

Material Imprimible

Curso de Canva

Módulo 4: kit de marca

Kit de marca

Diseño un kit de medios atractivo y original

Todos los días, los reporteros y editores reciben muchísimos comunicados de prensa y kits de medios. Como tienen miles de eventos y conferencias de prensa a los que asistir, tienen que escoger entre todo lo que les mandan. Asegúrate de captar su atención y su interés con un kit de medios que no solo sea informativo, sino que también tenga un diseño original y moderno.

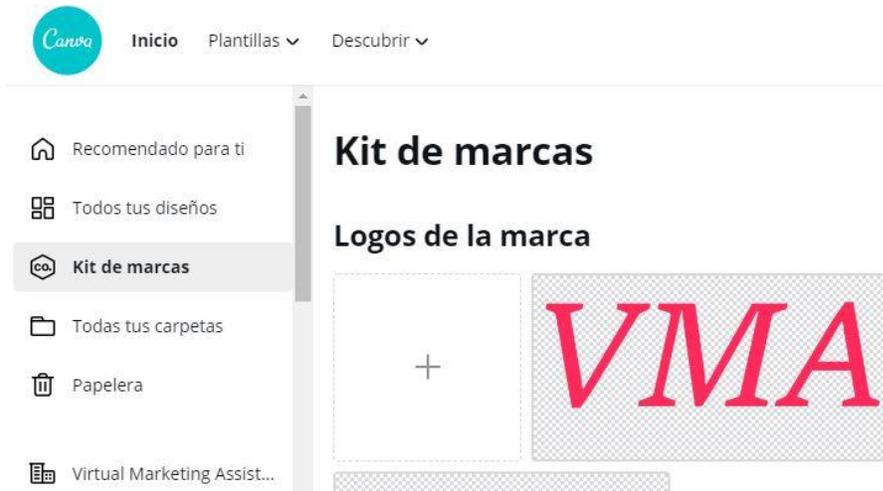
Aprovecha las herramientas de edición y la interfaz intuitiva de diseño para crear un kit de medios personalizado a los estándares de tu marca. Con la ayuda de Canva, seguro que vas a conseguir más entrevistas, publicaciones y asistentes a tus eventos.

¿Qué incluye un kit de marca?

- Colores
- Fondos
- Tipografías
- Estilo Gráfico

Cabe destacar que esta función está disponible para la versión paga de Canva, pues la versión gratuita no cuenta con esta herramienta.

1. Al entrar en Canva, verás un menú a la izquierda con varias opciones. Vas a hacer clic en “Kit de Marcas”.



2. Te vas a encontrar con todo lo que tu Kit de Marca requiere: logos, colores y tipografía de la marca. Y pues lo único que debes hacer es llenar estas secciones.



3. Para subir logotipos de tu marca, haz clic al signo de más (+) y te llevará automáticamente a tus archivos, donde podrás subir todas las variaciones de tu logo.

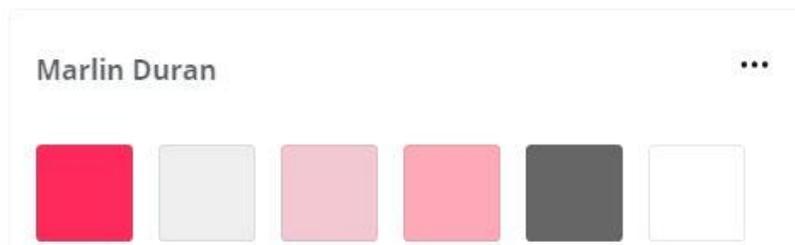
Kit de marcas

Logos de la marca



4. Luego, los colores. Puedes tener más de una paleta de colores, y lo que debes hacer es casi lo mismo. Haces clic en el signo de más (+) y seleccionas los colores de tu branding. Se creará automáticamente una paleta de colores con los tonos que hayas escogido. Y para crear una nueva paleta solo debes hacer clic en “+ Añadir una nueva paleta”.

Colores de la marca



5. Y por último la tipografía. En “Fuentes de la marca” puedes elegir las 3 principales fuentes que representan a tu marca. En caso de que quieras subir una nueva fuente, ve hasta el final de la página y verás una pequeña nubecita acompañada de las palabras “Subir fuente”. Desde allí, también puedes subir fuentes que tengas descargadas en tu computadora.

Fuentes de la marca

Títulos, Century Gothic, 31.5

Subtítulos, Raleway, 18

Cuerpo, Honest, 12

Fuentes subidas

Avenir Regular AaBbCc

Avenir Free Regular AaBbCc

Avenir Free Regular AaBbCc

Avenir Free Regular AaBbCc

Avenir Free Regular AaBbCc

Avenir Regular AaBbCc

Avenir LT Std 55 Roman AaBbCc

Century Gothic Regular AaBbCc

Century Gothic Bold Italic AaBbCc

Century Gothic Italic AaBbCc

Century Gothic Bold AaBbCc

Century Gothic Bold AaBbCc

Good Times Regular AaBbCc

Grandfather Mountain AaBbCc

Honesty Regular AaBbCc

Noteworthy Bold AaBbCc

Pink Script Regular AaBbCc

Playfair Display Italic AaBbCc

Playfair Display Regular AaBbCc

Playfair Display SemiBold I AaBbCc

Raleway Black AaBbCc

 Subir fuente

6. ¡Listo! Ahora cuando vayas a crear un nuevo diseño ya tendrás todo el branding a la mano y será mucho más fácil y llevadero crear hermosos diseños que siempre tendrán la misma línea de colores y fuentes.

Recuerda que, así como el kit de marca es un increíble haz bajo la manga para que tu negocio siempre tenga una misma armonía y estilo, hay muchísimas herramientas mágicas más que sin duda le darán a tu marca mucho más profesionalismo y alcance, y todas las puedes diseñar desde Canva.

Paletas de colores

Una paleta de colores no es otra cosa que el registro de todos los colores que forman parte de un diseño, fotografía, marca, espacio, etc.

Puede ser tan sencilla o tan compleja como colores tenga el elemento al que haga referencia. Por ejemplo, las paletas de colores de las marcas suelen ser bastante básicas, un color principal y dos o tres secundarios como mucho. Sin embargo, la paleta de color que use un decorador de interiores para crear un espacio puede ser mucho más elaborada.

