

**LAG  
ARTE  
ANDO**

*Humor Gráfico Político*



# LAG ARTE ANDO

**MEDIO DE COMUNICACIÓN VISUAL  
DE CRÍTICA SOCIAL Y HUMOR GRÁFICO POLÍTICO**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE DISEÑADOR GRÁFICO**

**GERMÁN EFRÁÍN LUCERO ZAMBRÁNO  
DAVID ANDRÉS YAMÁ NARVÁEZ**

**ASESOR: RAMÓN ORTEGA**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE ARTES  
DEPARTAMENTO DE DISEÑO  
DISEÑO GRÁFICO**

**COLOMBIA - SAN JUAN DE PASTO  
MAYO 2015**



**LAG  
ARTE  
ANDO**



Universidad de **Nariño**



departamento  
de **diseño**  
Universidad de Nariño



**NOTA DE RESPONSABILIDAD**

*“Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo de grado son responsabilidad exclusiva de los autores”.*

*Art. 1 del Acuerdo N° 32 de Octubre 11 de 1966, emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.*





Universidad de Nariño

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO**  
**FACULTAD DE ARTES**  
**DEPARTAMENTO DE DISEÑO**  
**DISEÑO GRÁFICO**

**ASESORIA DE INVESTIGACIÓN**  
**D.G. FERNANDO CORAL**  
**D.G. RAMÓN ORTEGA**  
**PROF. JAVIER ARTEAGA**

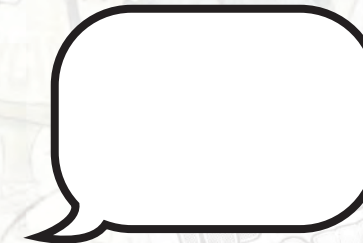
**ASESOR DE PROYECTO DE GRADO**  
**D.G. RAMÓN ORTEGA**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL**  
**TÍTULO DE DISEÑADOR GRÁFICO**  
**GERMÁN EFRAÍN LUCERO ZAMBRÁNO**  
**DAVID ANDRÉS YAMÁ NARVÁEZ**

**COLOMBIA - SAN JUAN DE PASTO**  
**MAYO 2015**



**NOTA DE ACEPTACIÓN**



---

*Jurado*

---

*Jurado*

---

*Jurado*

**SAN JUAN DE PASTO, MAYO 2015**



# ABSTRACT

This research project aims at the creation and implementation of a strategy of visual communication of social criticism and political humor called LAGARTEANDO that aims to create, plan and empower an innovative alternative means of visual communication in clothing and accessories that are governed by parameters such as an itinerant use, which endures in time and which satisfies the communicative needs required by the project which are to critique their social environment and the formation of a judgment on the most important political events in Colombia.

# RESUMEN

La investigación de este proyecto tiene como finalidad la creación e implementación de una estrategia de comunicación visual de crítica social y humor gráfico político llamada LAGARTEANDO que pretende generar, proyectar y potencializar un medio alternativo e innovador de comunicación visual en prendas de vestir y accesorios que están regidos en parámetros tales como un uso itinerante, que perdure en el tiempo y que cumpla las necesidades comunicativas que el proyecto requiere los cuales son realizar una crítica a su entorno social y la formación de un criterio sobre los hechos políticos más relevantes de Colombia.



# CONTENIDO

## INTRODUCCIÓN

### PLANTEAMIENTO

Tema.....	15
Problema.....	15
Descripción del Problema.....	15
Formulación del Problema.....	16

### JUSTIFICACIÓN.....17

### OBJETIVOS

Objetivo General.....	21
Objetivos Específicos.....	21
Objetivos Gráficos.....	22

### ENFOQUE Y MÉTODO

Enfoque Crítico Social.....	23
Método Hermenéutico.....	24

### MARCO CONCEPTUAL.....27

### MACRO Y MICRO CONTEXTO

Macro Contexto.....	29
Micro Contexto.....	30

### MARCO CONTEXTUAL

Parapolítica.....	33
Reforma a la ley 30.....	34
Emergencia Seguridad Social.....	35
Proceso de Paz.....	36
Perdida del Territorio Marítimo.....	37
Paro Agrario.....	38

### MARCO TEÓRICO

Sociedad y el humor gráfico político.....	39
Humor.....	41
Referentes de Humor	
MATADOR.....	43
VLADDO.....	44
LEO.....	45
GARZÓN.....	46
JORGE RESTREPO H.....	47
Humor Gráfico.....	48
La Caricatura.....	50
Medios de Comunicación	
Ámbito Impreso.....	52
Ámbito Televisivo.....	54
Ámbito Radial.....	56
Ámbito Digital.....	58

### METODOLOGÍA

Pensamiento de Diseño.....	63
ENTENDER.....	64
OBSERVAR.....	72
DEFINIR.....	78
CREAR.....	84

### PROTOTIPAR

(Proceso Gráfico).....	90
Referentes Gráficos	
Nobrand.....	92
COPA.....	92
Glennz Tees.....	93
Kukuxumusu.....	93
Atikux.....	94
Gonza Rodriguez.....	95
Sistema Gráfico Comunicacional.....	96
Creación de Marca.....	98
Proceso Gráfico.....	108

### TESTEAR

Camisetas.....	122
Accesorios.....	126
Medios Digitales.....	128

### CONCLUSIONES

### BIBLIOGRAFÍA



# INTRODUCCIÓN

Colombia es un país con poca memoria política y social, una memoria volátil que olvida fácilmente los problemas sociales de su entorno, problemas que son creados en gran parte por la mala administración política y social de nuestro país. Reconocer este tipo de problemas no es demasiado complicado ya que la mayoría de las escalas sociales padece este tipo de dificultades como la inseguridad, el desempleo, el mal servicio de las entidades públicas etc. Pero como dice una frase “Fácil es hacer llorar, lo realmente difícil es hacer reír” es sencillo mostrarle a alguien las cosas malas de la realidad social, lo realmente difícil es mostrar esa realidad y provocar en las personas un sentimiento de humor y reflexión. Hacer reír y a la vez hacer pensar a la gente de sus propias adversidades.

Sobre este planteamiento entra en juego el humor gráfico político y el proyecto LAGARTEANDO, un medio comunicativo alternativo que critica y se burla de los hechos sociales que perjudican a nuestra sociedad. Un medio que hace reír por medio de las dificultades sociales y que provoca al lector una reflexión en su entorno y en su que hacer.





# ***TEMA/PROBLEMA***

**LAG  
ARTE  
ANDO**



# PLANTEAMIENTO

## TEMA

Humor gráfico político.

## PROBLEMA

La falta de medios de comunicación alternativos para difundir el humor gráfico político y la poca reutilización visual que existe con los elementos de humor gráfico en la sociedad.

## DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El humor gráfico tiene elementos importantes que analizan la realidad de una situación concreta que se lleva a cabo en un país, estos elementos gráficos permiten al lector compartir de manera dinámica la información que otorga el autor de una caricatura o una tira cómica. En este intercambio de opiniones el receptor adquiere una atrevida forma de ver la realidad de una sociedad que rompe la convencionalidad de recibir un mensaje ya que diferentes situaciones sociales representadas con elementos gráficos de forma satírica e irónica producen humor en el lector, convirtiendo al humor gráfico en una arma informativa y periodística de grandes magnitudes en contra de los diferentes problemas sociales como la corrupción, el falso criterio, la doble moral y la injusticia social de un determinado país y en muchos ámbitos y contextos sociales como la política y la cultura. Sintetizando, el humor gráfico es el desahogo de un pueblo, de una sociedad que desconfía de la clase dirigente y que

observa en un elemento gráfico un espejo en el cual mira los factores políticos, económicos y culturales de una sociedad que vive en desinformación y confusión causada gracias a los medios de comunicación tradicionales como la radio y la televisión, medios de comunicación en su mayoría privados y de gran influencia nacional que dan a conocer hechos y noticias del país de forma ambigua y a conveniencia de terceros.

## FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo desarrollar una estrategia de comunicación alternativa que difunda el humor gráfico político para su uso itinerante en la sociedad?



*LEO nos ilustra un sistema de salud muerto, una reforma de adorno fúnebre y una ley que entierra los intentos del gobierno nacional por rescatar las precarias del sistema de salud y sus entidades promotoras.*



¿QUÉ TE HACE PENSAR, HIJO, QUE NO TIENES SALVACIÓN?

Es que TENGO CITA EN UNA EPS

*Un colombiano resignado por el pésimo sistema de salud. Realidad reflejada por VLADDO en esta ilustración.*

## JUSTIFICACIÓN

El humor gráfico político surge con la finalidad de hacer una crítica hacia una realidad existente en la sociedad que mediante diferentes manifestaciones gráficas muestra diversos puntos de vista que es imposible encontrarlos en otros medios de comunicación. En el caso de Colombia se conocen varios referentes visuales de humor gráfico tales como la caricatura, las tiras cómicas, los cortos animados o las parodias de voces que usan diferentes medios de comunicación tradicionales como las revistas, los periódicos, la radio o la Internet; medios de comunicación que por razones económicas y culturales son de acceso para un reducido grupo de personas. A pesar de lo anterior el humor gráfico es una buena herramienta para mostrar a la población una mirada más analítica y reflexiva con diferentes perspectivas y puntos de vista a la hora de informarse sobre la actualidad política de nuestra sociedad. Dado esto lo que busca LAGARTEANDO con sus productos y sus elementos visuales es crear una cultura nueva en donde el humor gráfico político sea algo más que entretenimiento y pase a tomar una postura integrativa de opinión, crítica y aporte reflexivo a la sociedad.

Es importante mencionar que debido a la constante y creciente problemática social y política del país es preciso buscar diferentes medios que ayuden de alguna manera a aportar con la creación de soluciones, todo esto entendiendo que vivimos en una época tecnológica que es globalizada y que se debe aprovechar para difundir las diferentes posturas que plantea el humor gráfico político y de esta manera dar a la gente diferentes posturas sociales y políticas y que la sociedad a la vez pueda crear conciencia y generación de posturas.

LAGARTEANDO buscara llegar a toda la población pero en especial a la población universitaria porque consideramos son parte fundamental en una sociedad reflexiva, con conocimientos claros de su realidad y que tienen un mejor y diferente posicionamiento crítico en la sociedad.

Este proyecto tomara como base y contexto la política actual y más exactamente la comprendida entre 2008 y 2014 porque consideramos que este periodo de tiempo cuenta con importantes y puntuales hechos políticos que de una u otra forma afectaron el común desarrollo la sociedad colombiana.



**OBJETIVOS  
DE INVESTIGACIÓN  
Y DE COMUNICACIÓN  
VISUAL**



# OBJETIVOS

## OBJETIVO GENERAL

Crear una estrategia de comunicación visual de humor gráfico político y social con el fin de presentar los hechos políticos y sociales más importantes de Colombia entre los años 2008-2014 para crear conciencia y crítica social en la ciudad de Pasto.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

### OBJETIVOS INVESTIGATIVOS

#### IDENTIFICAR

Identificar y revisar los hechos políticos y sociales de relevancia en Colombia entre los años 2008 y 2014.

#### ANALIZAR

Analizar el contexto de cada hecho político y social, clasificarlo según la temática elegida para el proyecto (corrupción, pobreza, desempleo, conflictos bélicos, escándalos políticos etc.)

#### COMPRENDER

Comprender el humor gráfico desde sus componentes semánticos, estéticos y retóricos del lenguaje.

## OBJETIVOS GRÁFICOS

### CREAR

Crear y establecer las plataformas en las cuales se desarrollarán los mensajes gráficos de humor político y crítica social que promoverán criterio y crítica.

### DISEÑAR

Diseñar personajes, mensajes e ilustraciones con humor político y crítica social que harán parte de las plataformas, los elementos visuales y medios de comunicación del proyecto.

### PRODUCIR

Producir, distribuir y compartir los productos y elementos visuales de LAGARTEANDO en los medios de comunicación digitales afines al público objetivo del proyecto.



*Los paros son una constante para el presidente Juan Manuel Santos. MATADOR nos enseña el círculo vicioso que tiene el gobierno nacional a la hora de resolver los problemas de la sociedad manifestados en paros. Un reloj con malos mecanismos, inciertos e imprecisiones.*



# ENFOQUE Y MÉTODO

## ENFOQUE CRÍTICO SOCIAL

Hemos hablado que la base conceptual del humor gráfico político es la crítica social, crítica que está obligada a denunciar los hechos políticos y sociales que afectan a una sociedad.

Nuestro proyecto pretende generar en la sociedad una opinión de análisis, criterio y reflexión con el humor gráfico político, un proyecto que resalte los problemas de nuestra sociedad y genere en el pensamiento en las personas lazos de opinión y crítica de una forma más dinámica que en otros medios de comunicación.

Lo que pretendemos es formar auto crítica y reflexión con el humor gráfico político y sobre todo crear criterio en nuestra sociedad en la cual los temas políticos que nos afectan parecen no tener relevancia en nuestra memoria colectiva.

*Para GARZÓN la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2014 tendrá un trágico desenlace sea cual sea el candidato ganador.*

## MÉTODO HERMENÉUTICO

Este proyecto es de tipo hermenéutico ya que pretende comprender e interpretar la realidad política de nuestro país en un periodo de cinco años, más exactamente desde el año 2008 hasta el 2013, buscando construir así nuevas formas de pensamiento crítico y reflexivo por parte de la sociedad colombiana y especialmente de las nuevas generaciones frente a los temas políticos más importantes ocurridos en este periodo de tiempo, convirtiéndose a su vez en una actividad de reflexión y entretenimiento, es decir, una actividad interpretativa, que permita a las personas una mejor comprensión y captación del sentido, importancia e impacto de estos fenómenos políticos en Colombia que permita comprender el presente y actualidad de nuestro país.

Será un "guayabo" de cuatro años...

*LEO al igual que GARZÓN prevé un malestar futuro para el pueblo colombiano por la llegada de Óscar Iván Zuluaga y Juan Manuel Santos a segunda vuelta en las elecciones presidenciales de 2014.*



EO  
2014



# ***DESARROLLO Y DOCUMENTACIÓN DEL TEMA***

**LAG  
ARTE  
ANDO**



# MARCO CONCEPTUAL

## **SOCIEDAD**

Sociedad describe a un grupo de individuos marcados por una cultura en común, un cierto folclore y criterios compartidos que condicionan sus costumbres y estilo de vida y que se relacionan entre sí en el marco de una comunidad.

## **POLÍTICA**

La política es la actividad humana concerniente a la toma de decisiones que conducirán el accionar de la sociedad toda.

