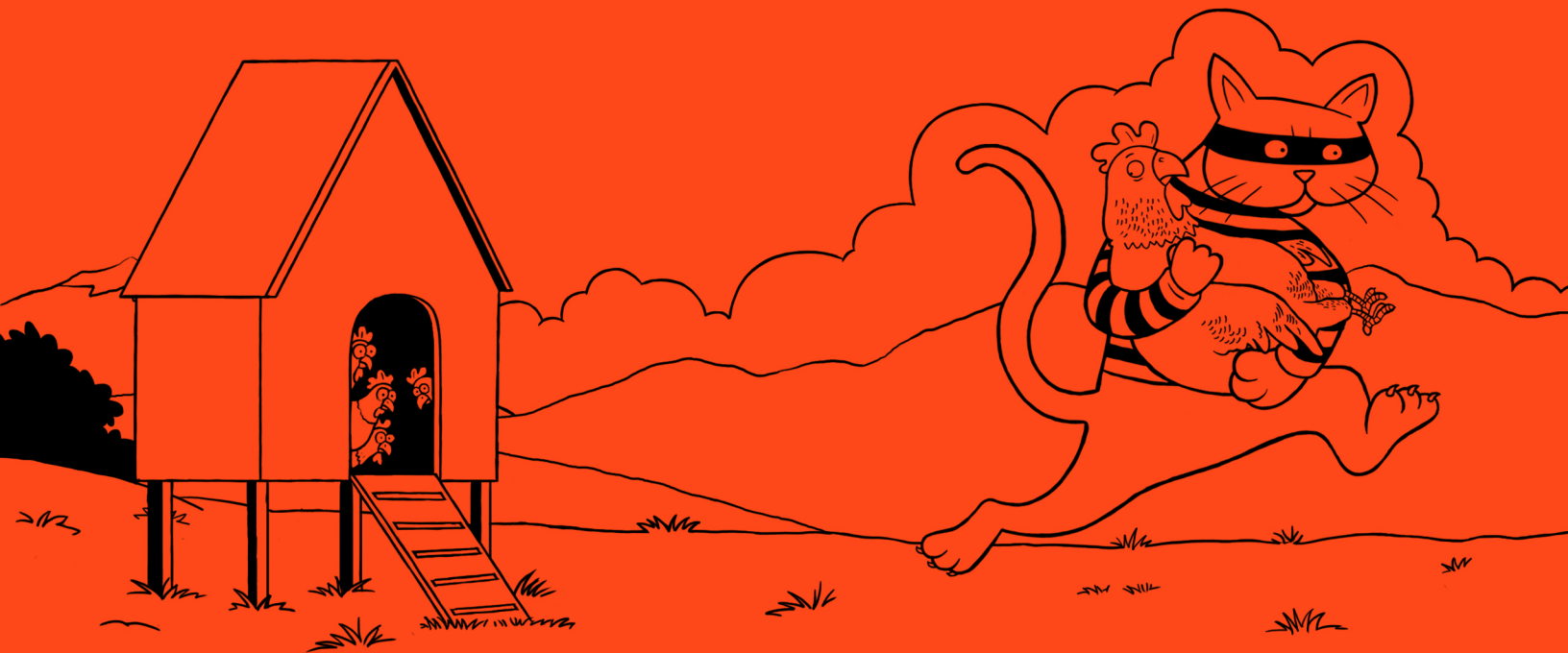


# "Más...Que..."

DICHOS CHILENOS ILUSTRADOS

\* Proyecto para optar al Título de Diseñador Gráfico \*



**Autor: Franco Nieri Bravo**  
**Profesor Guía: Eduardo Castillo Espinoza**  
**Santiago - Enero 2014**



Universidad de Chile  
Facultad de Arquitectura y Urbanismo  
Departamento de Diseño

# “Más...Que...”

## DICHOS CHILENOS ILUSTRADOS

\* Proyecto para optar al Título de Diseñador Gráfico \*

Autor: **Franco Nieri Bravo**  
Profesor Guía: Eduardo Castillo Espinoza  
Santiago - Enero 2014

# ***Agradecimientos***

A mis padres que me entregaron los medios para llegar a esta etapa,  
a Kristine por sus constante apoyo y motivación,  
a mi profesor guía por su disposición y compromiso,  
y a todos aquellos que aportaron y creyeron en este proyecto.

# Contenidos

## Sección 1 >>

### 11 INTRODUCCIÓN

- 13 Resumen
- 14 Fundamentación
- 15 Oportunidad de diseño
- 15 Motivación personal

## Sección 2 >>

### 17 MARCO TEÓRICO

- 18 Introducción al marco teórico
- 19 Patrimonio
- 20 Patrimonio cultural tangible
- 20 Patrimonio tangible mueble
- 21 Patrimonio gráfico
- 21 Patrimonio tangible inmueble
- 21 Patrimonio cultural intangible
- 22 Patrimonio e identidad
- 25 Oralidad
- 26 Habla popular chileno
- 27 Paremias
- 27 Refranes
- 29 Chilenismos
- 30 Modismos
- 31 Lolismos
- 32 Adivinanzas
- 33 Dichos
- 34 Dichos comparativos
- 34 Historia
- 35 Características
- 36 Uso
- 40 Estructura
- 41 Humor
- 41 Concepto de humor

- 42 Humor a la Chilena
- 43 Humor gráfico
- 45 Humor gráfico en Chile
- 48 Principales exponentes históricos de la historieta y el humor gráfico en Chile
- 52 El Gag

### **Sección 3 »**

#### **55 ESTUDIO DE TIPOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS DE REFERENCIA**

- 56 Bestiario del Reyno de Chile
- 57 Diccionario del Corrupto de la Lengua
- 58 100% Graffitis
- 59 Puros Graffitis, Palabra de Humor
- 60 Otros libros consultados
- 62 Conclusiones del análisis de tipologías

### **Sección 4 »**

#### **63 ETAPA PROYECTUAL**

- 64 Elección del Formato
- 65 Propuesta Editorial
- 65 Nombre del proyecto
- 65 Justificación del nombre
- 66 Objetivo General
- 66 Objetivos Específicos
- 66 El Usuario
- 66 Contexto de lectura
- 67 Contexto del proyecto
- 68 Metodología / plan de trabajo
- 68 Recursos humanos
- 69 Recursos técnicos
- 69 Calendarización y tiempos
  
- 70 Etapas del proyecto
- 70 1. Recopilación
- 83 2. Edición
- 86 3. Diseño
- 86 3.1 Formato
- 88 3.2 Sustrato
- 89 3.3 Encuadernación
- 89 3.4 Terminación
- 89 3.5 Diagramación

- 91 3.6 Folio
- 92 3.7 Ilustración
- 98 3.8 Color
- 104 3.9 Tipografía

#### **110 4. Aplicaciones**

- 114 5. Gestión estratégica
- 114 5.1 Costos del proyecto
- 115 5.2 Formas de Financiamiento
- 118 5.3 Derechos de Autor
- 119 5.4 ISBN
- 119 5.5 Acciones de Gestión

### **Sección 5 »**

#### **121 CONCLUSIONES**

### **Sección 6 »**

#### **125 COMENTARIOS FINALES**

### **Sección 7 »**

#### **129 BIBLIOGRAFÍA**

### **Sección 8 »**

#### **135 ANEXOS**

- 136 Anexo 1 > cotización a imprenta
- 137 Anexo 2 > cotización a imprenta
- 138 Anexo 3 > resumen postulación
- 139 Anexo 4 > resultado postulación

Sección 1 >>

# ***Introducción***

## RESUMEN

“Más...Que”, es una serie de ilustraciones de dichos comparativos usados en Chile, que pueden ser aplicadas en distintos productos de diseño, como por ejemplo un libro de bolsillo, una polera, etc.

