

BEERTA
Y MARTA

Ansiomaniacas



FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y DISEÑO
UNIVERSIDAD FINIS TERRAE

**BERTA Y MARTA
ANSIOMANIACAS**

Belen Morales Zamora

Memoria de Proyecto de Título presentada a la Facultad de
Arquitectura y Diseño de la Universidad Finis Terrae para
optar al Grado de Licenciado en Diseño y Título Profesional
de Diseñador con mención en Diseño Gráfico.

Profesor guía:

Julián Naranjo Donoso
Belén Segú Jensen

Stgo, Julio 2022

Agradecimientos

En primer lugar quiero agradecer a mi familia, a mis papas por apoyarme incondicionalmente y darme el mejor ejemplo del trabajo duro, a mis hermanos, por apoyarme aún cuando mis ánimos decaían.

A mis amigas por verme crecer, por mantenerse a mi lado y apoyarme.

A mi mejor amiga, Marisol, por el apoyo incondicional, por estar al lado mío desde el inicio y por darme la oportunidad de crecer junto a ti como amiga y profesionalmente.

A Julián Naranjo, Cecilia Durán y Belén Segú, quienes con sus conocimientos y apoyo me guiaron a través de cada uno de las etapas de este proyecto.

ÍNDICE TEMÁTICO

I. Introducción	8
II. Síntesis del anteproyecto	10
III. Investigación complementaria Título II	
1. Relato autobiográfico	19
1.1 Relato autobiográfico	20
1.2 Características y beneficios del relato en la psicología y en personas con trastornos de ansiedad	22
1.3 Relato autobiográfico y el humor gráfico	25
1.4 Referentes y antecedentes	29
2. Alter ego	33
2.1 Alter ego	34
2.2 Características y beneficios del alter ego en la narrativa	35
2.3 Referentes y antecedentes	36
3. Fanzine	39
3.1 Historia del Fanzine	40
3.2 Características y beneficios del Fanzine en la narrativa	45
3.3 El fanzine como medio de difusión	49
IV. Conclusiones	51
V. Diagnóstico y desarrollo del proyecto	53

VI. Desarrollo del proyecto	52
Proceso creativo	
Arquetipos	54
Estados de ánimo	60
Clasificación de información	63
Viñetas	64
Color	66
Creación de guiones	67
Bocetos	68
Viñetas finales	70
VII. Proyecto de diseño	77
Problema de investigación	78
Fanzine	80
Estructura y línea editorial	81
Título y Bajada	82
Formato y papel	84
Layout	85
Diagramación	86
Recorrido de lectura	87
Propuesta fin	88
VIII. Consideraciones de gestión	90
IX. Láminas, maquetas y/o documentos de exposición en el examen	99
X. Referencias bibliográficas	101

ABSTRACT

Escanea el código QR para
acceder al abstract



INTRODUCCIÓN

El humor es y ha sido uno de los recursos para crear emociones positivas, ya que reducen las emociones negativas o las neutralizan mientras aumentan el bienestar subjetivo del individuo. Por esto, el sentido del humor se estima como una de las fortalezas del ser humano, en tanto se relaciona con la capacidad para experimentar y/o ponderar una reacción muy específica: la risa ya sea observable o no y de esta manera obtener o mantener un estado de ánimo positivo (Carbelo & Jáuregui, 2006).

Por otro lado, La American Association for Therapeutic Humor define al humor, como una intervención que promueve la salud y

el bienestar mediante la estimulación, el descubrimiento, la expresión y la apreciación de las incongruencias y situaciones absurdas de la vida. Estas intervenciones pueden ser utilizadas para mejorar la salud o ser usadas como un tratamiento complementario de las enfermedades ya sea para curar o enfrentar dificultades físicas, psíquicas, emocionales, sociales o espirituales.

Cabe recalcar que la palabra humor, su uso y significado, han ido cambiando, evolucionando y especializándose a lo largo de los años, y que, además, el término humor sigue teniendo hoy varias acepciones.

Es debido a esta evolución que ha tenido el humor, donde se han creado varias formas de hacernos reír, como por ejemplo el humor gráfico. El humor gráfico son obras gráficas que van desde viñetas de una sola pieza, hasta varias viñetas humorísticas, historietas y caricaturas.

Por otra parte, los humoristas gráficos contemporáneos han tenido el ingenio de retratar y de dar visibilidad a nuestra vida cotidiana, los acontecimientos actuales como también temas políticos, económicos y sociales, con la finalidad de hacernos reír.

Es por esto que el proyecto buscó utilizar el humor gráfico y sus variables visuales como recurso para desafiar los trastornos de ansiedad, con la finalidad de ayudar a las mujeres a manejar sus emociones a través del humor, empleando la risa para aumentar los estados anímicos y a la disminución de sensaciones de miedo y ansiedad. Por otro lado, toda la investigación anterior dio paso a la creación de un relato autobiográfico, con el objetivo de representar, exteriorizar o mostrar una reconstrucción de la experiencia personal o experiencias vividas en pandemia como persona que sufre de trastorno de ansiedad, para que más mujeres puedan sentirse identificadas y representadas a través de este relato.

SÍNTESIS DE ANTEPROYECTO

El anteproyecto busco explorar el humor gráfico y sus variables visuales para utilizarlo como un recurso para desafiar los trastornos de ansiedad, con la finalidad de ayudar a las mujeres chilenas a manejar sus emociones a través del humor, empleando la risa para aumentar los estados anímicos y a la disminución de sensaciones de miedo y ansiedad.

Es así, como surgen los dos pilares fundamentales en la investigación que son el humor y la ansiedad; como primer tema, tenemos el trastorno de ansiedad que se define, según el Manual de diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales, como las sensaciones

de miedo y ansiedad excesivas, así como alteraciones conductuales asociadas. El miedo es una respuesta emocional a una amenaza inminente, real o imaginaria, mientras que la ansiedad es una respuesta anticipatoria a una amenaza futura, una reacción natural, que todo individuo tiene por instinto de supervivencia, que gatilla la respuesta ante el estrés de “pelear o correr” frente a un peligro inminente.

Los trastornos de ansiedad generan una variedad de síntomas en las personas que los padecen, tanto psicologicos y fisiologicos. Además, este trastorno genera distintos subtipos de desórdenes mentales, como

trastorno de ansiedad generalizada, fobias, trastornos obsesivo compulsivo, entre otros.

Según la OMS (2017), son más de 1 millón 100 mil las personas mayores de 15 años que padecen de trastorno de ansiedad, lo que corresponde al 6,5% de la población chilena, pero con el inicio de la pandemia esta cifra ha ido en aumento, según los estudios que realizaron la Asociación Chile de Seguridad y la Universidad Católica (2021), el 32,8% de las personas presentaron síntomas asociados a problemas de salud mental, 6 puntos más que la medición de noviembre de 2020, cuando gran parte de Chile estaba desconfinado,

siendo las mujeres entre 18 a 29 años las que han mostrado mayor prevalencia en este tipo de síntomas. Durante abril la cifra incrementó un 54,7%, 17 puntos más que los hombres.

Como se había mencionado anteriormente, el grupo con mayor riesgo a los trastornos de ansiedad durante la pandemia son las mujeres entre 18 a 29 años, eso se debe a que se vuelven una población con mayores índices de afectación emocional por consecuencia del desgaste al asumir más responsabilidades en tareas de cuidado y regulación afectiva de los demás miembros del hogar, así como trastornos derivados del desgaste emocional.

Los estudios que realizaron la Asociación Chile de Seguridad y la Universidad Católica (2021), dieron a conocer que en abril el 32,8% de las personas presentaron síntomas asociados a problemas de salud mental, siendo las mujeres entre 18 a 29 años las que mostraron mayor prevalencia en este tipo de síntomas. Durante abril la cifra incrementó un 54,7%, 17 puntos más que los hombres.

El segundo pilar del anteproyecto fue el humor, este término a lo largo de la historia ha evolucionado paulatinamente, donde antiguamente se hablaba de humores que se refería a los diferentes líquidos o fluidos

presentes en el cuerpo humano. Galeno (130 - 200 D.C), precursor de la medicina moderna, atribuyó al exceso de determinados fluidos corporales unas características psicológicas, afirmando que los diferentes humores del cuerpo y sus fluctuaciones eran los responsables de los cambios de humor o estado mental en las personas.

Cabe recalcar que la palabra humor, su uso y significado, han ido cambiando, evolucionando y especializándose a lo largo de los años, y que, además, el término humor sigue teniendo hoy varias acepciones.

Es así como la historia del término humor da paso a la creación del humor gráfico, que nace de las primeras historietas ilustradas o cómic, utilizando las caricaturas como medio de expresión, siendo las disciplinas de la comunicación gráfica como carteles, folletos o libros, donde se emplea el uso del humor en la práctica del diseño.

El humor gráfico en Chile llega con el primer periódico que publica caricaturas en 1858 en dos expresiones principales: la sátira política, a través de la caricatura política y el humor costumbrista, con chistes gráficos y tiras cómicas para diversos públicos.

Las caricaturas, se construyeron como una nueva herramienta para criticar a figuras del acontecer nacional y para movilizar ideas opositoras de los gobiernos de turno, además de graficar polémicas entre los partidos políticos y sus adherentes.

La historia del humor gráfico en Chile evoluciona con el pasar de los años y nos muestra que la sátira política ayuda a estructurar cronológicamente la historia y permite dar cuenta de los cambios sociales y políticos. La caricatura política coexiste y se complementa con expresiones humorísticas de corte costumbrista y fantástico dibujadas

en historietas, tiras cómicas, viñetas chistosas, para revistas picarescas, infantiles, deportivas, políticas, entre otros. Y, la evolución de la gráfica humorística chilena, se nutre de la tragicomedia cotidiana, donde todo nace a partir de la relación entre el humor gráfico y la prensa. Así, el panorama actual de la historieta humorística en Chile, es un paisaje dibujado entre los años cuarenta y sesenta: Condorito, Barrabases, Mampato, Pepe Antártico; Historietas cómicas tradicionales que sobreviven y naufragan en el vaivén del mercado. (Montealegre, J. 2008)

Es así, como actualmente los humoristas gráficos contemporáneos son los que se

han hecho cargo de ilustrar las experiencias y vivencias del día a día de las personas, experiencias como por ejemplo las vividas en pandemia.

Para hacer más efectivo el uso del humor gráfico, es que este contiene una serie de elementos propios, como lo es la estructura de las caricaturas, que está presentada en un cuadro o viñeta, porque antiguamente se mostraba en páginas de opinión de un periódico. (Eisner. 1998). Tomando en cuenta lo anterior, se podría decir que la caricatura se puede estructurar con los elementos presentes en una viñeta de cómic. Un recuadro

enmarcando una escena o a veces la escena sin el recuadro; pero, los elementos del cómic presentes en estas son el globo o bocadillo, el texto, las imágenes y la ilustración. Otras características que figuran en una viñeta son el plano y la perspectiva que en un determinado momento pueden tener un significado más amplio en la representación de la escena.

En conclusión, el humor gráfico contiene una serie de elementos propios ya dichos, cuya finalidad es representar la realidad, siendo la retórica la herramienta más eficaz para dicho objetivo y en conjunto con aquello, el chiste gráfico que da a la posibilidad a la burla, la

crítica, la visualización de los hechos, pone en ridículo, trata de persuadir y de convencer a su público.