## **CRÍTICA**

Se denomina crítica a aquella reacción, examen, juicio u opinión personal sobre una situación, servicio, propuesta, persona u objeto.

## **HUMOR**

Se conoce como Humor a todas aquellas experiencias, sensaciones, representaciones y formas de entender la realidad que tienen como relato el divertimento y la alegría.

## **CARICATURA**

La caricatura es un retrato que exagera y distorsiona los aspectos físicos de una persona con un objetivo humorístico, aunque y en una menor medida, también, el quehacer o actividad que una persona realiza puede ser el objeto de la caricatura.

## **MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar de manera masiva.

## **TELEVISIÓN**

La televisión es un medio de comunicación masiva, inventado en la década de 1930 por John Logie Baird, que tiene la capacidad de transmitir imágenes y sonido, y es un gran instrumento de la globalización.

## **RADIO**

Es un medio de comunicación que se basa en el lenguaje oral para entregar la información apoyándose de sonidos y música para realizarse.

## **PRENSA**

Es un medio de comunicación que se basa en el lenguaje escrito para entregar la información que se apoya de ilustraciones, imágenes, dibujos, gráficos, etc.

## **REDES SOCIALES**

Las redes sociales en Internet son comunidades virtuales donde sus usuarios interactúan con personas de todo el mundo con quienes encuentran gustos o intereses en común.



# MACRO Y MICRO CONTEXTO

## MACRO CONTEXTO

Escoger a Colombia como macro contexto para nuestro proyecto de humor gráfico político y crítica social nos da una variedad de elementos culturales, sociales, teóricos y referenciales de gran amplitud porque estaríamos abarcando los hechos sociales que suceden en nuestro país. Con esto queremos que el proyecto no solo genere un impacto social y crítico en nuestra región si no que pueda proyectarse en todo Colombia.



VLADDO muestra al presidente Juan Manuel Santos preocupado por el resultado de las encuestas para las elecciones presidenciales del 2014.

## MICRO CONTEXTO

El micro contexto de nuestro proyecto es San Juan de Pasto ya que desde esta ciudad queremos que nuestro proyecto inicie su labor y su función de crítica, además queremos que a través de este proyecto nuestra ciudad tenga una herramienta de crítica social hacia los hechos políticos más relevantes de los últimos años en nuestro país con una manera reflexiva y crítica.



La frase del presidente Juan Manuel Santos "El tal paro nacional agrario no existe" es usada para disminuir la magnitud del paro agrario en 2013 es usada por MATADOR para criticar el confuso actuar del gobierno frente al fallo de La Haya y las consecuencias sociales y económicas que implica la pérdida de territorio marítimo para los habitantes de las islas colombianas.



# MARCO CONTEXTUAL

En Colombia, como sabemos es un país que ha sido participe de la injusticia social, política y económica como todos los países de Sudamérica. Colombia ha estado golpeada por varios factores sociales desde hace muchos años, el narcotráfico, el terrorismo y la politiquería como ejemplos básicos para la producción de desigualdad social en Colombia, desigualdad que es producida por las malas y excluyentes decisiones de nuestros dirigentes políticos, personas que tienen una alta influencia social, económica y que son participes y encargados de gestionar el presupuesto del estado, esta administración encaminada al individualismo y cinismo que deteriora la sociedad colombiana. Este deterioro en la sociedad produce desconformismo y oposición, de aquí nace la desconfianza y la crítica hacia el gobierno y nuestros dirigentes y por ende existe el humor gráfico político.

“El humor hace abrir los ojos y a menudo, es el recurso más eficaz para que la gente tome conciencia de imperdonables errores o negligencias que llevan a la multiplicación de las desgracias” (Aiello & Varotto, 2008, p.16). El humor y más específicamente el humor político siempre ha tenido el objetivo de criticar y contar a manera de denuncia al sistema político, las instituciones y autoridades de un determinado país. En el caso de Colombia se ha tenido grandes exponentes en cuanto a humor político, quienes a través de los diferentes medios de comunicación masiva divulgan y nos cuentan los diferentes acontecimientos de la política nacional.

Con elementos retóricos como la sátira, la burla y el sarcasmo tratan de tener cercanía con el ciudadano buscando generar en él mayor interés acerca de estas temáticas, además de fomentar un pensamiento con criterio y una mentalidad más analítica y reflexiva sobre los diferentes accionares de la clase política de nuestro país.

Para este marco contextual se identificó los principales hechos políticos y sociales ocurridos en Colombia entre los años 2008 y 2014 acompañado de ejemplos y soluciones gráficas de diferentes referentes de humor gráfico político para analizar el contexto de los hechos políticos y obtener conceptos temáticos como su origen, su desarrollo y sus consecuencias en la actualidad para la sociedad.

*Fragmento gráfico de una caricatura de MATADOR criticando el contenido los programas de televisión colombianos y como influyen de forma negativa en la sociedad.*





## Parapolítica

Escándalo político que nació en el año 2006 por la revelación de los vínculos de políticos colombianos con paramilitares. Estos vínculos generaban beneficios de indulgencia por parte de alcaldes, gobernadores y congresistas hacia estos grupos armados y ganancias económicas del narcotráfico por parte de las autodefensas. Desde el 2008 el gobierno decide extraditar a varios jefes paramilitares hacia Estados Unidos, esto generó polémica porque la extradición haría más difícil la investigación de políticos con nexos con la parapolítica y el narcotráfico.

En la actualidad y después de las elecciones de las cámaras del congreso del 2014 hay varios políticos electos investigados por conexiones con el paramilitarismo y el narcotráfico.



Ilustración realizada por MATADOR para las elecciones de senado y cámara del 9 de marzo de 2014. Los barrotes ocultan el rostro de un político preso, este signo pluraliza el problema de corrupción que hay en los todos los partidos políticos en Colombia. El preso pide su continuidad política a través de un nuevo candidato en para el congreso para asegurar un mandato lejano en la política colombiana.



Ilustración tipográfica de VLADDO la cual usa una famosa frase atribuida a un sistema de educación autoritario y la modifica haciendo una crítica al abuso de poder que realiza el ESMAD (Escuadrón Móvil Antidisturbios) cuando hay protestas universitarias.

Nuevo Glosario Económica



Banca Privada

Bacteria

En este caso BACTERIA realiza una comparación del termino "Banca Privada" (Institución financiera privada) con un banco de estudio dando a entender el nuevo rumbo privado de la universidad pública con la reforma a la ley 30.

## Reforma a la ley 30

Aunque esta esta reforma se venía planteando desde el gobierno de Álvaro Uribe no fue sino hasta el año 2011 que el Gobierno de Colombia propuso una modificación a la ley de Educación Superior "Ley 30 de 1992" lo cual causó inmediatamente un total desacuerdo y malestar ya que según la comunidad universitaria, la reforma estaba llena de inquietudes, falencias y cabos sueltos que en nada beneficiarían a la educación pública del país. Todo esto produjo multitudinarias manifestaciones y marchas por parte de los estudiantes de las principales universidades de Colombia.



## Emergencia Seguridad Social

Se genera emergencia de seguridad social y de salud por la pésima gestión económica por parte de las EPS (Empresas Promotoras de Salud). Se intensifica en el 2009 cuando los usuarios tienen que interponer demandas hacia estas entidades privadas para poder recibir atención médica. La precaria situación económica y estructural de la salud colombiana concluye que el sistema privado de EPS sin la regulación debida del gobierno ha fracasado dejando a muchos colombianos sin acceso a una salud de mínima calidad.



LEO refleja en esta caricatura las insuficientes soluciones que gestiona el gobierno en el sistema de salud de Colombia. La ilustración muestra la comparación de una caja de Acetaminofén (medicamento que entrega las EPS a la hora de tratar una enfermedad) con la reforma a la salud que plantea el gobierno. Tanto el Acetaminofén como la reforma a la salud son deficientes para solucionar la crisis y la emergencia de seguridad social en Colombia.



Caricatura de nuestra autoría en la cual mostramos al ex presidente Álvaro Uribe Vélez montado sobre una paloma blanca (símbolo universal de la paz) con síntomas de cansancio y sin poder despegar del suelo. Con esta ilustración queremos criticar la actitud de algunos políticos sobre el proceso de paz que se desarrolla en Cuba, proceso que ha sido criticado por algunos sectores sociales pero de finalizarse podría poner fin a más de 60 años de conflicto armado en Colombia.

## Proceso de Paz

Los voceros de paz entre el gobierno de Colombia y las FARC han decidido reunirse en la Habana, Cuba para discutir varios puntos importantes para poner fin al conflicto armado de nuestro país que lleva ya medio siglo.

Este proceso de paz ha sido muy controversial, ya que ha dividido opiniones tanto de sectores del gobierno, como de la población civil, esto se debe a que mientras algunos creen que esta es la gran oportunidad de tener nuevas y mejores oportunidades a través la paz, otros piensan estos diálogos solo son un nuevo engaño por parte de la guerrilla al gobierno de Colombia, ya que lo que buscan las FARC es solo ser absuelto por sus delitos.



## Perdida del Territorio Marítimo

Tras el fallo de la Corte Internacional de Justicia de La Haya nuestro país no solo perdió parte de sus aguas, ya que la mayor pérdida radica en la diversidad de especies de flora y fauna, además de las grandes reservas de hidrocarburos y la riqueza pesquera encontrada en esta zona cuyos principales afectados son los pescadores colombianos quienes tendrían que atravesar territorio marítimo Nicaragüense para poder realizar su trabajo en algunos cayos Colombianos.



*MATADOR refleja la situación social y económica que viven los pescadores de San Andrés por las nuevas delimitaciones geográficas impuestas por el fallo de La Haya. El juego de palabras M\_E\_\_A es clave para resolver la justa reclamación del pescador por su situación económica que es reflejada gráficamente por la mala condición de su ropa y lo vacía que se encuentra su red de pesca.*

## — MIOPIA PRESIDENCIAL —



## Paro Agrario

El Paro Nacional Agrario ocurrido en 2013 fue representado principalmente por el sector Campesino, aunque tuvo también una numerosa participación de algunos gremios como el de transportadores, mineros, estudiantiles y el sector salud.

Este paro buscaba hacer sentir la realidad por que pasa actualmente el sector agrícola colombiano, en el cual predomina un alto costo de los insumos, los bajos precios de compra de sus productos, los tratados de libre comercio y los bajos recursos que se designan hacia este sector. Todo esto hace que el trabajo del campo, sea una actividad cada vez menos rentable.

*La famosa frase del presidente Santos "El tal paro nacional agrario no existe" que generó indignación en todos los Colombianos por las gravidades económicas y sociales del paro agrario sirvió a VLADDO para realizar una comparación entre la opinión del presidente y la opinión de un campesino.*

*La tipografía negrita en la pregunta del campesino refuerza su importancia frente a la pregunta del presidente y las estrellas que circulan en la cabeza del político son un signo común en el universo del cómic para representar locura y desacierto.*



# MARCO TEÓRICO

## SOCIEDAD Y EL HUMOR GRÁFICO POLÍTICO

“El escritor griego Aristófanes, que se burlaba de los políticos más relevantes y de las figuras intelectuales de la Atenas del siglo V a.C.” (Aiello & Varotto, 2008, p.8) El humor y la crítica política han estado presentes en la humanidad desde la antigüedad, tal vez incluso desde los primeros asentamientos y sociedades humanas, ya que desde siempre el ser humano ha sentido la necesidad de manifestar su inconformismo ante un determinado sistema llámese político, religioso, económico etc. Es por eso que a través de la historia se han creado formas de comunicar sus burlas y sátiras, ayudándose siempre de los diferentes movimientos y manifestaciones artísticas tales como la literatura, la pintura, la música, el teatro etc.

Podemos describir socialmente al humor gráfico político existente en Colombia como contradicción y oposición hacia el gobierno y la clase dirigente actual. Esto sucede porque el humor gráfico político tiene que estar conectado, obligatoriamente con los problemas y la realidad social del pueblo a quien va dirigida, una sociedad que está inconforme con la desigualdad colectiva y la práctica política de un país.

Del anterior párrafo podemos concluir que la existencia de injusticia política y social es clave para desarro-



*Fue pequeño el regalo de fin de año para los colombianos por el presidente Juan Manuel Santos, así lo expreso LEO en esta caricatura del mandatario.*

llar humor gráfico político. Si en un país no existiera elementos negativos en la sociedad como la corrupción política o la desigualdad de clase no existiría un principio que critique la actuación de nuestros políticos y en ese caso no habría humor gráfico político, no habría nada que decir o proponer y la esencia del humor gráfico es poner en tela de juicio los hechos sociales que afectan a una comunidad. Si no existieran las enfermedades y la vida fuera eterna seguramente no habría médicos; eso pasa con el humor gráfico político, la inexistencia de problemas sociales es una idea utópica porque cada individuo es único e imperfecto y su existencia depende de varios elementos sociales, ideológicos y económicos que son imposibles que sean igualitarios y satisfagan de manera perfecta a cada componente de una sociedad.

El humor gráfico político tiene el contexto crítico social como diferencia a las demás ramas del humor. La crítica política siempre estará conectada con la sátira que es creadora de la indignación personal y social que propone reflexión y análisis en quien tienen la oportunidad de ver alguna tira cómica o caricatura de humor gráfico político. Como afirmábamos, se necesitan elementos negativos que influyan en el comportamiento y estilo de vida de una sociedad y la sátira enlazada con la ironía (absurda pero fina y disimulada) y el sarcasmo (malicioso, violento y ofensivo) crean burla y risa pero también reflexiones morales y cuestión de criterio en las personas.

*LEO anticipa la nula competencia y el inevitable choque que tendrá el agro colombiano contra los tratados de libre comercio firmados con diferentes países y organizaciones mundiales.*





## HUMOR

“El término latino “humor” significaba líquido, humedad. De ahí adquirió un sentido más especializado como voz de la terminología médica y pasó a designar los fluidos del cuerpo, los cuales se pensaba que determinaban el carácter de una persona” (Aiello & Varotto, 2008, p.8). La palabra “humor” nos remite al concepto de los humores que tenían los griegos en la antigüedad, los cuales eran básicamente cuatro: la bilis, la flema, la sangre y la bilis negra. Luego, el término “humores” se extendió a todo lo que fuera alguna secreción del cuerpo, desde las lagañas, pasando por el moco, el sudor etc.