Una paleta de color puede servirte para varias cosas, pero dos de las más importantes son:

- Por un lado, establecer cuáles son los colores corporativos de tu marca (de empresa o personal) y dar coherencia a todos los elementos gráficos que la componen: logo, web, material de papelería, tarjetas, publicaciones en redes sociales, documentos, etc.
- Y, por otro lado, para encontrar inspiración. Inspiración para tus diseños, para tu feed de Instagram y hasta para la ropa de tu armario.

En Colors de Canva encontramos 4 herramientas:

- Color palette generator: Aquí podrás subir una foto y extraer la paleta de colores de la misma.
- Color palette ideas: miles de paletas de colores para inspirarte.
- Color wheel: para aprender sobre teoría del color y probar combinaciones.
- Color meanings: selecciona un color y aprende sobre él.

Generador de paletas de Canva

Con la herramienta *Color palette generator* Canva nos ofrece la posibilidad de subir una imagen de la que automáticamente sacará 5 colores.



¿Qué puedes hacer con esta paleta?

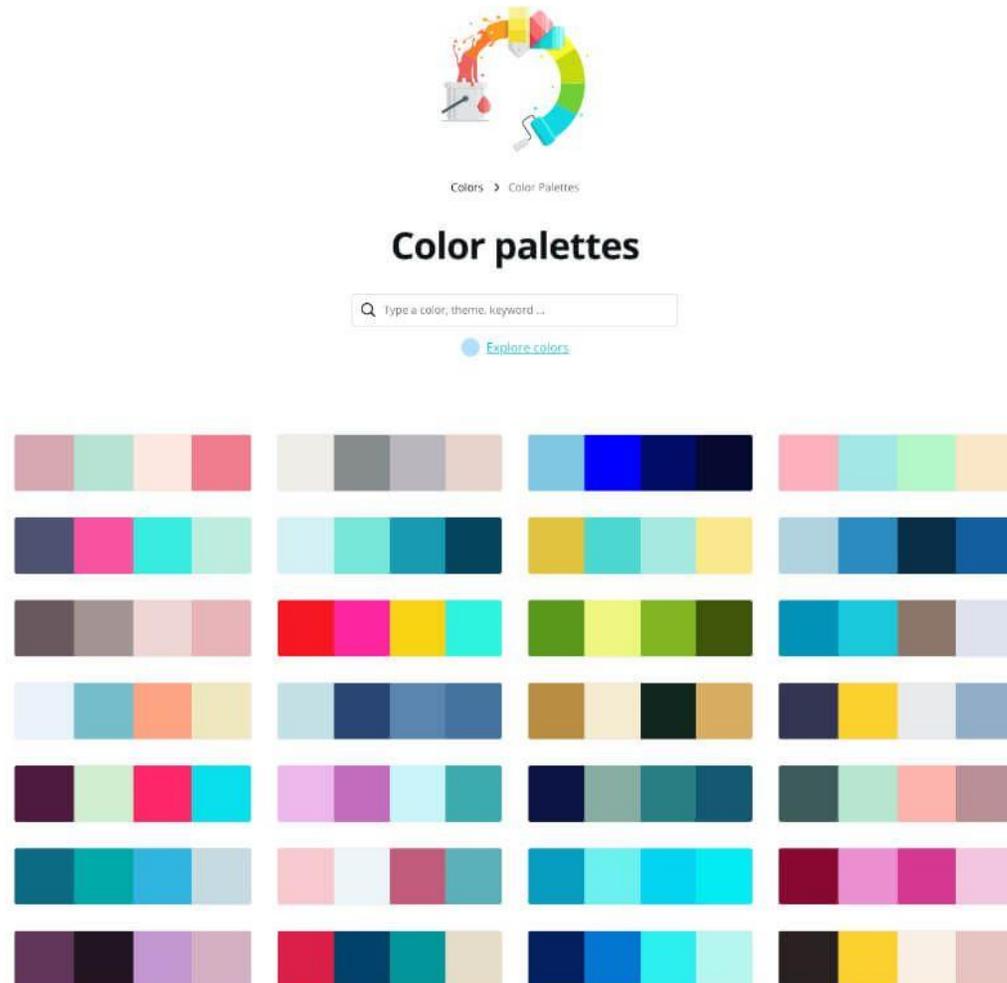
- Ver el nombre de esos 5 colores que ha extraído de la imagen.
- Copiar el código hexadecimal del color que quieras para usarlo en tus diseños. Es esa combinación de números y letras que viene precedida por una almohadilla #.

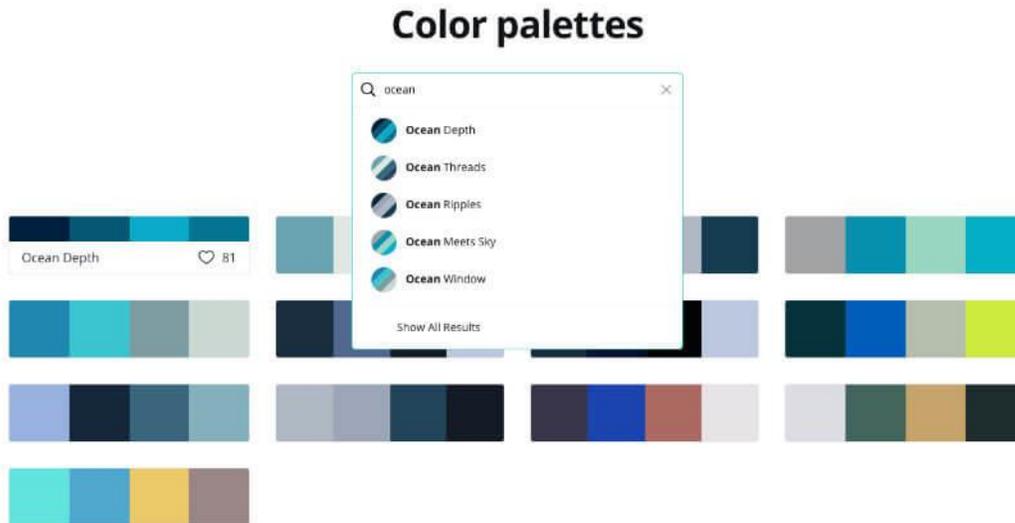
¿Qué no puedes hacer?

- No puedes descargar la paleta. Lo que ves más arriba es una captura de pantalla.
- Cambiar los colores de la paleta generada. En la paleta que te muestro echo de menos el amarillo de los cojines, por ejemplo.
- Usarla directamente en un diseño de Canva.

Ideas de paletas de colores con Canva

En Color palettes ideas vas a encontrar miles, y no exagero, de combinaciones de colores hechas paletas. Además de permite hacer una búsqueda (en inglés) por color o palabra clave para que te muestre las paletas relacionadas.