Por otro lado, durante la investigación se dio a entender que a lo largo de la historia la falta de humor puede ser un gatillante para padecer ciertos trastornos y que, en la actualidad se han encontrado diversos estudios y publicaciones que dan cuenta de la complejidad de este fenómeno.

Finalmente se crea un recurso para apaciguar los trastornos mentales y esto se debe a que al utilizar el humor permite tener una vida más

llevadera, disfrutar y poder encontrarle el lado bueno o simpático a nuestro día a día. Además, el humor trae un sinfín de beneficios.

Como nos afirma Eduardo Keegan (citado por Biase, T. 2012):

Lo cómico es lo opuesto a lo angustioso y si lográs que un paciente se ría de algo que le da miedo, lograste el objetivo, que es cambiar la perspectiva y la percepción de la situación. Las personas con trastornos de ansiedad tienen una forma excesiva de ver la realidad, si les hacés ver los aspectos ridículos, excesivos, se ríen y amplían su perspectiva. (Keegan, E. 2012)

En el método metodológico se desarrollaron diferentes técnicas que se emplearon en la investigación, primero se trabajó con una investigación cuantitativa, donde se emplearon dos breves encuestas.

La primera encuesta tuvo el objetivo de determinar el rango etario de mujeres chilenas que sufren más ansiedad y también tuvo el fin de poder conocer como es vivir con este trastorno y la segunda encuesta tuvo el objetivo de conocer cuánto conocían sobre el humor gráfico y también tuvo la finalidad de mostrar diferentes viñetas con el fin de ver si estas ilustraciones cambiaban el estado anímico de

los encuestados.

Por otro lado, se trabajó también con una investigación cualitativa, empleando primero una entrevista que se realizó a 17 mujeres con el fin de poder recolectar y exponer las experiencias y testimonios de estas mujeres que han tenido ansiedad en pandemia.

Y por último, se desarrolló de un análisis visual sobre el humor gráfico y como los diferentes artistas abordan el tema de la salud mental y la ansiedad, para eso se recopilaron a 13 autores que integran este tipo de temas a sus viñetas, cómics, ilustraciones y caricaturas. Este análisis

abordó diferentes categorías: variables visuales, el tipo de humor que utilizan, las plataformas digitales más usadas para estos humoristas, el tipo de caricaturas, entre otros. La selección de estos humoristas gráficos se enmarcó no solo en el tema de ansiedad, sino también en los temas de pandemia, psicólogo, las terapias y el día a día de las personas.

Tras toda la investigación y análisis anteriores se pudo concluir que el uso del humor gráfico ha ido en aumento y que son los humoristas gráficos los que se han hecho cargo de ilustrar las experiencias y vivencias del día a día de las personas.

Nos encontramos con los diferentes elementos y variables visuales que nos entrega el humor gráfico y que, finalmente se crea un recurso para apaciguar los trastornos ansiosos, ya que el humor constituye una excelente herramienta para este objetivo y su complemento que son los chistes gráficos, pueden emular críticas, violar reglas, opinar, tratar de persuadir, convencer, dar cuenta de una parte de la realidad, desenmascarar las hipocresías sociales, es decir, su poder es infinito. (Chamorro, M. 2005)

Es a raíz de toda la investigación de anteproyecto donde surge la intención de mi

proyecto de título II, la cual es la realización de un relato autobiográfico, con el objetivo de representar, exteriorizar o mostrar una reconstrucción de la experiencia personal o experiencias vividas en pandemia como persona que sufre de trastorno de ansiedad, para que más mujeres puedan sentirse identificadas y representadas a través de este relato.

INVESTIGACIÓN COMPLEMENTARIA TÍTULO II

RELATO AUTOBIOGRÁFICO



1.1 Relato autobiográfico

La reconstrucción y narración de “historias de vida” constituye según Linde (1993), una técnica adecuada para evaluar aspectos asociados a la identidad personal. La “historia de vida” es una unidad narrativa, temporal y discontinua que un individuo hace acerca de sí. La misma consiste en una reconstrucción de acontecimientos y supone su conexión con otros hechos pasados y presentes, así cómo también con respecto a posibles eventos del futuro. El significado del término autobiografía, según La Real Academia Española, deriva del griego *la suma de autos, bios y graphos*¹, y su definición es: Vida de una persona escrita por ella misma.

Antiguamente, el término relato autobiográfico o autobiografía surge durante el siglo XIX en Inglaterra, empleado por primera vez en un artículo del poeta Robert Southey en 1809. No obstante, hay referencias que apuntan a su uso por parte del filósofo alemán Friedrich Schlegel algunos años antes.

Sin embargo, aunque el término es relativamente moderno, existen autobiografías desde antes que se acuñara la palabra. Según William C. Spengemann en su libro *The forms of autobiography* (1980), establece una cronología del género marcando cuatro periodos en su desarrollo. El primero, se llama la auto-explicación histórica, que corresponde a la

¹ El término *autos* designa el carácter personal del sujeto que cuenta. *Bios* marca la narración o relato en el curso histórico de una vida. Y *graphos* la plasmación escrita y el deseo de perdurar de aquellos hechos notables que pudieran, de otro modo, perderse.

autobiografía que se escribió en el siglo XVIII, Confesiones agustinianas. Durante ese periodo, el término tiene un carácter objetivo, histórico y busca mostrar en las obras la verdad de los hechos que se narran. (Cáseda, J. 2012).

El segundo periodo, corresponde a la auto-investigación filosófica, que habla de los relatos ilustrados de Jonh Stuart Mill o de Benjamín Franklin; llamado así este periodo porque los autores relatan un mundo histórico con una conclusión ideológica. El tercer periodo se llama la auto-expresión poética, que tiene como exponente a Rousseau y sus confesiones, en esta fase el relato autobiográfico no es

solo histórico sino también que adquiere una dimensión mucho más subjetiva, individual y personal. Por último, el cuarto periodo es la auto-invencción poética, donde la autobiografía se llena de ficción acercándose al género novelístico.

Es así, como la autobiografía va perdiendo objetividad de sus orígenes y va cambiando, especializándose y evolucionando a lo largo de los años, siendo lo que se conoce hoy en día como relatos de vida que están arraigados en la experiencia humana, y como tales, representan una fuente para reconstruir la praxis² y la vida ya lograda. (Vargas, J. 2021)

² Práctica, en oposición a teoría o teórica

1.2 Características y beneficios del relato en la psicología y en personas con trastornos de ansiedad

En la autobiografía, el hecho de que el narrador y autor se identifiquen supone que el relato es una especie de auto informe evaluativo, puesto que el contenido del relato a menudo consiste en un resumen de los sentimientos, pensamientos, emociones, desarrollo, relaciones, entre otros. (Ibáñez & Maganto, 2010). Es como nos plantean los autores que una de las características básicas de los relatos autobiográficos es que hablan de experiencias vividas, siendo también instrumentos que

ayudan a encontrarle el sentido a la vida.

Según nos cuenta George May:

La verdad es que la condición primera de la autobiografía es la de hacer frente a un dilema irresoluble: o bien someter la caprichosa proliferación de los recuerdos a un determinado orden, faltando con ello a la veracidad, o bien renunciar a un orden que no existe en la experiencia real y faltar así a la inteligibilidad. Es comprensible que el autobiógrafo, que por lo general escribe para un lector, opte casi siempre por la primera de estas opciones. (May, G. 1979)

Es así como surge una segunda característica del relato, que sugiere que el autor al elegir y articular momentos vividos para narrarlos de modo comprensible para el otro, el narrador no sólo explora su memoria, sino también indaga sobre el contexto sociocultural en el que estas experiencias adquieren sentido, provocando una conexión de eventos y situaciones cotidianas. Por lo tanto, la estructura narrativa no podría ser impuesta desde afuera, porque no hay verdad que deba seguir un relato autobiográfico, sino que son experiencias elegidas en la memoria del autor.

Finalmente, un tercer rasgo característico de estos relatos es que son socialmente significativos, esto significa que la estructura narrativa hace que la experiencia sea entendida por el otro. El hecho de situar esta experiencia en el lenguaje hace que pierda su dimensión individual y privada, transformándola así en una expresión singular de lo social. De esta manera, el relato autobiográfico no sólo se deriva del campo de la experiencia, sino que también se vuelve socialmente significativo por el hecho de que cualquier experiencia elegida se ha traducido a un contexto sociocultural, a través del lenguaje, lo que reduce la dimensión de lo vivido, pero permite la comunicación.

La autobiografía ha llegado a campos de estudio como lo es en la psicología que nos muestra que este método nos da la oportunidad de dar voz a las dificultades y transformarlas en un argumento y significado. (Amat,V. 2020). También, desde un aspecto psicológico y sociológico, la autobiografía puede ser una herramienta para la construcción o refuerzo de la identidad del autor.

Otro aspecto importante desde la psicología respecto a los relatos de vida es que pueden estimular la expresión de emociones o vivencias en personas que sufren de trastorno de ansiedad que tenían estos estímulos ocultos o

reprimidos, siendo así un proceso que podría sanar traumas o situaciones que no se pueden superar. (Importancia, 2014)

A modo de conclusión, más allá del género literario que puede ser utilizado para desarrollar un relato autobiográfico de la propia vivencia, este método resulta ser importante para el conocimiento propio, la identidad y el bienestar psíquico.

1.3 Relato autobiográfico y el humor gráfico

Se debe recordar que el término humor ha tenido varios cambios y especializaciones a lo largo de los años, y es dentro de esa evolución que se crearon nuevas formas de hacer reír, como por ejemplo lo fue el humor gráfico. La investigación que tuvo el anteproyecto se dieron a conocer diferentes contenidos que hablan del desarrollo que tuvo el humor gráfico en Chile y cuáles fueron sus principales variables visuales.

Es así, que el humor se va abriendo a diferentes

géneros literarios no antes vistos hasta fines del siglo XX, que se constituye un género importante en la historieta: la historieta autobiográfica. De esa manera, el encuentro de un medio de comunicación con un género literario género nuevas formas, donde el estilo visual exagerado del cómic dará cuenta de una perspectiva única del autor, quien se hace cargo de plasmar su subjetividad para narrar sus experiencias. (Dodobara, R. 2016)

Según *Autobiographical comics: Life writing in pictures* (2012), contextualiza el momento por el que pasaba la historieta cuando se inició el género autobiográfico. Señala que este

género tuvo sus inicios en la década del 70, dentro del movimiento del cómic underground norteamericano, que buscaba romper con el tabú social existente.

Patrick Rosenkranz (2011), uno de los primeros académicos estudiosos del cómic underground de la década del 70', sostiene, en su artículo *The ABC of Autobiography Comix*, que *Binky Brown Meets the Holy Virgin Mary* (1972) de Justin Green es la obra que inaugura el fenómeno de la historieta autobiográfica. Green irrumpe en una industria marcada por las aventuras de personajes ficticios, introduciendo detalles de su vida privada relacionados a traumas y conflictos

emocionales. Esto hace que diferentes autores se inspiren en su obra, logrando así popularidad e impacto, como por ejemplo Harvey Pekar, Art Spiegelman y Robert Crumb.