Este proyecto nace porque estos dichos corren un riesgo de perderse en el tiempo y quedar en el olvido, por lo tanto su intención es recuperar, registrar y difundir parte de nuestro patrimonio cultural inmaterial con el fin de preservar nuestro acervo cultural fuente de nuestra identidad nacional.

Es un proyecto gestionado de manera personal, llevado a cabo a través de la definición de un marco teórico; de un análisis de tipologías y referentes relacionados con la temática del proyecto y de una amplia recopilación, su edición, diseño e ilustración.

Está destinado a todos los adultos chilenos que sientan interés por la lectura, el humor o los chistes en general.

Con una duración de 4 años y 2 meses, pretende ser publicado el primer semestre del año 2014 y ser distribuido en las principales librerías de nuestro país y tiendas asociadas al rubro del diseño.

Este proyecto tiene un costo aproximado de \$1.801.971 que pretende ser financiado mediante la postulación a un fondo concursable.

## FUNDAMENTACIÓN

El lenguaje y la comunicación popular expresados a través de los dichos, refranes y moralejas forman parte del patrimonio cultural oral e inmaterial de una nación.

Esta condición de inmaterialidad implica que exista una cuota de imprecisión y al mismo tiempo de fragilidad. Los dichos existen como parte de una memoria colectiva de las personas pero corren un serio riesgo de quedar en el olvido o terminar por extinguirse.

Para su permanencia en el tiempo, es necesario que estén presentes en la vida cotidiana de las personas y que se ocupen regularmente, además de que exista también una transmisión verbal de generación en generación.

Esta capacidad de transmisión se ha ido perdiendo a través del tiempo cada vez más por múltiples y variadas razones, entre las que se encuentran:

- El auge de una cultura urbana y moderna en la que los medios de información y comunicación de masas, como la radio, televisión, Internet, las redes sociales como Facebook y Twitter, los celulares y teléfonos inteligentes conocidos como smartphones y sus aplicaciones como Wassap y Line, han alterado e incluso reemplazado profundamente las formas tradicionales de expresión oral.
- El fenómeno socioeconómico de la globalización en el cual nos encontramos, implica que exista una cierta homogeneización cultural a nivel global, generando una pérdida de las tradiciones patrimoniales y por lo tanto de la identidad local de las naciones.

Dada la condición actual en la que se encuentran este tipo de dichos, la intención de este proyecto nace con la finalidad de rescatarlos y de cierta forma aterrizarlos a la realidad a través de productos de diseño tangibles como materiales de registro que duren en el tiempo, para evitar que queden en el olvido o terminen por extinguirse.

Mi intención no es realizar una apropiación de este fenómeno cultural ni tampoco limitarlo, sino contribuir desde el punto de vista personal como diseñador a su conservación y difusión, para mantener su presencia en la vida cotidiana de las personas.

Tal como menciona el diseñador Eduardo Castillo “el diseño y el patrimonio tienen un vínculo muy fuerte” ya que “el diseño permite hacer del patrimonio intangible algo tangible, que se puede re inventar en el tiempo”.<sup>1</sup>

## OPORTUNIDAD DE DISEÑO

Nuestro patrimonio oral constituye una enorme fuente de contenidos estrechamente ligados a nuestra identidad, las herramientas que nos entrega el diseño nos permite hacer uso de los mismos para generar nuevos contenidos visuales. Esto presenta una oportunidad de diseño para enriquecer nuestra formación visual, promoviendo el diseño chileno y a la vez dejando un registro tangible del patrimonio oral del país, lo cual profiere un valor cultural al trabajo realizado por el diseñador.

## MOTIVACIÓN PERSONAL

El presente proyecto nació por una iniciativa personal hace ya más de 3 años con la intención de hacer una recopilación de los dichos comparativos populares. Comenzó como una especie de hobby y no tenía una intención y proyección a futuro muy definida, simplemente me llamaron la atención ya que los consideraba muy chistosos y al mismo tiempo muy creativos. Me di cuenta también de que se hacían presentes en muchas esferas de la vida cotidiana ya que los escuchaba de mi familia, amigos, personas en la calle y también en la televisión. Con el pasar del tiempo luego de haber realizado una amplia recopilación de estos dichos, me fui dando cuenta de que tenía un material único, llamativo y muy entretenido, por lo que consideré que existía una gran oportunidad para desarrollar un proyecto novedoso, entretenido y con perspectivas reales de ser llevadas a cabo.

Puedo decir como diseñador y persona común y corriente, que la intención última de este proyecto es de contribuir a que la gente lo pase bien, se ría con estos dichos, los disfrute y al mismo tiempo los utilice.

<sup>1</sup> LABARCA BRAVO, CRISTIÁN. Diseñadores unidos al rescate de lo vernáculo. Patrimonio Cultural. (Nº41): 7, 2006.



*Sección 2 >>*

## ***Marco teórico***

A continuación presento una revisión bibliográfica y de experiencias que sirven para entender el campo de diseño donde trabajará el proyecto.

## INTRODUCCIÓN AL MARCO TEÓRICO

En primer lugar se presenta el concepto de **patrimonio** y se destaca su importancia. Luego, se distinguen los distintos tipos de patrimonio que existen, como el natural y el cultural tangible e intangible. Dentro de este último se desarrolla y explica en mayor medida a las tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial considerando que se relaciona directamente con el proyecto en cuestión. Finalmente se destaca la relevancia que este tiene para la identidad cultural de nuestro país.

En segundo lugar se presenta el tema de la **oralidad**, la lengua chilena y sus distintas formas de expresión, en especial los dichos comparativos en cuanto a su origen, uso y estructura.

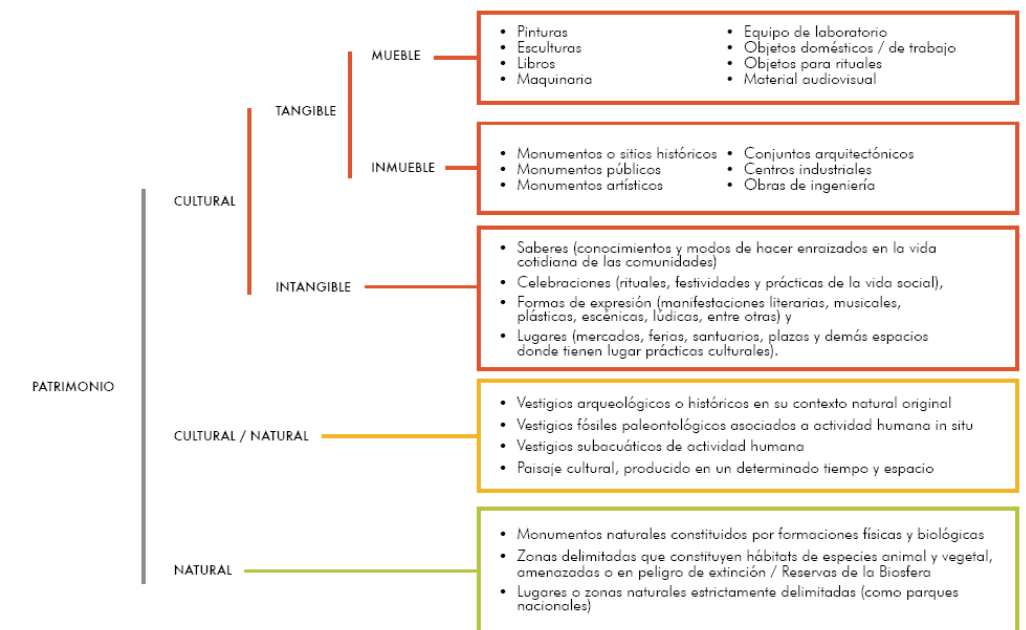
En una última instancia se presenta el concepto del **humor** y su aplicación en el contexto nacional, considerando que es una característica que nos define a los chilenos. Luego se presenta el humor expresado a través de la gráfica o lo que se conoce como “humor gráfico”, relacionándolo con el contexto local, su historia, y principales exponentes a nivel histórico y actual.

