papel. Técnica estampado.



Imagen 11. Colores corporativos de la marca.



Imagen 12. Versiones cromáticas según fondo.



Imagen 13. Camiseta de regalo para voluntarios en el evento.

COMIKEEND
コミケ〜エンド

5y6 2016
AGOSTO

Viernes 10:30-18:00h
Sábado 11:00-17:00h

¡NO PIERDAS ESTA OCASIÓN!

¡EXHIBICIÓN & VENTA DE ARTE ÚNICO!

¿QUIÉRES PARTICIPAR?

MÁS INFORMACIÓN EN NUESTRA WEB

TALLER DE DIBUJO CON ARTISTAS ESPAÑOLES

TALLER DE PRODUCCIÓN EDITORIAL

INVITADOS ESPECIALES

¡ENTRADA GRATUITA!

comicweekend.wordpress.com

ILUSTRACIÓN DE BLUOWL bluowl-painting.weebly.com

NORMA Editorial

Ediciones Babylon

BOUZU

WOWBLE!
creative bubble tea y más

LAS CIGARRERAS
CENTRO CULTURAL

AYUNTAMIENTO DE ALICANTE

Blu OWL

yatai
tapes japoneses

Imagen 14. Mockup del Cartel para el evento.



Imagen 15. Mockup panfleto publicitario del evento.



Imagen 16. Mockup de la tarjeta de identificación de los participantes. Se recogen previamente a la apertura del evento.



Imagen 17. Papelería 1.