El componente o la relación que utiliza la historieta humorística con la autobiografía, hace crear un poder como lenguaje. Esa es una de las razones por la que la autobiografía en la historieta se vuelve fascinante: si la autobiografía es la representación de un yo y de hechos efectivamente vividos por ese yo, hace crear una forma de realismo, por lo tanto, la historieta para el lenguaje no hace otra cosa que ponerla en crisis. Como dice el lugar

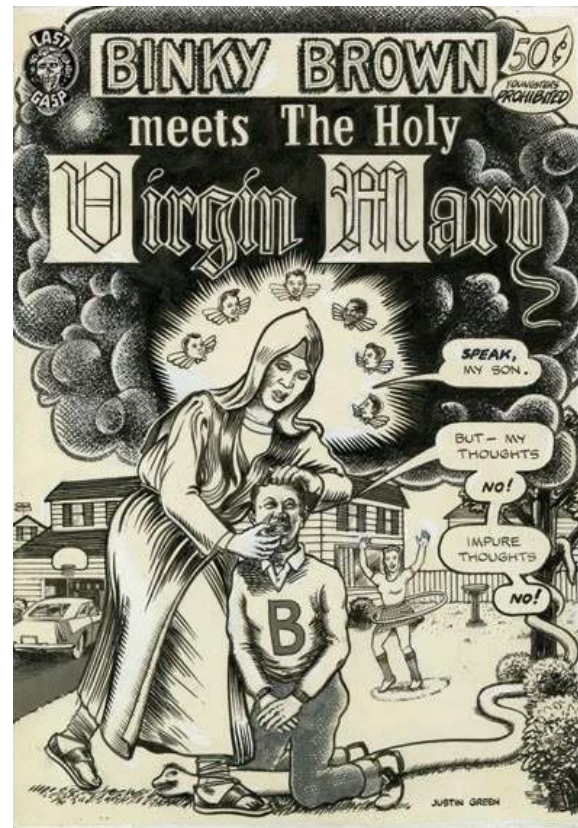


Fig. 1. Binky Brown Meets the Holy Virgin Mary, por Justin Green, 1972

común, crisis y oportunidad son algo así como sinónimo. (Reggiani, F. 2016)

Desde ese punto de vista, el autor nos afirma que la autobiografía se convirtió en un género dominante en ciertas zonas de la producción de historietas, aquellas que se denominan “independientes” o “de autor”. Esto permitió que el humor gráfico fuera catalogado como medio de difusión contemporáneo, y además, le ofreció a los autores la posibilidad de dar una estructura sólida a los relatos.

Se ha dicho anteriormente que la autobiografía propone un modo de realismo, es por eso

que este método propone que, aunque no es posible creer en la verdad de unos hechos, sí es posible creer en la verdad de una mirada y como todo realismo, se utiliza como un efecto retórico. Es así, como la aparición y consolidación del cómic narrado en primera persona y que convierte al propio narrador en personaje que relata su propia vida, es decir, el cómic autobiográfico, da cuenta de la madurez del medio y la superación de sus propios prejuicios. Además, entendido como un medio de comunicación de masas, da a la posibilidad de llegar de una forma clara a la sociedad.

A modo de conclusión, el cómic autobiográfico

da la posibilidad de que no solo el autor cobre identidad, sino que también ha abierto nuevas vías de expresión que rompen con la homogeneización del sistema industrial. (De la fuente, M. 2011). Por otro lado, desde sus orígenes hasta la actualidad, se diferencia por usar relatos que giran en torno a la subjetividad y al mundo privado de sus protagonistas, quienes lejos de mostrarse como héroes narran pasajes oscuros, difíciles o pudorosos de sus vidas. (Dodobara, R. 2016)

1.4 Referentes y antecedentes

En la actualidad, los humoristas gráficos contemporáneos han tenido el ingenio de retratar su día a día utilizando diferentes variables visuales que proporciona tanto el cómic como su género retórico, además, también de utilizar lo que se menciona anteriormente las herramientas del relato autobiográfico. Se escogieron artistas que retratan su vida en el contexto de pandemia y lo que es vivir con el trastorno de ansiedad, contenidos que son principales como investigación.



Fig. 2. Paula Corpas, septiembre de 2020



Fig. 3. Daniela Pérez Salas, junio de 2021



Fig. 4. Ana Oly, febrero de 2022



Fig. 5. Carla Solís, febrero de 2021



Fig. 6. Thalía, enero de 2022



Fig. 7. Adriana, abril de 2020



Fig. 8. Paula Cheshire, febrero de 2021



Fig. 9. Maria Guadarrama, abril de 2020



Fig. 10. Alba Caro, mayo de 2022



Fig. 11. Nicol Sepulveda, marzo de 2022

ALTER EGO



2.1 Alter ego

Al igual que el término de autobiografía, la palabra alter ego tiene sus orígenes en la década de 1730, sin embargo no fue hasta el siglo XIX que se acuñó el término alter ego cuando se descubrió por primera vez el trastorno de identidad disociativo, inicialmente conocido como trastorno de personalidad múltiple. Según La Real Academia Española, este término deriva del latín como el otro yo, y su definición es: persona en quien otra tiene absoluta confianza, o que puede hacer sus veces sin restricción alguna o persona real o ficticia en quien se reconoce o se identifica.

Según lo mencionado anteriormente, es en el siglo XIX cuando este término se introdujo en la imaginación popular, y es el psicoanalista Sigmund Freud quien pensó en el yo como una colección de distintos estados de conciencia, cada uno con sus propias cualidades y rasgos. (Guerri, M. 2021).

En la actualidad, el término de alter ego se usa para describir una segunda identidad, pero al igual que nuestras identidades principales, cada alter ego es único, con origen, personalidad y carácter. (BBC News. 2021)

2.2 Características y beneficios del alter ego en la narrativa

En el plano de la narrativa, el autor crea a un personaje con similitudes psicológicas propias o también puede ser un personaje de ficción que dispone de un comportamiento, lenguaje o pensamientos que intencionalmente representan al artista. En la historia de la literatura existen autores que crean un alter ego para poder introducirse en sus historias, estas en su mayoría autobiográficas, por otro lado, existen casos donde utilizan al otro yo como vía para vivir, hacer y decir cosas que no harían en la vida real. (Ander. 2015)

Pero, ¿por qué utilizar un alter ego como personaje en los relatos? Existen varios motivos para utilizar un alter ego en la narrativa, por ejemplo, es una forma práctica de obtener información para crear un personaje coherente dentro de una novela. En el caso del relato autobiográfico es una manera de disfrazar nuestra propia vida con ficción, por otro lado, puede ayudar a conectar con las emociones del personaje. (Escuela de escritura. 2020)

Por otra parte según Ethan Kross (Citado por Sanz, E. 2021), en la perspectiva psicológica tener otro yo puede tener otros beneficios como:

- Ayuda a liberar tensiones y preocupaciones en el día a día.
- Ayuda a potenciar habilidades paralelas que no tienes en la cotidianidad.
- Es una técnica para mejorar el desempeño o el alcance de objetivos.
- Es usado como manera para superar traumas o cerrar ciclos.
- Es una herramienta para lidiar con el estrés.
- Es utilizado como método terapéutico o simplemente para explorar facetas diferentes en la vida.

2.3 Referentes y antecedentes

En la actualidad, los nuevos humoristas gráficos y dibujantes se pueden encontrar fácilmente en la red. Es así, que se escogieron diferentes artistas que ilustran en sus dibujos, viñetas, tiras cómicas y bocetos, sus respectivos alter egos.

Moderna de pueblo: Es un libro inventado por Raquel Córcoles, periodista y publicista, y su amiga es Marta Rabadán. Raquel, su creadora, hace uso de los estereotipos, los clichés y las modas para hacer una especie de sátira a la sociedad y a la gente joven.

Dalmaus: Gaston Dalmau, es el creador de un curioso personaje, El Fotógrafo de Sueños, cuyo personaje revela los sueños más divertidos del autor.



Fig. 12. Soy de pueblo, de Raquel Córcoles y Marta Rabadán, 2011

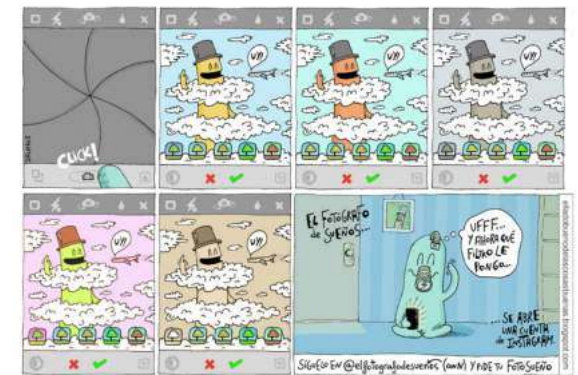


Fig. 13. El fotógrafo de sueños, de Gastón Dalmau, 2015

3.1 Historia del Fanzine

En el siglo XXI, nos encontramos embarcados en una era digital, pero aún así sigue existiendo el libro físico, en papel, como objeto heredado cuyo origen podemos situar en 1440 con la invención de la imprenta de Gutenberg, o todavía más lejos, si afinamos y miramos hacia los primeros manuscritos que, de alguna forma, son los precedentes del libro. (Cánoves, I & Sánchez, J. 2017). Con el surgimiento de los textos digitales online, ebook, el smartphone, entre otros...donde el acceso es automático, rápido y directo. No deja de ser curioso que entre tanta facilidad de acceso a la información

siempre se perciba una cierta resistencia a la desaparición del formato físico³. Permaneciendo así este formato como una de las preferencias de los nuevos lectores, por otro lado, se habla de una especie de renacimiento del interés por lo que es el libro, tanto del objeto como de su contenido. Es en el interior de este renacimiento donde una cultura también ha resurgido, aunque nunca cayó en la inactividad desde sus orígenes, son los fanzines.

El término fanzine es de origen inglés, compuesta por: fan, que procede de la palabra fanatic, y que es traducible por fanático, y magazine, la cual se traduce como revista.

³ La resistencia a la introducción de nuevos formatos tecnológicos es una constante historia

Los orígenes del fanzine surgen en el siglo XIX, conocido en ese entonces como un panfleto político. Desde sus inicios surge con un margen editorial precario, donde su lenguaje es más crudo y menos refinado. En ese tiempo se vinculaba la publicación del fanzine con la autoedición, porque surge de la necesidad del desinterés que tienen las editoriales en ese tiempo de producir fanzines. Algunos de los escritores que autoeditaron sus obras son: Edgar Allan Poe, Arthur Rimbaud, el Conde de Lautrémont, Antonin Artaud, Virginia Woolf , H.P. Lovecraft, Anaïs Nin, Henry Miller, Jorge Luís Borges o Alejandra Pizarnik.

El primer movimiento que se basó casi por completo en la autopublicación fue el Dadá, siendo las revistas editadas en varias ciudades europeas. Algunas de las revistas dadaístas tuvieron el valor añadido de publicar un solo número para desaparecer después de un tiempo. Se puede destacar los periódicos editados en Tbilisi, Georgia, por los hermanos Zdanevich, quienes fueron algunos de los autores relacionados con la autopublicación dadaísta.

Es así, como las publicaciones dadaístas se consideran las primeras proto-zines, debido a que se producían para el placer de sus

creadores y para la provocación de sus lectores, satirizando todos sus cánones y estándares del periodismo. Y, como los zines de hoy en día, estaban pensados para ser efímeros. (Minca. 2008)

Por otro lado, surge el surrealismo, que sucedió al dadaísmo, que también integró la autopublicación a sus obras. Las sucesivas revistas surrealistas, *La Revolution Surrealiste*, *Le Surrealisme au Service de la Revolution* e incluso el lujoso *Minotaure*, fueron auténticos zines.



