

TFG

DOSMILVE(IN)TE Y NO VUELVAS.

Publicación ilustrada de un año pandémico.

Presentado por Claudia Manzanera Salvador

Tutor: Hugo Muñoz Ligorit.

Facultat de Belles Arts de Sant Carles

Grado en Bellas Artes

Curso 2020-2021



**UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA**



**UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES**

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

Este proyecto se basará en la creación de una publicación impresa de carácter artístico y periodístico, donde se mostrará una recopilación de acontecimientos sociales, políticos y medioambientales sucedidos en el año 2020.

Con dicha información se hará una interpretación y una representación gráfica, principalmente a través de la ilustración, y con toda una serie de viñetas, ilustraciones y caricaturas humorísticas, satíricas y de burla de dichos acontecimientos.

La técnica empleada para las ilustraciones y todos los elementos que aparecerán en la publicación, se creará de forma digital, y una vez organizado y maquetado, se solicitará presupuesto para la realización de una tirada impresa.

El motivo principal del proyecto, además de crear una publicación de ilustraciones, es que estas tengan una línea editorial con carácter de concienciación social a través del humor y la ironía, por lo cual también contará con un mensaje esperanzador y divertido a través de la risa, que hablará del año tan duro que ha sido el 2020. Lo que puede diferenciar mi proyecto de otros, sobretodo a la hora de contar los sucesos y representarlos es por el hecho de quien lo está contando es una persona joven, con un punto de vista completamente diferente y con inquietudes distintas, y como ocurre con el resto de personas también quiere dejar constancia de sus opiniones. Por ello utilizo un medio impreso, usado mayoritariamente por personas de mediana/mayor edad y es a quién quiero llegar y para acceder a un público más joven, adaptaré la maquetación a una edición digital.

Palabras clave:

Caricatura, ilustración digital, informativo, humor, crítica, social.

SUMMARY AND KEY WORDS

This project will be based on the creation of a printed publication of an artistic and journalistic nature, which shows a compilation of social, political and environmental events that took place in 2020.

With this information, an interpretation and a graphic representation will be made, mainly through illustration, and with a whole series of cartoons, illustrations and humorous, satirical and mocking cartoons of said events.

The technique used for the illustrations and all the elements that will appear in the publication, will be created digitally, and once organized and layout, a budget will be requested for the realization of a printed run.

The main reason for the project, in addition to creating a publication of illustrations, is that these have an editorial line with a social awareness character through humor and irony, for which it will also have a hopeful and fun message through laughter, which will talk about the hard year that 2020 has been. What can differentiate my project from others, especially when it comes to telling the events and representing them, is the fact that who is telling it is a young person, with a completely different point of view and with different concerns, and as it happens with the other people also want to record their opinions. That is why I use a printed medium, used mostly by middle / older people and that is who I want to reach and to access a younger audience, I will adapt the layout to a digital edition.

Key words:

Cartoon, digital illustration, informational, humor, critical, social.

A mi familia por apoyarme en cada paso que doy y hacerme sentir la persona más especial del mundo.

A mi tutor, Hugo Muñoz Ligorit por la paciencia, las bromas y por ser el mejor tutor que podía tener.

A Claudia Calvente por ayudarme e inspirarme con su arte y su energía y transmitirme la fuerza que necesitaba cuando no podía más.

A todas aquellas personas que lucharon y luchan para hacer un mundo más justo y crítico desde el arte de hacer reír y sonreír a las personas.

1. INTRODUCCIÓN	6
2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	8
2.1. Objetivos	
2.2. Metodología	
3. FASE DE ESTUDIO	10
3.1. Humor gráfico: Definición y concepto. Antecedentes	
3.2. Tipos de Humor.	
3.3. La caricatura	
3.4. Referentes	
4. FASE DE PRODUCCIÓN	14
4.1. Periodo de documentación y búsqueda de ideas	
4.2. Dirección de arte	
4.2.1. Bocetos y proceso de creación	
4.2.2. Ilustraciones	
4.2.3. Color	
4.2.4. Fondos	
4.2.5. Guion y tipografía	
4.2.6. Maquetación y resultados finales	
4.3. Concepto y tipología de la publicación	
4.3.1. Línea editorial y enfoque	
4.3.2. Naming y cabecera	
4.4. Composición exterior de la publicación	
4.4.1. Diseño Portada y contraportada	
4.4.2. Encuadernación	
4.5. Impresión y acabados	
5. VIABILIDAD ECONÓMICA Y DIFUSIÓN.	29
5.1. Presupuesto	
5.2. Difusión en redes sociales	
6. CONCLUSIONES.	34
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	35
8. ÍNDICE DE IMÁGENES	39

1. INTRODUCCIÓN

El humor no solo es divertido: hace bien, en un estudio realizado por investigadores de la Universidad de Basilea (Suiza, 2020), publicado en la revista PLOS ONE, asegura que las personas que se ríen más a menudo presentan menos síntomas de estrés subjetivo frente a situaciones de ansiedad general. En el trabajo y en el amor, el humor también hace efecto de forma positiva. Es un elemento social primordial y por lo tanto también una herramienta para enfrentarse a problemas y obtener soluciones.

Manuel Álvarez Juncos dice así del humor:

“Es imprescindible para nuestra vida porque nos permite abordar temáticas inaccesibles de otro modo, como procedimiento donde lo lúdico destapa lo serio y lo secundario aborda lo central. Lo divertido (di-versión, des-viación) es un eficazísimo recurso del que nos valemos para asimilar las realidades cotidianas, la vida.” (Álvarez, 2012.)¹

En definitiva, una herramienta muy poderosa si se sabe utilizar con picardía e inteligencia.

La palabra humor engloba una variedad de definiciones muy imprecisas, según el diccionario de la Real Academia, el humor es —en su segunda acepción—, genio, índole, condición, especialmente cuando se manifiesta exteriormente; el humorismo es la manera graciosa o irónica de enjuiciar las cosas. La verdad es, que el humor, según como se use, se ve reflejado de una forma o de otra y definirlo en unas pocas líneas no se ajustaría jamás a una descripción general, ya que es mucho más complejo de lo que se pudiera imaginar.

Nietzsche (1844-1900) decía: “Quizá yo sé muy bien por qué solo el hombre ríe: sólo él sufre tan profundamente que tuvo que inventar la risa.”²

“El placer del chiste nos pareció surgir de un gasto de inhibición ahorrado; el de la comicidad, de un gasto de representación (inversión) ahorrado, y el del humor, de un gasto de sentimiento ahorrado.[...] En efecto, la euforia que aspiramos a alcanzar por estos caminos no es otra cosa que el talante de una época de la vida en que solíamos arrostrar nuestro trabajo psíquico en general

1 Juncos, J. M. (2016). *El humor gráfico y su mecanismo transgresor*. A Machado Libros.

2 Nietzsche (1988), XI, p. 571.

con escaso gasto: el talante de nuestra infancia, en la que no teníamos noticia de lo cómico, no éramos capaces de chiste y no nos hacía falta el humor para sentirnos dichosos en la vida.” (Freud, 1927, p. 223.)³

Este fragmento del libro *Obras completas. El chiste y su relación con lo inconsciente*, (1905), para Sigmund Freud el humor es el mayor mecanismo de defensa humano, “una herramienta para equilibrar las emociones y eliminar la frustración.” Él pensaba que los humoristas aprovechaban las oportunidades del pensamiento infantil, así el humor se convertía en una actividad mental para evadirse.

Podemos concluir que el humor también es relativo, pues cada país también tiene un tipo de humor y existen tabúes y situaciones que no todas las personas podríamos entender, por lo que también lo convierte en un arma completamente cultural, además por supuesto, de que precisa de una base de conocimiento muy asentada, ya que el humor muchas veces engloba literatura, cultura musical, política, social... El humor forma parte de nuestro día a día y por tanto necesitamos ser cómplices de todo a nuestro alrededor para poder formar parte de él y conocerlo.

Así pues mi proyecto engloba humor literario y gráfico, pero como he mencionado en el párrafo anterior, para poder disfrutar del humor de este proyecto se debe tener una pequeña base de la política de nuestro país, cultura nacional y por supuesto se debe también tener el conocido “sentido del humor”, ya que probablemente no todos los que lo lean estén de acuerdo con lo que digo ni dibujo, ese es mi principal objetivo: hacer reflexionar, generar debate. Y como dijo Horacio, aprovechar la herramienta para tratar temas serios.

³ Freud, S. (1905). *Obras completas. El chiste y su relación con el inconsciente*: Vol. VIII. Amorrortu editores.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

2.1. OBJETIVOS

El humor gráfico tiene sus propios objetivos para que se cumpla la función del humor que son los que principalmente se tendrá en cuenta.

- Objetivo principal:

- Causar impacto, conmover, enfurecer... En definitiva, transmitir sentimientos al lector, unas veces buenos y otras no tanto, mi obra tiene un fuerte mensaje crítico e irónico que muchas veces ofenderá dependiendo de según que opinión tenga el lector. Esto es clave para entender la obra, todo es válido y subjetivo, se narran los hechos desde la perspectiva de la autora y su opinión ideológica.

- Objetivos específicos:

- Establecer una jerarquía visual que asegure un ritmo de lectura cómodo y una correcta composición y comprensión para otorgar más o menos protagonismo a la imagen frente al texto según el caso.
- Plantear la salida al mercado de la publicación.

2.2. METODOLOGÍA

El proyecto surge de la necesidad de expresar mis emociones y pensamientos a raíz de los acontecimientos y noticias que para mí han resultado las más importantes de este 2020-2021, 2020-2021. Se pretende que el espectador vea en estas noticias, ya publicadas, otro punto de vista y con el uso de la ironía y mi profunda burla proyectada por medio del humor gráfico y la caricaturización de la sociedad, los políticos y las grandes multinacionales. La estructura metodológica empleada tanto en el desarrollo conceptual como en el gráfico de este proyecto se plantea en las siguientes fases:

1. Planteamiento y documentación:

Reflexión sobre el por qué de la obra e investigación para poder llevar a cabo de la mejor forma posible y más profesional el proyecto, ya que pretende llegar a miles de personas y por lo tanto es muy importante este primer punto donde investigaremos sobre autores, críticos, libros, documentos, revistas, periódicos e intelectuales que han tratado del género el cual estamos investigando para que haya un total entendimiento sobre la materia.

2. Desglose de tareas:

Para organizarme en la realización de todo el proceso desde el principio hasta el final (la preparación de la defensa) he decidido organizarme una tabla para seguir un orden y poder marcarme objetivos que me garanticen una correcta dedicación de cada fase de estudio de mi proyecto.

Se muestra una tabla que funcionaría como mi calendario para realizar de forma ordenada y organizada todas las tareas que he considerado necesarias y oportunas, para el correcto desarrollo de mi trabajo final.

Enero	Febrero	Marzo
Planteamiento del trabajo	Desglose de tareas	Dirección de arte (Primeros bocetos, planteamiento del storyboard, realización de ilustraciones en limpio, etc)
Investigación de campo	Búsqueda y definición de estilo	
Documentación y lectura	Gestión y organización de los contenidos	
	Naming	Texto <small>(Pruebas de narrativas, borradores, ideas que colocar dentro y fuera de las ilustraciones...)</small>
Abril	Mayo	Junio
Dirección de arte <small>(continuar ultimando las ilustraciones en limpio, colocar imagen y texto.)</small>	Dirección de arte (Color y composición)	Terminar prototipo
	Maquetación (Tipografía, ritmo...)	Imprimir
Documentación	Memoria	Evaluación
Memoria		Preparación de defensa

Fig. 1. Tabla para la organización de las tareas TFG.