¿Qué puedes hacer con estas paletas de colores?

- Buscar por palabra clave o color, como ya te he dicho.
- Copiar el código hex de cada color haciendo clic sobre él.
- Aprender más sobre cualquier color haciendo clic sobre su nombre.

¿Qué no puedes hacer?

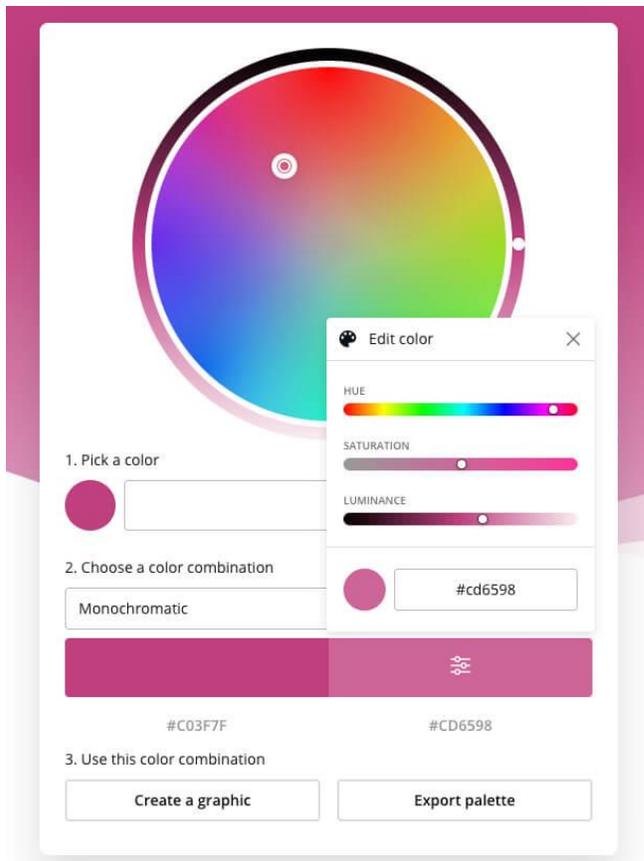
- Guardarte la paleta de colores.
- Usarla directamente en un diseño de Canva.

Rueda de color de Canva

Color Wheel nos permite saber qué colores funcionan bien juntos. Los diseñadores gráficos, además de tener buen ojo y experiencia, hacen uso de la teoría del color para hacer combinaciones de colores exitosas. Esta herramienta de Canva se basa precisamente en eso, en la teoría del color. Y nos parece una de las más interesantes y que más juego puede darnos.

Encontramos un poco de teoría sobre las distintas combinaciones de colores existentes: paleta de colores complementarios, monocromáticos, análogos, triadas y cuatriadas. También nos habla de colores primarios, secundarios y terciarios, de colores cálidos y fríos, así como de sombras tintes, tonos, saturación y luminancia.

Pero, ¿podemos hacer algo práctico con ella? Sí, y esto es lo más interesante. Tiene una rueda de color interactiva en la que poder ver ejemplos de la teoría del color.

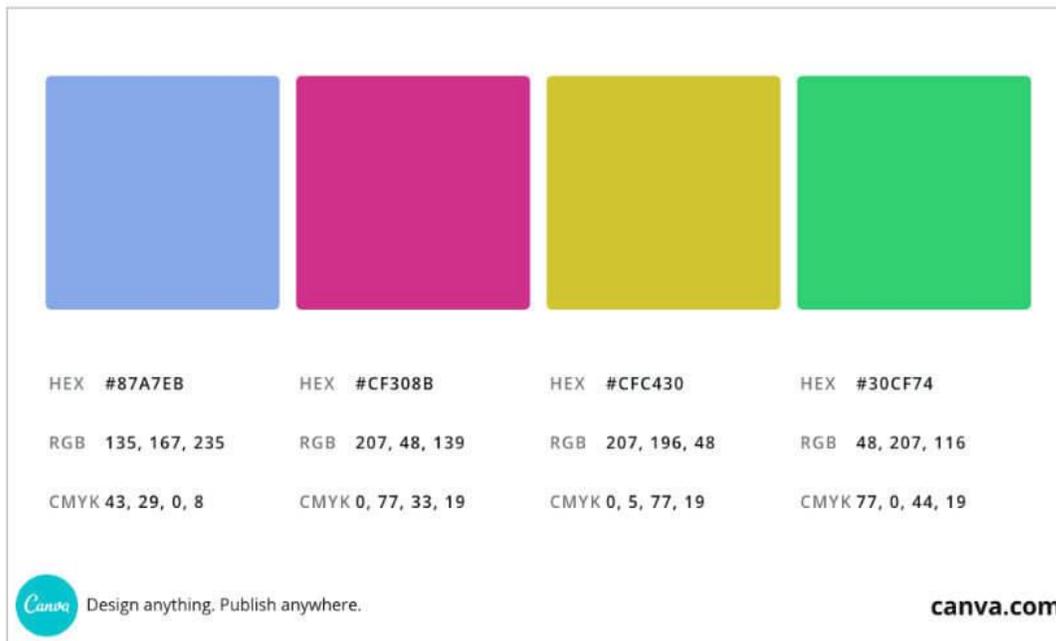


Experimenta con ella y descubre infinidad de buenas combinaciones para aplicar a tus diseños.

¿Qué puedes hacer con la rueda de color de Canva?

- Experimentar con la teoría del color.
- Generar paletas de colores a partir de un color que elijas (bien moviéndote por su círculo cromático o bien poniendo el código hexadecimal del color que quieras combinar).
- Crear paletas de colores complementarios, monocromáticos, análogos, triadas y cuatriadas.
- Editar cada uno de los colores de esa paleta en cuanto a tono, saturación y luminancia.

- Obtener los códigos hex de cada color.
- Abrir en tu perfil de Canva plantillas que tengan los colores de la paleta creada (“*Create a graphic*”).
- Exportar la paleta en PDF (obtendrás un documento con los códigos de color HEX, RGB y CMYK). Próximamente también se podrá exportar en CSS.



¿Qué no podrás hacer?

- Usarla directamente para crear un diseño en tu cuenta de Canva.
- Crear paletas de más de 4 colores.