Fig. 16. Panfleto dadá, Theo Van Doesburg

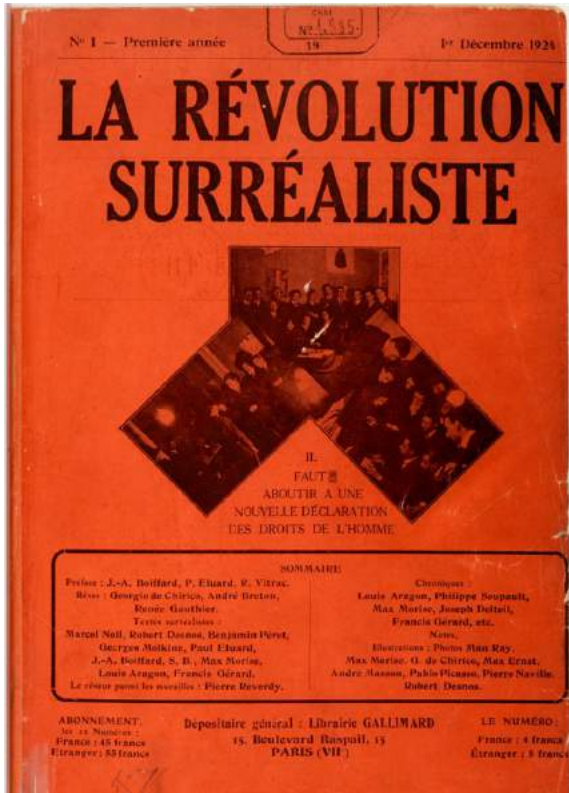


Fig. 17. Portada de La Révolution surréaliste, n°1, 1 de diciembre de 1924.

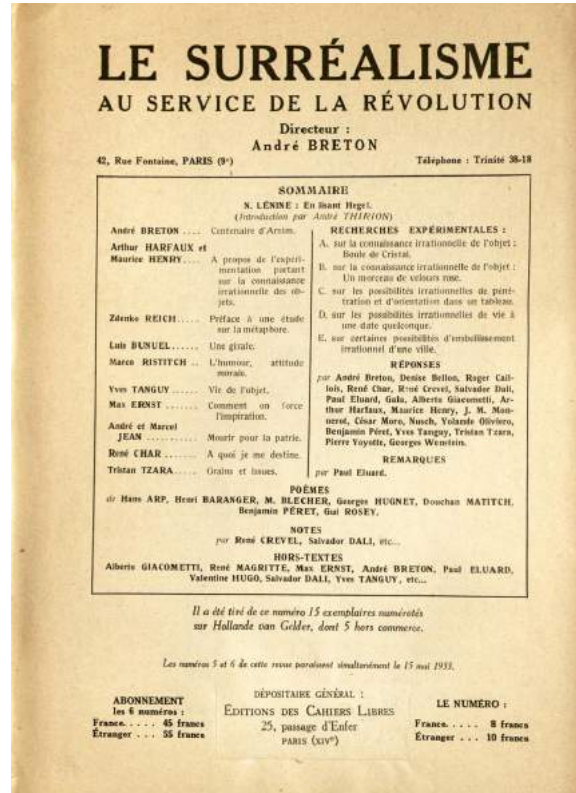


Fig. 18. Índice del n° 6 (arriba) y reproducciones de obras de Man Ray y Salvador Dalí en el n° 1 (abajo) de Le Surréalisme au service de la Révolution.

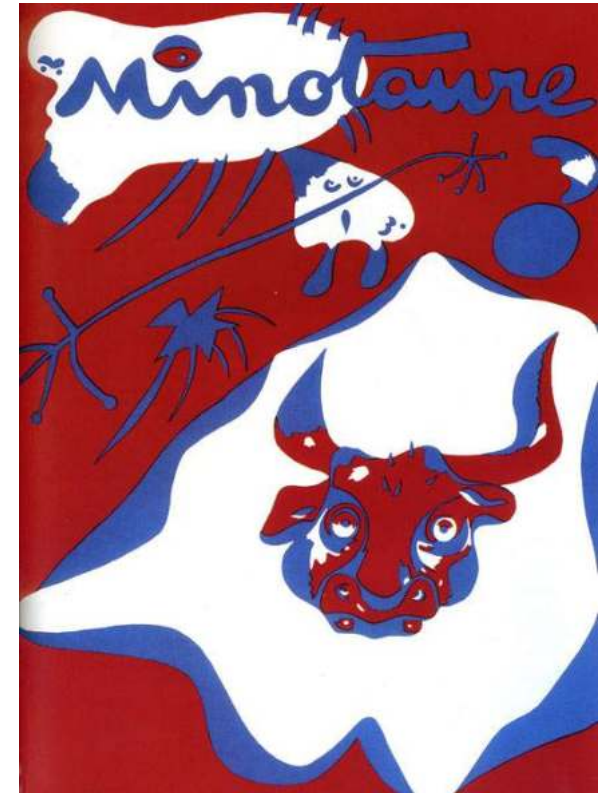


Fig. 19. Portada de la revista minotaure, n°7

En los años 50 fue el nacimiento del auténtico zine: el fanzine, inventado por los aficionados de la ciencia ficción, siendo su gran impulsor Forrest J. Ackerman. También en ese año surgió la corriente situacionista, se introducen nuevos estilos gráficos y textuales en los fanzines: el détournement. Este concepto surge del movimiento situacionista, que habla sobre la posibilidad artística y política de tomar un objeto creado por el capitalismo, o sistema político hegemónico, y distorsionar su significado y uso original, para producir un efecto crítico. (Bentivegna, A. 2019). Este gesto puede encontrarse en la actualidad en numerosos fanzines, que toman elementos

visuales o textuales de una fuente y crean situaciones distintas al elemento original.

Hoy los zines constituyen una masiva contra-industria, donde también hay más "pequeñas revistas" de poesía y literatura que nunca, muchas de ellas, como otros medios alternativos. También con la llegada del internet se ha tenido mayor acceso a lo que se conoce como fanzine, ¿Pero cuál es el futuro del zine en Internet? Como demostró Norman Cohn, "la belleza de la letra impresa es que su circulación es difícil de regular por el Estado, las corporaciones o cualquier otro poder hostil. Los libros y las revistas impresas todavía llegan

a lugares que los ordenadores y módems no alcanzan; no se cuelgan y nadie puede desenchufarlos”.

Es como finalmente un fanzine es más que un panfleto, un folleto, un póster o un diario. Un fanzine refleja sin mediación las obsesiones del individuo que lo hace, es un medio en el que la publicidad comúnmente entendida y otras consideraciones comerciales son cuestiones completamente secundarias. Independientemente de su contenido, los zines son puramente libertarios. (Minca. 2008)

3.2 Características y beneficios del Fanzine en la narrativa

El fanzine es una producción artística y literaria que ha sido utilizada como herramienta social de divulgación, comunicación y expresión, de manera totalmente autogestionada con bajos costos y creada por y para la sociedad. Es un medio de comunicación alternativo que pertenece a una subcultura (underground), término que según Alba Giménez Devís y Jessica Izquierdo Castillo afirman en su monográfico, “es utilizado en la sociología y los Estudios culturales para definir una comunidad de individuos que comparten unos códigos,

ideología, identidad y conductas que no están en sintonía con la cultura dominante y que por ello, fluctúan por debajo de esta”.

Las principales características del fanzine son:

- Es de carácter no exclusivamente comercial.

Los colectivos que producen un fanzine no suelen tener como objetivo el lucro comercial de la publicación.

- Producción amateur o de pequeña escala.

Los medios técnicos con los que se realiza el fanzine suelen ser amateur. Es decir, no se producen en organizaciones editoriales oficiales, con consejos de redacción y edición

a gran escala, ni en grandes imprentas con maquinaria de reproductibilidad masiva. Su producción pasa por dos momentos:

1) Medios de impresión económicos, como impresoras domésticas, fotocopadoras o máquinas risográficas.

2) Manipulado artesanal: el plegado de los papeles, el grapado, así como cualquier otro detalle manufacturado como estampación de portadas, numeración, etc...

- Tiradas cortas. Las tiradas dependen de los recursos económicos y de la complejidad del objeto editorial en sí, ya que cuando es muy artesanal, se hace difícil la producción

de muchos ejemplares. El número de copias puede ser muy pequeño (5, 10 copias...) o relativamente extenso (500 copias). No hay número explícito a partir del cual se puede dejar de considerar fanzine.

- Difusión limitada. Tradicionalmente el fanzine se ha distribuido de mano de los propios editores, a pie de calle, por correo postal, en ferias o en círculos especializados, ya bien estuviesen estos centrados en la edición de fanzines o en la temática que el propio fanzine toca.

Es así, que el fanzine por medio de sus

características trae dentro de la narrativa diferentes beneficios como lo son:

- Algunos autores se inspiran en la filosofía DIY (Hazlo tu mismo), lo cual atrae a la creatividad, y a la creación a partir de elementos que se tienen al alcance de la mano.
- Los fanzines no buscan rentabilidad económica directa con la edición, al menos no al nivel de una publicación comercial. Es por eso que, prioriza que el contenido llegue a la mayor gente posible.
- Posee una independencia editorial, lo que

beneficia a los autores a usar un lenguaje irreverente y sincero. Además, permite la naturalidad, originalidad y rebeldía del contenido o mensaje.

- Los fanzines no siguen una rígida planificación editorial, ni cumplen una periodicidad programada, pues en general su distribución suele ser efímera. En la actualidad, con la llegada del internet, ese proceso es mucho más sencillo y masivo.

- La producción y la distribución de fanzines se han transformado con la tecnología.

En conclusión, se puede dar entender al fanzine

como un motor de cambios y de progreso cultura, de la misma manera que ocurre en el conocimiento científico, en la historia del arte, el desarrollo de la tecnología o el pensamiento filosófico, las corrientes que generan revueltas de paradigma, cambios y giros inesperados en la gran narración de la historia comienza en un lugar invisible, en un punto ciego de la cultura de la mayoría. (Cánoves, I & Sánchez, J. 2017).

3.3 El fanzine como medio de difusión

En los años noventa, aparece un nuevo formato dentro de la sociedad, el internet, este empieza a popularizarse en la mayoría de los países y su uso entre la población mundial empieza a aumentar, con ello llegan nuevos modelos de consumo. En los años siguientes se consolidó como la mayor biblioteca de conocimiento humano. (Contreras, I. 2022)

El fanzine no queda atrás y se integra a finales de los noventa publicaciones independientes, que dejan sus ediciones en papel para convertirse en fanzines electrónicos o denominados e-zine, con el objetivo de bajar

sus costos y de llegar a más lectores. En la actualidad, este formato sigue siendo un medio de comunicación independiente, alternativo y específico cuyo funcionamiento se basa en dar soporte a la libre expresión de los individuos, sin responder a los paradigmas políticos, sociales, económicos y culturales del sistema hegemónico. (Giménez, A & Izquierdo, J. 2016)

Desde el punto de vista de los autores, se sabe que el fanzine nace como un medio de subcultura y de contrainformación como vehículo de expresión social, de carácter libre y reivindicativo. Debido a su contexto histórico, su elaboración se caracteriza por el empleo de recursos artesanales y de la actitud

autosuficiente de sus editores. Su principal objetivo es la expresión de emociones, sentimientos y opiniones de forma altruista que actúa como una herramienta social, lejos de los circuitos económicos y comunicativos convencionales.