3. Creatividad e Implementación

Una vez tengo los conocimientos y pongo en práctica lo aprendido e investigado debo tomar decisiones y decidir que ideas me servirán y aportarán al proyecto y cuales deberé de dejar por el momento a un lado para no entorpecer el proceso creativo.

4. Evaluación:

Finalizado el proyecto, se evaluará el resultado final y analizando las partes más complicadas, los problemas durante la elaboración de la obra, la complejidad de algunos tramos del recorrido directivo de la obra...

Esto es importante para poder determinar una conclusión y autoevaluarme para saber en qué cosas puedo mejorar y en qué otras he resuelto de forma efectiva los problemas que he tenido, para que la próxima vez no me vuelvan a ocurrir, o si me ocurren poder resolverlos.

3. FASE DE ESTUDIO

3.1. HUMOR GRÁFICO: DEFINICIÓN Y CONCEPTO.

En la introducción del proyecto se habla sobre la dificultad de definir la palabra “humor”, ya que es un término complicado y muy personal.

A la hora de definir “humor gráfico” da paso a muchas menos dificultades, ya que sigue siendo humor, pero la forma de hacer humor se determina por el adjetivo “gráfico”.

Según la RAE el adjetivo gráfico significa:

1. adj. Perteneciente o relativo a la escritura y a la imprenta.
2. adj. Dicho de una descripción, de una operación o de una demostración: Que se representa por medio de figuras o signos. U. T. C. S.
3. adj. Dicho de un modo de hablar: Que expone las cosas con la misma claridad que si estuvieran dibujadas.

Dicho esto queda mucho más concretado el significado, ya que si juntamos la definición anteriormente comentada sobre el humor y lo gráfico, puedo definir el humor gráfico como un tipo de lenguaje intelectual y visual que tiene como objetivo divertir, reflexionar y transmitir una idea mediante el dibujo mediante (uso de chistes, caricaturas, historietas y tiras cómicas).

“El humor gráfico abre la posibilidad de cuestionar, indagar, interrogar y confrontar, para elaborar interpretaciones, analizar, explicar y fundamentar las conclusiones” (Andelique y García; 2007:93)¹

Muchas veces el hecho de que el humor gráfico venga definido por la idea de que son dibujos, no significará que no se incluyan textos, ya que muchas veces se complementará dibujo-texto para reforzar el mensaje, otra veces no hará falta, ya que la imagen hablará por sí sola.

“Nuestro trabajo es provocar a los lectores de una manera que las palabras por sí solas no pueden.”(Rob Rogers, 2018.)²



Fig. 2. *Immigrant children*, Rob Rogers, 2019.

1 El humor gráfico en el aula. Construyendo propuestas alternativas para enseñar la historia.

2 Corbett, Tom, 2018. I was fired for making fun of Trump. *The New York Times* [En línea].

15.06.2018. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2018/06/15/opinion/cartoonist-rob-rogers-trump-fired.html>



Fig. 3. Cría cuervos y te sacarán los ojos, Tomás Padró, 1869 para *La Flaca*, nº 17



Fig. 4. Portada de Tono, primer número de *La Codorniz*, 8 de junio de 1941

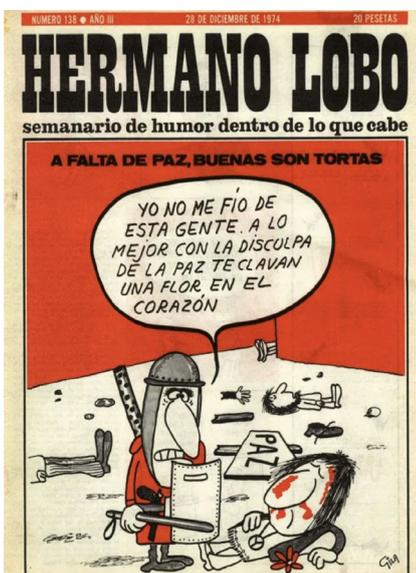


Fig. 5. Portada del semanario *Hermano Lobo*, Miguel Gila Cuesta, 1974

3.2. ANTECEDENTES

El humor gráfico siempre ha ido acompañado de la necesidad de comunicar, en algunos casos, simplemente se hacía la intención de distraer y entretener, pero del humor que vamos a hablar es ese humor perseguido, atormentado y que se movía por una necesidad social de manifestar las injusticias de los tiempos y ridiculizar a los poderosos que se movían por el egoísmo y los altos mandos. Estas han sido varias revistas españolas que se han enfrentado en diferentes épocas al horror de cometer el delito de decir lo que se piensa.

- *La Flaca*. Barcelona, 1869. *La Flaca* fue una revista de carácter republicano, el título de esta revista hace una clara oposición a la revista que en su misma época se titulaba "*La Gorda*" que era del bando contrario, es decir, del bando carlista, el carlismo era un movimiento político antiliberal, tradicionalista que surgió durante la mitad del s.XIX. La revista contenía para la época un carácter demasiado progresista y revolucionario para la época por lo que derivó a varias suspensiones y por lo tanto para no llevar a la censura se modificó en numerosas ocasiones el título de la revista llamándose también como "*La Carcajada*", "*La Risotada*", "*La Risa*", "*El Lío*", "*La Madeja*" y "*La Madeja Política*", pero finalmente en 1873 terminó.

- *La codorniz*. En 1941, en plena era de la Segunda Guerra Mundial y duro periodo de posguerra en España surge esta nueva revista de humor gráfico y literario, su lema decía "*La revista más audaz, para el lector más inteligente*", *La codorniz* destaca sobre todo por un humor más absurdo y surrealista, la sociedad acababa de vivir una extensa lucha que terminaba en dictadura, una guerra con secuelas psicológicas y físicas, con muchas muertes y una gran división del país. *La codorniz* pretendía una evasión de la realidad y dando paso al optimismo y el uso del humor para ayudar a sobrellevar de mejor forma a una sociedad tan crispada, la revista fue evolucionando, ya que pese a que su objetivo no era parecer una amenaza al régimen en muchas ocasiones si fue censurada, pero también demostró su ingenio para evitarlo en tantas otras pese a que sufrió muchos apercibimientos, sanciones, multas y en alguna ocasión incluso encuentros violentos con opositores. Llegó a su fin en 1978 dejando atrás la dictadura y dando paso a la ansiada democracia española.

- *Hermano Lobo*. Fue un semanario de humor que se estrenó casi terminada la dictadura de Francisco Franco en 1972, esta revista se puede considerar una continuación de la anteriormente mencionada "*La Codorniz*", al igual que *La Codorniz* tenía su lema "*La revista más audaz, para el lector más inteligente*", "*Hermano Lobo*" también contaba con el suyo que decía "semanario de humor dentro de lo que cabe", los lemas de estas revistas daban mucha potencia a lo que pretendían transmitir y las dotaba de una gran personalidad y carácter. La principal característica de *Hermano Lobo* era la gran importancia



Fig. 6. Portada de la revista *El Jueves*, Juanjo Cuerda y Raúl Salazar, 2021



Fig. 7. Portada de la Revista *Mongolia*, 2018

que se le daba al dibujo y la caricatura frente a la escritura, una lengua mucho más visual y directo donde se prescindía de palabras y se utilizaban las justas y necesarias. Como las anteriores tuvo muchos problemas con el régimen por las que sufrió multas, sanciones, quejas, incluso secuestros... Pero a diferencia de las anteriores por los tiempos y el declive de la dictadura que acontecía España nunca fue suprimida.

En 2007 la revista resurge, pero esta vez de forma digital en los que se pueden ver y disfrutar los 213 números de la revista.

- *El jueves*. Barcelona, 1977. Desde octubre de 2013 es la revista de humor más longeva de España, al superar los 1898 números de la publicación *La Codorniz*. “*El jueves*” también originó su propio lema que decía «*La revista que sale los miércoles*», esta revista se publica de forma semanal como bien dice el lema cada miércoles y a día de hoy continúa haciéndolo además de contar con una plataforma digital, esto permite también adaptarse a las plataformas del momento sin dejar exclusivamente el formato de papel.

- *Revista Mongolia*. La revista *Mongolia* es una revista más reciente, surgió en 2012 y toma de referentes a otras revistas como las ya mencionadas antes “*Hermano Lobo*” o “*La codorniz*”. Ha ganado varios premios, entre ellos el Premio Pilar Blanco de CC.OO. en 2018 por su «defensa de la libertad de expresión», un gran paso en la evolución de este tipo de prensa que tanta censura, amenazas y violencia ha sufrido para que finalmente se le dé el reconocimiento que merece.

3.3. LA CARICATURA. HISTORIA.

La caricatura es un dibujo muy empleado en el humor gráfico, ya que exagera los rasgos más llamativos de las cosas, personas o hechos, pero también realizándolo de forma que el espectador entienda e identifique la intención del caricaturista. A lo largo de la historia ha sido una forma artística de representación muy antigua. Sin embargo pocos libros y escritos se han encontrado de investigaciones sobre este tipo de arte que tanto marcó a la sociedad, se puede justificar esta falta de interés en el Arte antiguo dadas las características del dibujo, llegando a considerarse un “Arte menor” y dotándolo de un arte, a su vez, incorrecto, si se compara con la estética de cada época.

Hay un amplio debate sobre la definición del término “caricatura”. Si leemos la definición de la caricatura del Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (DRAE) “dibujo satírico en que se deforman las facciones y el aspecto de alguna persona”, la descripción puede ser correcta, pero no se puede considerar completa, ya que si hablamos de la caricatura política



Fig. 8. Amy Winehouse, Claudia Manzanera Salvador, 2019. Rotulador calibrado sobre papel A3



Fig. 9. Estudio de caras y expresiones de Donald Trump, Claudia Manzanera Salvador 2020. Técnica digital

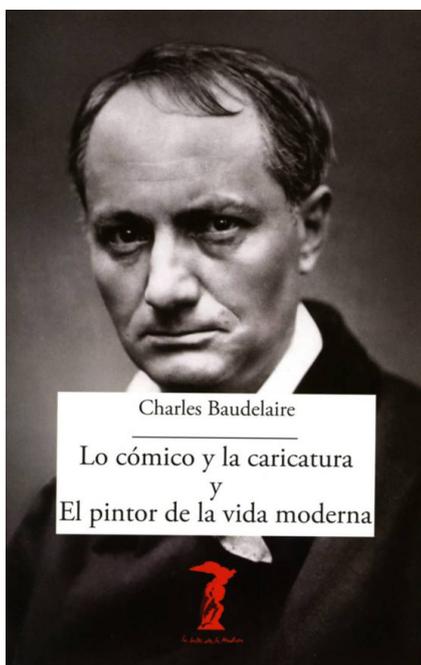


Fig. 10. Portada libro de Charles Baudelaire *Lo cómico y la caricatura y el pintor de la vida moderna*. (1863)

irá más allá de una simple exageración de los rasgos de una persona, ya que también modifican, burlan el sentido de las situaciones, la sociedad, etc., tratando de transmitir un claro mensaje irónico, es mucho más que un simple complemento de la línea editorial de una publicación, además de hacernos reír forma parte de una denuncia social, una lucha política y una llamada al pueblo que abunda de detalles simbólicos y cada línea dibujada está hecha por un fin ideológico.

No obstante, seguimos investigando sobre otras definiciones donde descubrimos que la Enciclopedia Espasa (Enciclopedia Universal Ilustrada) describe de una forma más adecuada este arte, dice así “Caricatura es una representación plástica de una persona o de una idea, interpretándola voluntariamente bajo su aspecto ridículo o grotesco. Artísticamente estriba su fuerza en la representación de los elementos característicos de la persona o cosa representada.”