## PATRIMONIO

El término patrimonio es definido como: un “conjunto de los bienes valiosos, materiales o inmateriales, heredados de los antepasados” o “conjunto de bienes pertenecientes a una persona natural o jurídica, o afectos a un fin, susceptibles de estimación económica”.<sup>2</sup>

Estas dos definiciones relacionan al patrimonio como un bien material que implica una cierta posesión, propiedad y pertenencia por parte de algún individuo. El acto de posesión de un bien implica también que este se puede traspasar, transferir o heredar.

“Lo heredado” generalmente se refiere a los bienes y derechos a los que los individuos acceden como miembros de alguna comunidad. Por ejemplo, se suele hablar del patrimonio como la herencia que existe debido a la pertenencia a una familia. Pero también hay “patrimonios” a los cuales las personas tienen acceso como miembros de comunidades más amplias, tales como los patrimonios naturales (por ejemplo: Reservas de la biósfera; Monumentos naturales; Parques nacionales), como también los denominados patrimonios culturales.



Página siguiente: clasificación de los tipos de patrimonio.  
Fuente: <<http://ilam.org>>

<sup>2</sup> Definiciones de patrimonio. Recuperado el 6 de Septiembre de 2013. Disponible en: <[http://www.mav.cl/patrimonio/home/frame\\_patrimonio.htm](http://www.mav.cl/patrimonio/home/frame_patrimonio.htm)>

A continuación paso a describir los distintos tipos de patrimonios existentes, que pueden ser revisados por medio del diagrama de la página anterior:

## » PATRIMONIO NATURAL

El patrimonio natural está constituido por la variedad de paisajes que conforman la flora y fauna de un territorio. La UNESCO lo define como “aquellos monumentos naturales construidos por formaciones físicas y geológicas, lugares y paisajes naturales, que tienen un valor universal excepcional desde el punto de vista estético, científico y/o medioambiental. El patrimonio natural lo constituyen las reservas de la biosfera, los monumentos naturales, las reservas y parques nacionales, y los santuarios de la naturaleza”.

## » PATRIMONIO CULTURAL

El patrimonio cultural está formado por los bienes culturales que la historia le ha legado a una nación y por aquellos que en el presente se crean y a los que la sociedad les otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética. Es la herencia recibida de los antepasados, y que viene a ser el testimonio de su existencia, de su visión de mundo, de sus formas de vida y de su manera de ser, y es también el legado que se deja a las generaciones futuras.

El patrimonio cultural se puede dividir en dos tipos:

- » Un patrimonio **tangible**, material, visible y constatable, que estamos más acostumbrados a reconocer, porque está presente en muchas áreas de nuestra vida.
- » Y un patrimonio **intangible**, inmaterial, invisible y efímero, que no todos reconocen y que muy pocas veces ha sido considerado en términos de conservación. Este último es necesario abordarlo en mayor detención ya que está relacionado directamente con el objeto de estudio de este proyecto.

## » PATRIMONIO CULTURAL TANGIBLE

El patrimonio tangible es la expresión de las culturas a través de grandes realizaciones materiales y puede ser dividido en dos áreas, Patrimonio Tangible Mueble y Patrimonio Tangible Inmueble.

### Patrimonio Tangible Mueble

El patrimonio tangible mueble comprende los objetos arqueológicos,

históricos, artísticos, etnográficos, tecnológicos, religiosos y aquellos de origen artesanal o folklórico que constituyen colecciones importantes para las ciencias, la historia del arte y la conservación de la diversidad cultural del país. Entre ellos cabe mencionar las obras de arte, libros manuscritos, documentos, artefactos históricos, grabaciones, fotografías, películas, documentos audiovisuales, artesanías y otros objetos de carácter arqueológico, histórico, científico y artístico.

### Patrimonio gráfico

El patrimonio gráfico es mayormente parte del Patrimonio Tangible Mueble y puede ser considerado como nuestra herencia visual, “son todas aquellas imágenes que nos han llenado la cabeza durante generaciones y que hoy estamos redescubriendo para encontrar en ellas inspiración, desafíos, talentos olvidados o simplemente seguir escribiendo nuestra historia”.<sup>3</sup>

Está en todas partes, en el quiosco de la esquina, en una antigua cajetilla de cigarrillos, en la portada de un libro usado, en una revista infantil de principios del siglo xx, en el cartel de la feria, etc. O en referentes históricos del diseño, como el *Atlas de La Historia Física y Política de Chile* de Claudio Gay, los dibujos que hizo Elena Poirier para las revistas *El Peneca* y *Simbad*, los libros diseñados por Mauricio Amster, el cartel del Rey del Mote con Huesillos, un afiche de Camilo Mori, una carátula de los hermanos Larrea, una portada de Alejandro Fauré, los grabados de la Lira Popular, la lavandera de Klenzo, los murales de la brigada Ramona Parra, los carteles de Zenén Vargas, Súper Cifuentes de Hervi, entre muchos otros.

### Patrimonio Tangible Inmueble

El patrimonio tangible inmueble está constituido por los lugares, sitios, edificaciones, obras de ingeniería, centros industriales, conjuntos arquitectónicos, zonas típicas y monumentos de interés o valor relevante desde el punto de vista arquitectónico, arqueológico, histórico, artístico o científico, reconocidos y registrados como tales. Estos bienes culturales inmuebles son obras o construcciones humanas que no pueden ser trasladadas de un lugar a otro, ya sea porque son estructuras (por ejemplo, un edificio), o porque están en inseparable relación con el terreno (por ejemplo, un sitio arqueológico).

## » PATRIMONIO CULTURAL INTANGIBLE

El patrimonio cultural intangible, inmaterial u oral, está constituido por aquella parte invisible que reside en espíritu mismo de las

<sup>3</sup> PALMA, NIVIA. Así vemos nuestro patrimonio. Revista Patrimonio, Chile gráfico N° 50, página 2, 2009

culturas. Es definido por la UNESCO como “los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas —junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes— que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad, contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana”.<sup>4</sup>

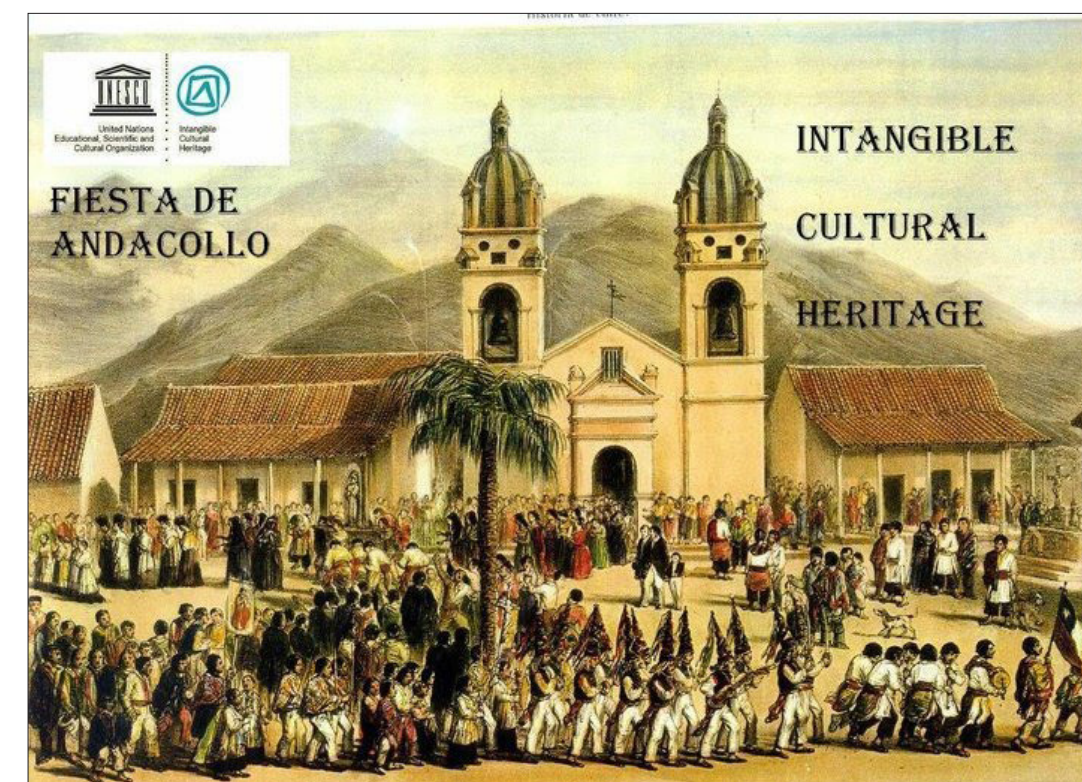
El patrimonio cultural inmaterial es:

- **Tradicional, contemporáneo y viviente a un mismo tiempo:** no solo incluye tradiciones heredadas del pasado, sino también usos rurales y urbanos contemporáneos característicos de diversos grupos culturales.
- **Integrador:** El patrimonio cultural inmaterial no se presta a preguntas sobre la pertenencia de un determinado uso a una cultura, sino que contribuye a la cohesión social fomentando un sentimiento de identidad y responsabilidad que ayuda a los individuos a sentirse miembros de una o varias comunidades y de la sociedad en general.
- **Representativo:** El patrimonio cultural inmaterial no se valora simplemente como un bien cultural, a título comparativo, por su exclusividad o valor excepcional. Florece en las comunidades y depende de aquéllos cuyos conocimientos de las tradiciones, técnicas y costumbres se transmiten al resto de la comunidad, de generación en generación, o a otras comunidades.
- **Basado en la comunidad:** el patrimonio cultural inmaterial sólo puede serlo si es reconocido como tal por las comunidades, grupos o individuos que lo crean, mantienen y transmiten. Sin este reconocimiento, nadie puede decidir por ellos que una expresión o un uso determinado forma parte de su patrimonio.

El patrimonio cultural inmaterial se manifiesta en particular, en los siguientes ámbitos:

- **Tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial;**
- artes del espectáculo;
- usos sociales, rituales y actos festivos;
- conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo;
- técnicas artesanales tradicionales.

<sup>4</sup> ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial? Recuperado el 6 de Septiembre de 2013. Disponible en: <<http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00002>>



La fiesta de religiosa de Nuestra Señora de Andacollo puede ser considerada como un ejemplo de un patrimonio inmaterial. Fuente: UNESCO

Pocos componentes del patrimonio cultural inmaterial se circunscriben a un único ámbito. Por ejemplo un rito chamánico, es una manifestación compleja que mezcla música y danza, plegarias y cantos, vestimenta y objetos sagrados, ritual y ceremonia, que exterioriza conocimientos sobre el cuerpo humano, la naturaleza y el universo.

Sin embargo dentro de estos ámbitos, el que más se aproxima al área de estudio que yo planteo en este proyecto, son las tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial que procedo a describir a continuación.

**Las tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial.<sup>5</sup>**

El ámbito de las “tradiciones y expresiones orales” comprende una enorme diversidad de formas habladas, como refranes, proverbios, dichos, adivinanzas, cuentos, canciones infantiles, leyendas, mitos, cantos y

<sup>5</sup> Tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial. Recuperado el 6 de Septiembre de 2013. Disponible en: <<http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00053>>

poemas épicos, encantamientos, sortilegios, plegarias, salmodias, canciones, representaciones dramáticas, etc.

Estas tradiciones y expresiones orales sirven para transmitir conocimientos, valores culturales y sociales, y una memoria colectiva. Por lo tanto son fundamentales para mantener vivas las culturas.

Algunos tipos de expresiones orales son de uso cotidiano y pueden ser utilizadas por comunidades o sociedades enteras, mientras que otras están circunscritas a determinados grupos sociales, por ejemplo los varones o las mujeres solamente, o los ancianos de la comunidad.

Al transmitirse verbalmente, las expresiones y tradiciones orales suelen variar mucho. Los relatos son una combinación de imitación, improvisación y creación que varían según el género, el contexto y el intérprete. Esta combinación hace que sean una forma de expresión viva y colorida, pero también **frágil**, porque su viabilidad depende de una cadena ininterrumpida de tradiciones que se transmiten de una generación de intérpretes a otra.

Al igual que otras formas del patrimonio cultural inmaterial, **hoy en día las tradiciones orales corren peligro de extinción**, por múltiples razones, entre las que se encuentran: la rápida urbanización, la emigración a gran escala, la industrialización y los cambios medioambientales. Los medios de información y comunicación de masas principalmente la televisión e Internet, pueden alterar profundamente, o incluso reemplazar, las formas tradicionales de expresión oral.

Lo más importante para la preservación de las tradiciones y expresiones orales es mantener su presencia diaria en la vida social. También es esencial que pervivan las ocasiones de transmitir ciertos conocimientos entre las personas, de mantener una interacción entre ancianos, adultos y jóvenes, y de narrar relatos en el hogar. Este además debe seguir siendo pertinente para una cultura y ser practicado y aprendido regularmente en las comunidades y por las generaciones sucesivas.

## PATRIMONIO E IDENTIDAD

La cultura adquiere formas diversas a través del tiempo y del espacio. Esta diversidad se manifiesta en la originalidad y la pluralidad de las identidades que caracterizan los grupos y las sociedades que componen la humanidad.

Fuente de intercambio, de innovación y de creatividad, la diversidad cultural es, para el género humano, tan necesaria como la diversidad biológica para los organismos vivos. En este sentido, constituye el patrimonio común

de la humanidad y debe ser reconocida y consolidada en beneficio de las generaciones presentes y futuras.<sup>6</sup>

El patrimonio cultural es la fuente de nuestra identidad y el sello que nos distingue como nación. Lo componen los bienes que nuestros antepasados han valorado y conservado en el tiempo. Conocer nuestro patrimonio nos ayuda a desarrollar una conciencia más aguda acerca de nuestras raíces y nos permite comprender la riqueza de otros pueblos y culturas. El respeto al patrimonio es la puerta al diálogo intercultural. Por lo tanto se ha decidido trabajar sobre el mismo en pos de generar un interés en el receptor por su cultura y potenciar el respeto por las demás favoreciendo la educación de personas integrales, ya que uno de los papeles de la educación es asegurar la comprensión de los códigos de pertenencia para establecer, sin riesgos de confusiones desestabilizadoras, los necesarios diálogos con otras culturas. Por esta razón, es de suma importancia generar en niños y jóvenes aprendizajes que valoren su patrimonio cultural.<sup>7</sup>

## ORALIDAD

La oralidad es ante todo una forma comunicativa expresada a través del lenguaje hablado.

Como forma de expresión verbal articulada se percibe como un proceso natural inherente a los seres humanos y que se adquiere a partir de la interacción social. Walter Ong menciona al respecto que “dondequiera que haya seres humanos, tendrán un lenguaje, y en cada caso uno que existe básicamente como hablado y oído en el mundo del sonido”. (Siertsema, 1955).<sup>8</sup>

Ong menciona también que “es ineludiblemente obvio que el lenguaje es un fenómeno oral”<sup>9</sup>. De esta manera el sonido es un elemento básico y al mismo tiempo fundamental para que exista comunicación.