En su origen, el humor no tenía nada de gracioso por el simple hecho de asociarlo a cosas que despedimos del cuerpo, pero fue más tarde donde el humor hacía referencia a la predisposición que se tiene el ser humano para llevar a cabo un determinado tipo de ánimo que se tiene durante ciertos momentos ya que se habla de un buen humor cuando alguien es propenso a estar alegre, mientras que se menciona el mal humor cuando la actitud es negativa o el sujeto se irrita con facilidad. La definición teórica puntualiza al humor “Como un tipo de expresión o postura que exalta el lado cómico o risueño de diversas situaciones además de referirse a la vivacidad, espíritu alegre, entusiasmo o genio de las personas”.



En los diferentes tipos de humor existen algunas técnicas específicas de expresión verbal donde se utilizan figuras retóricas tales como la ironía, el sarcasmo, la sátira, la parodia etc. Y otras expresiones no verbales, referentes a una retórica paralela que juega con los gestos, posturas, caídas, resbalones, etc. El contexto y las diferencias culturales inciden en la concepción del humor puesto que, lo que causa gracia en una región o país puede no resultar gracioso en otro lugar. Por otra parte, las distintas edades también están vinculadas a la forma de entender y expresar el humor.

“En una sociedad de inteligencias puras es probable que ya no se llorase, pero tal vez se seguiría riendo” (Bergson, 2011, p.11). El humor y la risa son expresión claramente humana, es una de las cosas que nos distingue de los demás seres de la naturaleza, en ella podemos mostrar nuestros sentimientos, gustos, alegrías y experiencias que nos hacen sentir y ser felices. La risa incluso tiene el poder de hacer olvidar aunque sea por un momento lo que nos molesta, lo que nos pone tristes y lo que detestamos, tiene además el poder de cambiar y unir sociedades, puesto que aunque cada individuo tiene grandes diferencias entre sí, la risa siempre será una expresión global que nos identifica y una arma con la cual podemos combatir dificultades y problemáticas.

*Para LEO, Twitter es el mejor acompañante argumental del ex presidente Álvaro Uribe Vélez.*



# REFERENTES DE HUMOR GRÁFICO EN COLOMBIA

## JULIO CESAR GONZÁLEZ (MATADOR)

Caricaturista nacido en Pereira cuyo trabajo y obra nos muestra los temas más relevantes del país y del mundo, sus caricaturas se caracterizan por la crítica que hace a los personajes públicos de Colombia especialmente los que tienen que ver con la política tales como el ex presidente Álvaro Uribe, el presidente Juan Manuel Santos, el ex ministro Felipe Arias, el ex alcalde Samuel Moreno etc. Y hechos como el escándalo de corrupción de Agro ingreso seguro, los diálogos de paz en la Habana, el para agrario y las protestas estudiantiles etc.



MATADOR es uno de los caricaturista que mas destaca la rivalidad política entre Juan Manuel Santos y Álvaro Uribe Velez. Esta ilustración nos muestra el primer acuerdo pactado entre las FARC y el gobierno en las negociaciones de la paz en Cuba. La paz simbolizada en una paloma da un golpe a la crítica representada en el ex presidente que ve en las negociaciones una forma de indulto a los crímenes de la guerrilla colombiana.

## VLADIMIR FLÓREZ (VLADDO)

Caricaturista y crítico político y social, uno de los dibujantes de humor político más influyentes de Colombia. Su trabajo gráfico lo podemos apreciar desde 1986 colaborando en los medios impresos más importantes de Colombia. Su sección gráfica Vladdomanía en la revista SEMANA es una de la más mordaz y crítica al gobierno actual y a la clase política tradicional. Se caracteriza por la gran versatilidad de su trabajo gráfico realizando caricaturas, ilustraciones tipográficas, foto montajes etc.



El Palacito, Paracio, Palacio y ahora Santuario Presidencial es la caricatura política mas famosa de VLADDO, fue creada en 1998 con el gobierno de Andrés Pastrana y es la representación gráfica de La Casa de Nariño con algunos elementos y símbolos que critican las irregularidades y los fallos del gobierno de turno como cortinas de humo por manipulación de medios, violación de derechos humanos representada en gotas de sangre y calaveras que simbolizan los falsos positivos en la primera ilustración como el lápiz partido que representa el escandaloso ultimo puesto de Colombia en las pruebas PISA mostrando el deficiente sistema educativo en Colombia en la segunda imagen.



Alcalde (e) de Bogotá



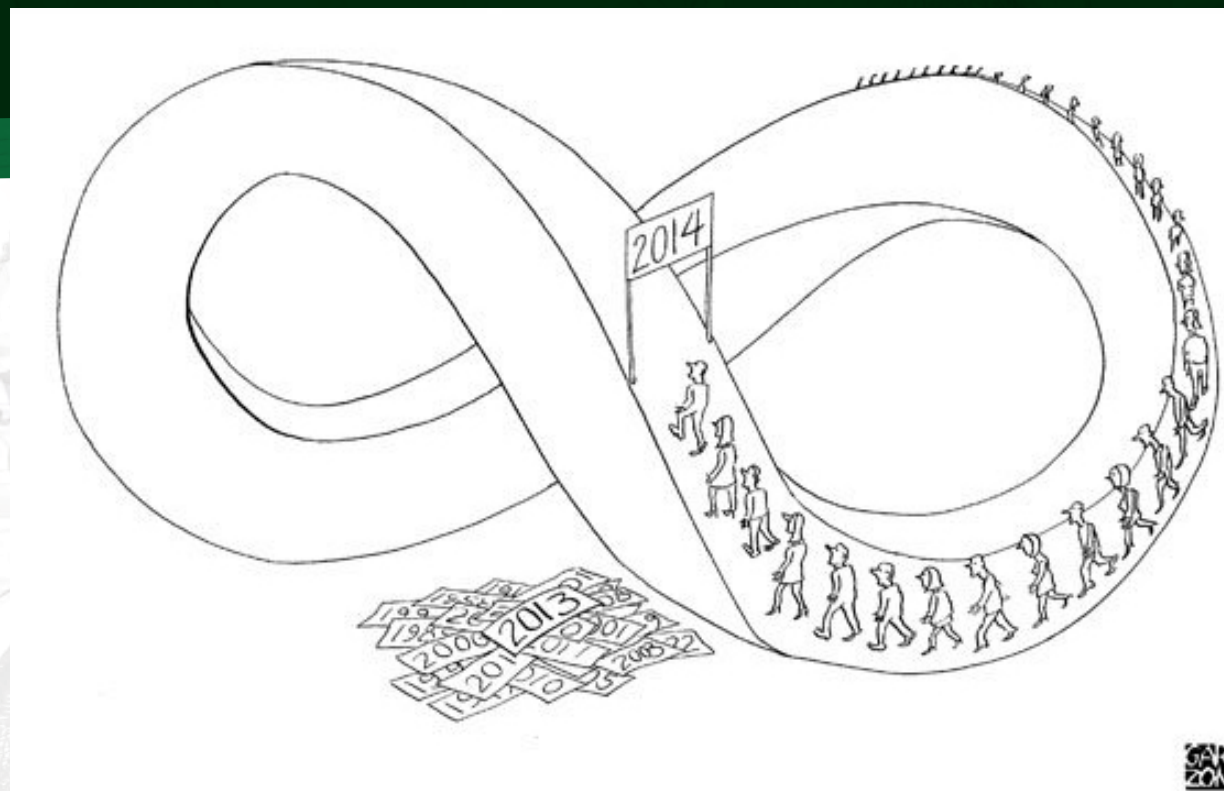
Uno de los personajes políticos más criticados por LEO es el presidente Juan Manuel Santos y al igual que VLADDO en El Santuario Presidencial LEO ha evolucionado el personaje del presidente con varios símbolos y elementos a través de su mandato. El primero fue quitarle los pantalones al presidente criticando una falsa modestia del mandatario cuando durmió en una de las casas gratuitas que otorga el gobierno. El segundo elemento fue ponerle cintas en los párpados para que abriera los ojos, esto se debió a la famosa frase del presidente "Ese tal paro no existe" que causó mucha controversia nacional por los desórdenes y problemas sociales ocurridos por el paro agrario del 2013 y el tercer símbolo es la paloma de la paz con un grillete en el cuello y esposada al presidente, con esta imagen LEO critica el uso de las negociaciones de paz con la guerrilla para hacer campaña política en la reelección de Santos.

## LEONARDO PARRA (LEO)

Leo representa a una nueva generación de caricaturistas políticos en Colombia. Diseñador gráfico e ilustrador, actualmente trabaja para publicaciones como SEMANA y EL PAÍS mostrando la realidad social y política de Colombia de una manera crítica e irónica. Es de los pocos caricaturistas colombianos de renombre que usa color en sus obras.

## ALFREDO GARZÓN (GARZÓN)

Garzón, hermano del inoludado periodista y crítico político Jaime Garzón es uno de los dibujantes políticos más influyentes e importantes de Colombia tanto en su técnica de ilustración como en la base conceptual de sus dibujos. Ha trabajado por más de 30 años en el periódico El Espectador.



GARZÓN es un ilustrador que usa la idea conceptual en temas comunes de las personas como la religión, las nuevas comunicaciones y el actual estilo de vida de las personas. Su fuerte es la crítica social y de este marco referencial es el ilustrador que más se aleja del ámbito político para realizar una síntesis de la forma de vida occidental tal como vemos en esta ilustración usando el signo matemático del número infinito por el cual camina un grupo de personas criticando la monotonía de la vida al paso de los años.



## JORGE RESTREPO H.

Artista e ilustrador Colombiano, su trabajo se caracteriza en el realismo y el nivel de detalle de sus caricaturas. Su trabajo está plasmado en las publicaciones impresas más importantes de Colombia como el periódico EL TIEMPO y las revistas SOHO y SEMANA dibujando tanto a dirigentes políticos como personas públicas, artistas y deportistas.



Fragmento de una ilustración de JORGE RESTREPO H. para un artículo político de la revista SEMANA en el podemos ver claramente como Álvaro Uribe Velez y Juan Manuel Santos realizan un pulso romántico sobre el partido Conservador representado en una mujer con cabeza de urna de votación significando los votos que maneja el partido político. El color azul y el símbolo del partido es clave para determinar de que partido político se esta refiriendo y los anillos de compromiso las intenciones de los dos dirigentes para ganar alianzas entre partidos políticos en las elecciones presidenciales del 2014. El autor nos da a entender que el partido Conservador tiene pocas opciones de ganar la presidencia de Colombia y por tal razón puede ser un fuerte aliado en la contienda electoral.







# LA CARICATURA

“La palabra caricatura proviene del italiano caricare, cargar. Por ello, a este tipo de dibujos se los llamó pequeños retratos cargados” (González, 2009, p.1). Es la exageración y distorsión tanto física como de acción y operación de las personas de forma humorística sin perder el reconocimiento social del personaje. La caricatura política nace en Francia a principios del siglo XIX para criticar los acontecimientos políticos y sociales de ese siglo en la cual se abolía la monarquía e iniciaba la república en Francia. En Colombia la caricatura política tiene unos pequeños inicios a mediados del siglo XIX gracias a la técnica del grabado, Santander fue uno de los primeros personajes en ser caricaturizado de manera constante y el enfrentamiento entre liberales y conservadores, la constitución de 1886, la expropiación de los jesuitas fueron hechos políticos que dieron inicio a la crítica gráfica en Colombia.

La caricatura tiene la particularidad de mostrar a los actores y personas de los principales sucesos políticos de forma crítica y analítica pero sobre todo de manera original y jocosa, buscando siempre llamar la atención de la sociedad colombiana y si analizamos más a fondo la caricatura en su contexto político no solo aplica en exagerar los rasgos físicos de las personas y los políticos, es también criticar los aspectos y comportamientos sociales y políticos de nuestros gobernantes que afectan nuestra sociedad.



Ilustración tipo retrato realizada por RESTREPO para la revista SEMANA. Esta caricatura es un complemento gráfico a un artículo político que habla de la probable victoria de Francisco Santos para la candidatura presidencial del partido Centro Democrático. En ella nos muestra al pre candidato presidencial montado sobre un pájaro azul el cual simboliza la red social Twitter con señas de cansancio. Esto da referencia al uso desmesurado de la red social por parte de Francisco Santos a la hora de criticar al gobierno de Juan Manuel Santos.



# MEDIOS DE COMUNICACIÓN

## ÁMBITO IMPRESO

*"En Colombia es más peligroso graficar que traficar"*  
Vladdo

El humor gráfico político y los medios impresos siempre han estado ligados y hace unos años cuando no existían los medios de comunicación online actuales como la Internet, los celulares inteligentes o la televisión digital interactiva, los medios de comunicación impresos y la radio eran los enlaces comunicativos más accesibles entre el pueblo y la información política de Colombia. Si hablamos de humor político, los periódicos y las revistas eran los canales ideales para que caricaturistas y dibujantes realizaran sus opiniones y críticas al gobierno de forma gráfica.

Los medios impresos en Colombia tanto a nivel nacional como regional tienen espacio para que dibujantes y caricaturistas plasmen sus opiniones acerca de los sucesos políticos y sociales más importantes del país o de una región. Hablando del ámbito nacional la revista "Semana" cuenta con famosas secciones de humor gráfico político como "Monologo" de Antonio Caballero, "Vladdomania" de Vladdo y actualmente "Caricatura" de Leonardo Parra, estos tres humoristas gráficos siempre están en oposición al gobierno actual pero sobre todo a la clase política tradicional.

El periódico "El Espectador" tiene una larga lista de colaboradores gráficos de los cuales se destacan por su larga trayectoria en el medio Osuna, Betto, Consuelo Lago con su famoso personaje "Nieves", Chócolo, Jarape, Mico y Garzón.

El periódico "El Tiempo" medio impreso menos crítico hacia el gobierno nacional también apuesta con dibujantes influyentes en el medio gráfico político como Beto Barreto, Julio Cesar González "Matador" y José María López "Pepón".



Gustavo Petro ilustrado por JORGE RESTREPO H. en la revista SEMANA. El medio impreso es la forma de comunicación mas habitual del humor gráfico político. La caricatura se complementa perfectamente con el artículo que habla de los obstáculos que tendrá el alcalde mayor de Bogotá al momento de implantar su plan de gobierno "Bogotá Humana"



Nestor Elí, el portero del edificio "Colombia". Personaje de Jaime Garzón para el programa ¡Quac! El noticiero entre 1995 y 1997.



EDIFICIO COLOMBIA

Nestor Elí, el portero del edificio "Colombia". Caricatura realizada por LEO conmemorando 12 años del asesinato de Jaime Garzón en 1999.