Significado de los colores con Canva

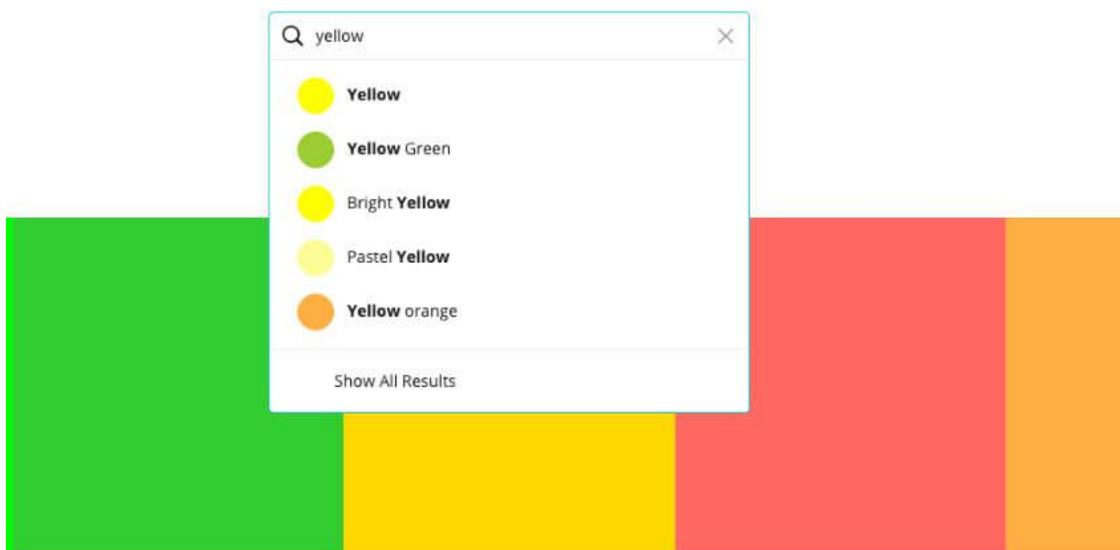
La última herramienta que nos ofrece Canva para trabajar con el color es *Color meanings*. Escoge un color y aprende sobre su significado y simbolismo. Puedes elegir entre los muchos que te ofrece o buscar uno en concreto en su buscador. Para la búsqueda tendrás que usar nombres de colores en inglés.



Colors > Color Meanings

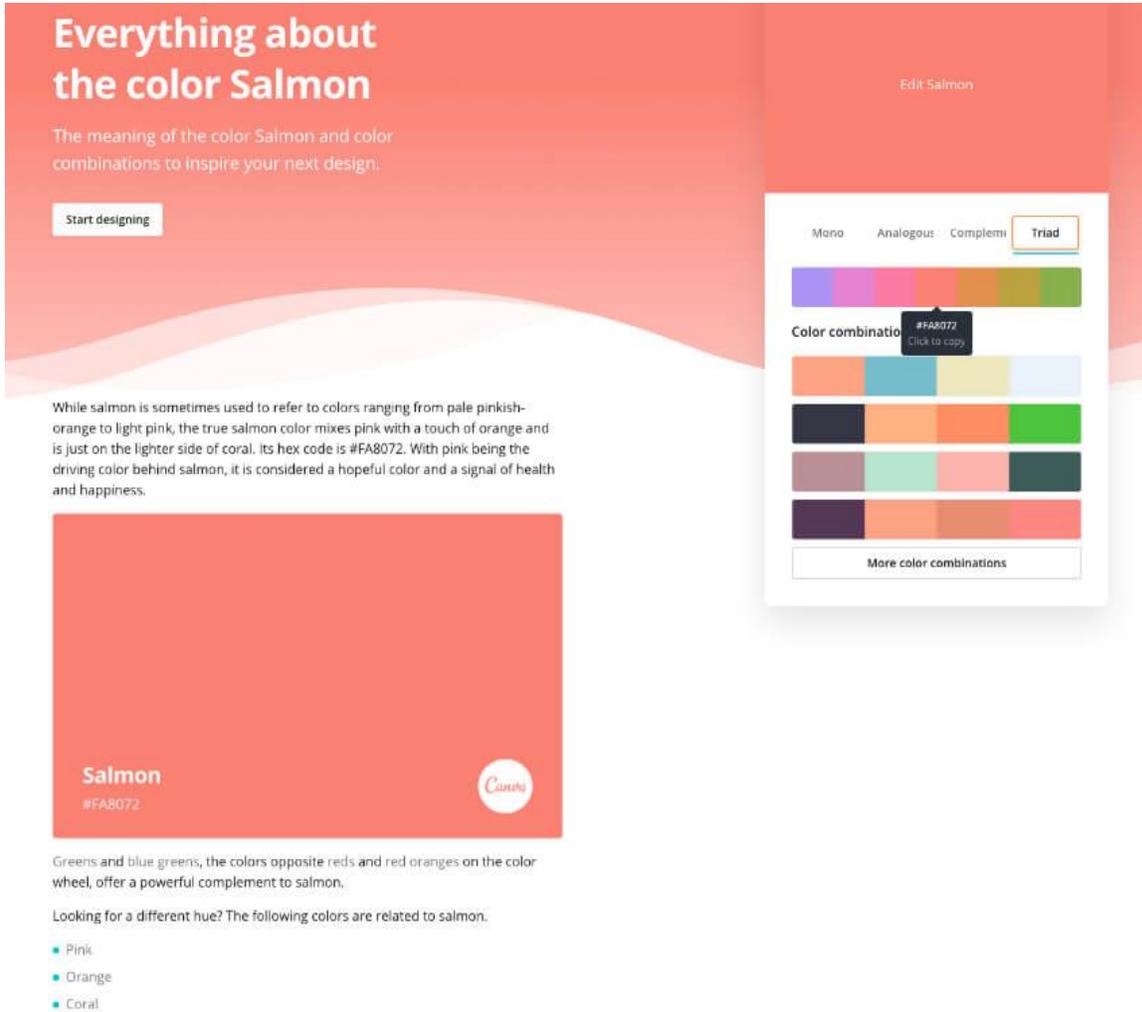
Color meanings and symbolism

Browse the list of colors and learn about color meanings



Haciendo clic sobre cualquier color iremos a una página específica sobre ese color en la que encontramos:

- Significado.
- Colores opuestos o complementarios que combinan bien con él.
- Composición del color (qué porcentaje de cada color primario tiene).
- El código en diferentes modelos de color (HEX, CMYK, RGB, CSS, ...).
- Varias paletas de colores a partir del elegido en las que podremos copiar el código HEX para usarlo en nuestros diseños.



Everything about the color Salmon

The meaning of the color Salmon and color combinations to inspire your next design.