Este autor distingue dos tipos de oralidad, la oralidad primaria y la oralidad secundaria.

“Llamo **“oralidad primaria”** a la oralidad de una cultura que carece de

6 Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural © UNESCO. Recuperado el 26 de Septiembre de 2013. Disponible en <[http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=13179&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)>

7 Identidad y Patrimonio. © UNESCO. Recuperado el 26 de Septiembre de 2013. Disponible en <[http://portal.unesco.org/geography/es/ev.php-URL\\_ID=9230&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/geography/es/ev.php-URL_ID=9230&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)>

8 ONG, WALTER. Oralidad y Escritura. Fondo de Cultura Económica, México, 2006. Pág. 16

9 Ibid. Pág. 16

todo conocimiento de la escritura o de la impresión. Es “primaria” por el contraste con la “**oralidad secundaria**” de la actual cultura de alta tecnología, en la cual se mantiene una nueva oralidad mediante el teléfono, la radio, la televisión y otros aparatos electrónicos que para su existencia y funcionamiento dependen de la escritura y la impresión.<sup>10</sup>

La escritura es la materialización de la palabra y a través de esta se puede materializar y dejar registro a través del tiempo. Las palabras escritas constituyen remanentes. La tradición oral en cambio no posee este carácter de permanencia. Ong menciona que “en todos los maravillosos mundos que descubre la escritura, todavía le es inherente y en ellos vive la palabra hablada. Todos los textos escritos tienen que estar relacionados de alguna manera, directa o indirectamente, con el mundo del sonido, el ambiente natural del lenguaje, para transmitir sus significados”.<sup>11</sup>

## HABLA POPULAR CHILENO

Los chilenos —incluyéndome— tenemos una muy peculiar forma de comunicarnos. Nos caracterizamos por “hablar mal”, de hecho el escritor, lingüista y gramático chileno Ambrosio Rabanales bromeaba al respecto al mencionar que “en Chile se habla el mejor español de Chile del mundo” con el propósito de demostrar que no hay hablas ni mejores ni peores, sino que cada comunidad elige su propia manera de realizar un idioma.<sup>12</sup> También nos caracterizamos por cometer muchos errores y tener demasiados vicios del lenguaje. Por mencionar algunos ejemplos —y no con mucho orgullo—, hablamos demasiado rápido; ocupamos pocas palabras en el día a día; tenemos un pobre vocabulario, una escasa modulación y una mala pronunciación; utilizamos abundantes muletillas como el “*po*” y el “*cachái*”; utilizamos los denominados “extranjerismos” o “anglicismos” —dependiendo del lugar de origen de las palabras—, como “*con tutti*”, “*heavy*”, “*cool*”, etc.; cambiamos o acortamos las palabras; no pronunciamos las “eses” y las “de” en los finales de las palabras e incluso al término de algunas sílabas, como “*verdá*” por verdad, y “*salú*” por salud, como también es frecuente decir “*laoh*” por lados, y “*cosah*” por cosas; usamos palabras que la gente cree que significan una cosa pero en realidad significan otra; utilizamos eufemismos y metáforas para decir las cosas por el nombre de otra; abordamos de forma chistosa temas serios; somos picarescos ya que utilizamos palabras y dichos con un contenido semi vulgar, cochinos y levemente sexuales; nos referimos a las cosas utilizando

diminutivos, como por ejemplo, en verano se toma “*solcito*”, a media tarde se invita a un “*tecito*” y en la mañana a un “*cafecito*”; y hacemos un uso excesivo de modismos como “*altiro*”, “*la raja*”, “*niunbrillo*”, entre otros.

Pero a pesar de todos estos aspectos negativos, nos caracterizamos por ser muy ingeniosos y creativos. Inventamos constantemente palabras, a las que llamamos “chilenismos”, e inventamos también frases o dichos que nos sirven para expresarnos y entendernos a nuestra manera. Este hecho se ejemplifica muy bien en la rutina humorística presentada por el comediante chileno Álvaro Salas el año 2007 en el festival de Viña del Mar, que trata de la particular forma en la que los chilenos nos expresamos y que solo nosotros nos entendemos, inventando palabras y frases como “*école cua*”, “*el niño no me come*”, “*el niño no me duerme*”, “*mi cabro chico es seco pal agua*”, “*no te tení que dejar estar, tení que hacerte ver*”, “*ando a medio morir saltando*”, “*como que me quiero resfriar*”, etc.<sup>13</sup>

### » PAREMIAS

Desde el punto de vista lingüístico, los dichos populares junto a los refranes, proverbios, adagios y aforismos, pertenecen al género de las paremias que son enunciados breves, sentenciosos e ingeniosos cuya intención es transmitir algún conocimiento tradicional basado en la experiencia. Estas son estudiadas y recopiladas por la ciencia de la Paremiología.

A continuación describo las que considero las principales:

### » REFRANES

El refrán o también conocido como proverbio o adagio, es un dicho, frase u oración breve, de fácil memorización, que expresa una sentencia, una enseñanza o un consejo útil sobre la vida cotidiana siendo en la mayoría de los casos una expresión de la sabiduría popular.

Una definición que expresa muy bien su significado es la que realiza Miguel de Cervantes en su libro *Don Quijote de la Mancha*, en la cual menciona “*parecíame, Sancho, que no hay refrán que no sea verdadero, porque todos son sentencias breves, sacadas de la misma experiencia y especulación de nuestros antiguos ancianos*”.<sup>14</sup>

<sup>10</sup> Ibid. Pág. 20

<sup>11</sup> Ibid. Pág. 17

<sup>12</sup> AYALA, TERESA. Ambrosio Rabanales y el español de Chile: una aproximación a los conceptos de norma y de chilenismo. Boletín de Filología de la Universidad de Chile, Tomo XLVI (N° 2) 2011. Pág. 216

<sup>13</sup> Esta rutina humorística puede ser revisada en el sitio <<http://www.youtube.com/watch?v=Qp1530unX4M>>

<sup>14</sup> DE CERVANTES, MIGUEL. Don Quijote de la Mancha. Instituto Cervantes, España, 1998, capítulo XXI.

Oreste Plath los define como “un dicho agudo, que debe pasar de una persona a otra; en una palabra, que debe referirse y no olvidarse”.<sup>15</sup> Este menciona también que los refranes son usados en Chile, más que por la clase llamada culta, por el pueblo y muy a menudo, por el huaso. Además de que refrán el pueblo encierra su filosofía, sus creencias relacionadas con la naturaleza y manifiesta en forma sucinta los rasgos característicos de un lugar, tipo o grupo social.

Sus principales características son:

**Anonimato:**

La gran mayoría de los refranes no pertenecen a una persona precisa. Estos son transmitidos desde la infancia de generación a generación, logrando así su asimilación por gran de los individuos de una cultura y un idioma, convirtiéndose en elementos lingüísticos utilizados para enseñar, argumentar y explicar.

**Verbalismo:**

Los refranes son la cultura inmaterial de una nación, el repertorio de la literatura popular oral. Por eso, el refrán generalmente es oral aunque, a veces, puede ser escrito.

**Brevedad**

Los refranes están estructurados de forma fija o semirrígida lo que aumenta su capacidad de ser memorizados y aplicados en muchas áreas. Son fórmulas breves que llegan a ser repetidas por toda persona que las memoriza. Desde el punto de vista estético, los refranes que duran mucho y que se propagan entre la gente fácilmente son los refranes que tienen cierto paralelo en su forma, o sea, un equilibrio en el nivel semántico.