Con la llegada de la era digital, este medio se introduce en un espacio común y global, compitiendo con los medios de comunicación tradicionales. Debido a las dinámicas del mercado global, el fanzine sufre una transformación denominándose webzine o e-zine, con la introducción de nuevas prácticas que suponen un replanteamiento del significado del medio, abandonando progresivamente su

naturaleza primaria. (Giménez, A & Izquierdo, J. 2016)

Este nuevo formato que toma el fanzine es una publicación alternativa, debido al efecto del internet, este medio se caracteriza por tener contenidos de mayor calidad y por el empleo de nuevas herramientas de creación, además da la posibilidad a la expresión de los autores con un lenguaje más formal y competitivo. En conclusión, el webzine se entiende como un medio eficaz, versátil y de libre acceso, adaptándose a las nuevas necesidades del público.

CONCLUSIÓN

Tras toda la investigación y análisis anteriores se pudo concluir que el uso del relato autobiográfico en conjunto con el humor gráfico, sirve como medio de expresión para ilustrar las experiencias y vivencias como persona con trastorno de ansiedad, para que más mujeres puedan sentirse identificadas y representadas.

Además, la utilización de este recurso con la creación de sus respectivos personajes, funciona como punto de encuentro entre el autor y el personaje, entre el mundo narrado y el real. Es a través de él, en que podemos percibir lo que se cuenta, la voz del autor desde las viñetas y también, la forma de integrar lo factual en ellas.

La autobiografía también permite exhibir la vida de los autores, donde en este medio se puede encontrar una vía de escape para todo tipo de sentimientos, emociones y experiencias, desde ese punto de vista las historias de vida permiten crear un espacio de reflexión social. (Guzmán, A. 2017)

Todo esto englobado a la utilización del fanzine como formato, permite que las historias que se creen sean para un público de interés. Además, según Andrea Galaxina (2017), la utilización de este recurso tiene un potencial extraordinario para crear espacios en los que se puede expresar, explorar y destruir muchos de los discursos hegemónicos.

DIAGNÓSTICO Y DESARROLLO DEL PROYECTO

DIAGNÓSTICO

Durante la investigación de anteproyecto se investigaron diferentes contenidos, siendo los dos pilares fundamentales de esa investigación el humor gráfico y el trastorno de ansiedad, siendo estos relacionados al final del anteproyecto.

Es así, que las conclusiones levantadas en título I trata sobre cómo el humor gráfico y sus variables visuales, pueden crear un recurso para apaciguar los trastornos ansiosos, debido a que el humor constituye una excelente herramienta para este objetivo y su complemento que son los chistes gráficos, pueden traer beneficios tanto psicológicos, emocionales como sociales.

Durante la investigación y proceso de título II, se entrega un recurso o formato que serviría para la difusión de experiencias vividas en pandemia como persona con trastorno de ansiedad, para

representar a las mujeres chilenas que sufren de este trastorno. Este recurso es la realización de un relato autobiográfico humorístico, donde primero tuvo un proceso de creación de personajes, debido a que el diseño de personajes tiene una serie de cualidades que otorgan una ventaja en el diseño de narrativas, características que le permiten llegar a las personas a un nivel emocional y personal. Y actualmente existe una necesidad por ver las propias experiencias y de tener un sentimiento de pertenencia.

Es por eso, que nace la necesidad de crear estos relatos humorísticos con los objetivos de: poder apaciguar los trastornos de ansiedad, para la vigencia de estos temas y para que más personas puedan sentirse identificadas y representadas.

DESARROLLO DEL PROYECTO

Arquetipos

Para la realización de las viñetas y para la etapa del proceso creativo, primero, fue necesario definir los arquetipos que formarían parte de este proyecto.

Arquetipo 1:

El primer arquetipo que se desarrolló fue un personaje que tuviera las cualidades, características y personalidad de una persona ansiosa, para eso se investigaron y/o justificaron tanto decisiones sobre la psicología / pensamientos del personaje, como también la fisiología / físico, y al final se desarrolló la

vestimenta y accesorios de la ilustración, al igual que el perfil psicoemocional.

Se hicieron varias pruebas de bosquejos hasta llegar al arquetipo final con sus respectivas justificaciones.





Pelo desordenado porque se estresa al arreglarse

Ojos y orejas grandes porque siempre debe estar atenta

Uñas mordidas y rascaduras porque con algo hay que entretenerse para no pensar

Calcetines coloridos porque son zona de confort y regalo exclusivo de Marta

Imaginación caótica y vivida fuera de control

Ojeras de pasar las noches pensando en cosas que aún no pasan

Sudoración por el constante estado de alerta

Ropa ancha y negra con frases de pensamientos negativos

Perfil psicoemocional

- Tiene pensamientos constantes
- Vive siempre en estado de alerta
- Nerviosa / Tics
- Imaginación caótica y vivida
- Piensa en cosas que aún no pasan

Arquetipo 2:

Para el segundo arquetipo, se tomó como referencia a mi mejor amiga Marisol. tomando las cualidades, características y personalidad, de una persona paciente, relajada, elocuente y creativa; y al igual que con el primer arquetipo se investigaron y/o justificaron tanto decisiones sobre la psicología / pensamientos, como también la fisiología / físico del personaje, y al final se desarrolló la vestimenta y accesorios de la ilustración, al igual que el perfil psicoemocional.

Es a raíz de todo este proceso que llega con el segundo arquetipo final, teniendo sus respectivas justificaciones.





Chiquitita pero poderosa, le gusta ayudar y dar consejos

Pelo ordenado y rosado, no le teme al cambio

Fanatica del Mc'Donald, de sus papitas y hamburguesas

Tiene confianza y seguridad en sí misma

Pensamientos positivos

Le gusta arreglarse y los accesorios, no se separa de sus lentes de sol

Le gusta el color cian porque transmite seguridad, confianza y estabilidad

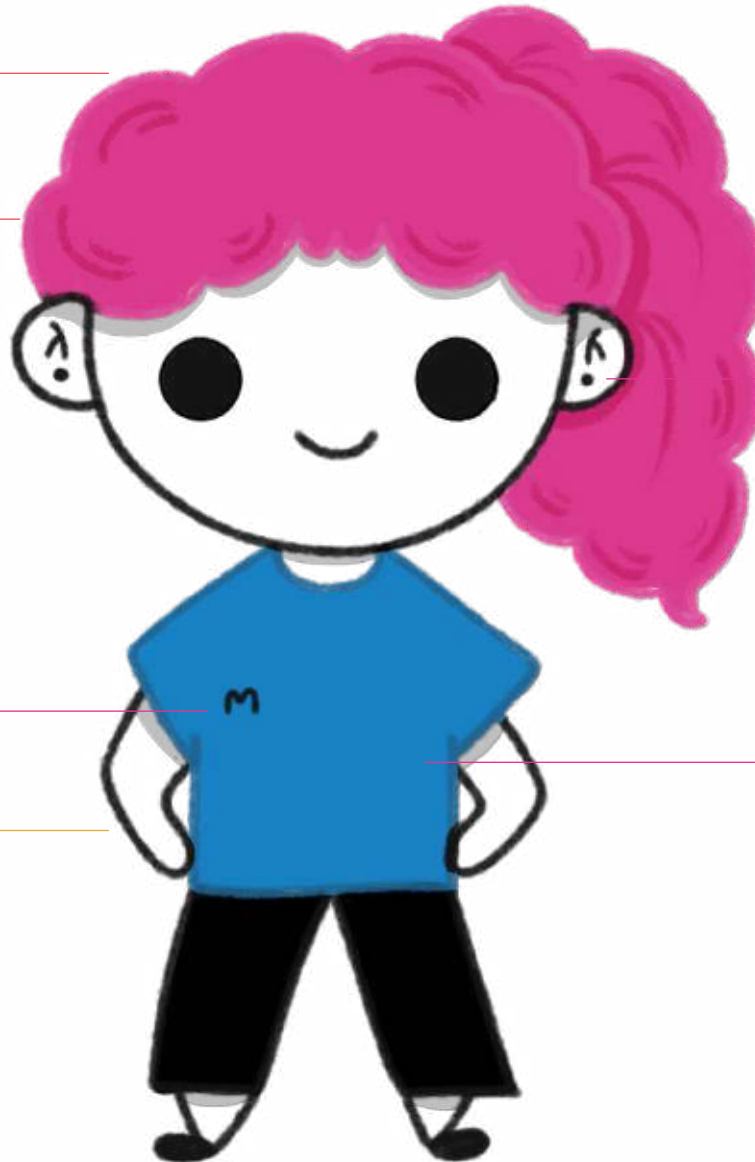
Perfil psicoemocional

Tiene confianza y seguridad en sí misma

Vive siempre relajada

Le gusta vivir experiencias nuevas

Elocuente y creativa



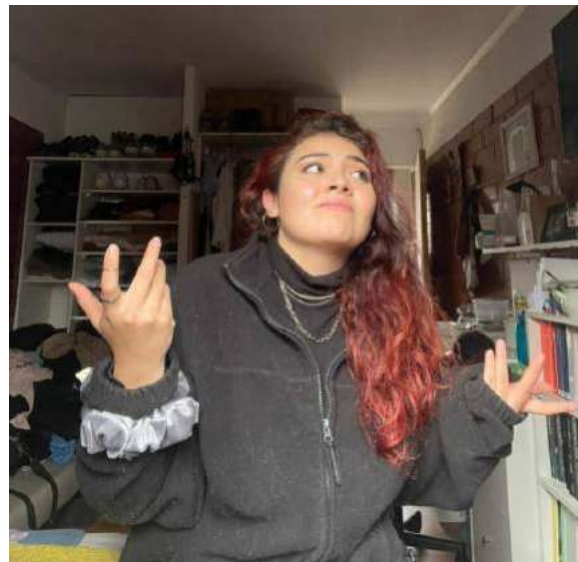
- Psicológicos / pensamientos
- Fisiológico / físico
- Vestimenta / Accesorios

Estados de ánimo

Para el desarrollo de los diferentes estados de ánimo o expresiones de los personajes, se utilizaron las características y personalidad de cada uno, dejando solo las emociones básicas (feliz, enojado, triste) para ambos personajes.

Para las expresiones del personaje del alter ego se utilizaron fotografías de mi amiga Marisol, para una mayor representación e identidad.