[Start designing](#)

While salmon is sometimes used to refer to colors ranging from pale pinkish-orange to light pink, the true salmon color mixes pink with a touch of orange and is just on the lighter side of coral. Its hex code is #FA8072. With pink being the driving color behind salmon, it is considered a hopeful color and a signal of health and happiness.

Salmon
#FA8072

Greens and blue greens, the colors opposite reds and red oranges on the color wheel, offer a powerful complement to salmon.

Looking for a different hue? The following colors are related to salmon.

- Pink
- Orange
- Coral

Ten en cuenta que no vas a poder acceder a esta herramienta desde tu perfil de Canva. Tendrás que ir a la url de la herramienta en cuestión:

<https://www.canva.com/colors/>

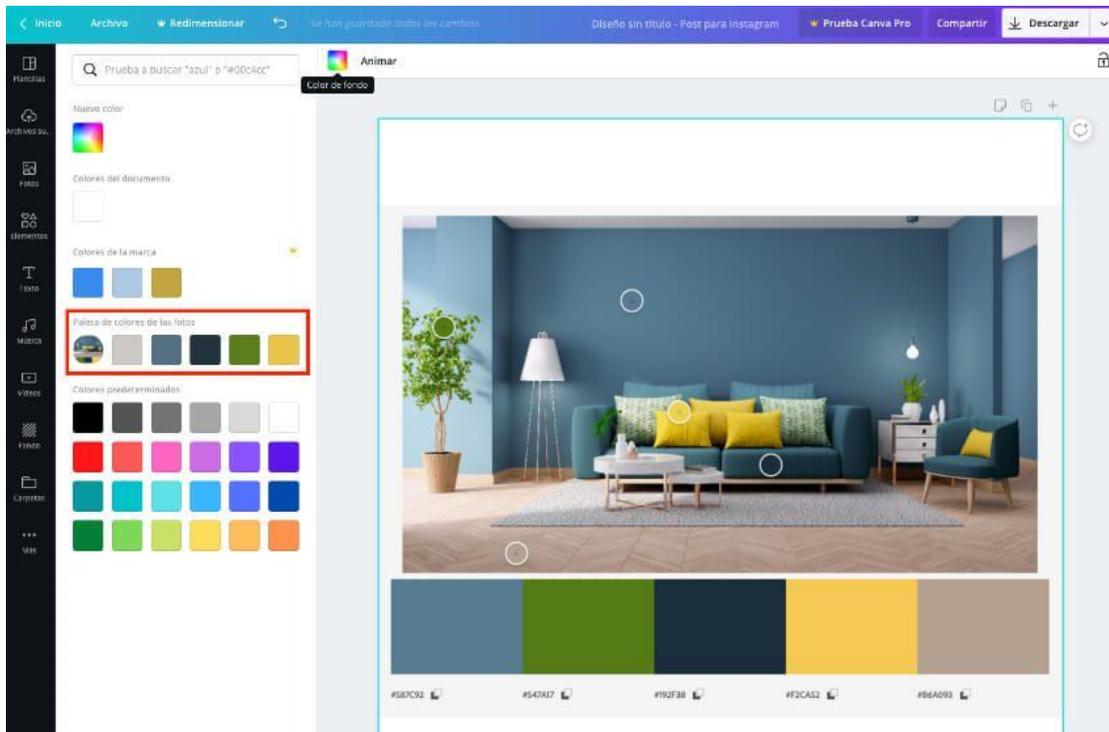
¿Cómo usar estas paletas de colores en Canva?

Entonces, si estas herramientas no están accesibles desde la cuenta de Canva, ¿cómo podemos usarlas en nuestros diseños? Muy sencillo. El truco está en esos códigos hexadecimales de los que te he estado hablando a lo largo del post, los que empiezan con # y puedes copiar en cualquier color, ¿recuerdas?

Pues bien, copia el código del color que quieras usar en Canva y abre en otra pestaña de tu navegador tu diseño. A continuación, selecciona el elemento al que quieres cambiar el color y pega el código en el buscador de colores. ¡Listo! Ya lo

tiens. Mira en este vídeo cómo uso el código de color hexadecimal de una paleta de Canva para modificar un diseño.

Otra opción muy interesante que tiene Canva, ahora sí dentro de tu cuenta, es que te extrae la paleta de colores de tus diseños. Despliega el apartado de colores a tu izquierda (haciendo clic en el cuadro de color del fondo que tienes arriba, por ejemplo) y observa que se ha creado automáticamente la paleta de colores de las fotos del diseño.



Desde aquí, si le das a “Nuevo color” con un color de la paleta seleccionado podrás ver y copiar el código hex para usarlo en otro diseño.



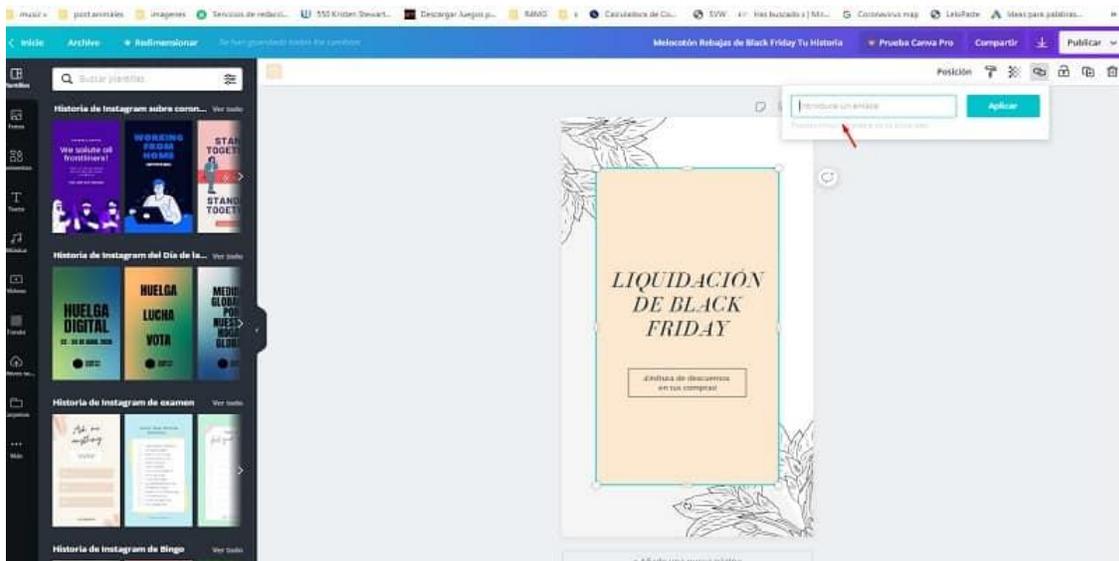
Links cliqueables

Puedes agregar un link, enlace o hipervínculo en Canva a cualquiera de las presentaciones que quieras hacer. Para ello, comienza creando un diseño.