Destacamos el libro que escribió James Peller Malcolm “*An historical sketch of the art of caricaturing*” (1818) y a Charles Baudelaire con su libro “*Lo cómico y la caricatura y el pintor de la vida moderna*” (1863) en la que se comenzaría a escribir y profundizar sobre la importancia y la reflexión de lo cómico, lo grotesco, la sátira, la risa, los caricaturistas franceses y extranjeros de la comicidad y que originaría definitivamente el libro tal y como lo vemos actualmente, Baudelaire (1863) comienza así:

“No quiero escribir un tratado de la caricatura; quiero simplemente poner en conocimiento del lector algunas reflexiones que me he hecho a menudo a propósito de este género singular. Tales reflexiones habían llegado a convertirse en una especie de obsesión; he querido aliviarme.[...] Una historia general de la caricatura en sus relaciones con todos los hechos políticos y religiosos que han conmovido a la humanidad, graves o frívolos, relativos al espíritu nacional o ala moda, es sin duda una obra gloriosa e importante.” (p. 15)³

Para Baudelarie, la caricatura es un dibujo sobre “la fealdad moral y física del hombre”, y continúa diciendo, “Y, algo no menos misterioso, ese espectáculo lamentable excita en él una hilaridad moral e incorregible. He aquí el auténtico tema de este artículo.”(p. 16)⁴

Esto además dio lugar a que muchos otros filósofos e intelectuales se pusieran a investigar este campo como por ejemplo Jules François Félix Husson,

3 BAUDELAIRE, C (1905) *Lo cómico y la caricatura y el pintor de vida moderna*. Antonio Machado Libros.

4 BAUDELAIRE, C (1905) *Lo cómico y la caricatura y el pintor de vida moderna*. Antonio Machado Libros



Fig. 11. Imagen de ostracón satírico, ridiculiza y parodia una escena común como es el acto de alabar y servir mediante la representación de un gato y un ratón, su fin es simplemente burlar y parodiar. (1293-1070 ac.C)



Fig. 12. Kylix (Cílica) ático del Museo del Vaticano del siglo V a.c. en la que se representa a Esopo aprendiendo de una zorra



Fig. 13. Cabezas grotescas, Leonardo Da Vinci, 1490. Plumilla sobre papel



Fig. 14. Caricaturas, Annibale Carracci, 1595. Carboncillo sobre papel

conocido como Jules Champfleury que escribió varios libros sobre la historia de la caricatura como “Histoire de la caricature moderne, (1871)” (Historia de la caricatura moderna), “Histoire de la caricature antique, (1879)” (Historia de la caricatura antigua), “Histoire de la caricature au moyen âge et sous la Renaissance, (1875)” (Historia de la caricatura en la Edad Media y el Renacimiento), entre otros.

Thomas Wright también escribió un libro llamado “History of Caricature and Grotesque in Literature and Art” (Historia de la caricatura y lo grotesco en la literatura y el arte) (1898).

Según los investigadores que he mencionado anteriormente se puede confirmar que los primeros ejemplos de caricaturas se encontraron en el Antiguo Egipto (alrededor del año 3150 a. C.- 31 a. C), donde se establecían las culturas mesopotámicas, precolombinas, egipcias.

En la época griega (X y IX a. C.), su cultura también goza de diversas representaciones caricaturizadas artísticamente, lo cómico al principio reflexionado por los filósofos se relacionaba plenamente con lo estético, el valor moral, sin embargo va evolucionando hasta considerarse algo positivo y se comenzará a representar la caricatura de forma más clara y contundente.

A raíz de los estudios de estos investigadores se podría confirmar que estos serían los comienzos de la caricatura que poco a poco se iría haciendo más notable en otras ciudades mediante la necesidad de la comicidad en el ámbito de la filosofía, reconsiderando el aspecto moral en ciudades como Roma y la ya mencionada Grecia.

A partir de esa toma de contacto con la caricatura, en el Renacimiento será donde ya se dotará de una increíble evolución de la caricatura, donde importantes artistas como Leonardo Da Vinci o Miguel Ángel, entre otros, profundizaron en el estudio de los rasgos y fueron partícipes del arte de la caricatura.

Fue en esta época donde nació la palabra “caricatura” procedente del término “Ritratti Carichi”, surgió en el taller de los hermanos Carracci en Bolonia, que practicaban y se divertían haciendo los llamados “Ritratti Carichi” (retratos sobrecargados), allí fue donde nació el Arte de la Caricatura como tal.

3.4. REFERENTES

- Herb Block. Herbert Lawrence Block (1909- 2001), es uno de los caricaturistas políticos más conocidos y admirados del mundo. Comenzó su carrera editorial de caricaturas en el Chicago Daily News y NEA Service. Un gran caricaturista tiene la capacidad de efectuar el cambio, y Herb Block influyó en los políticos y alteró la opinión pública a lo largo de su carrera. Luchó en sus 72 años de carrera contra los abusos de poder de su país, causando mucha controversia, ha sido galardonado con muchos premios y títulos honoríficos, incluida la Medalla Presidencial de la Libertad, el más alto premio civil que el gobierno puede otorgar. Actualmente existe la Herb Block Foundation que consiste en continuar la labor que hizo el caricaturista, combatir las injusticias, defender la libertad y mejorar las condiciones de los más desfavorecidos a través programas educativos y caritativos.



Fig. 15. The helicopter Era, Herb Block, 1957. Carboncillo sobre papel

- Saul Steinberg (1914-1999), nacido en Rumanía y conocido mundialmente, fue uno de los dibujantes y caricaturistas principales del New Yorker durante casi 60 años. Hay en Steinberg dos elementos primordiales, como buen caricaturista político: el humor y la crítica. “No pertenezco al mundo del arte, los dibujos animados o las revistas, por lo que el mundo del arte no sabe muy bien dónde colocarme” dijo. (p. 66).⁵

Además de caricaturas y dibujos en prensa, también realizó numerosas pinturas, grabados, collages y esculturas, con un éxito impecable que también llevó a los museos y galerías.

Cuando falleció, al igual que Herb Block, se creó una fundación “con el fin de facilitar el estudio y apreciación de las contribuciones de Saul Steinberg al arte del siglo XX.”

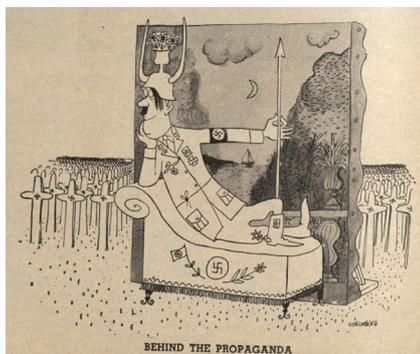


Fig. 16. Anti-fascist cartoon in Liberty, Saul Steinberg, 1942. Tinta sobre papel



Fig. 17. Anti-fascist cartoon in PM, Saul Steingberg. 1942. Tinta sobre papel

5 VANDEN HEUVEL, J. (10 de diciembre de 1965). *Directamente de la mano y la boca de Steinberg*. LIFE, p. 66.

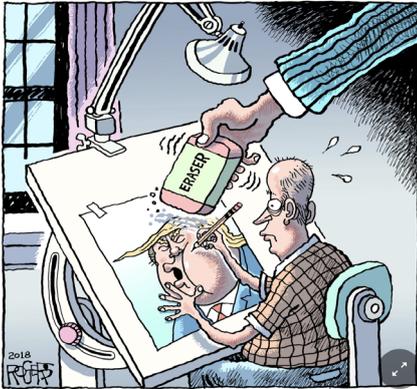


Fig. 18. I Was Fired for Making Fun of Trump, 2018, Rob Rogers. Técnica mixta.

- Rob Rogers (1959- actualidad), un caricaturista editorial muy famoso en Estados Unidos, ha sido galardonado por diversos premios, los últimos fueron en 2020 el Premio Rex Babin Memorial de la AAEC a la Excelencia en Dibujos Animados Locales y en 2021 con el Premio Herblock por la Herb Block Foundation. Este caricaturista después de 25 años de carrera en la empresa Pittsburgh Post-Gazette, fue despedido en 2018 por dibujar viñetas críticas al que sería el nuevo presidente de América, Donald Trump. Su estilo cartoon hace que sus viñetas tengan un estilo más *naif* y que a su vez los colores tan suaves y complementarios hacen que sus caricaturas sean fáciles de entender y muy divertidas.

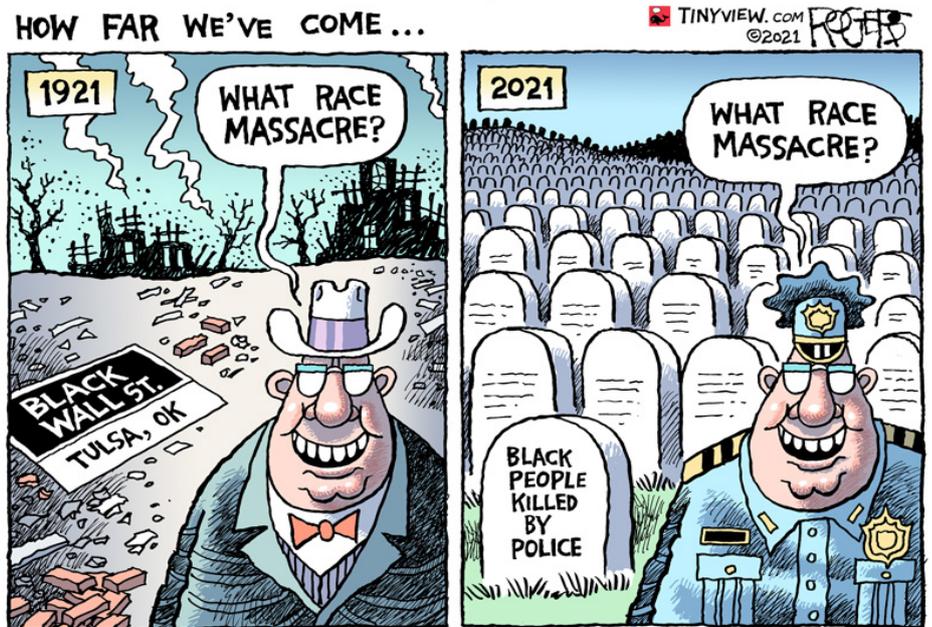


Fig. 19. Race Massacres, 2021, Rob Rogers. Técnica mixta.

4. FASE DE PRODUCCIÓN

4.1. PERIODO DE DOCUMENTACIÓN Y BÚSQUEDA DE IDEA.

El periodo de documentación ha sido muy extenso, al tratarse de noticias reales he sido bastante objetiva y cuidadosa con la información para aprovechar al máximo la información de las noticias y así mismo, poder representarla como es debido en los dibujos, de una forma clara, concisa y divertida, dentro de la seriedad del acontecimiento. Para ello diariamente recurría a la radio, la televisión, revistas y periódicos para proseguir con el procedimiento de documentación periodística a la que me atenía y una vez recabadas las noticias pasaría por un proceso de selección de las mismas, estimando cuales debería descartar y cuales se clasificarían como los acontecimientos (a mí padecer) más importantes, ya que serían los que incluiría en mi publicación. Un proceso bastante complejo, ya que debía además de tratarlos con tacto y poder elaborar el proceso de boceto con una intención además de crítica, humorística. Para ello aparte de documentarme en el aspecto periodístico, también debería tomar referencias de otros periódicos y revistas en los que apoyarme e inspirarme lo que han hecho que mi proyecto elabore una estética más definida, sin perder mi estilo, algo fundamental que he tratado de mantener en todo momento y que le ha dado una identidad propia al proyecto.