Estados de ánimo Berta



Enojada

Triste

Feliz



Frustrada

Atenta

Ansiosa



Cansada

Indiferente

Asustada

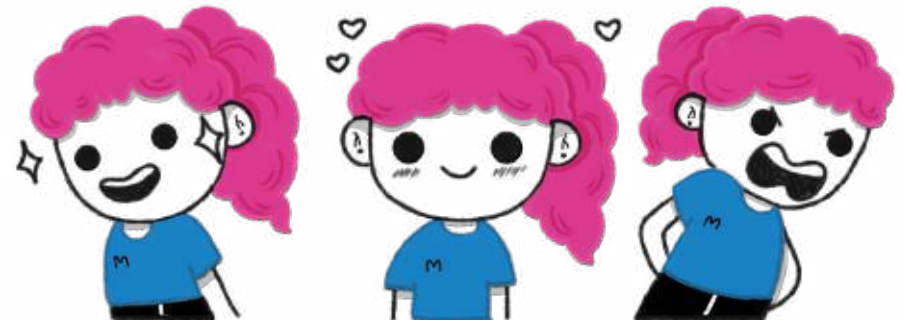
Estados de ánimo Marta



Confiada

Avergonzada

Feliz



Optimista

Cariñosa

Enojada



Triste

Satisfecha

Presumida

Clasificación de información

Se declararon 4 contextos generales para el contenido de las viñetas:

Casa / Hogar:

Actividades domésticas / trastorno del sueño / confinamiento / estudio online / ejercicio en casa / entre otros

Vía pública / Transporte:

Calle / transporte público / micro / metro / uber / taxi / entre otros

Lugares / Vida cotidiana:

Universidad / supermercado / dentista / mall / gimnasio / doctor / dentista / psicólogo / entre otros

Bonus:

Contexto actual del desarrollo de lo que fue mi anteproyecto, como también el proceso de preparación del proyecto de titulación

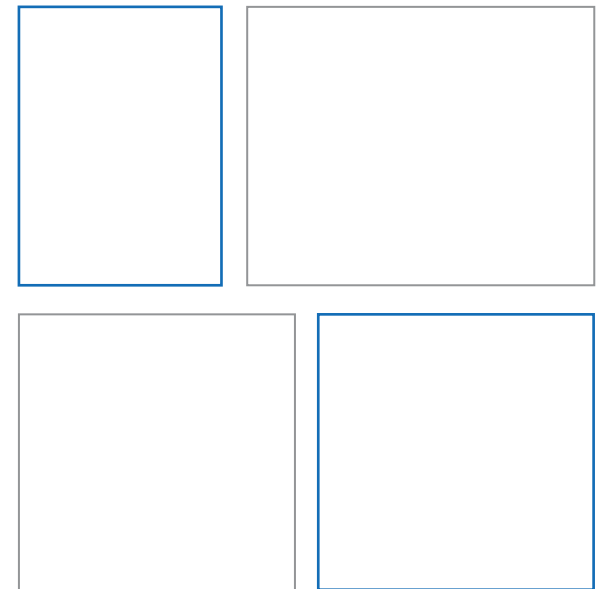
Viñetas

Se declararon tres tamaños para la viñetas, cada una de ellas representa un plano diferente para la creación de las ilustraciones, y también se utilizaron elementos propios de los cómics, como lo son los tipos de viñeta según sus márgenes.

Plano detalle: objetos y rasgos del personaje.

Primer plano: cabeza de los personajes.

Plano americano: desde la cabeza hasta las rodillas de los personajes.



Plano entero: personajes de cuerpo entero.

Plano general: entorno y paisajes mostrando tanto el exterior como el interior.

Viñeta cerrada: son aquellas que están limitadas por todos sus lados.

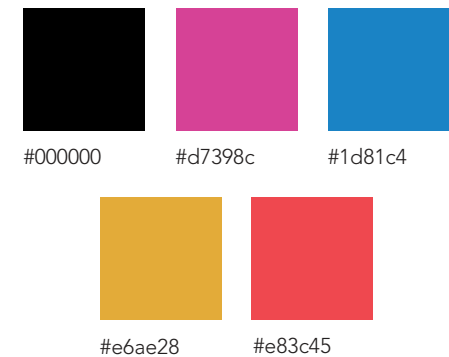
Viñeta abierta: son aquellas que no tienen límite.



Color

La paleta de color utilizada, esta conformada primero por una escala de grises, representando al personaje ansioso (arquetipo primero). Después, el color magenta y cian para poder identificar al personaje alter ego, se eligieron ambos colores en virtud a su intensidad cromática para que destaquen del primer personaje. Por otra parte, es una combinación de colores armónicos, ya que está dada por colores que en el círculo cromático son adyacentes permitiendo una composición adecuada.

Por otro lado, a medida que se van desarrollando las ilustraciones van apareciendo otros colores como lo son el rojo imperial y el amarillo oro, siendo en el círculo cromático análogos permitiendo una composición armónica.



Creación de guiones

La organización de los guiones, se desarrollaron con elementos propios del cómic como lo son los globos de texto, para así darles un flujo visual correcto a los diálogos.

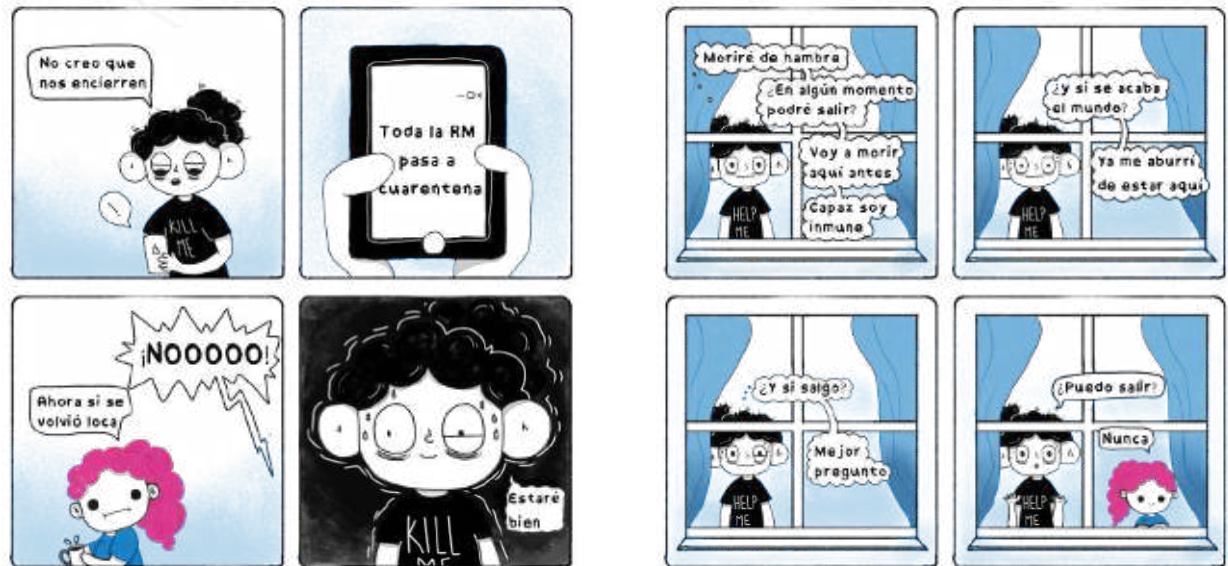
También, se utilizó en la creación de los diálogos el humor sarcástico que hace uso de la crueldad, el sadismo y la mordacidad para obtener el efecto deseado. Suele ser muy recurrente en la parodia, transformando una situación seria a una más familiar. Después, se crearon los respectivos bocetos del relato para luego hacer el desarrollo de las viñetas finales.



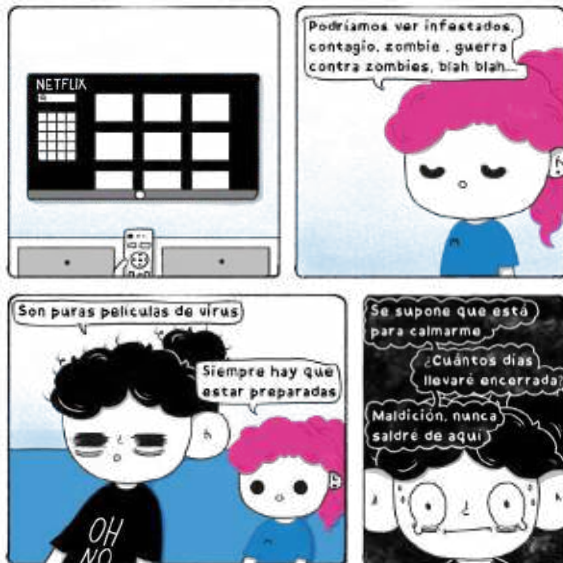
BOCETOS



VIÑETAS FINALES















PROYECTO DE DISEÑO

¿Qué?

Relato autobiográfico humorístico sobre experiencias vividas en pandemia como persona con trastorno de ansiedad expresado en diferentes viñetas e ilustraciones. Viñetas expuestas en un proyecto editorial, donde cada una de ellas representan un contexto diferente descrito anteriormente.

¿Por qué?

Dentro de la narrativa existe un poder del relato y la imagen, donde se genera una realidad desde otro punto de vista. Por esto, se crea un recurso apropiado para el objetivo de representar e identificar a las mujeres chilenas que sufren de trastorno de ansiedad, apaciguando dicho trastorno.

¿Para qué?

La presente propuesta busca difundir dichos relatos, para poder exteriorizar / mostrar las diferentes experiencias o situaciones que se viven con el trastorno de ansiedad, además, utilizar el humor como recurso para dicho objetivo. En resumen, se pretende utilizar el relato autobiográfico humorístico para la vigencia y representación de estas experiencias.

Objetivo general

Diseño de un relato autobiográfico humorístico con experiencias personales vividas en pandemia para representar el trastorno de ansiedad en mujeres chilenas.

Objetivos específicos

Analizar el relato autobiográfico y su repercusión en el humor gráfico

Explicar el término alter ego y sus características

Conocer los orígenes del fanzine y su evolución en la historia

Analizar el fanzine como medio de difusión

Fanzine

Berta y Marta: ansiomaniacas, es un proyecto editorial donde se exponen diferentes ilustraciones, donde conviven estos dos personajes creados con personalidades distintas, en el contexto de todo lo que fue la pandemia de 2019 hasta la actualidad.

Este proyecto es desarrollado en cuatro fanzines, cada fanzine contiene una cantidad de 10 viñetas cada uno. Tres de estos fanzines se desarrollan en el contexto de pandemia (contextos explicados anteriormente), siendo el último fanzine donde se expone el contexto

actual, todo el desarrollo de lo que fue mi anteproyecto, como también el proyecto de titulación, otorgando un valor agregado al proyecto final.

Estructura y línea editorial

Este proyecto busca la difusión y la representación de las situaciones en pandemia, y como los dos personajes se relacionan y conviven. Para esto, se propone un proyecto con el soporte del fanzine, puesto que el fanzine es una publicación no profesional producida por y para aficionados que tienen los mismos intereses. Así, se crea un relato personalizado y contemporáneo, con la utilización de las variables visuales y técnicas del cómic y todo lo que es el humor gráfico.



Estructura y línea editorial

Berta y Marta

Para la propuesta del título, surgió a partir de la búsqueda para los nombres de los personajes, primero se buscaron nombres que representarían sus personalidades, pero al final se tomaron las dos iniciales de las personas que sirvieron como inspiración de estos dos personajes, y después se graficaron con la intención de representar sus personalidades, es así como nace Berta y Marta, personajes totalmente opuestos, siendo Berta el personaje ansioso, y Marta el personaje más "zen" o tranquilo.

Ansiomaniacas

Para la bajada del título se hace alusión a lo que es una persona ansiosa, y siempre llevando el humor dentro de la realización tanto del título como la bajada.

Proceso logotipo: El proceso gráfico del logotipo del fanzine evolucionó en base a los siguientes ámbitos: composición tipográfica, legibilidad y uso del color.

Logotipo final en fondo de color



Formato y papel

Formato

Se eligieron las dimensiones teniendo en cuenta el tamaño general de los fanzines, se escogió un tamaño grande y cuadrado teniendo en cuenta la composición y diagramación de las viñetas. Finalmente el tamaño elegido fue de 18 x 18 cm, el cual permite una adecuada manipulación y se adecua a la diagramación de las ilustraciones.

