

La marca personal en el sector de la ilustración: una propuesta metodológica para su gestión en el entorno digital

Tesis doctoral presentada por
Sabina Alcaraz González

Dirigida por la Dra. Nuria Rodríguez Calatayud
y la Dra. Melani Lleonart García

Universitat Politècnica de València



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

Resumen

Esta tesis doctoral analiza la marca personal en el ámbito de la ilustración, enmarcada en el contexto digital contemporáneo, con el objetivo de desarrollar una propuesta metodológica aplicable a profesionales autónomos.

La investigación parte de la necesidad de comprender cómo las tecnologías digitales, las redes sociales y los nuevos canales de comunicación han transformado la manera en que los ilustradores construyen y comunican su identidad profesional dentro de las industrias creativas.

En primer lugar, se examina la situación actual de la profesión de ilustración y sus particularidades en el entorno digital, abordando aspectos como la especialización, los sectores de actividad, los tipos de proyectos y el papel del portfolio como herramienta de visibilidad.

A continuación, se establece un marco teórico a través del análisis del concepto de marca y de una revisión crítica de los principales modelos de marca personal desarrollados en el ámbito del *marketing*, identificando conceptos clave y patrones comunes que sustentan la propuesta metodológica adaptada al perfil del ilustrador.

El estudio incorpora un análisis empírico de estrategias de posicionamiento digital mediante la observación de casos reales en redes sociales, páginas web, portfolios y plataformas, complementado con entrevistas a profesionales del sector.

Finalmente, se presenta una metodología para la gestión de la marca personal del ilustrador, concebida como una herramienta flexible e iterativa que integra los hallazgos teóricos y empíricos del estudio, orientada a la mejora del posicionamiento y la profesionalización del sector desde una visión estratégica y aplicada.

Palabras clave

Marca personal; ilustración profesional; comunicación digital; metodología iterativa

Capítulos de la investigación

1. Introducción a la investigación
2. El perfil profesional en ilustración
3. Fundamentos teóricos y estratégicos de la marca personal
4. Elementos de la marca personal
5. Estrategias digitales en el desarrollo de la marca personal del ilustrador
6. Propuesta de metodología de gestión de la marca personal de un ilustrador
7. Conclusiones