## ÁMBITO TELEVISIVO

*"Para uno hacer crítica lejos de los intereses del poder, tiene que tener un desprecio por el poder" Jaime Garzón*

En el ámbito televisivo, el humor gráfico político ha perdido protagonismo mediático en los últimos años, todo esto se debe al poder político y económico que influyen en los canales de televisión en Colombia, la baja aportación de dinero y rating (cuota de pantalla) que dejan los programas humorísticos políticos a los canales privados y los hechos violentos que sufrieron diferentes humoristas y críticos políticos en la década de los 90 en Colombia.

Debemos dirigirnos al pasado, a principios de los noventa para mirar referentes de humor político. El personaje humorístico más icónico de finales de siglo XX es sin duda Jaime Garzón, con programas de televisión que criticaba duramente al gobierno de turno. Zoociedad TV fue el primer programa humorístico de Garzón transmitido entre 1990 y 1993 con guiones de famosos críticos políticos y sociales como Eduardo Arias y Karl Troller. Zoociedad TV criticaba y satirizaba al gobierno de Cesar Gaviria y a los políticos de la época como Ernesto Samper, Noemí Sanín, Gustavo de Greiff etc.

Quac El Noticiero, presentado por Jaime Garzón y Diego León Hoyos, crítico al gobierno nacional entre 1995 y 1997 dando énfasis al proceso 8000 que involucro al presidente Ernesto Samper con dineros del narcotráfico y al gobierno de Andrés Pastrana. De este programa nacerían grandes personajes crítico humorísticos creados por Garzón como Godofredo Cínico Caspa, Dioselina Tibaná y Heriberto de la Calle, Considerado el personaje más profundo y crítico e inocente de Jaime Garzón. En 1999 fue asesinado y con él la crítica humorística televisiva murió violentamente para difícilmente volver a la vista de los colombianos.

El ejemplo más actual de humor político fue el programa NP& y los reencauchados que nació en 1995 basado en el programa francés "les guignols de l'info" el cual usaba títeres para representar a las personalidades políticas y sociales de Francia y Europa para crear burla y sátira. El formato colombiano de "les guignols de l'info" llamado NP& reapareció en 2009 y duro 4 años al aire criticando las relaciones diplomáticas con los presidentes de Venezuela y Ecuador y mostrando la enemistad del ex presidente Álvaro Uribe con el actual presidente Juan Manuel Santos. Su salida del aire genero muchas opiniones y críticas ya que era el único programa televisivo con un contexto crítico humorístico en Colombia.



Juanma, Furibe y Brochávez fueron los personajes principales del programa humorístico NP& y Los Reencauchados del canal Caracol, NP& mostró desde la alianza de los dos políticos colombianos en las elecciones presidenciales del 2010 hasta la gran enemistad que surgió entre ellos con la figura de Hugo Chávez como manzana de discordia al finalizar la ultima temporada del programa en 2012.



## ÁMBITO RADIAL

*“20 años riendo de la realidad y la ficción”*

*La Luciérnaga*

La radio es el medio de comunicación más usado por los colombianos, el más económico para el pueblo y el más difícil de hacer humor ya que por obvias razones la comunicación de la radio se basa en los sonidos, las palabras y la música, es un medio de comunicación que no se puede ver ni palpar.

“Para entender la risa, hay que volver a ponerla en su entorno natural, que es la sociedad; y sobre todo hay que determinar su función útil, que es una función social” (Bergson, 2011, p.12). El humor político debe tener un contexto social y en Colombia hay un claro exponente de humor político y de crítica social “La Luciérnaga”, este programa radial que emite Caracol Radio y que nació en 1992 por el adelantamiento de la hora oficial colombiana en 60 minutos para aprovechar la luz del día por los constantes apagones y racionamiento energético.

El programa dirigido por Hernán Peláez Restrepo y un equipo de periodistas, humoristas e imitadores como usan la crítica, la sátira y la reflexión para dar a conocer los hechos políticos y sociales que transcurren a diario en el país, este programa lleva más de 20 años haciendo reír pero sobre todo armando un criterio político para el pueblo colombiano.



Afiche promocional del libro “La Luciérnaga 20 años de humor y realidad” de Hernán Peláez director del programa radial y Héctor Rincón. Libro que conmemora 20 años de uno de los programas radiales más escuchados de Colombia que incluye dos décadas de humor y crítica a los estatutos sociales y políticos de Colombia.



## ÁMBITO DIGITAL

*"Colombia, país mal echo cuya única tradición son los errores"*  
*El Siguiete programa*

La Internet, la red global de información es el medio de comunicación más útil y de más uso en la actualidad ya que en sí, es el canal más rápido para entregar un mensaje. En la actualidad 17 millones de colombianos realizan uso de la Internet lo que hace a este medio de comunicación el de más impacto para difundir una serie de ideas y que estas puedan llegar al público de manera extremadamente rápida.

Hablando del humor político en Colombia, este medio ha sido usado para crear el nuevo trabajo gráfico de humor en el país, las nuevas tecnologías ayudan para que un contenido gráfico se distribuya de una manera rápida a miles de personas. Haciendo que el contenido en medios digitales sea más accesible que en medios de comunicación tradicionales.

La plataforma web también sirve para recopilar el trabajo hecho en la prensa, la radio y la televisión en los diferentes canales de comunicación que existen en la Internet como las redes sociales, los servidores de video y las páginas de opinión generando un impacto más beneficioso para el cual fue originalmente creado.

Un ejemplo del cual podemos conectar la Internet con el humor político en Colombia son los videos del programa de dibujos animados "El Siguiete Programa" el cual fue un proyecto audiovisual realizado por Cenpro TV entre los años 1997 y 2000.

Este programa fue la primera serie de dibujos animados creada y producida en Colombia y en él se criticaba y satirizaba el actuar social los colombianos y como los políticos contribuían a la mediocridad del país con la corrupción y el falso criterio. La serie animada duro 4 temporadas con una gran acogida del público joven del país pero con grandes críticas por parte del público conservador del país por la manera grosera y grotesca de presentar la realidad social del país.

En el año 2008 y después de 10 años de su emisión en televisión "El Siguiete Programa" reapareció ilegalmente en la Internet y sus temporadas fueron subidas al sitio web Youtube obteniendo un éxito rotundo de visitas en la Web además de generar nostalgia en la generación de finales de los 90 y obtener acogida en la presente generación ya que la misma realidad social y política de los años 90 se sigue viviendo en nuestra actualidad. Los creadores de "El Siguiete Programa" no tuvieron problemas en dejar su trabajo en Youtube y ahora es posible ver las temporadas del programa de forma gratuita en la Internet.

*Personajes principales de "El Siguiete Programa" creados por Gaira y Conexión Creativa. Esta serie animada fue la primera en producirse completamente en Colombia*





# ***METODOLOGÍA***

**LAG  
ARTE  
ANDO**



# Metodología

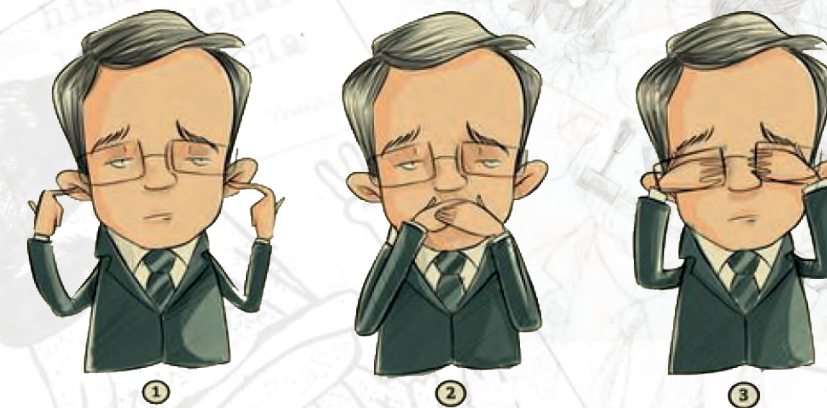
Este proyecto tiene como objetivo desarrollar una estrategia alternativa de comunicación que difunda el humor gráfico político en nuestra sociedad de manera itinerante, puesto que actualmente en nuestro país el humor y la crítica política esta relegada a los medios convencionales de comunicación especialmente a los medios impresos (Revistas, periódicos). Todo esto y con la llegada de las nuevas tecnologías han causado un efecto inverso en el humor gráfico político ya que las nuevas generaciones de ciudadanos han perdido el interés por el tipo de información con contenido crítico y trasfondo social.

A partir de esto se inicia con una investigación en la cual se integra los puntos de vista tanto de los referentes cercanos a la cultura del humor gráfico político como caricaturistas, ilustradores, periodistas, reporteros etc. como también los puntos de vista de quienes indirectamente están relacionados con esta temática tales como los vendedores de revistas, suscriptores, lectores de calle, políticos, gente del común etc. Lo cual nos condujo a una serie de falencias y necesidades de comunicación y difusión que mediante este proyecto se piensa contextualizar con la finalidad generar y fomentar mayor interés, cultura y criterio en la juventud acerca de la actualidad política y social de Colombia.

## Pensamiento de Diseño

ENTENDER OBSERVAR DEFINIR CREAR PROTOTIPAR TESTEAR

Esta metodología centra el procedimiento y solución de un determinado problema mediante la intuición, creación, e ideación de conocimientos y conceptos creativos los cuales nos permiten profundizar y esclarecer la temática del proyecto para posteriormente crear un modelo innovador de comunicación que se socializa, contextualiza e interactúa con el usuario o público objetivo.



*Esta caricatura de LEO pone en evidencia los escándalos en los que se han visto involucrados los ex funcionarios del ex presidente Álvaro Uribe Velez, el cual en casos como este prefiere no oír, no hablar y no ver. En "Pensamiento de diseño" se escucha, se oye y se ve los comportamientos del usuario objetivo.*



# ENTENDER

## Pensamiento de Diseño

### ENTENDER DESAFÍO



**CREAR UNA NUEVA  
ESTRATEGIA  
DE COMUNICACIÓN  
ALTERNATIVA DE  
HUMOR GRÁFICO  
POLÍTICO**

En la primera fase de “Pensamiento de Diseño” escogemos un desafío que sirva de guía para resolver el problema de nuestro proyecto de humor gráfico político.



# ENTENDER

## PREPARAR INVESTIGACIÓN

### Marco Teóricos



Mapa Mental inicial

### Marco Referencial

En la fase ENTENDER nos documentamos teóricamente, conceptual y contextualmente acerca del humor gráfico político, entender sus conceptos gráficos e históricos y estudiar una serie de referentes gráficos es clave para interpretar y tener un manejo de tema claro acerca del humor político y su influencia en la sociedad.

# ENTENDER

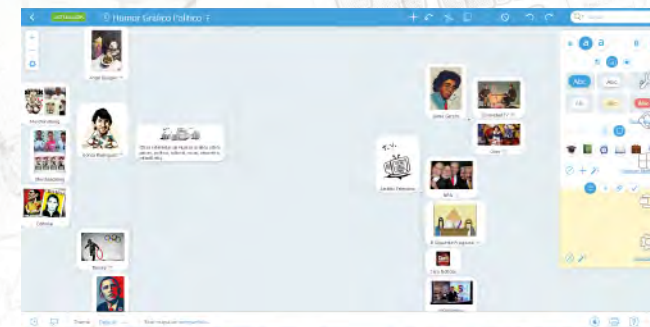
## PREPARAR INVESTIGACIÓN

### MAPA MENTAL MINDMEISTER

Mapa Mental es un diagrama usado para representar ideas y conceptos ligados alrededor de una palabra clave o idea central.

Toda la información teórica y de investigación del proyecto LAGARTEANDO se recopiló en un mapa mental para desarrollar un plan de estudio ordenado y poder ligar nuevos conceptos teóricos e investigativos al desafío del proyecto.

Para nuestro mapa mental usamos MINDMEISTER el cual es un generador de mapas mentales Online que tiene la ventaja de poder compartir el mapa mental con varias personas y así realizar un trabajo de investigación colaborativo en tiempo real.



Después de armar y analizar una serie de información teórica, histórica y referencial reunida en el mapa mental se eligió los posibles objetivos y usuarios a los cuales podría ir dirigido el proyecto LAGARTEANDO y pasar la siguiente fase de "Pensamiento de Diseño".



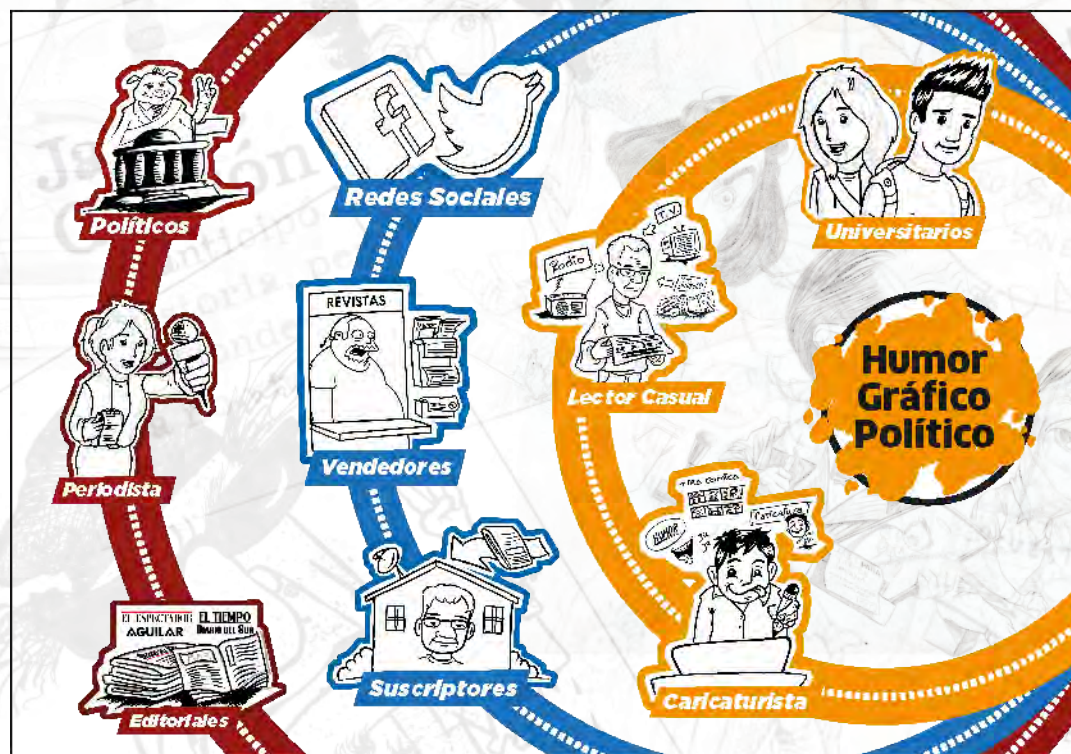
# ENTENDER

## PREPARAR INVESTIGACIÓN

### MAPA DE STAKEHOLDERS (entorno interesado)

Este mapa es una herramienta en la cual definimos a los usuarios que posiblemente puedan ser elementos esenciales en la investigación del proyecto.