Papel

Para la elaboración de la maqueta final, se decidió utilizar dos papeles, el primero Olin Rough High White de 150 grs, para las portadas y Olin Rough High White de 120 grs, para las páginas del interior, es un papel matte que le da un mejor acabado a las ilustraciones.

Layout

Para el proyecto se optó por utilizar 3 familias tipográficas:

Bello Caps Pro

La tipografía Bello Small Caps es clara y robusta y se asemeja a una caligrafía fluida. Por eso, esta tipografía cuenta con un conjunto de 64 ligaduras. Fue utilizada para la elaboración del título, pero esta se intervino para obtener el resultado de la identidad de los nombres de los personajes.

This is agni

Tipografía que representa una fuente manuscrita casual, utilizada para la bajada del título.

Bm Font

Esta tipografía es creada de mi propia letra, utilizada para los diálogos de los personajes y los títulos de las viñetas.

Bello Caps Pro

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRS

0123456789

This is agni

ABCDEFGHIJKLMNNOQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnoPQRS

0123456789

Bm Font

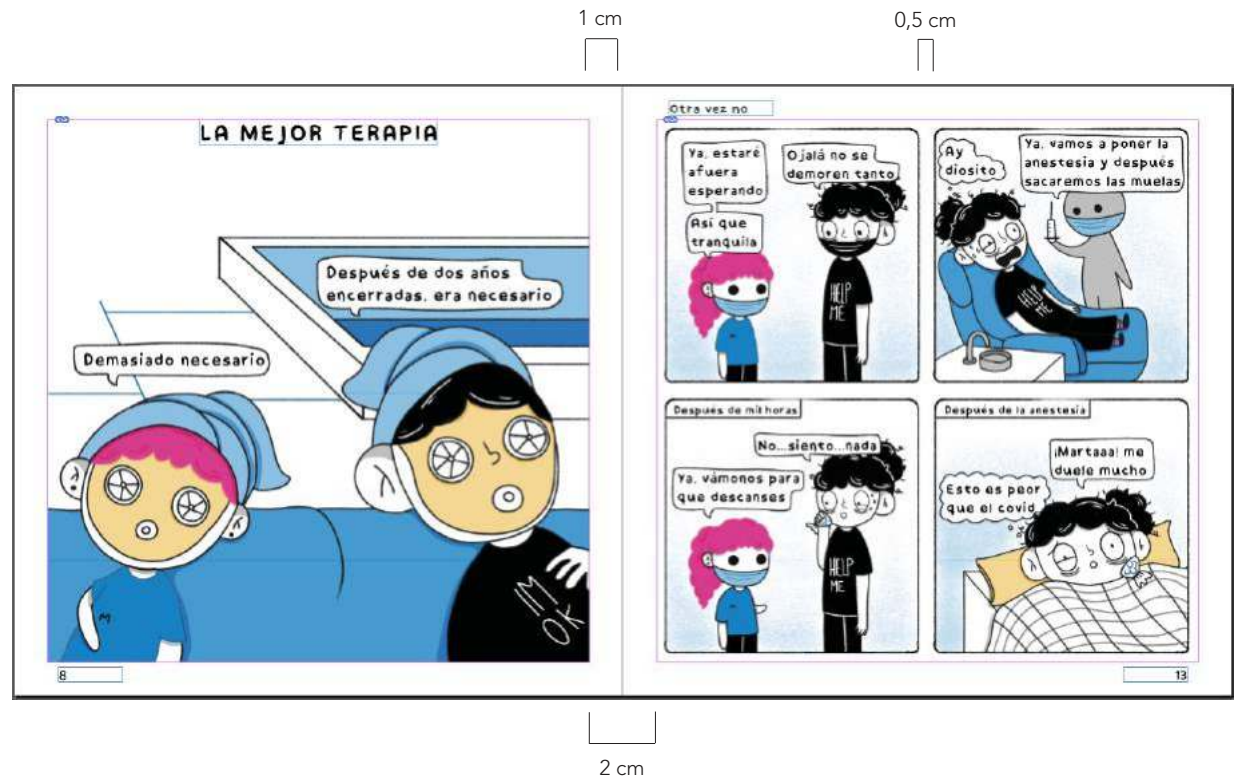
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnoPQRS

0123456789

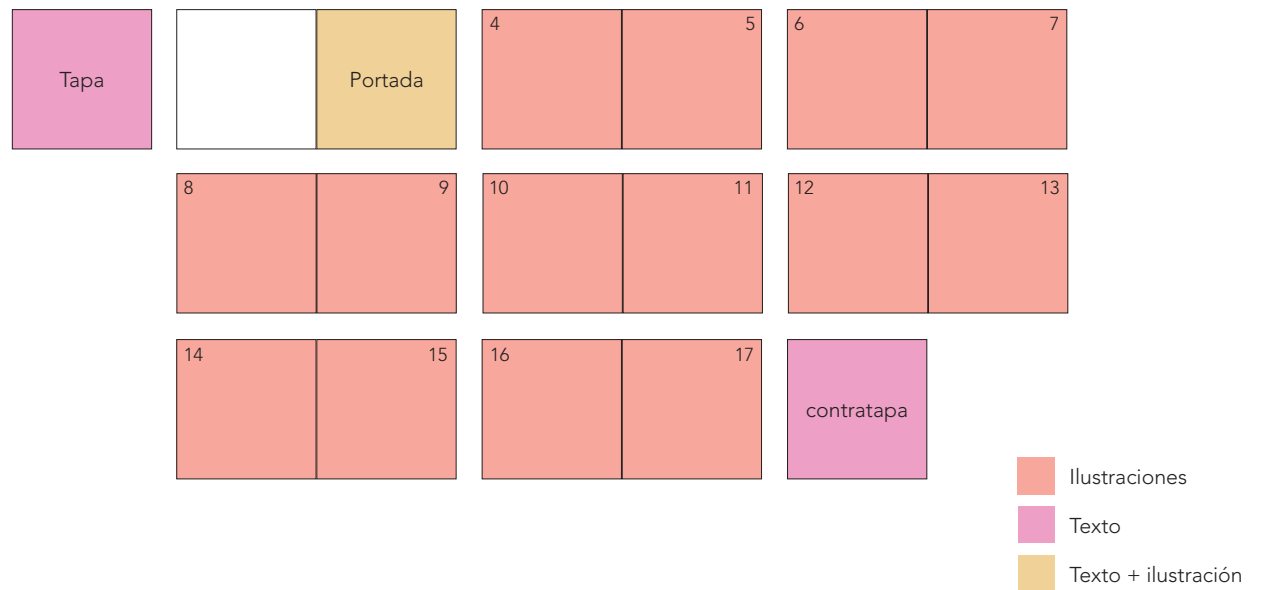
Diagramación

Para el diseño de los fanzines se utilizó una retícula compuesta de dos columnas con un medianil de 0,5 cm y los márgenes superiores, inferiores, interiores y exteriores de un 1 cm cada uno. Esta estructura se desarrolló para que las viñetas se vieran de un tamaño adecuado, para la comprensión de los diálogos al interior.



Recorrido de lectura

Esta propuesta es de cuatro fanzines, donde al interior de sus páginas contiene ilustraciones. La diagramación es igual para los cuatro fanzines desarrollados.



Propuesta final



contraportada
Berta y Marta

Tipo: Fanzine

Formato: (18 x 180 cm) cerrado.

Tapas: (18 x 36 cm) Extendido en papel Olin Rough High White de 150 grs. Impresas a 4/4

Interior:

Maqueta: 4 Páginas por ambos lados en papel Olin Rough High White de 120 grs. Impresión a 4/4 colores. En total para los 4 fanzines serían 16 páginas.

Encuadernación: dos corchetes al lomo

Páginas interiores

BERTA y MARIA

Antonomasiado en via pública

Bermejo Bermejo



Propuesta de Valor

Como se mencionó anteriormente, parte de la propuesta es crear y ofrecer en el medio local fanzines que muestran con humor las experiencias vividas en pandemia como persona con trastorno de ansiedad. En resumen, se pretende mostrar esas situaciones desde otro punto de vista, siempre con el humor como elemento principal; y que pueda aportar a la disminución de las sensaciones de miedo y ansiedad, además de la vigencia y permanencia de estos temas a través del tiempo.

Estrategia de difusión

La estrategia de difusión, se basa en una estrategia de Nicho, un segmento de mercado constituido por un reducido número de consumidores con características específicas y fácilmente identificable. Debido a su pequeña dimensión los nichos de mercado no son aptos para las grandes empresas, pero constituyen una gran oportunidad para los pequeños proyectos como éste, buscando optar a editoriales y microeditoriales que dirigen su oferta a las características y necesidades de los consumidores específicos. Además de declarar, que a futuro se puede optar la utilización de redes sociales para un alcance mayor de difusión y para llegar a más usuarios.

Usuarios y Beneficiarios

Este proyecto aunque busca ser dirigido a mujeres chilenas entre 18 a 28 años que sufren de trastorno de ansiedad, también está dirigido a personas interesados en comics, humor gráfico, ilustración y diseño; de igual manera, podría ser de interés para estudiantes, investigadores y profesionales procedentes de otras disciplinas como, la literatura, psicología, entre otras.

Diferenciación y Posicionamiento

Como elemento de diferenciación con respecto a la competencia, se buscaría que la interacción

con los clientes se genere principalmente a través de puntos de venta específicos y de la exhibición del producto. Los principales lugares puntos de difusión serían:

Librerías especializadas

- Librerías que ofrecen más de una temática pero que apuntan a áreas de carácter más visual, comics, fanzines: Contrapunto, Metales Pesados, Qué Leo, Antártica
- Librerías que incluyen dentro de su colección libros de una sola temática. En este caso, librerías de cómics: Antiyalcomics, Crazy all comics

Ferias del libro y eventos de diseño gráfico y editorial

- Furia del Libro, Filsa (Feria internacional del libro de Santiago), Bienal de Diseño, Bazar Furia.

Ferias de diseño e ilustración y comics

- FicStgo (feria internacional de cómic de Santiago, Chile), expo ñoña, safari colectivo, cohete lunar.

Medios de financiamiento

Para la realización de esta propuesta en fanzines coleccionables, debería ser por medio de una

editorial o a través de una autoedición con la ayuda de auspicios y patrocinios. Para esto, como primera opción se optaría por postular a un fondo concursable en el cual otorgan financiamiento para editar el contenido y llevar a cabo la producción gráfica del proyecto. A continuación se seleccionó el fondo concursable al cual se podría postular:

Fondo del libro y la lectura

Los objetivos de este fondo son fomentar y promover proyectos, programas y acciones de apoyo a la creación literaria, la promoción de la lectura, la industria del libro, difusión de la actividad literaria, el fortalecimiento de las

bibliotecas públicas y la internacionalización del libro chileno. En el caso de esta línea de concurso, tiene por objetivo financiar total o parcialmente proyectos de edición, publicación y distribución y difusión de libros, así como proyectos de emprendimientos que contribuyan al desarrollo de la industria editorial chilena y cuenta con las siguientes modalidades: Apoyo a ediciones y emprendimiento.

Otra opción de financiamiento sería generar alianzas con diferentes socios claves como las editoriales de Nicho o se podría recurrir al financiamiento de empresas privadas que estuvieran interesados en desarrollar proyectos

como este: Planeta cómic, Reservoir Books, De la flor, Planeta, Random House, entre otros. Los cuales se harían cargo de la edición, producción, publicación y difusión del libro.