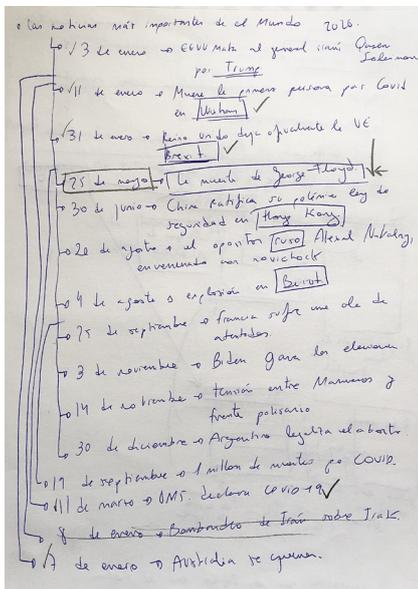


Fig. 20. Borrador de una recopilación de noticias ocurridas durante el año 2020-2021

4.2. DIRECCIÓN DE ARTE

En la dirección de arte se llevará a cabo todo lo relacionado con las tomas de decisiones sobre el aspecto práctico del proyecto.

4.2.1. Bocetos y proceso de creación. Storyboard.

Previamente escogidas las noticias, pasaríamos a la fase de ideación de los bocetos, desde una base muy simple lo principal era idear el orden de las noticias y como las quería ver en conjunto. El orden en mi caso, se decidió que los acontecimientos estuvieran cronológicamente clasificados y que por lo tanto, el *storyboard* partiera ya de una forma concreta, esta decisión me facilitó mucho la organización dotando al proyecto de un seguimiento en el que el espectador no se desorientase, ya que no se mostraría una incongruencia temporal. De este modo, comenzaría por el principio del año y finalizaría tratando los temas más importantes de principios del 2021.



Fig. 21. Borrador inicial del Storyboard, Claudia Manzanera.

Una vez la organización de las páginas está solucionada, queda montar el *storyboard*, pieza fundamental de mi proceso creativo, ya que será la primera toma de contacto con todo lo investigado y las ideas de producción que iba originando. Realizado con unos pequeños bocetos los cuales me ayudarán a representar a vistas generales el concepto de la idea que quiero transmitir, sin embargo, no los seguiré fielmente, ya que es una idea general y la gran mayoría sufrirán pequeñas modificaciones de composición con el fin de superar y perfeccionar las ideas base.



Fig. 22. Primer Storyboard (p.1-16), Claudia Manzanera, 2021. Técnica digital

Además también se debe prestar atención a la hora de dejar espacios vacíos para poder escribir los textos que irán acompañando las ilustraciones en la que la autora explicará desde su punto de vista la noticia. Por lo tanto factores como el color, el espacio y composición de la imagen se estudian de una forma cuidadosa para que en su conjunto tenga finalmente una armonía clara y comprensible a los ojos del lector.

Estas son todas las páginas que tengo ideadas para mi proyecto, han sido realizadas con una plantilla de 8 recuadros en los que se colocarán las doble página de mi proyecto, algunas finalmente no aparecerán en el proyecto como se había esperado en un principio debido a cambios y mejoras que, por lo tanto, he decidido prescindir. Al igual que los colores y los dibujos que sobre todo tenían la función de orientarme y ayudarme a la hora de marcar mis objetivos con el único fin de mantener las ideas reflejadas de una forma sencilla de recordar, ya que iba a ser mucha información.

Podemos observar que mi idea principal era llevar a cabo un total de 48 páginas, finalmente por motivos de estética y agrupación y mejora de contenido tomo la determinación de mejorar las páginas y prescindir de cantidad y finalmente el proyecto estará configurado por un total de 40 páginas y su portada y contraportada.



Fig. 23. Segundo Storyboard (p.17-32), Claudia Manzanera, 2021. Técnica digital



Fig. 24. Tercer Storyboard (p. 33-48), Claudia Manzanera, 2021. Técnica digital



Fig. 25. PP, Caricaturas a políticos del Partido Popular, 2021, Claudia Manzanera

4.2.2. Ilustraciones

El proceso más laborioso y delicado ha sido el de la realización final de las ilustraciones, en ellas se centraba el 50% de mi crítica, El proyecto está conformado por un total de 40 páginas las cuales contiene un total de 57 caricaturas de políticos y personas partícipes de las noticias tratadas, 3 viñetas que contienen una pequeña historia y 15 ilustraciones en términos generales. Todos los dibujos están realizados con el programa digital CLIP STUDIO PAINT de la versión PRO, un programa que me ha facilitado todas las herramientas que necesitaba.

El proceso ha sido igual para todos los dibujos, establecía una composición conforme con la intención, abocetaba la idea y una vez dada por válido el dibujo, aplicaba la línea que definía el dibujo final, llegando así a resultados como estos.



Fig. 26. Plandemia ilustración grotesca sobre los negacionistas, 2021, Claudia Manzanera



Fig.28. Caricaturas a víctimas de ataques racistas de policías en EEUU, Claudia Manzanera, 2021



Fig. 27. Caricaturas a Ortega y Murillo, Claudia Manzanera, 2021

Se puede apreciar también la variedad de registros que empleo en según que dibujos aparecen en cada noticia, esto está completamente intencionado pues según la noticia que quiero contar, mi proyecto al ser completamente subjetivo, estoy posicionada ideológicamente y por tanto a la hora de dibujar también lo estaré, así pues que empleo cada registro dependiendo de cual sea mi intencionalidad (burla, respeto, enfado, ironía, compasión...) a la hora de representar la noticia.



Fig. 29. Caricatura del presidente Andrés Manuel, Claudia Manzanera, 2021. Técnica digital



Fig. 30. Caricatura con texto del empresario Jeff Bezos, Claudia Manzanera, 2021. Técnica digital

4.2.3. Color

Muy influenciada por mis referentes y mi forma de aplicar el color en el dibujo, doto de una paleta de colores muy variada, potente y con unos colores muy vivos y complementarios entre sí, el objetivo principal es causar el asombro del espectador y que no se pase por alto ningún detalle. Al ser colores tan fuertes y de tanta saturación tendré que aplicarlo con cuidado sobre el dibujo, ya que se puede ver estropeado y por lo tanto perdería gran parte de su significado. Al ser la gran mayoría de las ilustraciones representaciones de altos cargos y personas poderosas, me interesaba ser fiel a los colores con los que se les suele identificar, esto es clave para que el remitente no pierda el hilo del mensaje, muchas veces los colores ayudan a identificar a personas o sitios, ya que el propio color embarca muchas veces una simbología, es algo que se puede ver reflejado sobre todo en las campañas electorales donde los diseñadores tienen como objetivo que la imagen que simbolizan quede marcada y el público la relacione inmediatamente con un color o forma determinada, por ello un color usado de una forma incorrecta a la hora de representar una imagen o persona tan simbólica puede desorientar mucho al receptor, ya que no lo asemejará a la figura que él conoce y por lo tanto, se cometería un fallo crucial a la hora de representar los personajes o situaciones

El color aporta mucha viveza e intencionalidad a los dibujos, los ejemplos que he puesto son muy diferentes unos a otros, en algunos la gama es más tenue y satinada, en la ilustración de abajo titulada *Make América ¿¿Great?? Again* los colores están más saturados, pero se compensan unos con otros equilibrando el peso en la imagen, por supuesto, pasa lo mismo en el resto de dibujos, no ayudaría visualmente que todos los dibujos tuvieran la misma potencia de color, ya que el equilibrio nunca acabaría compensándose, por lo que es también un detalle que se deberá de tener en cuenta.



Fig. 31. *Make América Great ¿¿Again??*, Claudia Manzaner Salvador, 2021. Técnica digital

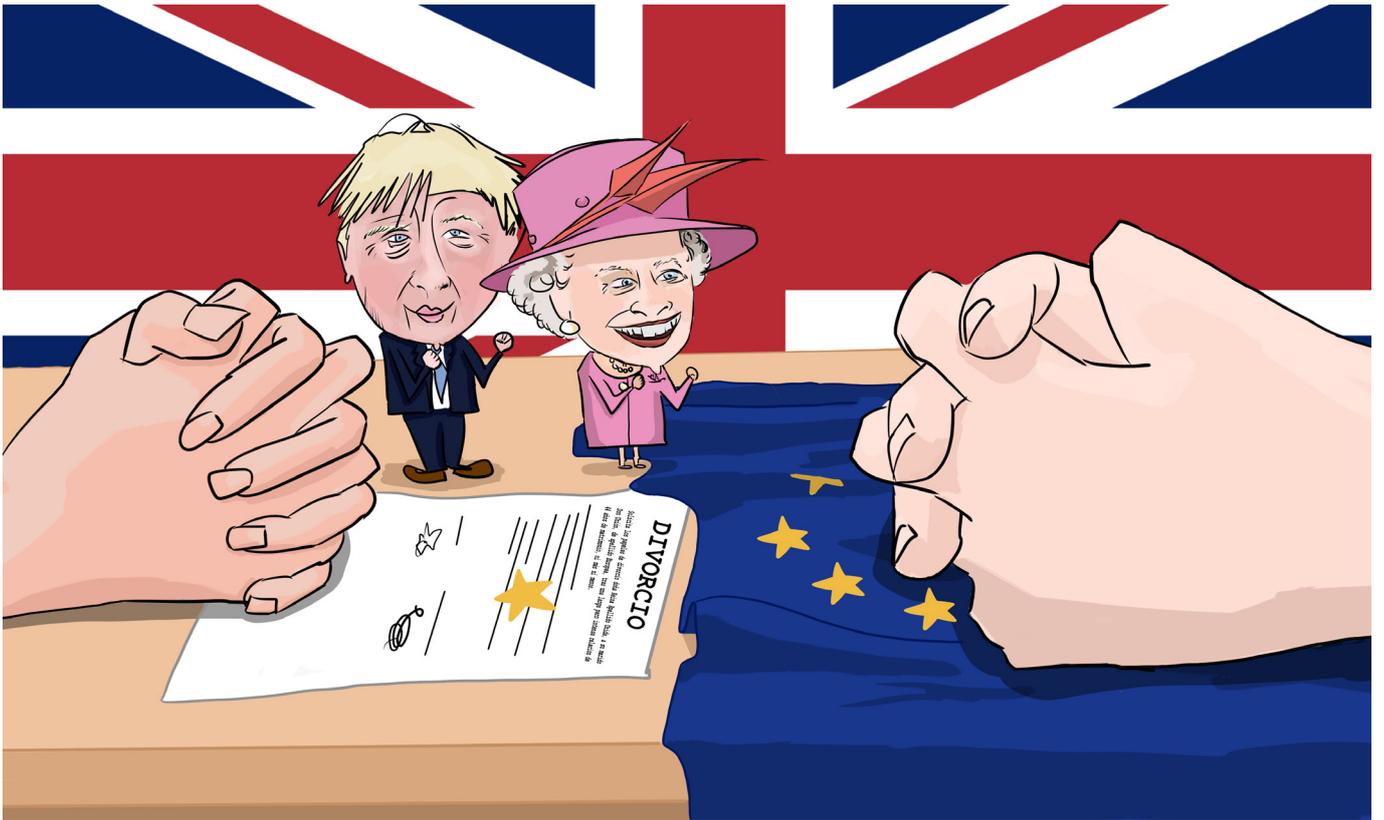


Fig. 32. *Brexit*, Claudia Manzanera Salvador, 2021. Técnica digital



Fig. 33. *Los ciudadatos*, Claudia Manzanera Salvador, 2021. Técnica digital



Fig. 34. *PP*, Claudia Manzanera Salvador, 2021. Técnica digital

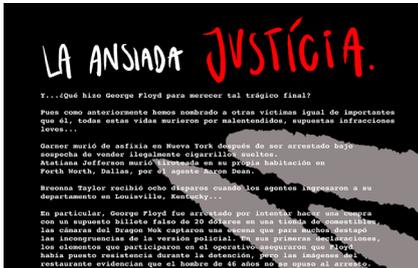


Fig. 35. Detalle de la publicación “Dosmilvete y no vuelvas”, p.34, Claudia Manzanera Salvador. Técnica digital

4.2.4. Guion y tipografía.

Toda la parte escrita que aparece en la publicación acompañando las ilustraciones esta escrita por mí, en todo momento me dirijo al lector desde un registro bastante formal y con una escritura muy sencilla de comprensión, me conviene tratar al lector desde una forma determinada para transmitir cercanía y confianza ya que lo que me interesa es que él o ella se aventure a hacer lo mismo conmigo y construir esa comunidad de opiniones y debate que pretendo ir poco a poco consiguiendo.