En el mapa de stakeholders de LAGARTEANDO creamos 3 niveles de importancia y escogimos a varios usuarios que se relacionan directa e indirectamente con el humor gráfico político que probablemente puedan ser el usuario objetivo del proyecto.



### STAKEHOLDERS

Nivel 1  
UNIVERSITARIOS  
LECTORES CASUALES  
CARICATURISTAS

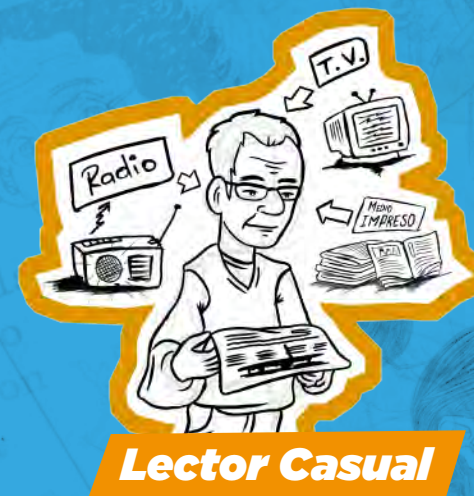
Nivel 2  
VENDEDORES DE REVISTAS  
SUSCRIPTORES  
REDES SOCIALES

Nivel 3  
POLÍTICOS  
PERIODISTAS  
EDITORIALES

# ENTENDER

## PREPARAR INVESTIGACIÓN

En el mapa de STAKEHOLDERS concluimos que los UNIVERSITARIOS, los LECTORES CASUALES, los CARICATURISTAS podrían ser usuarios y objetivos claves en el proyecto y en ellos se fundamentaría la investigación del proyecto.





# ENTENDER

## PREPARAR INVESTIGACIÓN

### CARD SORTING

Es una técnica de organización que analiza y categoriza las cualidades la investigación del proyecto y ordena todas las dudas y preguntas empáticas que tengamos acerca de los stakeholders a quien vamos a investigar tales como los sentimientos, los comportamientos emocionales y los pensamientos de los usuarios. Todas estas dudas de comportamiento en los stakeholders son de gran importancia estén o no estén relacionados con el humor gráfico político.

# ENTENDER

## PREPARAR INVESTIGACIÓN

En el CARD SORTING del proyecto LAGARTEANDO escogimo a los usuarios claves (UNIVERSITARIOS, LECTOR DE CALLE y CARICATURISTAS) del mapa de STAKEHOLDERS y se escogio una serie de dudas e incognitas que tiene el proyecto acerca del comportamiento y los pensamientos de cada STAKEHOLDER con referencia al humor gráfico político.

**Humor Gráfico Político**

## CARD SORTING

**Caricaturista**      **Lector Casual**      **Universitarios**

¿Alguna vez usted ha sido vetado por realizar una caricatura de algún dirigente político?

¿Hay persecución política a quien hace humor gráfico político?

¿Qué opina usted acerca de la siguiente frase "En Colombia es más peligroso graficar que traficar"?

¿Usted se interesa por el humor político?

¿Cuál es la razón que lo motiva al momento de adquirir un periódico o una revista?

¿Se ha interesado alguna vez por el humor político?

¿Al momento de leer prensa, cuál es su tema predilecto?

Rol que ejercen los caricaturistas e ilustradores en Colombia

¿Qué opina usted acerca de la siguiente frase "En Colombia es más peligroso graficar que traficar"?

¿Con que frecuencia compra un periódico o una revista?

¿Se siente al ver las noticias negativas del país?

### CARD SORTING

Guía de Card Sorting para el Nivel 1 del mapa de Stakeholders.

UNIVERSITARIOS  
LECTORES CASUALES  
CARICATURISTAS

### Caricaturista

¿Alguna vez usted ha sido vetado por realizar una caricatura de algún dirigente político?

¿Hay persecución política a quien hace humor gráfico político?

¿Qué opina usted acerca de la siguiente frase "En Colombia es más peligroso graficar que traficar"?

Rol que ejercen los caricaturistas e ilustradores en Colombia

### Lector Casual

¿Cuál es la razón que lo motiva al momento de adquirir un periódico o una revista?

¿Usted se interesa por el humor político?

¿Recuerda a Jaime Garzón?

### Universitarios

¿Porque hay tantos problemas sociales en Colombia?

¿Con que frecuencia compra un periódico o una revista?

¿Al momento de leer prensa, cuál es su tema predilecto?

¿Que siente al ver las noticias negativas del país?



# OBSERVAR

Después de entender el desafío del proyecto se busca observar y analizar minuciosamente a los usuarios como ejes principales de la investigación para percibir y vivenciar de primera mano las necesidades existentes de todos los stakeholders con diferentes técnicas de y herramientas de investigación para finalmente encontrar un medio alternativo, innovador de comunicación que sepa llegar a los usuarios e informe de manera clara y precisa todos los contenidos propuestos en este proyecto.

La fase de Observar nos lleva a concluir la importancia que tiene en nuestro país la caricatura y el humor político y la lucha constante que tiene por no desaparecer. Además nos brindó la oportunidad de conocer y entender de manera cercana las dificultades y falencias por las que atraviesa el humor gráfico político y de quienes de alguna forma hacen parte importante en este medio (Editoriales, caricaturistas, políticos, vendedores, usuarios). Todo esto gracias a las diferentes entrevistas, diálogos y asesorías realizadas.

## Pensamiento de Diseño

### OBSERVAR INVESTIGACIÓN

#### UN DÍA EN LA VIDA DE...

#### EL REPORTERO GRÁFICO DE DIARIO DEL SUR

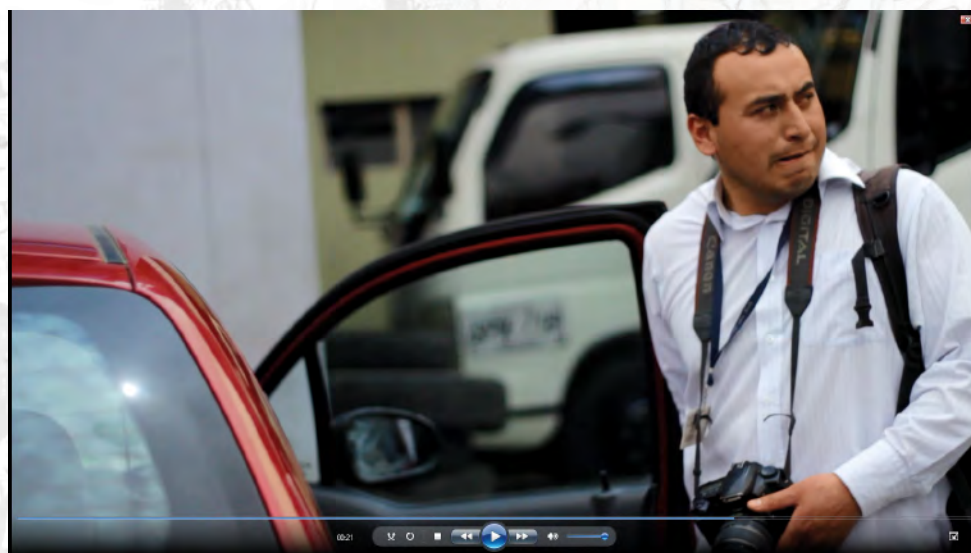
Para conocer de primera mano los sentimientos y pensamientos de quienes de alguna forma hacen parte de todo lo que a humor gráfico político se refiere tuvimos la necesidad de grabar un video documental sobre el trabajo que desempeña Carlos Castro reportero gráfico del “Diario del Sur” con el cual pudimos compartir y explorar algunos de los temas sociales en los lugares de la ciudad de San Juan de Pasto donde se genera las principales noticias. “La fotografía es la editorial y muestra tanto las cosas agradables como las desagradables de la noticia” afirma Carlos Castro, esto quiere decir que la noticia social siempre estará mostrando tanto lo positivo como lo negativo de los principales sucesos, lo cual de cierta forma crea en la sociedad entendimiento analítico de la información.





# OBSERVAR INVESTIGACIÓN

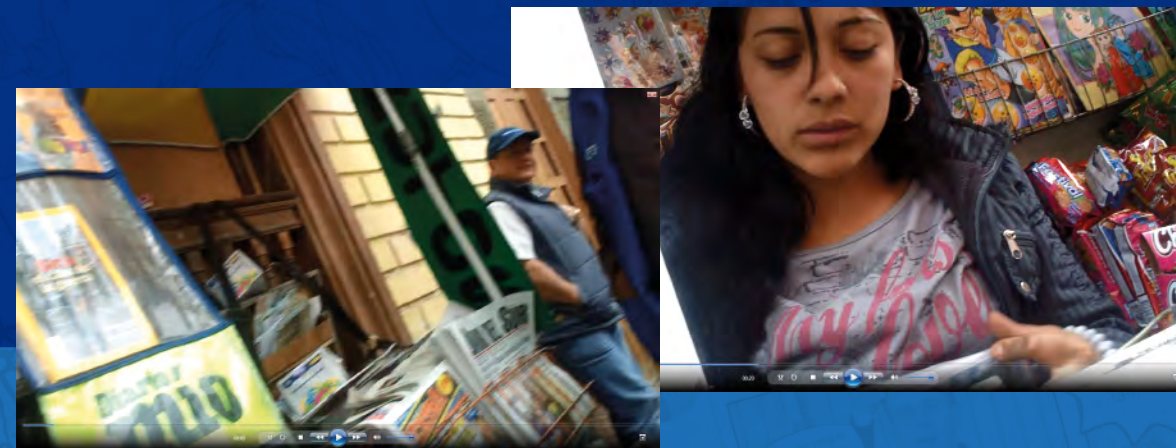
En este video investigativo también pudimos constatar que en la sección de opinión la columna denominada “Don Gruñón” es una de las más críticas que tiene este periódico, ya que denuncia y pone en evidencia las principales problemáticas, dificultades y falencias existentes en la ciudad, esto hace que además de que los lectores tomen conciencia sobre la crítica social, también hace que las autoridades y entidades encargadas tomen cartas en el asunto, haciendo que de alguna forma todo esto genere un cambio positivo del civismo y la cultura en la ciudadanía.



# OBSERVAR INVESTIGACIÓN

## ENTREVISTA CON CÁMARA ESCONDIDA (VENEDORES DE REVISTAS)

Los diálogos con cámara escondida que tuvimos con los vendedores de revistas del centro de Pasto nos permitieron tener una conversación más personalizada y cercana, lo cual nos permitió conocer y aclarar algunos puntos de la investigación. Todo esto debido a que casi en su totalidad los vendedores coinciden y creen que los medios de comunicación impresos tienden a desaparecer, esto debido a la llegada de las nuevas tecnologías y la aparición de revistas digitales, lo que implica que cada vez más las personas se interesan menos por la prensa escrita y por lo tanto el número de revistas vendidas sea cada vez menor en comparación a años anteriores.





## ENTREVISTA PEDRO PABLO ENRÍQUEZ “QUIQUE”

La entrevista a Pedro Pablo Enríquez “Quique” reconocido caricaturista Nariñense y quien trabaja en el Diario del Sur fue fundamental en esta investigación puesto que él ha estado involucrado en el Humor Gráfico Político durante décadas, esto hace que sea un excelente referente para el proyecto ya que pudimos vivenciar cercanamente el sentir de un caricaturista político quien expresó “En una caricatura, el dibujo sirve para expresar la idea, no necesariamente tiene que ser estéticamente bonito ya que si el dibujo es bien pulido puede perderse el mensaje” con esto pudimos constatar que cada caricaturista maneja su tendencia pero la mayoría emplean elementos y trazos muy básicos ya que el principal objetivo es comunicar claramente la idea o mensaje con un trasfondo crítico y social.

Además con esta entrevista pudimos verificar que usualmente y a través de la historia en nuestro país la caricatura política siempre ha estado rodeada de controversia y polémica por el simple hecho de criticar a los personajes públicos del país “Nunca fui vetado, pero alguna vez cuando hice una caricatura de Pastrana me llamaban muchas veces para insultarme” afirma al respecto “Quique” finalizando con la frase “En cuestión de política, en Colombia hay mucho de qué hablar”.



## ENTREVISTAS E INFORMACIÓN EN AUDIO

Para la realización de estas entrevistas tuvimos en cuenta principalmente todos los entes que de una u otra manera están relacionados directa o indirectamente al Humor Gráfico Político, estas personas aportaron sus ideas, pensamientos y opiniones, dando una mayor claridad y conocimiento para la investigación.

Los entrevistados fueron seleccionados a partir de su profesión o de su oficio entre los cuales encontramos: Pedro Pablo Enríquez “Quique” (caricaturista), Juan Carlos Conto (docente), Andrés Jiménez Burbano (publicista) Fernando Coral (D.g y docente) Javier Arteaga Romero (docente), Guillermo Ortega (Periodista), Carlos Andrés Acosta (Presidente Concejo Mpal de Pasto), Alexander Rassa Bravo (Vicepresidente Concejo Mpal de Pasto).

Con las entrevistas, diálogos y asesorías se pudo concluir que el humor gráfico político es un medio visual y comunicativo de gran impacto y que tiene la misión de informar de manera creativa y entretenida a las sociedades actuales, en este caso la sociedad Colombiana, ya que tiene además el compromiso de generar en las personas una conciencia más consecuente y crítica sobre la actualidad y realidad política de nuestro país.