**Uso de la tercera persona del singular**

El uso de la tercera personal de singular o plural o de un pronombre impersonal. Este aspecto es de gran importancia, debido a que el refrán por su naturaleza es la consecuencia de un hecho determinado ocurrido en una sociedad durante una época dada y el contexto de su lengua no cambia nunca.

**Sentido metafórico**

Por naturaleza, los refranes son afirmativos y convincentes. Pero no siempre nombran las cosas de un modo directo: con frecuencia se valen de metáforas, y hasta se recubren de un aura enigmática a fin de ampliar su campo semántico y ser utilizable en más de una

situación. A veces van tan lejos en esta aventura del lenguaje, que el sentido no surge ya de un modo explícito, sino que depende de nublosas interpretaciones que terminan por desvelarlo. Pero este exceso de simbolismo no es común, pues cuando los refranes dejan de cumplir una función son olvidados.

**Sentido pedagógico**

Los refranes son actos de habla cuya intención es la de transmitir un mensaje y una enseñanza, por lo tanto puede decirse que tienen un sentido pedagógico y educativo.

**Ejemplos:**

Refranes existen en gran medida pero a modo de ejemplo puedo nombrar los siguientes:

*A Dios rogando y con el mazo dando  
A caballo regalado no se le miran los dientes  
A río revuelto, ganancia de pescadores  
Al que madruga Dios lo ayuda  
El que guarda siempre tiene  
El que quiere celeste que le cueste  
Ladrón que roba a ladrón tiene cien años de perdón  
Más vale pájaro en mano que cien volando  
Más sabe el Diablo por viejo, que por Diablo  
Mucho ruido y pocas nueces  
No hay mal que por bien no venga  
Para ser bella hay que ver estrellas  
Por la boca muere el pez  
Soldado que huye sirve para otra batalla  
Un clavo saca a otro clavo  
Entre muchos otros.*

**>> CHILENISMOS**

Los chilenismos pueden ser definidos básicamente como “la expresión del habla chilena”, o como el ”modo de hablar propio de los chilenos”.

El concepto de Chilenismo es descrito por Ambrosio Rabanales como “toda expresión oral, escrita o somatolálica usada en Chile desde cualquier punto de vista gramatical, por los chilenos que hablan el español como lengua propia o por los extranjeros residentes que han asimilado el español de Chile”.<sup>16</sup>

15 PLATH, ORESTE. Folklore Chileno. Santiago: Ed. Platur, 1962. Pág. 30

16 RABANALES, AMBROSIO. Introducción al estudio del español de Chile. Determinación del concepto de chilenismo. Ed. Universitaria, 1953. Pág. 33.

Rabanales menciona también que dentro de los chilenismos se pueden encontrar los fenómenos denominados como “juegos de palabras”, que corresponden a “usos lingüísticos con propósitos humorísticos en el español de Chile”<sup>17</sup> de los cuales existen de diversos tipos como:

**Paisolalia:** Se trata de una aproximación fonética de una determinada palabra o expresión, por ejemplo, *nos Belmont* “nos vemos”, *chaolín* “¡chao!”, *estar de acordeón* “de acuerdo”, *estar precioso* “preso”, *andar botella* “botado” (sin pareja), *estar libreta* “libre”, *de orégano* “de oro”, etc.

**Seudoantropónimos:** son palabras que adoptan la forma de un nombre, pero que tienen una significación totalmente diversa; lo habitual es que se formen por analogía meramente fonética, por ejemplo, *Poblete* ‘pobre’, *Federico* ‘feo’, *Maluenda* ‘malo’, *Malena* “mala” (‘poco agraciada’), *Filomena* ‘¡filo!’, *Locatelli* ‘loco-a’, *Liz Taylor* ‘¡listo!’, *Javiera* “vieja”, etc.

**Seudogeónimos:** son palabras que adoptan la forma de un nombre de lugar, que encubren significados que la picardía –según Rabanales– no ha querido hacer evidentes, por ejemplo, *Ir a Pichilemu* ‘orinar’, *Ir a Chicago* ‘defecar’, *Ir a Cachagua* (por su similitud fonética con *cacha*) ‘coito, acto sexual’, *Estar en Canadá* (“en cana”) ‘estar en la cárcel’, *Jamaica* ‘jamás’, etc.

## » MODISMOS

Los modismos pueden ser considerados como una parte de los Chilenismos. Desde el punto de vista etimológico, los modismos provienen de la palabra *Moda* e *ismo* (práctica).

Estos son expresiones peculiares de un idioma, difíciles o imposibles de traducir literalmente a otras lenguas. Presentan, en la mayoría de los casos, una configuración morfosintáctica restringida. Recogen aquellas creaciones léxicas, tanto espontáneas como derivadas de refranes y dichos populares, constituidos por una secuencia de palabras que operan como una sola unidad semántica y cuyo significado conjunto no puede ser deducido de la suma de sus elementos constituyentes.

En la lengua español de Chile actual existen modismos como por ejemplo:

“*altiro*”,  
“*chocopanda*”,

“*más vivaldi menos pavaroti*”,  
“*fuera de hueveo*”,  
“*la cuca*”,  
“*chipamogli*”,  
“*andar de maleta*”,  
“*bolsero*”,  
“*filete*”,  
entre otros.

## » LOLISMOS

Los Lolismos son llamados también como “Lololalia” que es el denominado lenguaje de los “lolos” o de los jóvenes. Estos pueden ser considerados como una parte de los modismos, pero aplicada exclusivamente al lenguaje juvenil.

El lenguaje es dinámico por lo tanto se puede decir que las palabras se adaptan y evolucionan a través del tiempo según las modas y los contextos históricos en las que son utilizadas. Al respecto, Jaime Campusano, profesor de castellano más conocido como el “Profe Campusano”, menciona que “la jerga juvenil es muy generativa, por lo que muchos términos se van quedando en el tiempo y comienza el uso de palabras nuevas. Esto lo aduce a la naturaleza joven, ya que se aburren de usar las mismas palabras y siempre están en búsqueda de nuevos. El lolo necesita renovar la terminología, porque si no se queda pegado. Y eso no lo acepta su estatus”.<sup>18</sup> Por ejemplo palabras como, “*picho caluga*”, “*choriflai*”, “*mortal*”, “*grosso*”, “*huachacas*”, “*cufifo*”, “*cucarro*”, “*cochecho*”, “*chambreado*”, “*contentillo*”, “*torrejas*”, “*charchas*”, “*malón*”, entre muchas otras, fueron utilizadas en su tiempo y en su contexto, pero actualmente están en desuso. En cambio palabras como “*apagar tele*”, “*andar raja*”, “*de lujo*”, “*la raja*”, “*la dura*”, “*la legal*”, “*perreo*”, “*bakán*”, “*flaites*”, “*carrete*”, “*bellaco*”, etc. son utilizadas ampliamente en nuestros tiempos.

El mismo autor menciona que el origen de estas palabras “se deben a la gran influencia de programas que ocupan el lenguaje juvenil en medios de comunicación. Un 33% de todas las revistas que circulan son exclusivamente para un público joven. Esta razón ha hecho que se masifique y se amplíe el uso de los modismos chilenos, en conjunto con programas de televisión, el cine y literatura –de autores como Fuguet y Contreras– o el rap en la música, recogen este lenguaje”.<sup>19</sup>

17 AYALA, TERESA. Ambrosio Rabanales y el español de Chile: una aproximación a los conceptos de norma y de chilenismo. Boletín de Filología de la Universidad de Chile, Tomo XLVI (N° 2) 2011. Pág. 210-211

18 NAVARRO, PABLO. Lololalia: ¿Cómo hablai? Recuperado el 27 de Agosto de 2013. Disponible en: [http://www.chile.com/secciones/ver\\_seccion.php?id=52829](http://www.chile.com/secciones/ver_seccion.php?id=52829)

19 Ibid.



Si bien esta apreciación puede resultar un poco anticuada para nuestros días, ya que en la televisión no hay programas juveniles como *Mekano* o *Yingo*, logra ejemplificar la influencia que sufren los jóvenes al momento de generar nuevas palabras en su vocabulario.