Los acontecimientos son todos completamente ciertos, de ninguna forma escribo para inventarme un mundo surrealista o imaginario con el que pretendo engañar al espectador o simplemente hacerle pensar que es una historia inventada por mí, los textos que escribo son noticias reales que han sucedido pero con la única diferencia de que son redactadas por mi misma y tienen un registro completamente inusual y diferente al que estamos acostumbrados a leer o escuchar en informativos de carácter formal y oficial.

El guión también ha sido uno de los elementos más complicados de realizar ya que además de crítica quería mostrar una cierta burla e ironía frente a los problemas que han estado aconteciendo estos años, por lo que la tarea ya era doblemente costosa, además de informar debía divertir con las palabras, en este apartado no tengo tanta experiencia y me resultó más complicado por lo que recurro a inspirarme y tomo de referencia algunos recursos literarios como por ejemplo: onomatopeyas, hipérbolos, juegos de palabras, repeticiones, doble sentido, paradoja... De esta forma también lograré hacer una narrativa más rica e interesante.

Para emplear la tipografía después de mucha incertidumbre ya que no encontrábamos ninguna que nos pareciera la adecuada para el tipo de publicación que estábamos realizando, finalmente se toma la decisión de dejar dos tipos de tipografía: La *Courier* y una realizada por mí.

La *Courier* es una tipografía bastante conocida ya que se asemeja a la de una máquina de escribir, ha sido siempre una tipografía bastante común apareciendo en periódicos antiguos que se usaba a mediados del siglo XX y al final optamos por escoger esta letra por su cómoda facilidad de lectura, además de darle también un estilo más serio ya que está letra solo la emplearé en textos donde escribo pura información y tiene un carácter más objetivo dentro siempre de mi subjetividad al contar las noticias.

La tipografía realizada por mí, comenzó con la realización del título de la portada y a raíz de esa fuerza y personalidad decidimos emplear lo más parecido posible ese tipo de tipografía para el resto de titulares y formas



Fig. 36. Familia Font Courier.



Fig. 37. Páginas 37 y 38 de mi publicación. Técnica digital

DE LAS POCAS
COSAS
BUENAS

Fig. 38. Detalle de texto de la p.23-24 de mi proyecto

de expresión mucho más personales y emotivas, preguntas retóricas, frases exclamativas, oraciones muy personales... le da una personalidad completamente diferente al texto. Habrá algunas ocasiones que la tipografía que realice no sea idéntica a la del texto, ya que también influirá aquello que quiera transmitir mediante el titular, algunas veces si el titular es algo más positivo será una letra más suelta y curva.



Fig. 39. Detalle de texto de la p.22 de mi proyecto



Fig 40. Detalle de texto de la p.13 de mi proyecto

En cambio si quiero transmitir un mensaje más reflexivo, serio o negativo jugaré con el entorno, los colores más oscuros, los propios colores de las letras...



Fig. 41. Detalle de texto de la p.32-33 de mi proyecto



Fig. 42. Detalle de texto de la p.34 de mi proyecto



Fig.43. Detalle de texto de la p.9 de mi proyecto



Fig. 44. Páginas 29-30 sin texto, Claudia Manzanera, 2021



Fig. 45. Páginas 27-28 sin texto, Claudia Manzanera, 2021

4.2.5. Fondos

Los fondos ha sido lo último que he hecho, ha sido el proceso de maquetación, cuando ya se tienen hechas las ilustraciones pintadas y los textos escritos es importante que quede todo unido y no se dé la sensación de que no forman un todo en uno, es decir, que a simple vista se vea adecuado y adaptado todo con todo y esteticamente no moleste. Siempre realizaré los fondos partiendo de donde irán colocadas mis ilustraciones en .png, es así como realizaré todas y cada una de las páginas de mi proyecto.

La maquetación es el proceso más importante porque se determinará dónde y cómo irán los elementos organizados, de una forma coherente con el estilo, que sea fácil de seguir y de entender.

En mi caso, los fondos vienen caracterizados por la fuerza de los colores y la buena integración de los textos y los dibujos sobre ellos. Durante todo momento he utilizado un mismo tipo de pincel en Clip Studio llamado “G Real” que tiene un tipo de textura muy peculiar el cual le da una pincelada muy aleatoria si se utiliza en grandes rasgos y eso es lo que he hecho en variadas ocasiones. De ninguna manera he trabajado principalmente los fondos y después he realizado las ilustraciones porque cada elemento de mi proyecto se ha realizado con especial calidad para que después en su vista previa final se vea el mejor de los resultados así pues ha sido como he logrado que en su conjunto mi proyecto se vea tan uniforme e unánime.



Fig. 46. Páginas 7-8 sin texto, Claudia Manzanera, 2021



Fig. 47. Páginas 23-24 sin texto, Claudia Manzanera, 2021

Se puede apreciar una gran variedad de elementos y colores que están constantemente reforzando el mensaje, acompañando el texto y mejorando las ilustraciones que están completamente respaldadas y no quedan en ningún momento aisladas o apartadas.

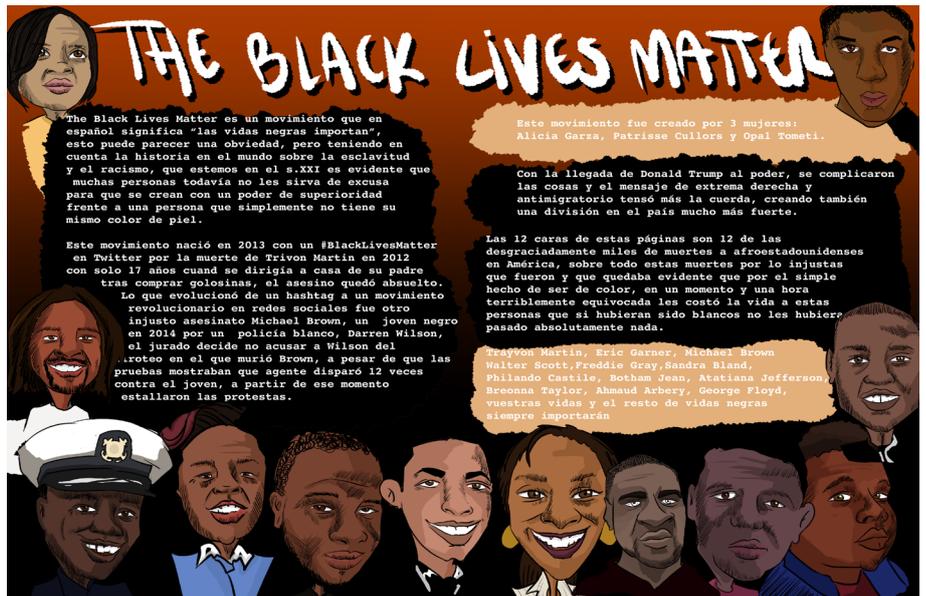


Fig. 50. Páginas 31-32 de mi proyecto

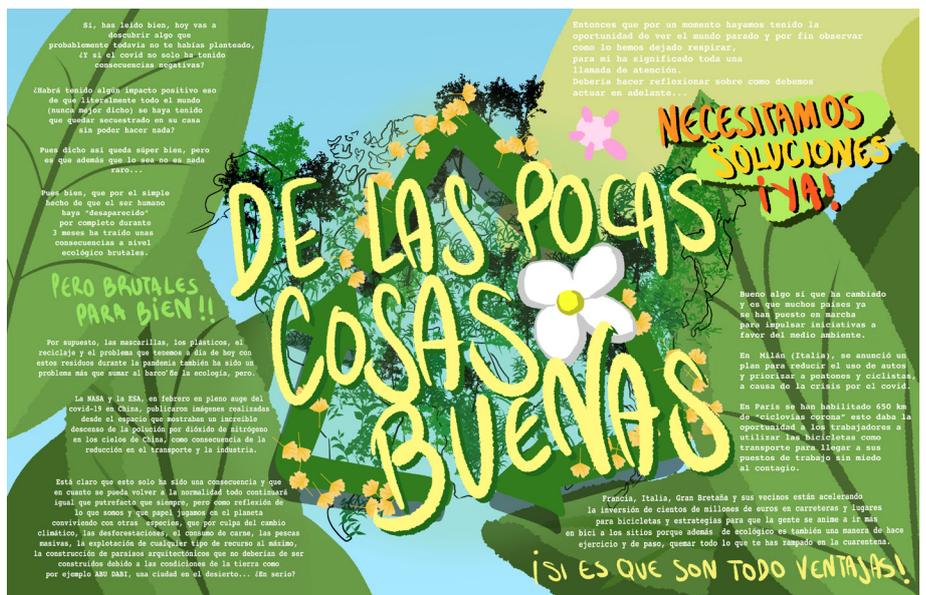


Fig. 51. Páginas 23-24 de mi proyecto

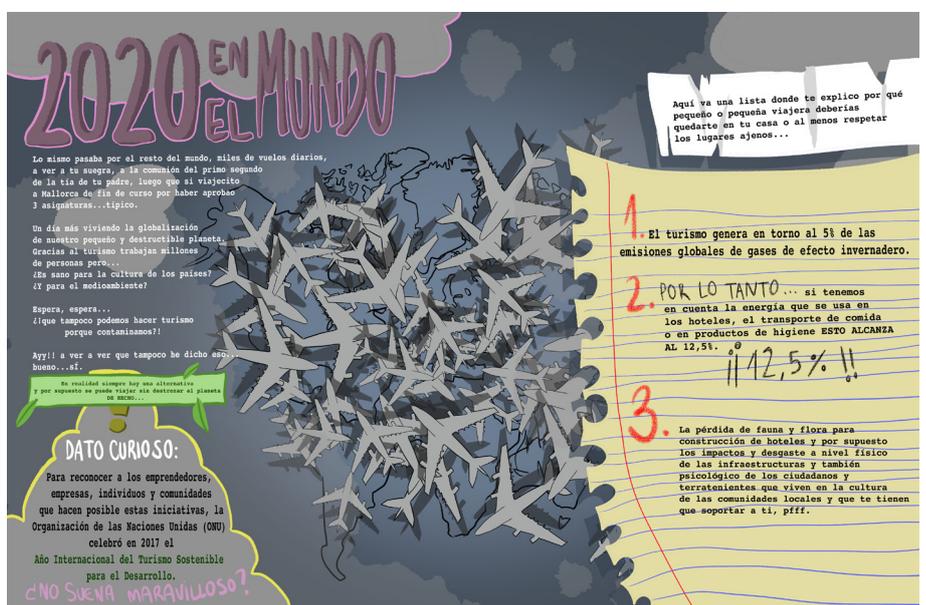


Fig. 52. Páginas 7-8 de mi proyecto

4.3. CONCEPTO Y TIPOLOGÍA DE LA PUBLICACIÓN

“*Dosmilvete y no vuelvas*” es una publicación humorística y crítica impresa con una periodicidad semestral en la que se irán tratando las noticias y acontecimientos que considere la autora más importantes, recabando información la cual se criticará de la forma más grotesca posible, pero que también se encontrará en secciones dónde una reflexión más profunda de la autora diferenciará a partes iguales el carácter de la publicación.