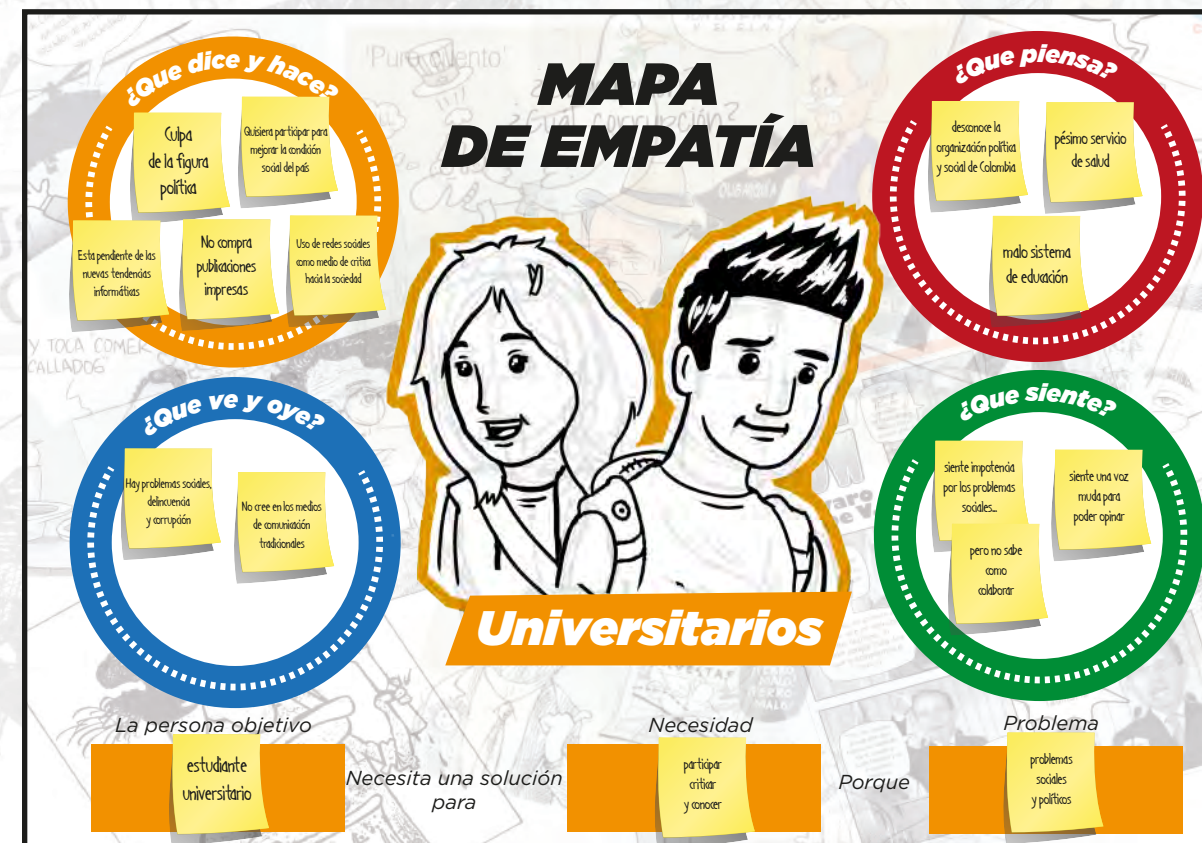
# DEFINIR

Esta etapa busca reunir e interpretar toda la información recolectada de la investigación en los stakeholders. En el caso de LAGARTEANDO se definió que el stakeholder UNIVERSITARIO sea el usuario a quien va dirigido el proyecto porque es un usuario que presta atención a los sucesos políticos de Colombia y está ligado a las nuevas tecnologías y medios alternativos de comunicación. Una vez escogido el usuario final los datos recolectados pasarán a diferentes herramientas de interpretación que nos permita de manera lúdico creativo la creación y conceptualización y desarrollo final del desafío.

## DEFINIR

### MAPA DE EMPATÍA

Esta herramienta tiene como finalidad entender y comprender de manera precisa las necesidades y anhelos del usuario final, en este caso los UNIVERSITARIOS. Todo esto mediante los conocimientos e información que se obtuvo en la investigación, además de sentir más cercanamente su contexto y entorno cultural para posteriormente responder a los interrogantes: ¿Qué dice y hace?, ¿Qué piensa y siente?, ¿Qué escucha? Y ¿Qué ve? Lo cual nos permitirá finalmente construir un modelo de resultados a partir de las fortalezas y falencias encontradas.





## ¿Que dice y hace?

Culpa de la figura política

Quisiera participar para mejorar la condición social del país

Uso de redes sociales como medio de crítica hacia la sociedad

No compra publicaciones impresas

Esta pendiente de las nuevas tendencias informáticas

# DEFINIR

## MAPA DE EMPATÍA

## ¿Que piensa?

desconoce la organización política y social de Colombia

pésimo servicio de salud

malo sistema de educación

## ¿Que ve y oye?

Hay problemas sociales, delincuencia y corrupción

No cree en los medios de comunicación tradicionales

## ¿Que siente?

siente impotencia por los problemas sociales...

siente una voz muda para poder opinar...

...pero no sabe como colaborar



## Universitarios

La persona objetivo

estudiante universitario

Necesita una solución para

Necesidad

participar criticar y conocer

Porque

Problema

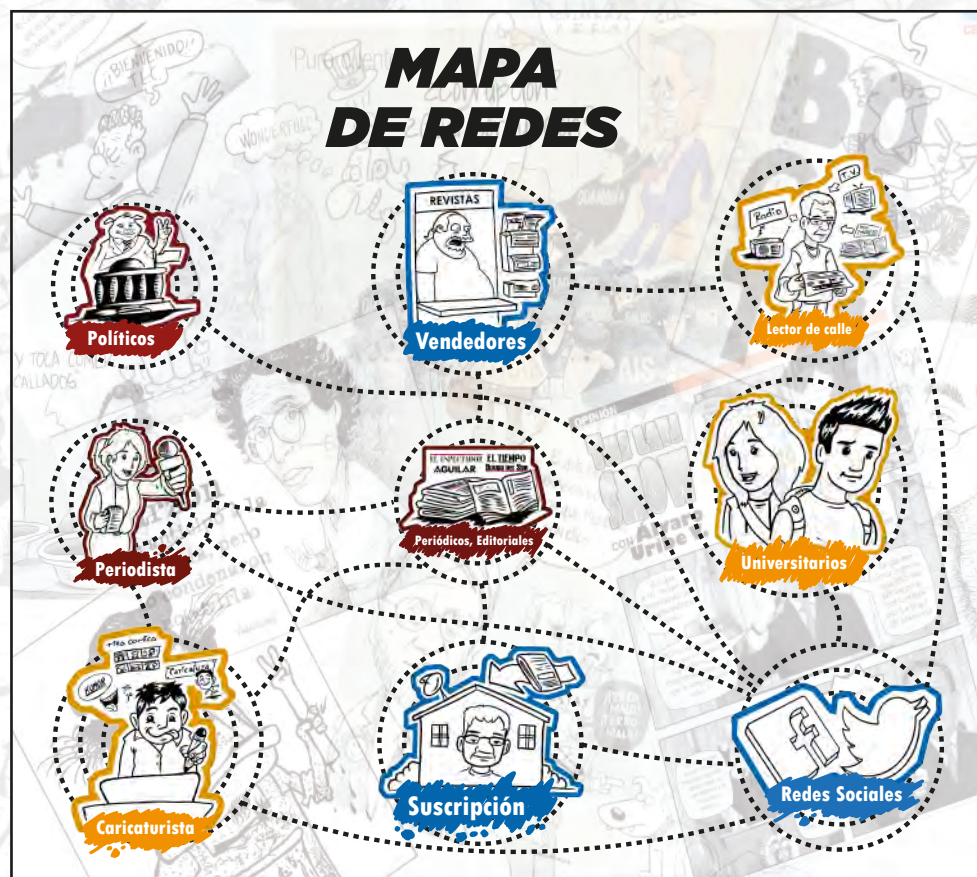
hay problemas sociales y políticos



# DEFINIR

## MAPA DE REDES

Esta herramienta nos permite generar conexiones y vínculos entre los usuarios investigados para encontrar nuevos datos que puedan servir a la hora de generar una solución final para el proyecto. El mapa de redes de LAGARTEANDO concluyó que el stakeholder REDES SOCIALES genera conexiones emocionales, lúdicas y laborales con la mayoría de usuarios que intervienen en el humor gráfico político. Gracias al mapa de redes se concluye que las redes sociales serán de gran importancia en las fases siguientes de la metodología y a la hora de definir un prototipo de humor gráfico político.

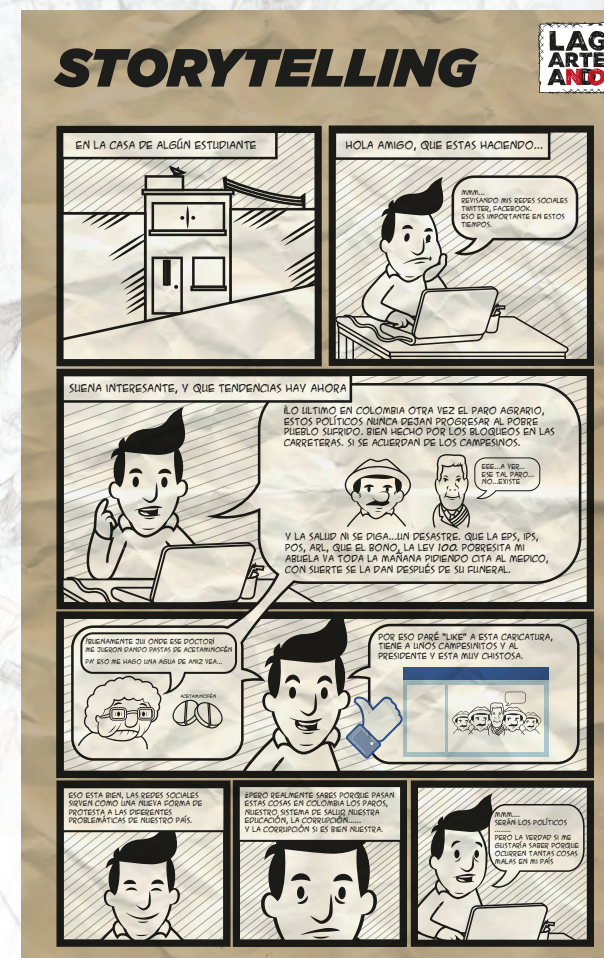


# DEFINIR

## STORYTELLING

Estrategia creativa mediante la cual contamos una historia para conseguir un determinado fin como informar, motivar y conocer opiniones. STORYTELLING es una herramienta la cual estimula la curiosidad y genera una idea precisa acerca del proyecto para poder definir e idear una posible solución al desafío de humor gráfico político.

El STORYTELLING generado para LAGARTEANDO narra la historia de un universitario que es participe activo en las redes sociales para informarse sobre algunos hechos sociales y políticos pero cree que su criterio y su forma de pensar no es reflejado en los medios de comunicación y necesita algún nuevo espacio para hacerlo.





# CREAR

En esta etapa se realiza varios talleres de creatividad con la información obtenida de las herramientas de investigación, sus resultados, todos los mapas de creatividad realizados en las etapas ENTENDER y DEFINIR además del desafío: ¿Cómo desarrollar una estrategia alternativa de comunicación que difunda el humor gráfico político en la sociedad? Esto con el propósito de contextualizar, socializar y resolver el proyecto de forma creativa e innovadora.

## CREAR

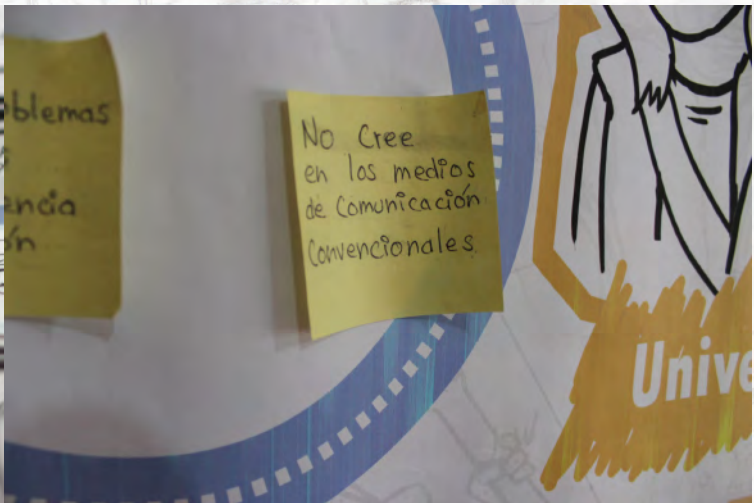
### WORKSHOP

Se implementa un taller de creatividad con personas afines al proyecto para generar un debate en el cual los integrantes de la mesa formulan distintas ideas y propuestas que se escriben en notas adhesivas y se ordenan en diferentes carteleras según la temática a resolver. Se usa los mapas de empatía, mapas de redes y demás herramientas creativas realizadas en la fase DEFINIR para tener una comprensión general del tema, seguidamente el grupo decide cual es la mejor propuesta o unen varias ideas para finalmente prototiparla con distintas herramientas lúdicas tales como papel, fichas lego, juegos de mesa, marcadores, colores etc.





# CREAR



## HERRAMIENTAS Y WORKSHOP



# CREAR

## RESULTADO DEL WORKSHOP

ITINERANTE  
MÓVIL

GENERE  
POÉMICA

USO  
UNIVERSITARIO

PÉRDURE  
MAS TIEMPO  
QUE UNA  
PUBLICACIÓN IMPRESA

USUARIO  
ES EL MISMO  
MEDIO DE COMUNICACIÓN

REDES SOCIALES

USUARIO EXPONE  
SU CRITERIO

Universitarios



# CREAR

## AL FINAL...

Al final de esta fase se busca construir e integrar las soluciones y resultados, que surgieron a través de todo el trabajo metodológico de “Pensamiento de Diseño. En este caso la pieza de comunicación alternativa e itinerante del humor gráfico político resultante es el diseño y estampado de caricaturas en prendas de vestir (Camisetas, gorras, etc.) y accesorios (Mochilas, agendas, manillas, mugs, lapiceros, llaveros etc.) Todo esto basado en la ejecución y percepción de los conceptos: “Alternativo e Itinerante” ya que mediante estos dos ejes centrales de investigación se pretende dar solución al principal problema encontrado, el cual radica en el hecho de que el humor político solo se difunde en los medios convencionales de comunicación especialmente en la prensa escrita, además del poco interés por parte de las nuevas generaciones de jóvenes hacia el humor político y social del país, por lo tanto y con lo anteriormente investigado se concluye que el público objetivo serán los Universitarios quienes serán fundamentalmente la base de la producción, proyección y difusión del producto final.