Para agregar un hipervínculo **selecciona un fragmento de la imagen o texto** donde quieras colocar la URL. Luego desde el icono del *gancho* en la parte superior de la pantalla comienza a escribir o pegar una dirección URL. Puedes agregar enlaces de cualquier sitio web.

Cuando hayas terminado de escribir el enlace, link o hipervínculo, presiona sobre el botón verde *Aplicar*.

Esta función solo está disponible para **descargas de diseño PDF estándar o PDF imprimible**. Y es una muy buena opción para insertar links en nombres propios, curriculum, páginas webs o correos electrónicos.



Los vínculos que agregues se pueden volver a editar, incluso si ya has guardado la imagen, para ello, selecciónelos arrastrando un rectángulo con las herramientas Vinculo o Seleccionar objeto desde la parte superior de la pantalla. Puedes moverlo, redimensionarlo, cambiar su aspecto, o eliminarlo. Para todas ellas debes seguir la secuencia: *Icono de adjuntar > Herramientas > Editar PDF > Vinculo > Agregar o editar.*

Marca de agua

Cuando tengas terminado el diseño, arrastra y suelta en la imagen el logotipo de tu sitio web, empresa o marca. Desplaza tu logotipo a una esquina o a otro lugar más discreto, y después aplica la transparencia hasta que el logotipo no se note apenas.

La transparencia de texto se puede usar para transmitir sutileza en tu diseño. Con las herramientas de texto, puedes agregar palabras en el espacio negativo de una imagen o insertarlas sobre tus imágenes. Elige el tamaño y estilo de tu tipografía, y ajusta la transparencia según el estilo de tu diseño. Prueba con diferentes niveles de transparencia en el mismo diseño hasta encontrar el estilo que buscas.

Tipografía

Imagínate arrastrando cajas pesadas de letras de metal – un conjunto diferente para cada tipografía – y tener que armar tu texto letra por letra para diseñar un documento.

Esto parecería un mundo muy distante a nuestro mundo de diseño digital en el que sólo basta apuntar y hacer clic. Pero, a decir verdad, no han pasado muchos años desde que una fuente hubiese sido conocida como un conjunto específico de letras de metal móviles – en lugar de un nombre gracioso en el menú desplegable de un programa de software.

Aunque nuestros métodos de diseños han progresado mucho, a veces navegar por el proceso moderno de elegir y usar fuentes puede parecer casi tan difícil y complicado como lo fue en los viejos tiempos de la composición tipográfica de metal y las imprentas. Así que si alguna vez llegas a sentirte perdido cuando se trate de fuentes, entonces estás en lugar indicado.

Esta guía está diseñada para ofrecer un resumen detallado de las fuentes: sus diferentes categorías, cómo elegir las, cómo usarlas, e incluso dónde encontrar fuentes gratuitas para descargar.

¿Qué tipos de fuentes hay?

Respuesta corta: hay muchísimas, incluyendo algunas alocadas que desafían la categorización. Los tipógrafos, los diseñadores de tipografías, y otros interesados en la historia de la tipografía podrían decirte que existen muchas clasificaciones, cada uno con sus propias definiciones históricas y técnicas, y estarían en lo correcto. Algunas clasificaciones que puede que hayas escuchado incluyen Estilo Antiguo, Gótico, o Humanista (Old Style, Blackletter y Humanist, por sus nombres en inglés, respectivamente). Pero no trataremos con éstas en este artículo (aunque si estás interesado, existen muchos recursos que puedes encontrar en línea, como éste). En vez de eso, nos enfocaremos en cuatro categorías básicas de fuentes que serán útiles para entender cuando vayas a elegir una fuente adecuada, combinar fuentes para tu proyecto de diseño, o discutir tus opciones de letra con otras personas.

1) Serif: Las fuentes serif tienen un pequeño “pie” o líneas adjuntas en los extremos de sus letras. Generalmente su intención es dar una apariencia más seria o tradicional.

2) Sans Serif: “Sans serif” literalmente significa “sin serifa/remate/gracia” – estas fuentes no tienen líneas extra en los extremos de las letras. Por esta misma razón, normalmente tienen la intención de verse más modernas y simplificadas.

Aunque con frecuencia este sea un punto de debate, comúnmente se suele decir que las fuentes serif hacen que navegar visualmente a través de largos pasajes (en papel) sea mucho más fácil, ayudando a mover tus ojos por las líneas de texto. No obstante, debido a que las fuentes serif por lo general son pequeñas y delgadas, frecuentemente no se ven bien en pantallas basadas en píxeles (se ven distorsionadas y “ruidosas” en lugar de claras y nítidas), así que muchos diseñadores prefieren las fuentes sans serif para uso web, especialmente en tamaños pequeños.

3) Caligráficas: Las fuentes caligráficas son lo que podríamos considerar como cursiva – o fuentes con estilo de escritura a mano. Generalmente tienen letras que se conectan. Descubrirás que las fuentes caligráficas tienen muchos estilos diferentes como elegantes, divertidos y casuales, hasta escritos a mano.

4) Decorativas / Exhibición: Cuando escuches o veas que una fuente está categorizada como decorativa, de exhibición, o novedosa, todo esto significa lo mismo – la intención de dicha fuente es llamar tu atención. A menudo son más inusuales que prácticas y sólo deberían utilizarse con moderación y para un efecto o propósito específico.



¿Es una fuente o una tipografía?

Puede que hayas escuchado que al texto que usas en tus proyectos de diseño se le llame de ambas maneras, fuente y tipografía, y que te hayas preguntado si ambos términos significan lo mismo. Técnica e históricamente (en términos de composición) son diferentes, pero hoy en día, con frecuencia se usan indistintamente. Si te interesa comprender la diferencia, unas cuantas definiciones concisas podrían serte de ayuda:

La tipografía es el diseño; la fuente es la manera en que se entrega el diseño. tipografía + estilo + tamaño = fuente Una fuente es lo que usas; una tipografía es lo que ves. La distinción data del grabado tradicional con letras de

metal. El estilo o diseño único del alfabeto que identificamos por un nombre – digamos, Times New Toman o Bodoni, se consideraría la tipografía. Cuando esas letras necesitan moldearse a un tamaño o grosor particular (por ejemplo, negrita de 10 puntos), a eso se le consideraría una fuente particular. Así que Bodoni de 10 puntos en negrita y Bodoni de 24 puntos cursiva serían dos fuentes distintas, pero la misma tipografía.