Así mismo, el propósito de esta publicación es crear un impacto en el espectador, creando una comunidad intelectual donde la política se pueda ver de una forma seria pero a su vez, debatiendo con humor y picardía los temas que más atañen a la sociedad, ya que hablar de política es hablar de la forma de vivir día a día, y es un tema que por desgracia, a la mayoría de jóvenes no interesa y que por lo tanto, también la intención de este proyecto es llegar a un grupo más alejado del ambiente político con la intención de que pueda resurgir ese interés mínimo desde mi propio punto de vista.

4.3.1. Línea editorial y enfoque

La línea editorial es en rasgos generales la orientación que lleva la publicación, se decide sobre todo lo que conlleva dentro la publicación, decisiones como el lenguaje, la temática, las entrevistas... “*Dosmilvete y no vuelvas*” también tiene una línea editorial, esto diferenciará mi publicación del resto según que características que lo determinen, en mi caso se clasificará por una serie de valores los cuales considero que debe caracterizarse:

Lenguaje: lenguaje es cercano y muy poco formal, hay que tener en cuenta que el sentido funcional de la publicación es humorístico y además el propósito es tener cercanía a un público joven, por lo tanto debe adaptarse a un lenguaje accesible para cualquier tipo de público que pueda entender sin esfuerzo todo lo que se está contando de forma que medios públicos o redes no han logrado conseguir, además de que también abundan las ilustraciones que acompañarán en todo momento el texto para que siempre haya una imagen que potencie lo que el guión literario quiere explicar.

Los valores los cuales los he caracterizado son los siguientes:

- Público: si bien un punto importante en la publicación es incentivar el interés en un sector que no se muestra tan interesado en la política, que en éste caso es el sector juvenil, no significa que la publicación no vaya dirigida también a un público adulto, apelo a realizarlo en un formato impreso facilite el descubrimiento de mi proyecto para que éste sector también menos acostumbrado a las nuevas tecnologías. Por lo tanto mi proyecto agrupa a un público joven y adulto.

- Temática: la temática es principalmente político-social, pero también trato temas sobre derechos humanos, el cambio climático, el racismo, las injusticias...

- Subjetivo y agresivo: el carácter de mi proyecto es completamente crítico, se podrá estar de acuerdo o no con lo que dibujo y escribo, pero lo importante no es estar de acuerdo conmigo, el objetivo de mi proyecto es crear una comunidad donde poder debatir temas de una forma diferente en las que entre todos podamos generar ideas, movilizarnos y reflexionar sobre cualquier tema de interés común.

- Informativo y actual: mi proyecto no se inventa los datos, ni exagera información, todo lo que se introduce es completamente verídico y no tolera "fake news" para mejorar mis argumentos, se dan noticias reales con la única diferencia de que las escribe una persona desde su punto de vista pero nunca se altera ningún dato, es al fin y al cabo, una publicación donde te puedes informar.

- Fresco y transparente: pese a que el formato es tradicional, cumplirá las funciones de una publicación que se irá actualizando semestralmente adoptando una técnica digital y unos medios que lo dotarán de total frescura para que el lector vuelva a repetir la experiencia. Además de contar con las respectivas redes sociales en los que se mantendrá un *feedback* con la autora.

4.3.2. Naming y cabecera

El *naming* es la creación del nombre de la marca, lo que a primera vista sea lo primero que vea el lector, debe causar una llamada de atención en el espectador y resultar atractivo y llamativo a primera vista. Tener un buen *naming* es sobretodo que tenga la capacidad de ser bien recordado, sea fácil de leer, creíble y sugerente entre otras cosas.

Fig. 53. Detalle de texto e ilustración de la portada



Por ello, mi idea de *naming* es originar un juego de palabras en la que ya introduzco al espectador en un título que además atrae a la curiosidad, al ser mi proyecto un conjunto de noticias acontecidas entre 2020-2021, aplico el número “Dosmilveinte” en letras pero en vez de terminar en “veinte”, lo haré en “vete”, un juego de palabras que evoca ya al tipo de noticias que va a leer el espectador si ojea mi publicación, además de que previamente al usar ese juego de palabras, se está dando a entender que va a ser dotado de humor. Por lo que es un buen título que a simple vista llamará la atención por la as-tucia. Como subtítulo y refuerzo he decidido añadir la oración “y no vuelvas”, que le dará un carácter dramático e irónico al conjunto del título en sí.

4.4. Diseño Portada y contraportada.

La composición exterior de la publicación será una composición marcada por 3 elementos bastante destacables, en primer plano a la izquierda aparecerá una ilustración de Donald Trump haciendo unas muecas introduciendo al espectador de que al ser el actual expresidente de América la publicación ya está informando de que compone un carácter político, luego en segundo con una composición central está el título de la publicación llamada “Dosmilvete” como título y “no vuelvas” como subtítulo y por último en tercer plano está dibujado un muro que ocupa casi toda la portada pero que en el parte superior finalmente se ve un cielo azul y unas manos apareciendo para escalarlo, es un mensaje bastante simbólico, que se puede interpretar de mil formas diferentes, unos años que se han podido también considerar unos muros que nos impedían el paso a la normalidad o literalmente unos muros que ya es hora de que derrumbemos para que la vida de cualquier ser humano sea digna vaya donde vaya sin que ni Donald Trump ni ningún político decida por nadie.

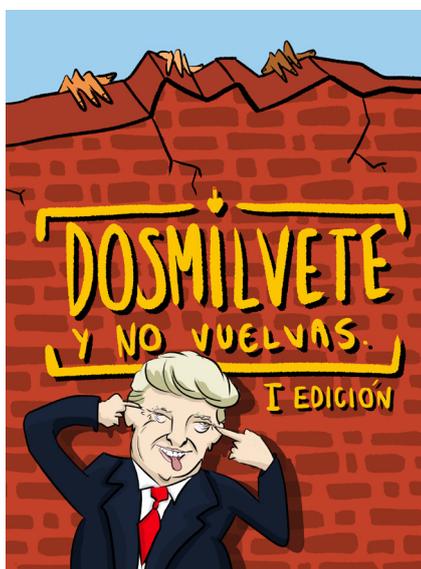


Fig. 54. Portada de mi proyecto



Fig. 55. Contraportada de mi proyecto

Permitirme dibujar un muro en la primera portada de mi colección también juega mucho con el papel de a dónde paran esas manos, siempre hay dos lados del muro y en mi publicación no iba a ser menos, por lo tanto la contraportada invitará al espectador a que cuando gire la publicación para averiguarlo lea sobre que trata mi proyecto y se anime a continuar leyendo y adentrándose en mis ilustraciones y textos.

La realización de la portada es para mí de las decisiones más complicadas de preparar, tiene que ser algo que resuma en un solo golpe de vista más o menos lo que tratará mi trabajo y por lo tanto, debe llamar la atención para que resulte interesante, atractivo o llamativo, pero que cause expectación en el espectador y no le sea indiferente, por lo que debería tomar como referencia un personaje que todo el mundo pudiera reconocer, pero por supuesto de una forma satírica que se entendiera perfectamente cuales eran mis intenciones respecto a la función de la figura ilustrada, además como anteriormente he comentado se suma a un título potente y grande con pequeños detalles simbólicos que ironizan y hacen la portada divertida.

Realizo varias pruebas hasta que al final antes de quedarme con la que será mi portada final, nunca realizo la contraportada hasta que no tengo clara cual es la portada ya que una de las cosas que quería mantener fielmente era la relación entre las dos caras.