# **PROTOTIPAR** *Proceso Gráfico*

Como su nombre lo indica, después de realizar los talleres de creatividad y obtener la solución del desafío se pretende bocetar, maquetar y prototipar el producto de forma real con los usuarios finales para obtener conclusiones finales, corregir errores, retroalimentar ideas y así poder lanzar un producto final de mejor calidad.



“Cerdo Político” Personaje de LAGARTEANDO.



# REFERENTES GRÁFICOS

## NOBRAND

Empresa argentina de ropa y accesorios la cual diseña sus productos basado en la iconografía argentina del proyecto IDARG (proyecto de identidad argentina) diseñado por Hernán Berdichevsky y Gustavo Stecher.



## COPA



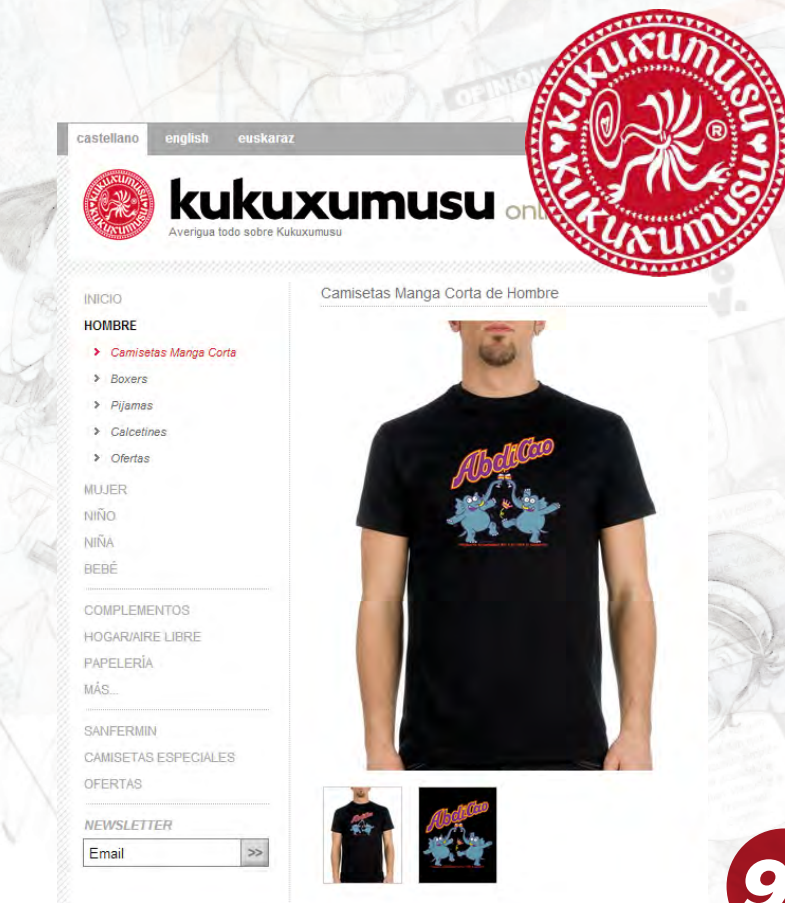
## COPA

Empresa holandesa de accesorios y prendas de vestir con ilustraciones inspiradas en el fútbol. Entre sus productos más solicitados están las camisetas retors de selecciones nacionales de fútbol y los accesorios con diseños e ilustraciones de iconografía futbolística y caricaturas de futbolistas famosos.



## KUKUXUMUSU

Es una empresa cuya principal forma de distribución y venta es Online a través de su página oficial está dedicada a aportar creatividad y diseño a sus diferentes productos, es muy conocida por sus dibujos en camisetas, ropa interior, cachuchas, bolsos, maletines y paraguas etc. Que se comercializan en más de 90 países.



## GLENNZ TEES

Es una empresa dedica exclusivamente a la fabricación de camisetas unisex, la cual ofrece ilustraciones originales y personalizadas, esta tienda Online brinda además a sus clientes la oportunidad de que elijan el diseño que se ajuste a sus necesidades en cuanto a color, tendencias, ilustración y estilos gráficos.



# REFERENTES GRÁFICOS

## ATIKUX

Atikux, desarrollado por los diseñadores Edison Ramos, Fredy Portilla y Ramón Ortega se aplicó la metodología CROMA, este proyecto es pionero en la interpretación y recreación gráfica de los contenidos conceptuales y formales derivados de los valores culturales de Nariño, en este caso de los bailes típicos: “La vaca loca”, “La siembra y la cosecha” y “La caña y la molienda”.



## GONZA RODRÍGUEZ

Ilustrador y caricaturista argentino erradicado en Brasil, ha trabajado para grandes publicaciones como “El Gráfico” y “Zero Hora”. Su técnica de ilustración llena de pequeños detalles combinada con el diseño de formas simples y orgánicas le hace un caricaturista versátil, diferente e innovador.



GONZA RODRÍGUEZ .COM.AR



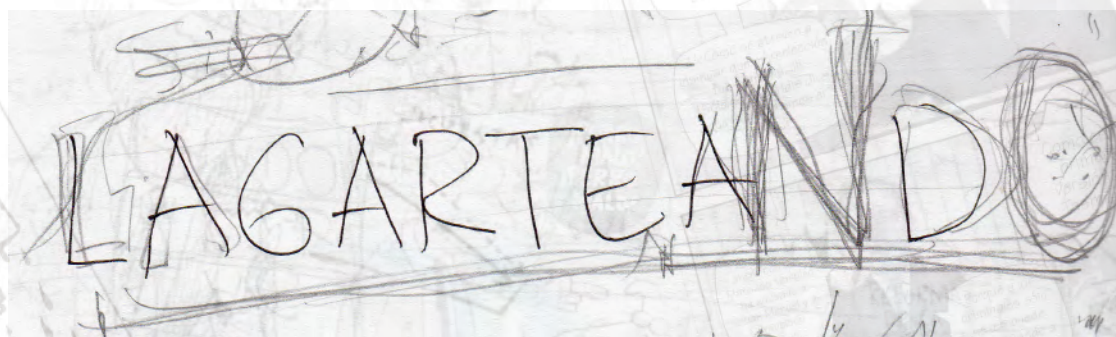


# SISTEMA GRÁFICO COMUNICACIONAL

Un sistema de diseño gráfico es un conjunto de elementos o piezas visuales que se vinculan con un usuario para crear una unión material y conceptual según las necesidades del usuario.

Para el proyecto LAGARTEANDO se creó un sistema gráfico de comunicación en la cual se difunda en forma de crítica y denuncia los hechos políticos y sociales de Colombia en productos visuales itinerantes como ropa y accesorios para la comunidad universitaria de San Juan de Pasto.

Los elementos del sistema se generarán según las necesidades reales de los usuarios frente al humor gráfico político como transformador social. El uso de las redes sociales acompañado de una interfaces digitales potencializarán los resultados de las prendas de vestir y accesorios como medios de comunicación itinerante, además de generar ingresos por ser los creadores del contenido.





# CREACIÓN DE MARCA

## NOMBRANDO A LAGARTEANDO

El nombre LAGARTEANDO responde a un juego de palabras las cuales están ligadas a la simbología y el contexto de este proyecto basado en un humor gráfico político itinerante.

LAGARTEANDO  
Correcto al transcribir







# LAGARTEAR

## LAG ARTE ANDO

*LAGARTEAR es una expresión regional en muchos países de Latinoamérica y no está registrada en el diccionario de la Real Academia Española. En Colombia LAGARTEAR significa hablar con alguien influyente especialmente con mandatarios o políticos para conseguir un favor de empleo o mediación en casos difíciles. El gerundio de esta expresión sería LAGARTEANDO, nombre de este proyecto*

---

## LAG ARTE ANDO

*Al separar gráficamente la palabra LAGARTEANDO en tres partes encontramos varios significados que son claves para entender las bases conceptuales de LAGARTEANDO.*

*ARTE: Acción humana mediante la cual se expresa lo real o imaginado con recursos plásticos, lingüísticos o sonoros.*

*ANDO: Primera persona singular (yo) presente indicativo de ANDAR  
ANDAR: Ir de un lugar a otro dando pasos*

---

## LAG ARTE ANDO

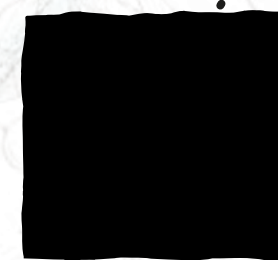
*En el verbo conjugado ANDO se realizó un juego tipográfico con las letras N y O formando la palabra NO acompañado de un contraste de colores entre rojo y negro, así se contrarresta gráficamente el verbo conjugado LAGARTEANDO y dando a entender que este proyecto no será influenciado por cinismo ni adulerías y por el contrario será un medio independiente de crítica política y social.*



## LOGOTIPO EN COLOR



## COLORES



**RGB:** R/0 G/0 B/0  
**CMYK:** C/0 M/0 Y/0 K/100  
**PANTONE:** pantone process black



**RGB:** R/190 G/22 B/34  
**CMYK:** C/15 M/100 Y/90 K/10  
**PANTONE:** pantone 1795C



## CONTRASTE DE COLORES



## PLANIMETRÍA



Se realiza una cuadrícula para asegurar la buena reproducción de la marca. La construcción del logotipo se hace con una medida "X" de 4 cuadros horizontales por 3 cuadros verticales.



## ZONA DE PROTECCIÓN



Zona de Protección  
-----5mm

*En muchas aplicaciones, la marca estará acompañada de varios elementos visuales como fotografías, ilustraciones y otros textos. Por lo tanto es necesario realizar un área de protección para que aquellos elementos visuales no interfieran con la visualización del logotipo.*

## TIPOGRAFÍA

**MANHATTAN HAND BOLD**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**



*La fuente tipográfica Manhattan Hand Bold es usada en la marca aportando la mayoría de peso gráfico al logotipo.*



# PROCESO GRÁFICO

En el fase de *PROTOTIPAR* se bocetará ilustraciones de humor gráfico político en base a los marcos contextuales de *LAGARTEANDO* y usando la metodología para la ilustración desde el pensamiento creativo “*CROMA*” la cual articula la investigación y el pensamiento creativo en una serie de pasos que resuelven el problema comunicacional mediante la ilustración.

## “Cerdo Político”

Para la primera temporada de productos “*LAGARTEANDO*” además de realizar ilustraciones con temas políticos en general se desarrolló un personaje principal llamado “Cerdo Político”. Este personaje de textura detestable es una representación de todos los problemas causados por los políticos en Colombia, la corrupción, la violencia y los problemas sociales se reflejarán en “Cerdo” con una actitud represiva y autoritaria.



Proceso de creación y bocetación de “Cerdo Político”



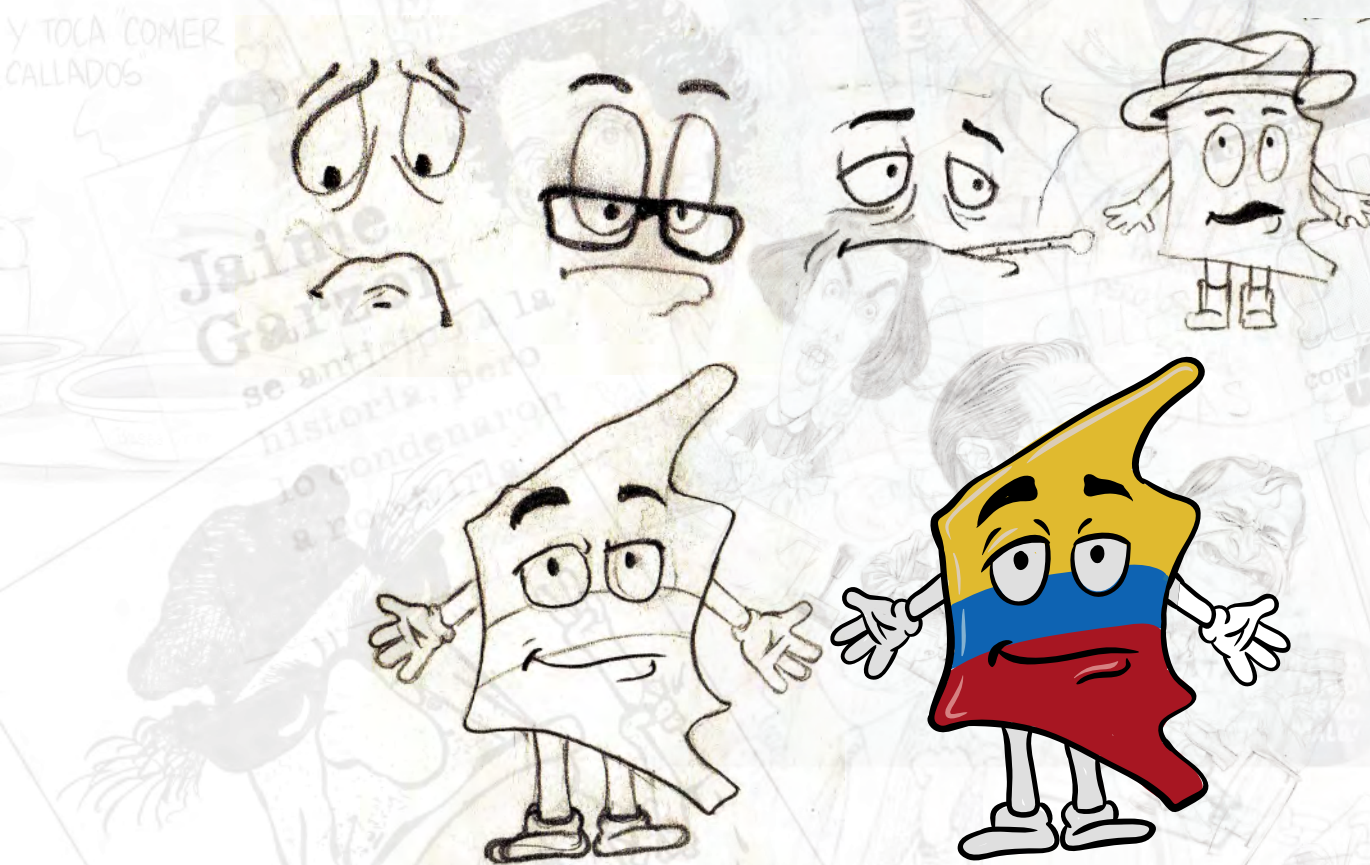
# PROCESO GRÁFICO

## “Colombia”

Además de “Cerdo Político” creamos a “Colombia”, un personaje que contrarresta moralmente a “Cerdo”. “Colombia” es honesta, ética e íntegra, un poco desconfiada y temerosa por las circunstancias sociales en la que esta rodeada. “Colombia” representa a los colombianos, a veces cautelosos y precavidos con nuestra situación social y con los políticos que toman decisiones que perjudican al país pero con la convicción que con trabajo y esfuerzo nuestra sociedad mejorará.