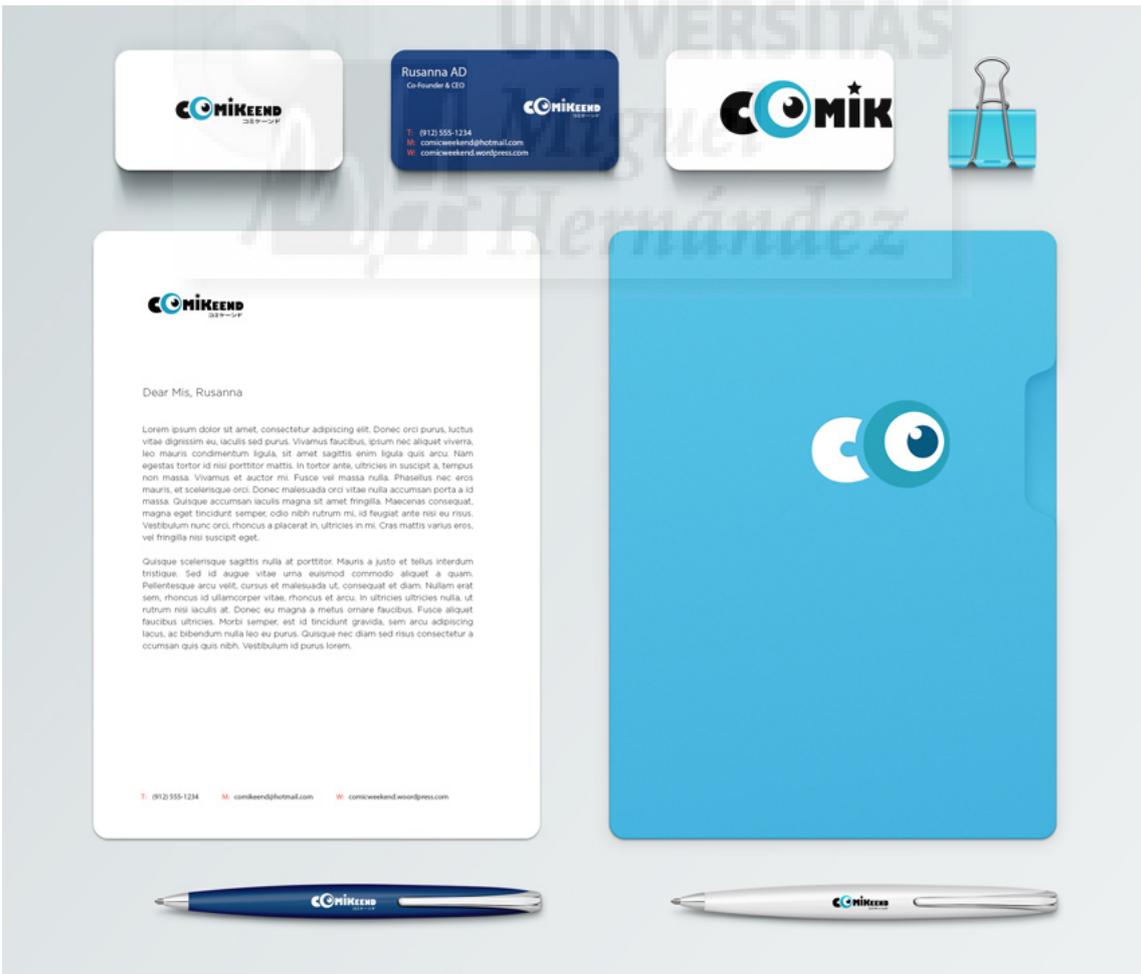


Imagen 18. Papelería 2.



Imagen 19. Mockup publicitario 3 en el edificio de Las Cigarreras, Alicante.



Imagen 20. Mockup publicitario 1.



Imagen 21. Mockup publicitario 2.