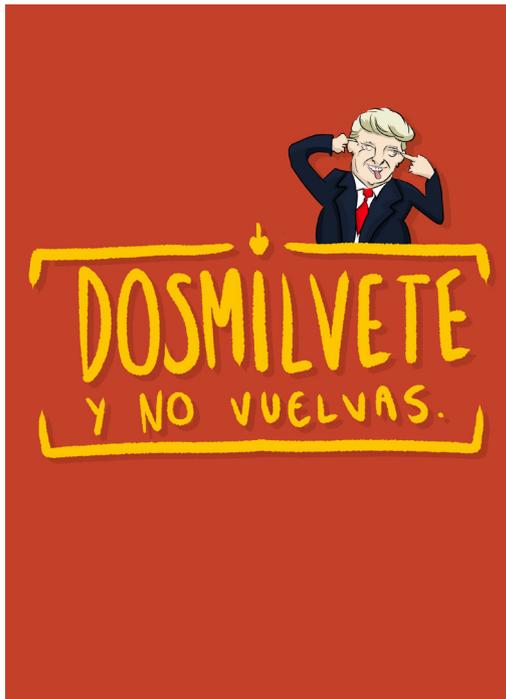


Fig. 56. Prueba de portada 1

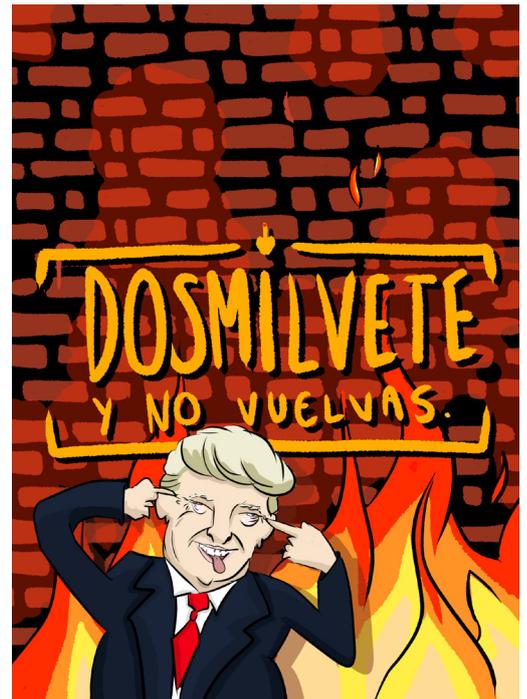


Fig. 57. Prueba de portada 2

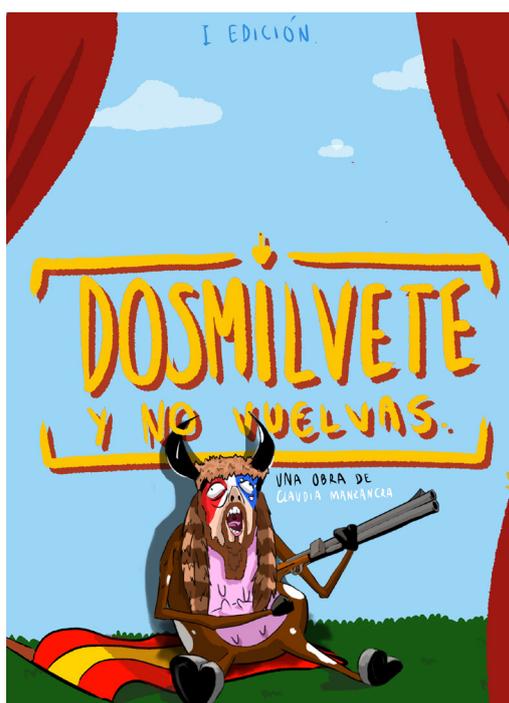


Fig. 58. Prueba de portada 3

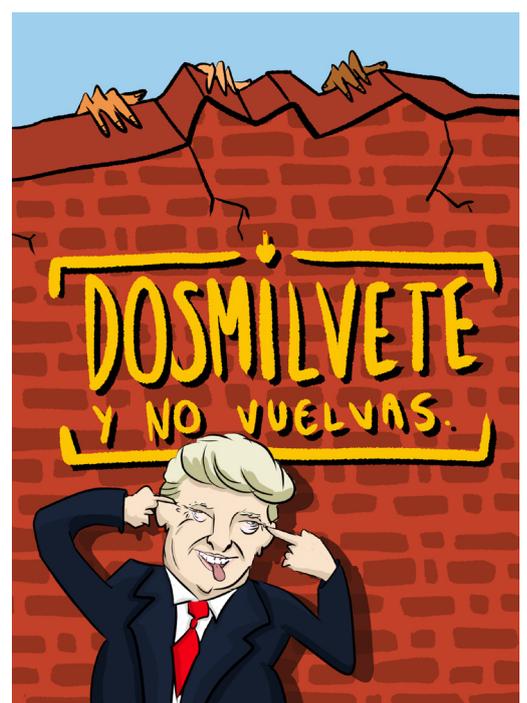


Fig. 59. Prueba de portada 4



Fig. 63. Cartel BabaKamo, 2020

5. VIABILIDAD ECONÓMICA Y DIFUSIÓN.

5.1. Difusión y venta

“Dosmilvete y no vuelvas” en principio es una publicación de tirada anual que pretende convertirse en semestral. En este primer número, yo he sido la autora de todos y cada uno de los procesos para la elaboración de la publicación: documentación, guion, dirección artística, ilustración, maquetación, producción, comunicación, y como no, distribución. Para la comunicación o difusión de la revista pretendo utilizar las redes sociales, como Instagram y Twitter, donde además habrá enlaces a una página web donde existirá la posibilidad de hojear diferentes viñetas, incluidas o no en la revista impresa, y además contendrá información de como y donde adquirir la versión impresa, en un principio no se contempla la opción de suscripción, por la dificultades logísticas, pero si pretendo llevarla a algunas librerías especializadas y ferias del sector como Baba Kamo, para que puedan acceder a los contenidos un público menos acostumbrado a las redes sociales, o que simplemente huye de estas.

La web y la revista impresa se retroalimentaran al tratar temas actuales de nuestra sociedad que crecen, evolucionan, o se transforman y para repasar la ya conocida y olvidadiza hemeroteca de nuestros gobernantes. Permitiendo, como he comentado antes, llegar al máximo *target* de edad posible.

Para llegar a ser una revista de tirada semestral tendré que contar con colaboradores y compañeros que permita diversificar las tareas, pero la línea editorial seguirá siendo la que expuse en mi introducción del presente TFG.

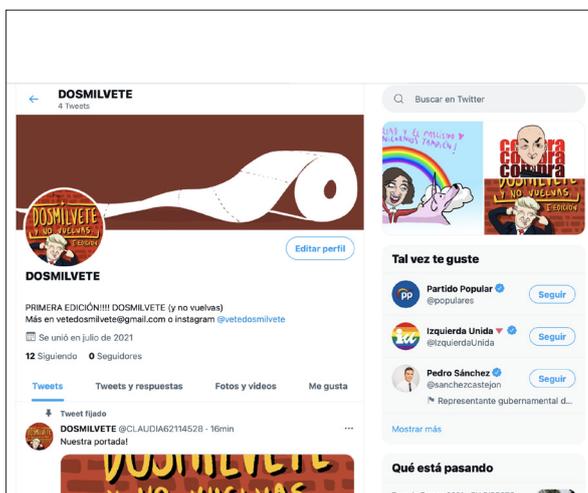


Fig. 64. Captura de pantalla de cuenta de Twitter

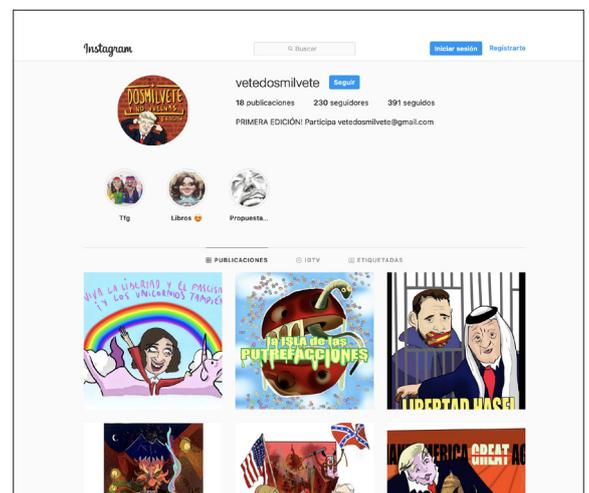


Fig. 65. Captura de pantalla de perfil de Instagram @vetodosmilvete

5.2. Viabilidad económica

A la hora de evaluar la viabilidad económica de las revistas futuras, tendré en cuenta una gran cantidad de variantes que participarán de ella, y aunque el cálculo global resulta complejo e imposible a estas alturas del proyecto, se deberán tener en cuenta para el cálculo del gasto total de cada volumen:

- Diseño y maquetación.
- Colaboradores de redacción y edición.
- Realización o derechos de las fotografías.
- Colaboradores de ilustración.
- Distribución.
- Ayudas de financiación de distinta naturaleza.
- Producción, coste de imprenta.

Con respecto a este último punto, se han consultado imprentas online para tener una estimación aproximada del coste de producción pero al ser tiradas cortas, para lanzar un primer número de la revista de tanteo, y tener que realizarlo en impresión digital, el precio unitario resulta algo elevado para las características de la publicación y viendo precios de otros competidores mejor posicionados. Se barajó la opción offset, para comparar los precios, pero con mis posibilidades actuales es inviable. Tan solo en tiradas altas la opción offset mejoraría el precio, pero tendríamos el problema de la distribución y venta de un volumen mayor y acabaríamos perdiendo igualmente.

Concepto:

Revista “Dosmilvete y no vuelvas”.

Número de ejemplares: 200

Medidas y formato: Cerrado 20 x 28 cm. Abierto 40 x 28 cm.

Encuadernación grapada.

Portada:

Papel portada: Papel offset 200 gr. Tintas: (Offset) 5+5.

Acabado: Barniz de máquina

Interior:

Papel de los interiores: offset 135 gr. Tintas: (Offset) 5+5.

Número de páginas interiores: 44.

Precio final impresión digital: 1095,00 € (5,48 €/unidad).

Precio final impresión offset: 1465,00 € (7,32 €/unidad).

Al ser una tirada corta el precio de salida sumando impresión, gastos y beneficios podría rondar los 15 € por unidad, por lo que deberé buscar fuentes de financiación que me permitan abaratar la revista.

6. CONCLUSIONES.

Este proyecto ha sido un largo camino de aprendizaje, en todos los sentidos, ha tenido una evolución enorme que me ha permitido llegar al nivel que quería que estuviera este trabajo. Teniendo en cuenta los objetivos generales y específicos que habíamos planteado al comienzo del proyecto, podemos decir que ha sido superado con éxito tanto el objetivo principal (producir sensaciones, reacciones, emociones a la persona que lee mi proyecto), como en los objetivos específicos (su composición, ritmo, etc., y la propuesta de llevarlo al mercado). Todos estos objetivos han sido satisfactoriamente superados y me siento muy orgullosa del largo camino que he tenido que recorrer para poder finalmente verlo tal y como hoy lo vemos.

En cuanto a la parte teórica del proyecto ha sido una compleja búsqueda, ya que incluso se llegó a plantear en algún momento realizar el proyecto del año 2021 y no del 2020, pero al final nos decantamos por realizar un conjunto de noticias que hablaran de ambos años como si de uno se tratara aportando información pasada y futura para que la información fuera más completa y no dejáramos el proyecto inicial abandonado. Había muchas dudas y muchas veces la incertidumbre de si íbamos por el camino correcto era muy incierto pero poco a poco iba tomando la forma que finalmente ahora puedo mostrar orgullosa.

La parte práctica no dejó de progresar hasta el último momento, ha sido un proyecto muy ambicioso y he trabajado muy duro realizando más de 50 caricaturas en diferentes registros y pintando e ilustrando todos los elementos de mi proyecto teniendo también en cuenta la función humorística de mi obra y sobre todo, el recurso con el que menos familiarizada he estado por la falta de práctica y costumbre: la parte literaria de mi obra, la cual he intentado siempre mejorar y hacerla lo más cómoda y coherente posible manteniendo siempre mi estilo propio a la hora de escribir, ya que conscientemente sabía que me falta experiencia y no soy una profesional.

Igualmente siempre estábamos dispuestos a cambios de maquetación, tipografía y texto y hasta que no nos hemos quedado satisfechos y contentos con el trabajo no paramos de probar nuevas composiciones, pues buscábamos una mezcla explosiva y llamativa, algo completamente diferente que pienso que hemos logrado obtener.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CATHCART, T. y KLEIN, D. (2020). *Pienso luego dibujo*. Libros Cúpula.

BAUDELAIRE, C (1905). *Lo cómico y la caricatura y el pintor de vida moderna*. Antonio Machado Libros.

JUNCO, M.A. (2016). *El humor grafico y su mecanismo transgresor*. Antonio Machado Libros.

ROGERS, R. (2018). *Enemy of the people: A Cartoonist's Journey*. IDW Publishing.

FREUD, S. (1905). Obras completas. *El chiste y su relación con el inconsciente: Vol. VIII*. Amorrortu editores.

SARUÉ, E. (1988). *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*. Alianza Forma.

BOZAL, V. (1989). *El siglo de los caricaturistas*. Información y Revistas.

BOZAL, V. (1979). *La ilustración gráfica del siglo XIX en España, Madrid, Comunicación*. A. Corazon.

CHAMPFLEURY, J. (1871). *Histoire de la caricature moderne*. E. Dentu, Éditeur.

CHAMPFLEURY, J. (1879). *Histoire de la caricature antique*. E. Dentu, Éditeur.

CHAMPFLEURY, J. (1875). *Histoire de la caricature au moyen âge et sous la Renaissance*. E. Dentu, Éditeur.

WRIGHT, T. (1867). *History of Caricature and Grotesque in Literature and Art*. Kessinger Publishing.

RECURSOS WEB

CASARES, J. (2002). *Concepto del humor*. CIC. Cuadernos De Información y Comunicación, (7), 169. Recuperado a partir de: <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0202110169A>

YULIANI MENÉNDEZ, R. (2018). *La función del humor en psicoanálisis. Un recorrido por las ideas de Freud y Lacan en torno a lo humorístico*. [Trabajo fin de grado, Universidad de la República de Uruguay.] Disponible online: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwji2IH70MnxAhUH8hQKHaGACtkQFnoECAUQAaw&url=https%3A%2F%2Fsifp.psico.edu.uy%2Fsites%2Fdefault%2Ffiles%2FTrabajos%2520finales%2F%2520Archivos%2Ftrabajo_final_de_grado._rossina_yuliani._la_funcion_del_humor_en psicoanálisis_0.pdf&usg=AOvVawOPWtRA7RSAjSGUdZLkp_Ur

GUIJARRO ALONSO, J.L. (2017). *Los humoristas y la caricatura nueva. Metamorfosis locales de una arte global: Madrid 1898-1936*. [Tesis doctoral de la Universidad Complutense de Madrid]. Disponible online: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=127637>

CORBETT, T. (15 de junio de 2018). *I was fired for making fun of Trump*. The New York Times [En línea]. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2018/06/15/opinion/cartoonist-rob-rogers-trump-fired.html>

ALONSO, A. (30 de marzo de 2020). *Los líderes mundiales más negligentes en la batalla contra el coronavirus*. El independiente [En línea]. Disponible en: <https://www.elindependiente.com/politica/2020/03/29/los-lideres-mundiales-mas-negligentes-en-la-batalla-contra-el-coronavirus/>

MAYANS, C. (3 de febrero de 2021). *Sekhmet, la diosa leona sanguinaria y sanadora*. National Geographic [En línea]. Disponible en: https://historia.nationalgeographic.com.es/a/sekhmet-diosa-leona-sanguinaria-y-sanadora_16288