Se podría decir que, para la mayoría de los propósitos de diseño gráfico actuales, los términos son más o menos intercambiables; las fuentes son las representaciones digitales de las tipografías, y podemos cambiar ambas con tan sólo un clic en las pantallas de nuestras computadoras... Así que a menos que estés hablando con un experto en tipografía a quien quieras impresionar con tu conocimiento superior, no es necesario que te preocupes por las diferencias.

¿Por qué son importantes las elecciones de fuentes?

Es bien sabido que los diseñadores (incluyendo Erik Spiekermann, Dan Mayer, y Jessica Hische) comparan elegir las fuentes para proyectos de diseños con elegir un atuendo que vestir. Es una analogía apropiada. Piensa en lo que podría decir tu ropa sobre ti: basándose en lo que vistas, las personas podrían hacer suposiciones correcta o incorrectamente sobre tu estilo, tu personalidad, tu entorno socioeconómico, tu edad (o la edad que te gustaría aparentar), o la clase de impresión que deseas hacer. Y ocasiones y situaciones diferentes exigen un vestuario diferente. Sería ridículo que usaras un traje de baño para una entrevista, no lo harías; una vez más, tampoco usarías traje y corbata en tus vacaciones en la playa. Existe un elemento de idoneidad que debe de considerarse.

Ahora bien, lo que hace tu ropa por ti, las elecciones de fuentes tienen el mismo propósito en un diseño. La tipografía con frecuencia proporciona esa impresión a primera vista por la que las personas valoran y juzgan el resto del diseño – así que tus elecciones de fuentes necesitan tener un propósito y ser apropiadas. ¿Tu fuente dice “vacaciones en la playa” cuando debería decir “entrevista de trabajo”? ¿Los elementos del “atuendo” de la fuente chocan, o se complementan entre sí? ¿Comunican de manera efectiva las cualidades que deseas proyectar? Estas consideraciones forman parte de lo que hace que la elección de fuentes sea una

parte importante del proceso de diseño, una que debería abordarse cuidadosamente.

Las elecciones de fuentes a menudo establecen el tono para el diseño completo y pueden influir en los sentimientos e interacciones que experimenta la audiencia con tu diseño – como si te presentaras a una fiesta de gala usando tu camiseta desgastada favorita y pants, la gente te juzgaría por tu apariencia. No seas ese sujeto con tu diseño y no le des a la audiencia una excusa para hacer suposiciones incorrectas sobre tu marca o negocio; las malas elecciones tipográficas siempre desvían el mensaje y las intenciones reales de tu diseño.

Cómo elegir una fuente

Tu primera preocupación al elegir una fuente para un proyecto debería ser que corresponda con el mensaje o propósito de tu diseño. Antes de que empieces a navegar a través de las fuentes en tu computadora o buscar alguna nueva para comprar o descargar, sería bueno que hicieras una lluvia de ideas sobre las cualidades o características que quieres que tu diseño comunique.

De esa manera, cuando elijas una fuente, ya tendrás un anteproyecto con el cual puedes combinar tu fuente. Esto es importante porque cada tipografía tiene su propio humor y personalidad. Quizás es seria, casual juguetona, o elegante. Necesitarás determinar lo que te dice una fuente particular, y si eso se encaja con tu diseño.

Si las características que la fuente está comunicando no coinciden con el mensaje de tu diseño general, entonces habría una desconexión visual para los espectadores o usuarios de tu diseño, y tú no quieres que ocurra eso. Cuando explores fuentes, es bastante fácil que te veas cautivado por todas las opciones divertidas e interesantes, pero no dejes que las preferencias personales interfieran; una fuente que consideres distintiva o elegante podría no ser útil o apropiada para el proyecto en el que estés trabajando.

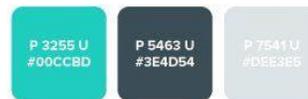
Si te das cuenta que te estás desviando, hazte la siguiente pregunta: ¿Esta fuente apoya las cualidades de mi marca o complementa el propósito de mi diseño? Las fuentes más efectivas hacen justamente eso.

JAVON GREAVES BRAND GUIDE

THE MARK



THE COLOR



THE TYPE

PROXIMA NOVA
Aa Bb Cc Dd 1 2 3 4

THE ICONS



Dribbble/Jason Greaves

Considera el contexto y la audiencia

¿También deberías contemplar dónde y cómo se verá tu diseño en tus elecciones de fuentes? Por ejemplo, un diseño de tarjeta de presentación necesitará una fuente que sea fácilmente legible en un tamaño pequeño. O los gráficos de las redes sociales, los cuales es probable que sean visualizados en dispositivos móviles, se beneficiarían de fuentes que se vean bien en pantallas.



Dribbble/Janet Lurssen. Fuentes usadas: Maxwell Sans, Proxima Nova, y Minion.

La audiencia que verá tu diseño también puede ser importante. ¿Tu audiencia tiene cierta edad o alguna característica demográfica específica? ¿Tu fuente logrará repercutir en ellos?

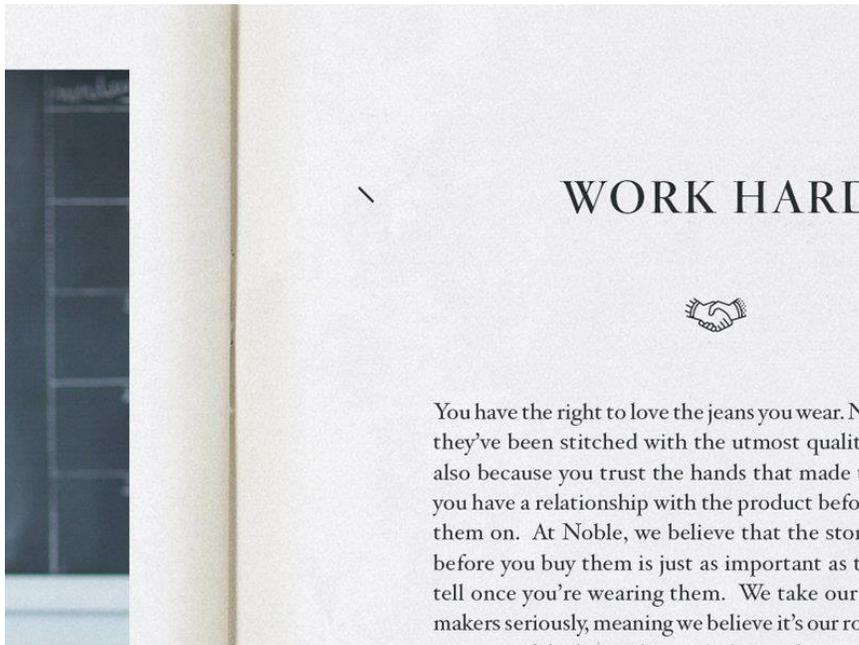
¿Tu elección de fuente es adecuada?