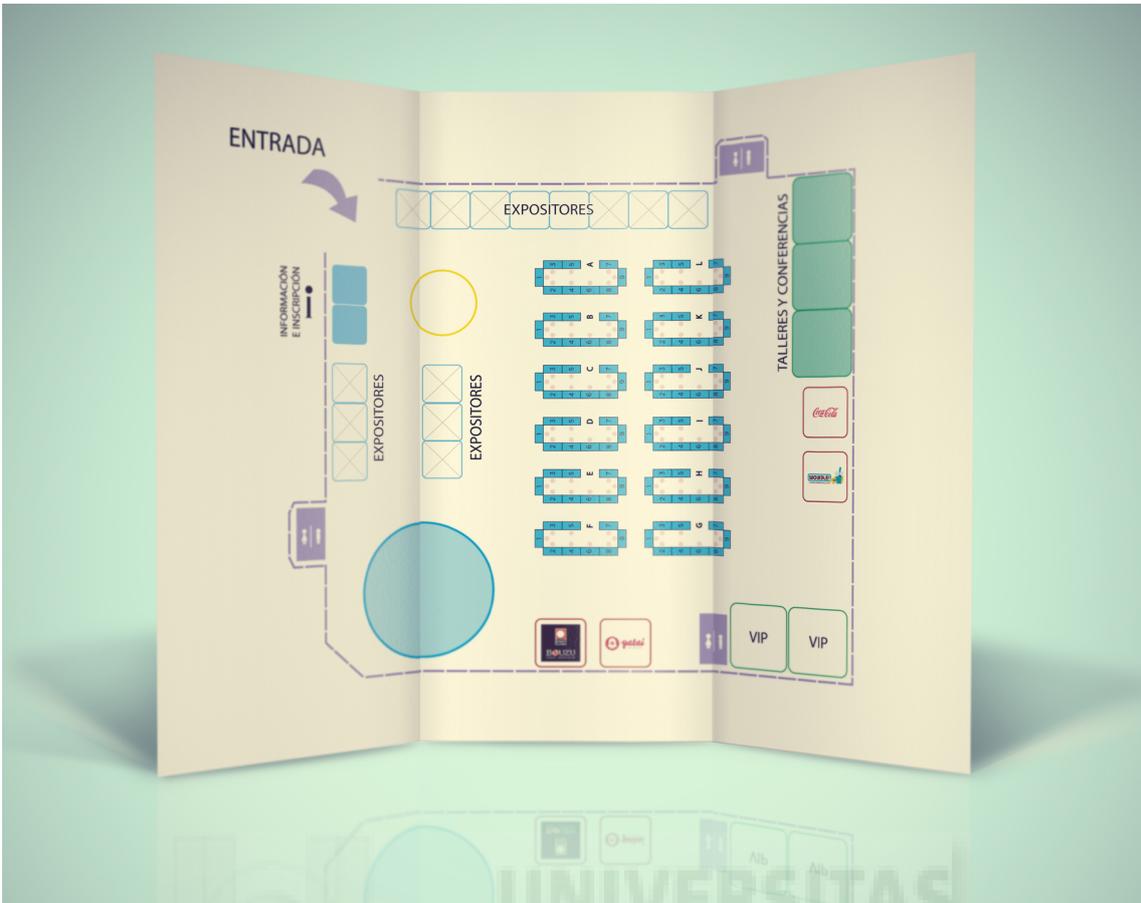


Imagen 22. Tríptico del mapa para el evento.

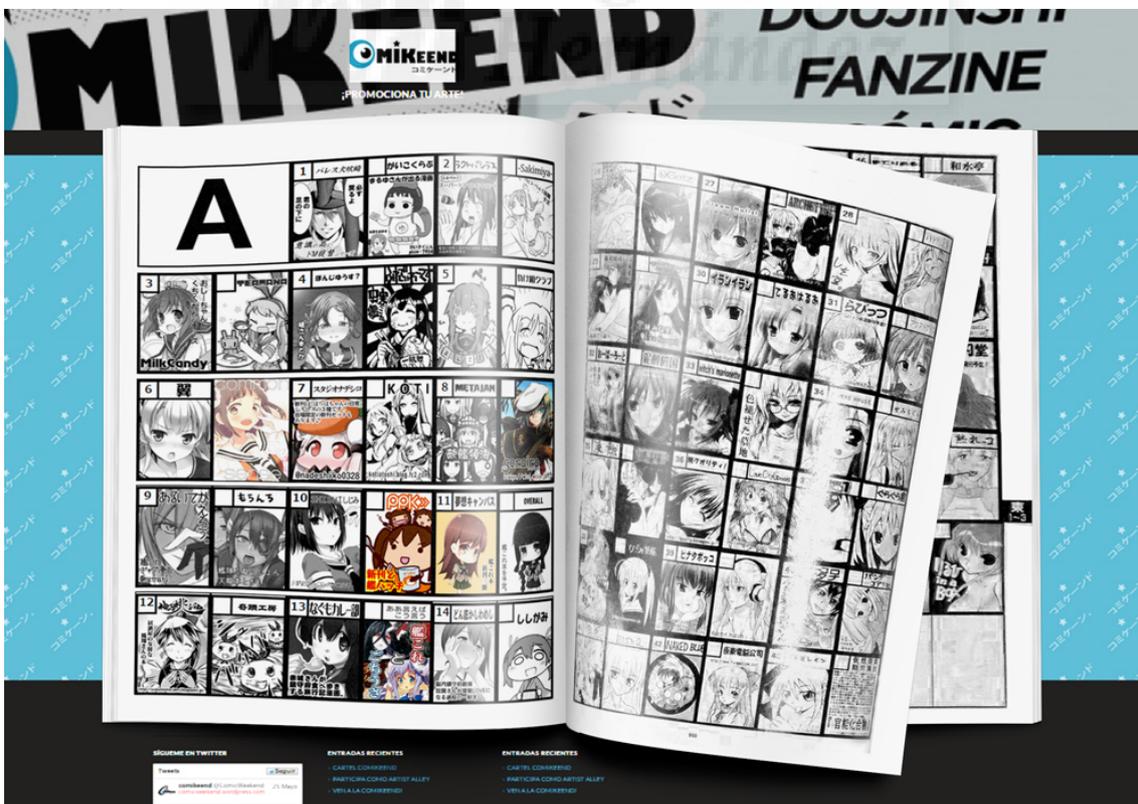


Imagen 23. Prueba de visualización del posible catálogo de los participantes disponible en la web.