## “La salud es un buen negocio”

Ilustración de LAGARTEANDO la cual critica el precario estado financiero del sistema de salud colombiano. En esta ilustración usamos la abreviatura EPS (Entidad promotora de salud) sobre una calavera dándole una humanidad y una característica de muerte y deceso. La acción de contar dinero refuerza el mensaje de la abreviatura y del texto de la parte superior “La salud es un buen negocio”.





## “Frasas Célebres” (Ilustración mutante)

En esta ilustración usamos a nuestro personaje “Cerdo Político” en una postura agresiva queriendo expresar una idea o una frase. Acompañada de un globo de texto queremos que esta ilustración tenga una característica “mutante” y la frase que acompañe la ilustración cambie dependiendo del contexto político y social en el tiempo.



## “Pesadilla Colombiana”

En esta ilustración usamos a nuestro personaje “Colombia” con una gesticulación de miedo y terror protegiendo la educación del país como un bien muy valioso de unos gobernantes representados en zombis aludiendo a la persecución que sufre la educación nacional por los sectores políticos del país.





## “Juego Sucio”

“Juego Sucio” critica las acciones que el gobierno nacional hace a los sujetos implicados en el paro agrario como los campesinos y la fuerza pública representados como juguetes manipulados por el “Cerdo Político”, personaje de LAGARTEANDO.



## “Ese tal paro”

LAGARTEANDO presenta esta ilustración dedicada a la famosa e inequívoca frase del presidente Santos en medio de un duro paro campesino. Representamos a un grupo de campesinos con los colores colombianos en mirada desafiante a un gobernador con oídos sordos a las quejas del pueblo.





## “Se usa con la derecha”

Esta ilustración hace una crítica a la extrema derecha Colombiana, quien durante muchos años invadió de violencia a gran parte de nuestra sociedad; Fue tal su crueldad y barbarie que se apoyaron de varios métodos y objetos como una sierra eléctrica para cometer sus crímenes a quienes ellos consideraban sus “enemigos”.



## “JAIME”

Esta ilustración hace un homenaje al humorista Colombiano Jaime Garzón quien ha sido uno de los más destacados e influyentes críticos políticos en Colombia, quien mediante su originalidad e irreverencia denunció sin miedo los males que aquejaban a nuestro país.





## “Sin disfraz para el pueblo”

Esta ilustración hace una crítica a las campañas electorales donde los políticos de los distintos partidos hacen alarde de las buenas obras y proyectos que harán si son elegidos, mostrándose muy preocupados, amables y carismáticos cuando se están dirigiendo a su pueblo.



## “Fuerza Campesino”

Esta ilustración hace referencia a la crisis por la cual atraviesa el agro de Colombia, más concretamente al gremio cafetero quien se ha visto en la dura y casi imposible tarea de competir con limitados recursos ante grandes marcas de café extranjero.





# TESTEAR

Es la última fase del pensamiento de diseño, en el adquirimos conocimientos de las anteriores fases y mostramos al público objetivo el trabajo realizado mediante herramientas de difusión. Para ser valorado. En TESTEAR determinamos si la solución cumplió con los objetivos del proyecto, se recoge datos y se concluye el alcance del proyecto para una futura discusión de posibles mejoras.

## TESTEAR

En el caso de testeo de LAGARTEANDO para la creación de la pieza de comunicación alternativa e itinerante de humor gráfico político nos enfocamos en el proceso de investigación el cual dio como resultado el desarrollo de productos itinerantes como camisetas, agendas y elementos impresos con contenido de crítica política. Todos estos elementos son testeados en tiempo real por las redes sociales de LAGARTEANDO, con esto sabremos las opiniones y dudas del público objetivo en cuanto al proyecto. Además de esto contaremos con una página web real en la cual encontraremos una blog de opinión el cual enlazara las ilustraciones con los acontecimientos políticos de Colombia y una tienda virtual en la cual estarán todos los productos de LAGARTEANDO para su comercialización y así empezar la cadena itinerante para la cual fue diseñado el proyecto LAGARTEANDO, que el usuario sea el propio medio de comunicación y pueda expresar su sentir y su forma de ver la sociedad con nuestros productos e ilustraciones.



# CAMISETAS



La camiseta sera el producto principal de LAGARTEANDO, en el se llevarán las ilustraciones de crítica política y social lo cual provocara una acción itinerante en la sociedad.



Ilustración de crítica política y social.

**LAG  
ARTE  
ANDO**

WWW.LAGARTEANDO.COM.CO



Contramarca dentro de la camiseta para la talla y pagina web.



**LAG  
ARTE  
ANDO**

Contramarca afuera de la camiseta





Modelo de camisetas con ilustraciones y estampados.



# ACCESORIOS



Accesorios creados para ampliar el catalogo de productos del proyecto y generar diferentes espacios de comunicación visual.

Empaque para camisetas en forma de tubo.



# TESTEAR

## MEDIOS DIGITALES

LAGARTEANDO pretende usar la red social Facebook como medio de debate en temas de políticos y sociales a través de las ilustraciones que se subirán en cortos periodos de tiempo convirtiendo a esta página como un canal virtual en cual las personas se puedan aportar ideas y mensajes acerca de los temas políticos que se encuentren publicados.



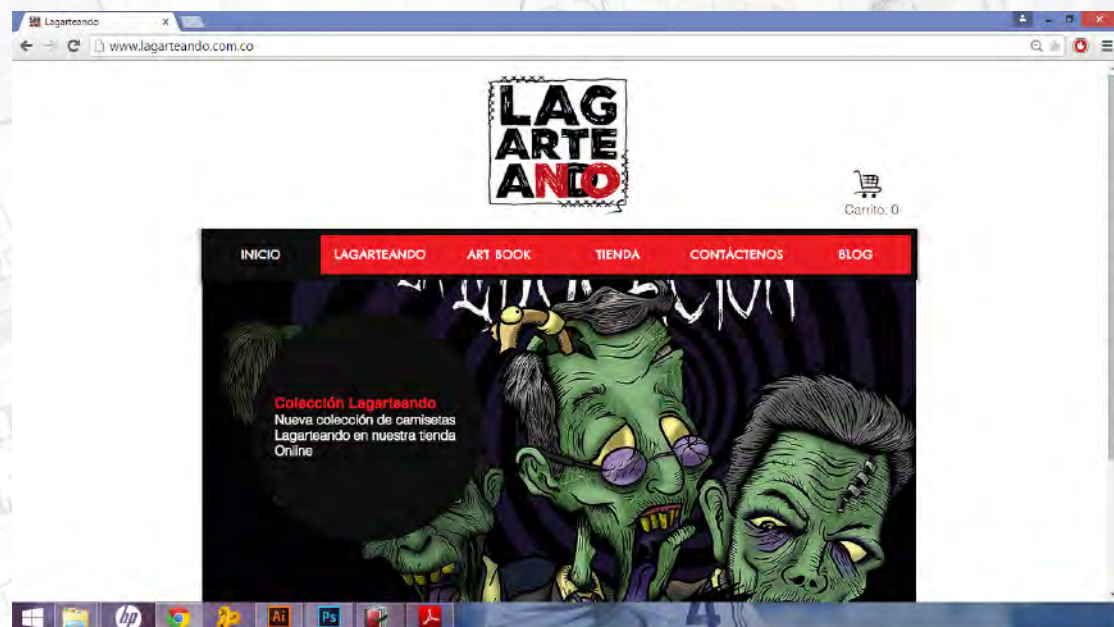
Página de LAGARTEANDO en Facebook.





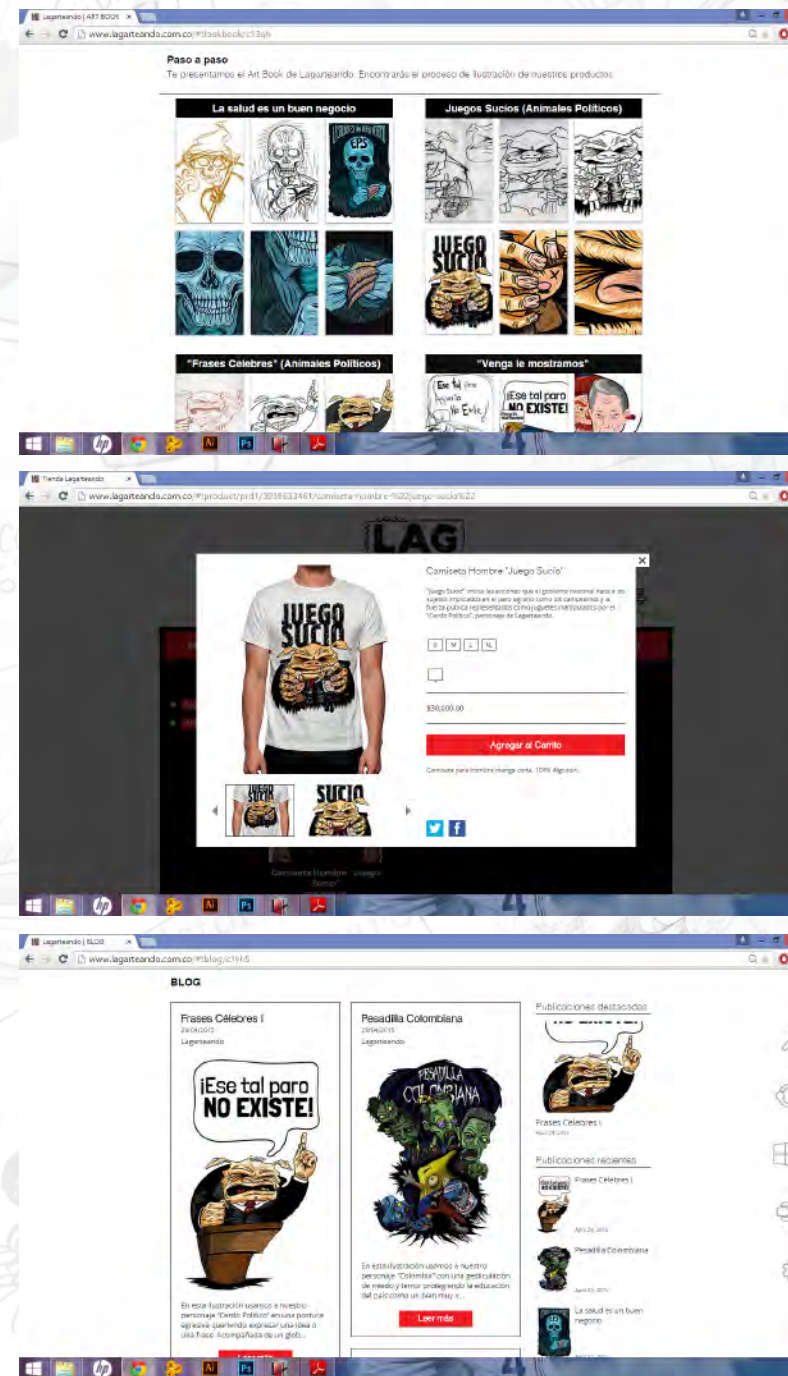
# TESTEAR

## MEDIOS DIGITALES



[www.lagarteando.com.co](http://www.lagarteando.com.co)

Como parte de su estrategia de comunicación visual, LAGARTEANDO implemento su página web [www.lagarteando.com.co](http://www.lagarteando.com.co) la cual ha sido diseñada para encontrar una interacción directa entre el usuario y el proyecto ofreciendo una herramienta dinámica para comprar productos LAGARTEANDO, observar el proceso gráfico y debatir el contenido ofrecido por el proyecto.



El ART BOOK está diseñado para que el usuario tenga interacción con todo el proceso gráfico de las ilustraciones de LAGARTEANDO.

En la TIENDA podrá comprar todos los productos de LAGARTEANDO de manera fácil y rápida, además de poder compartir los productos en redes sociales y dar sugerencias acerca de nuevos productos, nuevos colores o nuevas ilustraciones.

En el Blog de LAGARTEANDO se creará debate acerca de hechos políticos y sociales que están sucediendo en el país.

Habrá retroalimentación y colaboración de ideas entre el usuario y LAGARTEANDO



# CONCLUSIONES

Como diseñadores gráficos podemos desarrollar proyectos que estimulen a la sociedad y generen un criterio de análisis y observación en las personas.

Podemos concluir que el humor gráfico es una poderosa arma de comunicación que nos permite conocer, vivir y recordar nuestra historia y nuestra actualidad política de forma precisa, crítica y reflexiva.

La ilustración y especialmente la caricatura política es una forma de expresión cuya única finalidad es dar a conocer de manera humorística la otra cara de la realidad de una determinada sociedad, llámese política o social.

LAGARTEANDO es un medio alternativo de crítica social y política, que abarca un gran número de elementos tanto visuales, gráficos e informativos que cumplirá la manera alternativa e itinerante que ofrece en sus productos con el fin de informar, entretener y formar criterio de una manera diferente a los medios de comunicación tradicionales.



## BIBLIOGRAFÍA

1. SERNA, Nicolás, *El humor como herramienta de crítica política en la radio colombiana, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, 2008.*
2. GONZÁLEZ, Beatriz, *Historia de la caricatura en Colombia, Revista Banco de La República, 1990.*
3. GASCA Luis y GUBENR Román, *El Discurso del Cómic, Madrid, Editorial Cátedra, 2011.*
4. ARCINIEGAS, Germán, *El Zancudo, La caricatura política en Colombia (Siglo XIX), Bogotá, Editorial Arco, 1975.*
5. BERGSON, Henry, *La Risa, Ensayo sobre el significado de la comicidad. Buenos Aires, Ediciones Godot, 2011.*
6. AIELLO, María Agustina y VAROTTO, Ana Soledad, *El humor gráfico político y sus modos de construcción desde una mirada crítica, Buenos Aires, 2008.*
7. ARIAS, Eduardo y TROLLER, Karl, *El libro de Nadie, Bogotá, El Peregrino Editores, 2012.*
8. SENDRA, Fernando, *Tanta Risa. En: Revista Nueva. Domingo 14 de octubre de 2007.*
9. ORTEGA, Ramón, *"Croma" Metodología para la ilustración desde el pensamiento creativo, Pasto, Ponencia I+E El diseño como experiencia, 2013.*





Universidad de Nariño