Licencias

Derechos de autor y Propiedad Intelectual

Para la creación de un proyecto editorial, como lo son los fanzines que se van a publicar, se deben considerar diferentes aspectos legales en lo que respecta a ello. En este caso es importante tener conocimientos sobre los derechos de autor, los cuales protegen la exclusividad sobre el uso de la obra por el sólo

hecho de la creación de ésta, atribuyéndose a los autores dominios literario, artístico y científico, cualquiera sea su forma de expresión y los derechos conexos que ella determina. Sin embargo, para mayor seguridad de la autoría se aconseja registrar la obra para disponer de un medio de prueba legal importante acerca de la originalidad de la creación.

Costos y Precios

Este proyecto se diseñó para satisfacer la demanda concreta de un grupo de personas en particular que estarían dispuestos a pagar por él. Es por esto, que la estrategia de precios consistiría en fijar un precio inicial no tan bajo, teniendo en cuenta que sería un producto único en su ámbito.

Además, se debe tener en cuenta que la producción de los fanzines es independiente, por eso la producción de las ilustraciones es por parte del autor al igual que la edición, ajustes de textos y la producción de la encuadernación.

Costos de producción

Registro de material

Papel portada:

Olin Rough High White 150 G..... **\$253.750** (x 250 pliegos para 1000 ejemplares (250 c/u))

Papel páginas interiores:

Olin Rough High White 120 G..... **\$1.331.625** (x 1000 pliegos para 1000 ejemplares (250 c/u))

Neto..... **\$1.585.375**

19% IVA..... **\$301.221**

Total..... \$1.886.596

Licencias

Inscripción obra literaria..... **\$5.937**

ISBN + Código de Barras en formato JPEG..... **\$13.550**

Tipografías:

Bello Caps Pro..... **\$0**

This is agni..... **\$0**

Cotización

Imprenta:

Tipo: Fanzine

- **Formato:** (18 x 180 cm) cerrado.
- **Tapas:** (18 x 36 cm) Extendido en papel Olin Rough High White de 150 grs. Impresas a 4/4
- **Interior:**

Maqueta: 4 Páginas por ambos lados en papel Olin Rough High White de 120 grs. Impresión a 4/4 colores. En total para los 4 fanzines serían 16 páginas.

1250 copias + Iva..... **\$1.487.500**

Costo unidad estimado..... \$7.000

Proyecciones

Berta y Marta: ansiomaniacas, debe ser publicado en formato fanzine para su difusión. aunque optar por financiar aquella iniciativa con los fondos concursables, como lo es el Fondo del libro y la lectura, la opción más viable para financiar este proyecto es a la postulación de ferias descritas anteriormente, donde asisten una gran cantidad de personas, con intereses en común, intereses que podrían ser de los que se abordan en los relatos de mis personajes. Así, la producción del proyecto sería de manera independiente, además, este proyecto puede seguir desarrollándose con nuevas historias,

nuevos personajes, nuevos diálogos, nuevas gráficas, entre otras cosas.

Es así, como la colección de fanzines de *Berta y Marta: ansiomaniacas*, se mostrará al público y se pondrá a la venta el 20 de agosto, en la Feria Expo Ñoña.

**LÁMINAS, MAQUETAS,
PROTOTIPOS Y/O DOCUMENTOS
DE EXPOSICIÓN EN EL EXAMEN**



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ander. (2015). *¿Sabes lo que significa álder ego?*. Recuperado en junio de 2022. Disponible en <https://www.vivelibro.com/blog/2015/10/22/sabes-lo-que-significa-alter-ego/>

Amat, V. (2020). *¿Cómo es el relato de tu vida? Cambia la historia*. Recuperado en junio de 2022. Disponible en https://www.cuerpomente.com/psicologia/autobiografia-terapeutica_7427

Arruabarrena, A. (2020). *Zero: el fanzine como herramienta para la convivencia* [archivo PDF]. España: Universidad del País Vasco. Recuperado en julio de 2022. Disponible en https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/53562/TFG_Arruabarrena.pdf?sequence=1

Asociación Americana de Psiquiatría. *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales (DSM-5®)*, 5a Ed. Arlington, VA, Asociación Americana de Psiquiatría, 2014.

Asociación Chilena de Seguridad. (2021). *Salud mental de los chilenos*

empeora en abril tras implementación de cuarentenas: Síntomas de depresión llegan a 46,7%. Recuperado en septiembre de 2021. Disponible en <https://www.achs.cl/portal/centro-de-noticias/Paginas/salud-mental-de-los-chilenos-empeora-en-abril-tras-implementacion-de-cuarentenas-sintomas-de-depresion-llegan-a-467.aspx>

Asociación Chilena de Seguridad. (2021). *Salud mental de los chilenos ha mejorado con el levantamiento de las restricciones sanitarias*. Recuperado en noviembre de 2021. Disponible en <https://www.achs.cl/portal/centro-de-noticias/Paginas/salud-mental-de-los-chilenos-muestra-signos-de-mejoria-con-levantamiento-de-restricciones-sanitarias.aspx>

BBC News Mundo. (2021). *¿Por qué a todos nos haría bien tener un alter ego?*. Recuperado en julio de 2022. Disponible en <https://www.bbc.com/mundo/noticias-58386645#:~:text=Adoptar%20un%20alter%20ego%20puede,la%20estrategia%20de%20primera%20mano.>

Bentivegna, A. (2019). *Concepto y empleo del "Détournement" en*

el ámbito del proyecto de renovación social de la “Internationale Situationniste” (1958-1972). Recuperado en julio de 2022. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7309454>

Biase, T. (2012). *El humor, la más eficaz de las terapias contra la ansiedad*. Recuperado en septiembre de 2021. Disponible en <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/el-humor-la-mas-eficaz-de-las-terapias-contra-la-ansiedad-nid1512650/>

Cánoves, I & Sánchez, J. (2017). *Los (otros) libros. Bibliofilia underground* [archivo PDF]. Valencia: Sociedad Bibliográfica Valenciana. Recuperado en julio de 2022. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6028918>

Carbelo, B. & Jáuregui, E. (2006). *Emociones positivas: Humor positive* [archivo PDF]. España: Madrid: Universidad de Alcalá. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/778/77827104.pdf>

Cáseda, J. (2012). *Historia de género autobiográfico o el género autobiográfico en la historia*. Recuperado en junio de 2022. Disponible en https://www.um.es/tonosdigital/znum23/secciones/tintero-2-genero_autobiografico.htm#:~:text=El%20origen%20de%20la%20palabra,curso%20hist%C3%B3rico%20de%20una%20vida

Chamorro, M. (2005). *El humor gráfico desde una perspectiva retórica* [archivo PDF]. Recuperado en octubre de 2021. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/5525/552556598010.pdf>

Contreras, I. (2022). *Tipos de fanzine: qué es, características, diseño y ejemplos de fanzines*. Recuperado en julio de 2022. Disponible en <https://www.cinconoticias.com/tipos-de-fanzine/>

De la fuente, M. (2011). *La memoria en viñetas: historia y tendencias del cómic autobiográfico* [archivo PDF]. Recuperado en junio de 2022. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/342896861_La_memoria_en_vinetas_historia_y_tendencias_del_comic_autobiografico

Definición. (2021). *¿Qué es el alter ego?*. Recuperado en junio de 2022. Disponible en <https://conceptodefinicion.de/alter-ego/>

Dodobara, R. (2016). *Acercamiento a la historieta autobiográfica a partir de sus teorizaciones* [archivo PDF]. Recuperado en junio de 2022. Disponible en <https://repositorio.ucal.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12637/175/Rosa%20Ruiz%20Historieta%20Autobiogr%C3%A1fica.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Eisner, W. (1998). *La Narración Gráfica*. Norma Editorial. Primera edición

El Refaie, L. (2012). *Autobiographical comics: Life wrintting in pictures*. Mississippi, Estados Unidos: University Press of Mississippi.

Escuela de escritura. (2020). *Alter ego, el otro yo del autor de ficción*. Recuperado en julio de 2022. Disponible en <https://www.escueladeescrituracreativa.com/teoria-literaria/alter-ego/#:~:text=Un%20alter%20ego%20es%20un,persona%20llemba%20una%20doble%20vida.>

Galaxina, A. (2017). *¡Puedo decir lo que quiera! ¡Puedo hacer lo que quiera!* Una genealogía incompleta del fanzine hecho por chicas. Bombas para desayunar.

Giménez, A & Izquierdo, J. (2016). *El movimiento fanzine español y su evolución en la era digital: una propuesta conceptual para el webzine* [archivo PDF]. Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes. Recuperado en julio de 2022. Disponible en <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/978>

Guzman, A. (2017). *Figuraciones del yo en el cómic contemporáneo*. Recuperado en julio de 2022. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=152917>

Importancia. (2014). *Importancia de la autobiografía*. Recuperado en junio de 2022. Disponible en <http://importancia.de/autobiografia/>

Linde, C . (1993). *Life Stories*. The creation of coherence. Oxford, Oxford

University Press

Martorell, P. (2021). *El método autobiográfico en psicología clínico* [archivo PDF]. Recuperado en junio de 2022. Disponible en https://www.psicociencias.org/pdf_noticias/El_metodo_biografico_en_Psicoterapia_Breve.pdf

Maganto, C & Ibáñez, C. (2010). *Utilidad clínica de la autobiografía*. *Revista de psicoterapia*, 21(82), 83-105.

May, G. (1979). *L'Autobiographie*. Paris : P.U.F.

Minca. (2008). *Minca* [archivo PDF]. Recuperado en julio de 2022. Disponible en http://fanzinoteca.net/docs/Minca01_CAST_PrintA4.pdf

Montealegre, J. (2008). *Historia del humor gráfico en Chile*. Universidad de Alcalá: Editorial Milenio.

Real academia española. *Autobiografía*, 23.ª ed., Recuperado en junio de 2022. Disponible en <https://dle.rae.es/autobiograf%C3%ADa>

Real academia española. *Alter ego*, 23.ª ed., Recuperado en junio de 2022. Disponible en <https://dle.rae.es/alter%20ego>

Reggiani, F. (2016). *De la aventura a la autobiografía: crisis del realismo y crisis del yo en la historieta* [archivo PDF]. Recuperado en junio de 2022. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5488473.pdf>

Reflexiones de mi alter ego. (2013). *Humor gráfico en versión 2.0*. Recuperado en julio de 2022. Disponible en <http://reflexionesdemialterego.com/humor-grafico-en-version-2-0/>

Rosenkranz, P. (2011). *The ABCs of Autobio Comix. The comics journal*. Recuperado en junio de 2022. Disponible en <http://www.tcj.com/the-abcsof-auto-bio-comix-2>

Sanz, E. (2021). *¿Qué es el alter ego y cómo utilizarlo?*. Recuperado en julio de 2022. Disponible en <https://mejorconsalud.as.com/alter-ego-como-utilizarlo/>

Spengemann, W. (1980). *The Forms of Autobiography: Episodes in the History of a Literary Genre*, New Haven, Yale University Press, 1980

Vargas, J. (2021). *El relato autobiográfico: narrar la experiencia como ejercicio de escritura de sí mismo y construcción social de la realidad*. Recuperado en junio de 2022. Disponible en https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-43602021000100079&script=sci_arttext#aff1