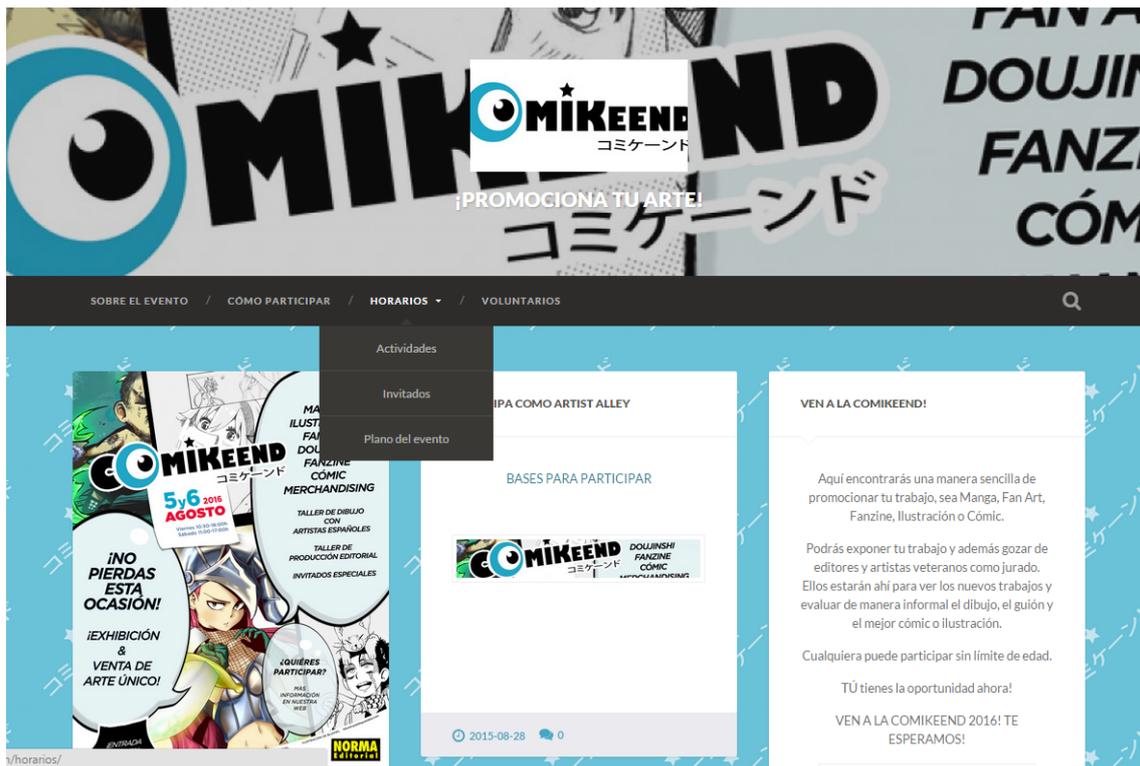


Imagen 24. Página web del evento.

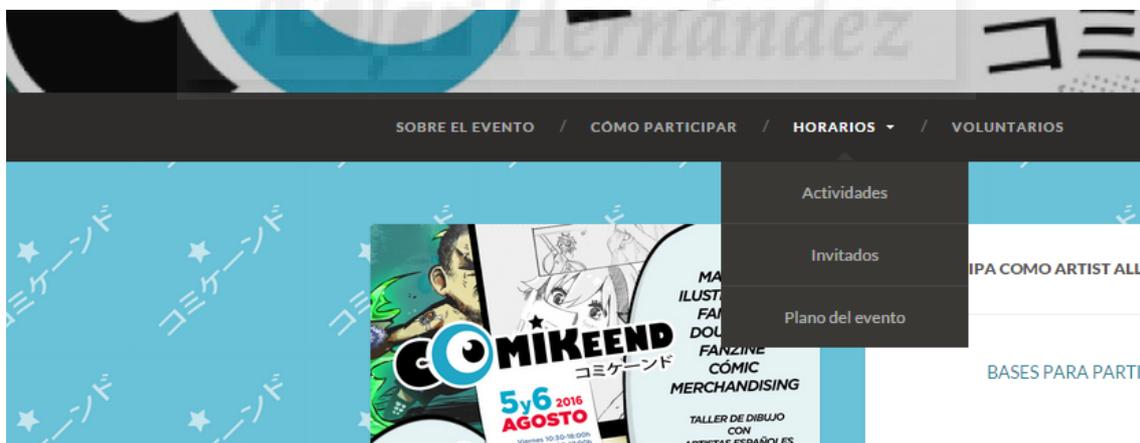


Imagen 25. Plano detalle de la web (<https://comicweekend.wordpress.com/>).