Hoy en día Internet y las redes sociales son las principales influencias que tienen los jóvenes al momento de hablar.

## » ADIVINANZAS

Una muy completa descripción de las adivinanzas es la que da Oreste Plath, “son una especie de enigma que en la conversación familiar se propone para divertirse al descifrarlo.

La adivinanza forma parte en Chile, como en otros países, del ingenio y de la agudeza mental.

La adivinanza con ser entretenimiento, pasamiento, tiene a la vez, un sentido social, vincula. Figuró en otra época en las tertulias familiares, vive al lado del brasero se las materas, en las ruedas de niños, en las juntas de los campesinos durante las noches invernales o lunadas, y también se echan adivinanzas en los velorios del pueblo, para acortar el tiempo.

La adivinanza tiene ascendencia española y esto se evidencia en las colecciones de adivinanzas americanas; pero en cada pueblo posee su rango, su color.

Seguramente, muchas adivinanzas deben ser importadas; mas, el pueblo las ha chilenuzudo, tomando sólo el fondo de ellas y dándoles forma propia, de tal modo que algunas difieren mucho del original, porque se refieren a árboles o cosas del suelo chileno.

En Chile existen colecciones de adivinanzas ordenadas por regiones, lo que es como una exposición nacional-zonal, aunque en su mayoría corran por todo el país.

Entre las características de la adivinanza criolla, resalta la de que es poco palabretera; que es gráfica y sencilla; que no brilla por su corrección, pero que encierra ingenio y poesía, observación y experiencia.

Casi todas están escritas en dísticos o en octosílabos, aspectos bien conocidos en lo popular”.<sup>20</sup>

Algunos ejemplos de adivinanzas criollas:

Mucho gusto cuando está justo  
 Mucho tormento cuando está adentro  
 Mucho pesar, volverlo a sacar.

*El zapato*

En ti me subo  
 tú te meneas  
 lechita te saco  
 gustándome queda.

*La breva.*

Peludito arriba  
 Peludito abajo  
 Y en el medio un tengo un tajo.

*Los ojos.*

No es de palo  
 Ni es de hueso  
 Una vara de pescuezo  
 El ojito que le llora  
 Adivine mi señora

*El mate y la bombilla*

Meto lo duro en lo blando  
 Y lo demás queda colgando

*El aro*

Sácalo marido  
 Que lo quiero ver...  
 Está muy feo  
 Vuélvelo a meter

*Pan del horno*

## » DICHOS

Según el autor Oreste Plath el Dicho es una palabra o frase que expresa un concepto cabal y que nace de las fuentes de la espontaneidad.

Hay dichos de carácter lugareño, provincianismos, como los hay comunes a todo el país.

Un sentimiento expresivo corre en frases y dichos que se usan con marcada preferencia, que se han hecho tradicionales y que sorprenden al que viene

20 PLATH, ORESTE. Folklore chileno. Santiago: Ed. Nascimento, 1979.

de afuera.

Estos dichos son ideas que se expresan al vivo, que se hacen palabras con rusticidad y vigor.

Hay dichos a los cuales se asiste a su nacimiento y de otros se puede derivar o pesquisar su origen.

De algunos dichos, que no han entrado a los diccionarios, a los tratados de paremiología, se busca su esencia o propiedad. De los que nacieron aquí y de los que llegaron y se acriollaron se trata de alcanzar su raíz.

El origen de algunos de estos dichos ha sido aceptado con una explicación graciosa y aparente. ¿Cuál es la versión preciosa o justa?

Los dichos sufren alteraciones, se desgastan, desaparecen y mueren. Más de alguna vez integran el manejo idiomático, conforman la arquitectura expresiva de los cultos.<sup>21</sup>

## » DICHOS COMPARATIVOS

### » HISTORIA

Los dichos y los refranes en general comparten la mayoría de las veces el hecho de que su origen es remoto e incierto, siempre difuso y no se tiene real certeza de donde vienen o quien fue la persona que los inventó. Muchos de estos nacen de la espontaneidad y son considerados como anónimos, ya que no se tiene el nombre de la persona precisa o conocida que los hayan creado.

Estos han perdurado a través del tiempo y al ser atemporales y de temas muy variados, son transmitidos de generación a generación, principalmente por medio de la lengua hablada o de lo que se conoce como el boca a boca.

El escritor Pablo Hunneus menciona que en Chile, los proverbios, expresiones y dichos populares provienen de la tradición española del siglo XVI. Teniendo algunos matices de la lengua Árabe por el mestizaje cultural que existió entre los pueblos del mediterráneo. Estas frases se depositaron en el campo Chileno en su forma más castiza. Por medio de la tradición hablada se retuvo y mantuvo la cultura<sup>22</sup>. Aunque como menciona Oreste Plath, con el tiempo los dichos sufren alteraciones, se desgastan, desaparecen y mueren<sup>23</sup>. Hoy en día estos dichos existen —aunque de menor manera— en muchos países de habla español, pero cambian las palabras y los significados. Se utiliza la misma estructura o metodología pero se cambian las palabras y sus significados.

### » CARACTERÍSTICAS

Con la finalidad de comprender que son los denominados “dichos comparativos” usados en Chile es necesario realizar un análisis de su significado, usos y estructura.

Según la definición del lingüista chileno Oreste Plath, las que denomina como “Comparaciones Populares” son “ideas pródigas en sentido, son proyecciones verbales de cualidad comparativa por las cuales corre la gracia, la donosura y propiedad popular”.<sup>24</sup>

La lingüista Clotide Vivanco las denomina como “descripciones comparativas” y menciona que “este tipo de acto humorístico se basa, como su nombre lo indica, en una comparación entre dos referentes, el primero de los cuales es frecuentemente una persona (incluso, en algunos casos, un suceso) y otro que generalmente es un objeto concreto, un animal, una persona o, incluso, otro suceso. Esta comparación tiene, en último término, un significado figurado. Precisamente, se trata de un símil”.<sup>25</sup>

Según Félix Morales Pettorino, estos “dichos” son básicamente “frases hechas, consagradas en el tiempo por su uso, que funcionan básicamente como adverbios y cuyo propósito significativo es el de establecer una relación de semejanza o una diferencia de grado, en términos de ciertas propiedades o fenómenos, entre un referente X y el elemento Z que aporta el núcleo semántica de la locución”.<sup>26</sup>

Esta locución se puede decir que da por sentada una relación de desigualdad o desemejanza de grado o intensidad, como por ejemplo “X ha quedado más solo que zapato arriba del techo”.

Comparar según la RAE, “es fijar la atención en dos o más objetos para descubrir sus relaciones o estimar sus diferencias o semejanzas”. Se trata, entonces, de una actividad cerebral inseparable del quehacer racional, ligada al análisis abstractivo y relacionador de los conceptos, y que permite no sólo concebirlos y formularlos, sino también vincularlos en los enunciados proposicionales.