FLORENCIA LEVÍN, P. (2009). *El humor gráfico. Un estudio preliminar*. [Tesis doctoral de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires en Historia]. Disponible online: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwii1Pq5z8nxAhVEBWMBHSK5CTcQFnoECAUQAaw&url=http%3A%2F%2Fdspace5.filo.uba.ar%2Fbitstream%2Fhandle%2Ffilodigital%2F1408%2Fuba_ffyl_t_2009_857206_v3.pdf%3Fsequence%3D3%26isAllowed%3Dy&usg=AOvVaw01Y5QBMk38cVDvGoll4I-j

ALDANA, M. [Presentadora] (2015- presente). *Kilómetros de radio - Segunda hora. (11/1/15)*. Disponible online: <https://www.rtve.es/alacarta/audios/kilometros-de-radio/kilometros-2-2015-01-11t17-15-49347/2948737/>

YUSTE, J. (21 de marzo 2016). *Saul Steinberg, el escritor que dibujaba*. Cultura inquieta [En línea]. Disponible online: <https://culturainquieta.com/es/arte/ilustracion/item/9223-saul-steinberg-el-escritor-que-dibujaba.html>

ALONSO, R. (2020) *TikTok, la «app» más descargada por los usuarios durante 2020*. ABC [En línea] (11 de diciembre de 2020). Disponible online: https://www.abc.es/tecnologia/moviles/aplicaciones/abci-tiktok-mas-descargada-usuarios-durante-2020-202012102036_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com

FRICK, M. y VARSAVSKY, M. (13 de octubre de 2010). *El Humor como Inteligencia*. El Mundo [En línea] Disponible online: <https://www.elmundo.es/blogs/elmundo/lapurezaestaenlamezcla/2010/10/13/el-humor-como-inteligencia.html>

HACKETT, P. (3 de agosto de 2020). *Científicos suizos demuestran que las personas que ríen más son más resistentes al estrés*. RT [En línea] Disponible online: <https://actualidad.rt.com/actualidad/361980-cientificos-reir-aumenta-resistencia-estres>

OLLERO, D. J. (28 de enero de 2020). *Motín en Amazon: los trabajadores airean las “vergüenzas” del gigante*. El Mundo [En línea] Disponible online: <https://www.elmundo.es/tecnologia/2020/01/28/5e2f3b96fc6c83d27c8b464b.html>

DE LA DEHESA, G. (2 de enero de 2016). *El cambio climático, la mayor amenaza del siglo XXI. La acidez de la superficie de los océanos ha aumentado ya un 30%*. El País [En línea] Disponible online: https://elpais.com/economia/2015/12/29/actualidad/1451382596_572425.html

LACERDA, A. (9 de abril de 2021). *Brasil registra un nuevo máximo diario de 4.249 muertes por la COVID-19*. CADENA SER [En línea] https://cadenaser.com/ser/2021/04/09/internacional/1617949122_357247.html

CARPIO, J.Á. (20 de enero de 2021). *La pandemia que Biden hereda de Trump: 400.000 muertes con COVID-19 y una polémica gestión*. RTVE [En línea] Disponible en: <https://www.rtve.es/noticias/20210120/coronavirus-estados-unidos-situacion-covid-donald-trump-joe-biden/2067514.shtml>

DIEZ ROUX, A.V. (26 de marzo de 2020). *Por qué el coronavirus va a cebarse con los más pobres*. El País [En línea] Disponible online: <https://elpais.com/ciencia/2020-03-26/por-que-el-coronavirus-va-a-cebarse-con-los-mas-pobres.html>

PAREDES, N. (27 octubre 2020). *Coronavirus en China | Wuhan, “la ciudad heroica”: cómo pasó de ser el foco de covid-19 a uno de sus principales polos turísticos*. BBC NEWS [En línea] Disponible online: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-54629700>

LIPTAK, K. y HOLMES, K. (1 de julio de 2020). *Trump calls Black Lives Matter a ‘symbol of hate’ as he digs in on race*. CNN [En línea] Disponible online: <https://edition.cnn.com/2020/07/01/politics/donald-trump-black-lives-matter-confederate-race/index.html>

ROCA, J.L. (28 de diciembre de 2020). *Resumen 2020: Las noticias más destacadas del año en España*. El Día [En línea] Disponible online: <https://www.eldia.es/videos/sociedad/2020/12/28/resumen-noticias-destacadas-ano-espana-26800972.html>

ROCA, J.L. (29 de diciembre de 2020). *Resumen 2020: Las noticias más destacadas del año a nivel mundial*. El Día [En línea] Disponible online: <https://www.levante-emv.com/videos/sociedad/2020/12/29/resumen-noticias-destacadas-ano-nivel-26831941.html>

DELGADO REYES, M. (19 de agosto de 2020). *Módulo 1. ¿Qué es el humor gráfico? | Taller de caricatura y humor gráfico* [Video] YouTube. https://youtu.be/w8_A1DrRSXI

DELGADO REYES, M. (19 de agosto de 2020). *Módulo 2. El cartón de opinión | Taller de caricatura y humor gráfico* [Video] YouTube. https://youtu.be/8p_RYr4h85M

GAMONAL TORRES M. Á. (2009). *Jacinto Octavio Picón y los inicios de la historia de la caricatura en España*. Cuadernos De Arte De La Universidad De Granada, 40, 379-397. Recuperado a partir de <http://revistaseug.ugr.es/index.php/caug/article/view/273>

8. INDICE DE IMÁGENES

Fig. 1. Tabla para la organización de las tareas TFG	9
Fig. 2. <i>Inmigrant children</i> , Rob Rogers, 2019	10
Fig. 3. Cría cuervos y te sacarán los ojos, Tomás Padró, 1869 para <i>La Flaca</i> , nº17	11
Fig. 4. Portada de Tono, primer número de <i>La Codorniz</i> , 8 de junio de 1941	11
Fig. 5. Portada del semanario <i>Hermano Lobo</i> , Miguel Gila Cuesta, 1974	11
Fig. 6. Portada de la revista <i>El Jueves</i> , Juanjo Cuerda y Raúl Salazar, 2021	12
Fig. 7. Portada de la Revista <i>Mongolia</i> , 2018	12
Fig. 8. Amy Winehouse, Claudia Manzanera Salvador, 2019. Rotulador calibrado sobre papel A3	13
Fig. 9. Estudio de caras y expresiones de Donald Trump, Claudia Manzanera Salvador 2020. Técnica digital.	13
Fig. 10. Portada libro de Charles Baudelaire <i>Lo cómico y la pintura y el pintor de la vida moderna</i> . (1863)	13
Fig. 11. Imagen de ostracón satírico, ridiculiza y parodia una escena común como es el acto de alabar y servir mediante la representación de un gato y un ratón, su fin es simplemente burlar y parodiar. (1293-1070 a.C)	14
Fig. 12. Klix (Cílica) ático del Museo del Vaticano del siglo V a.c. en la que se representa a Esopo aprendiendo de una zorra	14
Fig. 13. Cabezas grotescas, Leonardo Da Vinci, 1490. Plumilla sobre papel	14
Fig. 14. Caricaturas, Annibale Carracci, 1595. Carboncillo sobre papel	14
Fig. 15. The helicopter Era, Herb Block, 1957. Carboncillo sobre papel	15
Fig. 16. Anti-fascist cartoon in Liberty, Saul Steinberg, 1942. Tinta sobre papel	15
Fig. 17. Anti-fascist cartoon in PM, Saul Steingberg. 1942. Tinta sobre papel.	15
Fig. 18. I Was Fired for Making Fun of Trump, 2018, Rob Rogers. Técnica mixta	16
Fig. 19. Race Massacres, 2021, Rob Rogers. Técnica mixta	16
Fig. 20. Borrador de una recopilación de noticias ocurridas durante el año 2020-2021	17
Fig. 21. Borrador inicial del Storyboard, Claudia Manzanera	17
Fig. 22. Primer Storyboard (p.1-16), Claudia Manzanera, 2021. Técnica digital	18
Fig. 23. Segundo Storyboard (p.17-32), Claudia Manzanera, 2021. Técnica digital	18
Fig. 24. Tercer Storyboard (p. 33-48), Claudia Manzanera, 2021. Técnica digital	18
Fig. 25. <i>PP</i> , Caricaturas a políticos del Partido Popular, 2021, Claudia Mazanera	19

Fig. 26. <i>Plandemia</i> ilustración grotesca sobre los negacionistas, 2021, Claudia Manzanera	19
Fig. 27. Caricaturas a Ortega y Murillo, Claudia Manzanera, 2021	19
Fig. 28. Caricaturas a víctimas de ataques racistas de policías en EEUU, Claudia Manzanera, 2021	19
Fig. 29. Caricatura del presidente Andrés Manuel, Claudia Manzanera, 2021. Técnica digital	20
Fig. 30. Caricatura con texto del empresario Jeff Bezos, Claudia Manzanera, 2021. Técnica digital	20
Fig. 31. <i>Make América Great ¿¿Again??</i> , Claudia Manzaner Salvador, 2021. Técnica digital	20
Fig. 32. <i>Brexit</i> , Claudia Manzanera Salvador, 2021. Técnica digital	21
Fig. 33. <i>Los ciudadatos</i> , Claudia Manzanera Salvador, 2021. Técnica digital	21
Fig. 34. <i>PP</i> , Claudia Manzanera Salvador, 2021. Técnica digital	21
Fig. 35. Detalle de la publicación “Dosmilvete y no vuelvas”, p.34, Claudia Manzanera Salvador. Técnica digital	22
Fig. 36. Familia Font Courier	22
Fig. 37. Páginas 37 y 38 de mi publicación. Técnica digital	22
Fig. 38. Detalle de texto de la p.23-24 de mi proyecto	23
Fig. 39. Detalle de texto de la p.13 de mi proyecto	23
Fig. 40. Detalle de texto de la p.22 de mi proyecto	23
Fig. 41. Detalle de texto de la p.32-33 de mi proyecto	23
Fig. 42. Detalle de texto de la p.34 de mi proyecto	23
Fig. 43. Detalle de texto de la p.9 de mi proyecto	23
Fig. 44. Páginas 29-30 sin texto, Claudia Manzanera, 2021	24
Fig. 45. Páginas 27-28 sin texto, Claudia Manzanera, 2021	24
Fig. 46. Páginas 7-8 sin texto, Claudia Manzanera, 2021	24
Fig. 47. Páginas 23-24 sin texto, Claudia Manzanera, 2021	24
Fig. 48. Página 17 de mi proyecto	25
Fig. 49. Página 25 de mi proyecto	25
Fig. 50. Páginas 31-32 de mi proyecto	26
Fig. 51. Páginas 23-24 de mi proyecto	26
Fig. 52. Páginas 7-8 de mi proyecto	26
Fig. 53. Detalle de texto e ilustración de la portada	28
Fig. 54. Portada de mi proyecto	29
Fig. 55. Contraportada de mi proyecto	29
Fig. 56. Prueba de portada 1	30
Fig. 58. Prueba de portada 2	30
Fig. 57. Prueba de portada 3	30
Fig. 59. Prueba de portada 4	30
Fig. 60. Acabado Mockup “Dosmilvete y no vuelvas”	31
Fig. 61. Mockup “Dosmilvete y no vuelvas”, páginas 15-16	31
Fig. 62. Mockup “Dosmilvete y no vuelvas”, páginas 13-14	31
Fig. 63. Cartel BabaKamo, 2020	32
Fig. 64. Captura de pantalla de cuenta de Twitter	32
Fig. 65. Captura de pantalla de perfil de Instagram @vetedosmilvete	32