Más que el humor o carácter de una fuente, y la relación con el contexto, la idoneidad es una cuestión funcional. ¿La fuente que elegiste realmente funcionará en donde planeas usarla? ¿Será práctica y fácilmente legible en el contexto de tu diseño?

Uno de los errores más comunes que cometen los principiantes es no darse cuenta para qué son más adecuadas las diversas categorías de fuentes – por ejemplo, tipografías de cuerpo frente a tipografías de exhibición.

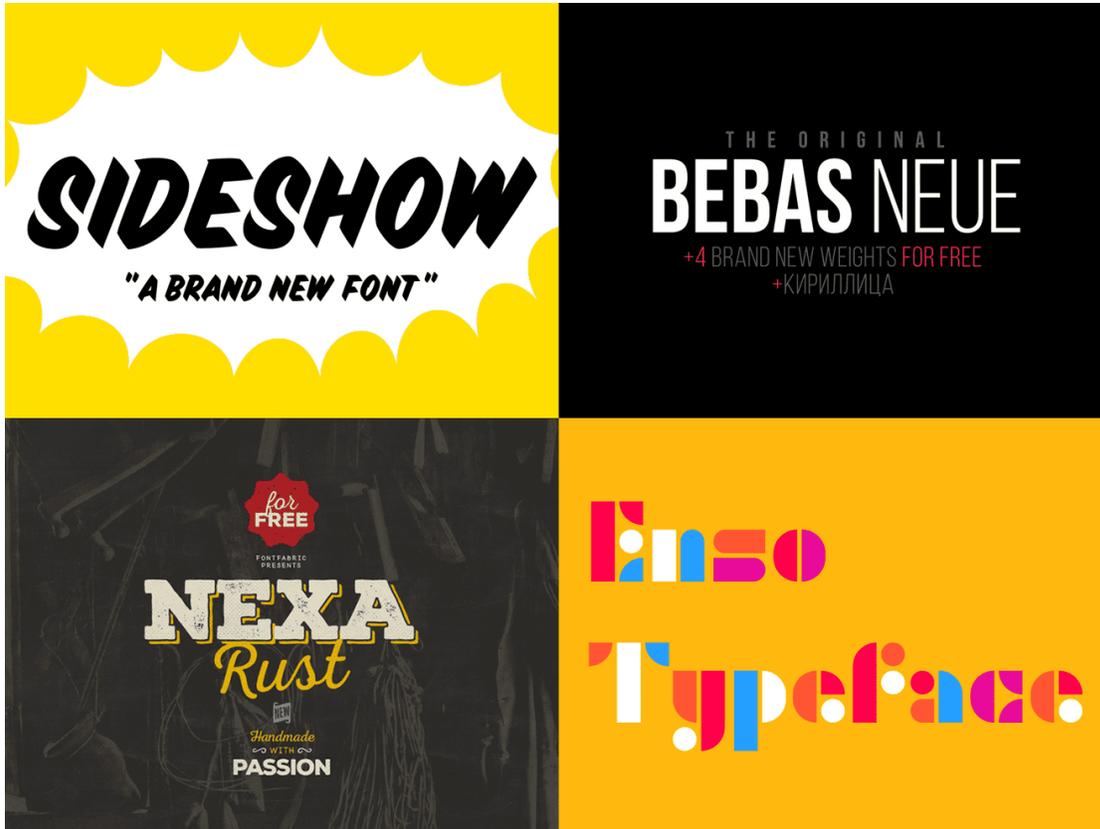
Las tipografías de cuerpo se utilizan en el cuerpo de texto: texto en libros, revistas o periódicos, contenido de sitio web, cualquier pasaje extenso. Estas fuentes son sencillas para los ojos y fáciles de leer. Es importante que no sean distractoras, así los usuarios pueden hojear y analizar el texto. Esta es la categoría en la que

residen fuentes como Times New Roman y Arial. (Aunque sucede que estas dos fuentes en particular están muy sobreutilizadas.



Dribbble/Tyler Deeb

Las tipografías de exhibición o decorativas (mencionadas brevemente al inicio del artículo), por otro lado, nunca son adecuadas para la lectura extensa. Estas son el tipo de fuente que grita, “¡Mírenme!”. Vienen en diversos grados de utilidad, desde fuentes sólo en mayúsculas negritas que podrían usarse para encabezados, hasta fuentes que son demasiado literales u obvias – como letras con estilo de copo de nieve que parecen decir “¡Se supone que deben usarme en Navidad!” o letras que parecen haber sido hechas con troncos o ramas que supuestamente le dan inmediatamente a tu diseño un aspecto al aire libre. Este tipo de fuentes pueden ser divertidas y tienen sus usos, pero el buen diseño, especialmente el diseño orientado a contextos de negocios o profesional, a menudo es mucho más sutil que eso. Las fuentes de exhibición pueden tener un gran impacto cuando se usan de la manera correcta, pero cuando se usan incorrectamente, pueden hacer que el diseño se vea abarrotado y poco profesional – o completamente ilegible.



Dribbble/Drew Melton, Fontfabric, Tamer Koseli

En pocas palabras, las tipografías de exhibición difieren de las tipografías de cuerpo en que su lectura no resulta fácil en textos largos y deberían usarse con moderación y propósito. Si tienes dudas sobre si una fuente en particular es adecuada para tu diseño, siempre es una apuesta segura elegir una fuente más neutral. En la siguiente sección, veremos cómo elegir una fuente versátil y funcional a la que le sacarás el mejor provecho.

Fuentes: https://www.canva.com/es_ar/crear/kits-de-medios/
<https://www.plan-ab.es/paletas-de-color-en-canva/>
<https://miracomosehace.com/poner-link-enlaces-hipervnculos-canva/>
https://www.canva.com/es_mx/aprende/tipografia-que-hacen-disenadores-para-elegir-fuentes/