6. BIBLIOGRAFÍA

- COMIKET JAPAN, <http://cmksp.jp/cs6/en/entry/>
 - Catálogo COMIKET, <https://webcatalog.circle.ms/Account/Login?ReturnUrl=%2f>
 - Sobre la COMIKET, <http://www.comiket.co.jp/info-a/C77/C77CMKSymposiumPresentationEnglish.pdf>
 - Información adicional sobre la COMIKET, <http://www.comiket.co.jp/info-c/IdealsAndVision.html>
 - COMIKET, <http://fanlore.org/wiki/Comiket>
 - COMIKET, <http://en.wikipedia.org/wiki/Comiket>
 - <https://www.youtube.com/watch?v=ermNqkUUiJw>
 - <https://www.youtube.com/watch?v=2zzu0beo2iU>
-

- AEX, <http://www.anime-expo.cl/v2/>
- Anime Central, <http://www.acen.org/content/artist-alley-art-show>
- Anime Detour, <http://www.animedetour.com/artists>
- Anime Expo Los Angeles, <http://www.anime-expo.org/>
- Anime Festival Asia Indonesia : DATO https://docs.google.com/a/saldum.com/forms/d/1j9yBOuu-yd3NqKGWtkHvKqLN8cGumDhumAh3K62ULRQI/viewform?edit_requested=true
- Anime Festival Orlando, <http://animefestivalorlando.com/information/artist-ally-info/>
- Anime Festival Wichita, <http://www.afwcon.org/volunteers/artists-dealers/artist-dealer-rules/>
<http://www.afwcon.org/volunteers/artists-dealers/>
- Anime Midwest, <http://animinneapolis.com/#artists>
- AnimeNEXT, <http://2015.animenext.org/artist-alley-2/artist-alley-rules/>
- Anime USA, <http://animeusa.org/what-to-do/artists-alley/enter-the-artist-alley/>
- ColossalCon, <http://colossalcon.com/information/artist-alley/>
- Creation, <http://www.creation.gr.jp/>
- FANIMECON, <http://www.fanime.com/maps/artist-alley-map/>
- Glass City Con, <http://glasscitycon.com/dealers/index.html>
- JAFAX , <http://www.jafax.org/index.html>
- Katsucon, <http://www.katsucon.org/exhibits/artist-alley/>
- KBoom, <http://www.kboombcn.com/p/kboom15.html>
- Malasya Comic Fiesta, <http://comicfiesta.org/>
- Matsuricon, <http://matsuricon.org/wp-content/uploads/2015/03/MatsuriCon-ArtistAlleyContract-2015.pdf> <http://matsuricon.org/information/artist-alley-2015/>
- MechaCon, <http://www.mechacon.com/news/participate/artistsalley/>
- Mercado ilustración, <https://www.facebook.com/mercadoilustracionalicante>
- Metrocon, <http://www.metroconventions.com/control.cfm?ID=4916>
- Nekocon, <http://www.nekocon.com/programming/artist-alley>
- Otakeon, <https://www.otakon.com/alleyrules.asp>
- QC Anime-zing!, <https://qcanimezing.com/artists> <https://qcanimezing.com/dealers>
- San Japan, <http://www.san-japan.org/exhibits/artistalley/rules>
- Tekko in Pittsburgh, <http://www.teamtekko.us/tekko2016/artist-alley/>
- Tokyo International Anime Fair, http://www.tokyoanime.jp/office/html/exhibitors_list_c_en.html
- Youmacon, <http://www.youmacon.com/exhibitors>