La comparación o símil es considerada también como una figura literaria o retórica. Esta consiste en relacionar dos términos entre sí para expresar de una manera explícita la semejanza o analogía que presentan las realidades

21 PLATH, ORESTE. Folklore chileno. Santiago: Ed. Nacimiento, 1979.

22 HUNNEUS, PABLO. Dichos de campo: los mejores proverbios y refranes del habla castellana. Santiago: Nueva Generación, 2009. Pág. 15

23 PLATH, ORESTE. Folklore Chileno. Santiago: Ed. Platur, 1962. Pág. 30

24 PLATH, ORESTE. Folclor Lingüístico Chileno. Santiago: Fondo De Cultura Económica, 2008. Pág. 124

25 VIVANCO, CLOTILDE. Una taxonomía de los actos humorísticos. Boletín de Filología de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad de Chile, Vol. 36 (1997). Pág. 362

26 MORALES PETTORINO, FÉLIX. Las Locuciones Comparativas en el español de Chile. Boletín de Filología de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad de Chile, Vol. 35, No. 1 (1995): 1995-1996. Pág. 333

designadas por ellos. Esa relación se establece, generalmente, por medio de partículas o nexos comparativos: “como”, “así”, “así como”, “tal”, “igual que”, “tan”, “semejante a”, “lo mismo que”, etc.<sup>27</sup>

Analizando el propósito que el tiene acto de comparar a través de este tipo de enunciados lingüísticos, Morales Pettorino menciona que esto “no es necesariamente producto de una actividad intelectual o lógica”. Sino que “tras ella siempre existe la intención de impresionar o de convencer al interlocutor (o lector) mediante la aproximación más cercana posible al contenido que conlleva el referente X que se va a comparar, aun a riesgo de exagerar las propiedades o fenómenos que lo afectan.”<sup>28</sup>

#### » USO

En la mayor parte de los dichos, el ingenio, la fantasía o la inventiva del creador de la locución es lo que más reluce. De ahí que se adapten muy bien para las manifestaciones familiares, coloquiales, festivas, etc., o de uso informal y se presten poco para ser usadas en un lenguaje culto o formal. De esta manera puedan ser considerados como “populares”.

De acuerdo a este mismo punto anteriormente citado y como forma de ejemplificación del uso de estos dichos, pude registrar de manera gráfica algunos casos que expongo a continuación:

» Primera portada del Diario La Cuarta publicado en Santiago el día martes 13 de Noviembre de 1984. Se lee en sus titulares **“ÁRBITRO ES MÁS LENTO QUE BOLERO”**,



aludiendo a que dirigentes y jugadores de equipo de fútbol Colo-Colo alegaban por un “saqueo” o mal cobro del árbitro Mario Lira.

La Cuarta es un medio escrito que utiliza tanto en sus titulares como en las notas periodísticas los dichos comparativos populares, de hecho se identifica a sí misma como “El diario Pop” o “El diario popular”. Según el estudio “Popularidad de La Cuarta: la clave está en el lenguaje” realizado por Isabel Awad y Guillermo Soto, de la Escuela de Periodismo e Instituto de Letras de la Pontificia Universidad Católica, se llega a la conclusión de que el éxito del diario se debe principalmente al “... empleo de un lenguaje de oralidad profundamente arraigado en la cultura popular”.<sup>29</sup>

27 ESTÉBAÑEZ CALDERÓN, DEMETRIO. Diccionario de términos literarios. Madrid: Alianza Editorial, 1999

28 MORALES PETTORINO, FÉLIX. Las Locuciones Comparativas en el español de Chile. Boletín de Filología de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad de Chile, Vol. 35, No. 1 (1995): 1995-1996. Pág. 334

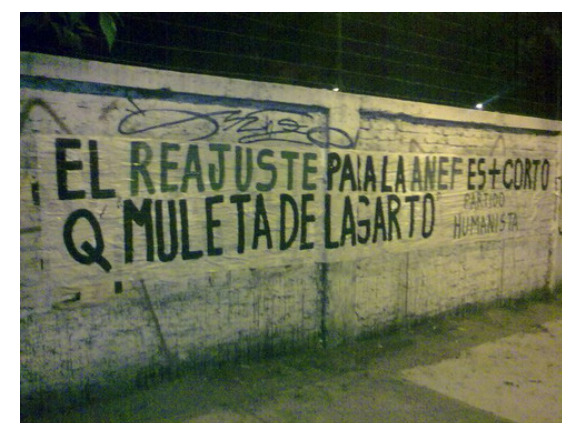
29 AWAD y SOTO. Popularidad de La Cuarta: la clave está en el lenguaje, Cuadernos de Infor-

Esto quiere decir que los lectores sienten que los periodistas le están hablando las noticias, no escribiéndoselas, como que se las cuenta casi al oído en la micro o conversando en la esquina. Es por medio del uso de un registro coloquial, tomado de la oralidad, y por el empleo de un lenguaje creativo y humorístico que se establece una relación entretenida, de proximidad afectiva y de complicidad con su público lector.



» Imagen del sitio Web <www.theclinic.cl> del periódico The Clinic publicada el día 24 de Mayo de 2011 en la sección Webeo > Piñericosas. Esta muestra una fotografía del presidente Sebastián Piñera con una guagua en brazos, junto a su ministro Rodrigo Hinzpeter y una mujer —que se deduce que es la madre de la guagua—, acompañada de un mensaje o globo de texto que dice: **“¡ES MANITO DE GUAGUA COMO YO!”**. Esto evidencia que muchas veces los dichos han sido

tan internalizados en la mente de las personas que es posible deducir su significado comparativo, en este caso el ser “apretado” o avaro, sin la necesidad de hacerlo tan evidente, por lo tanto, se puede concluir que se transforma en una metáfora. La metáfora es una figura retórica que consiste en denominar, describir o calificar algo a través de su semejanza o analogía con otra cosa.

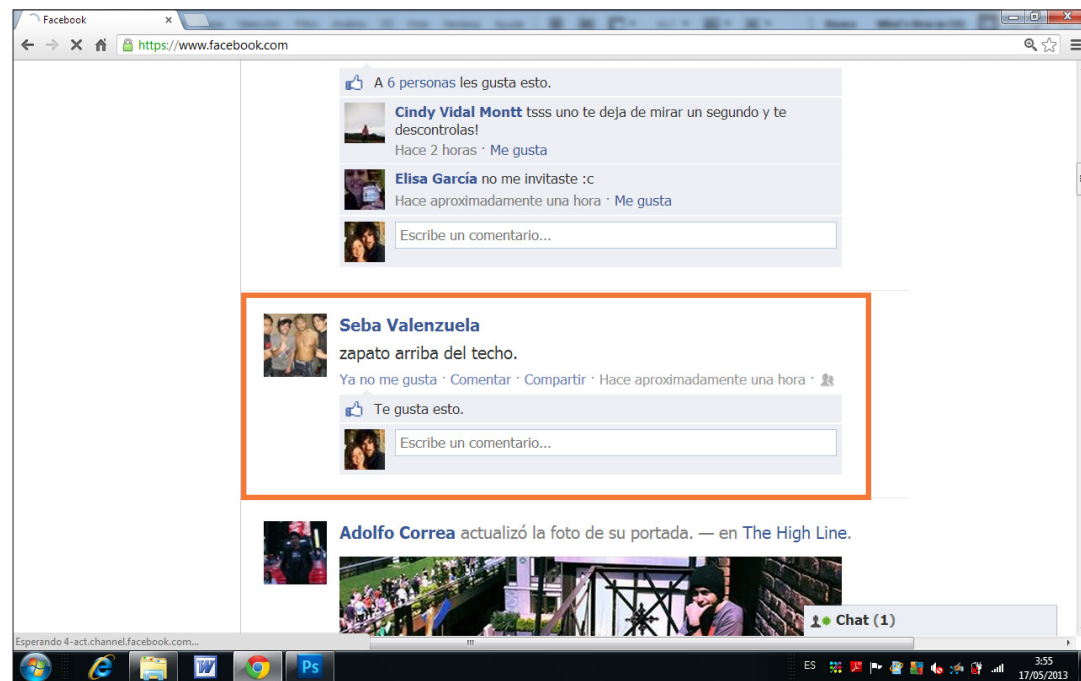


» A través del sitio de Internet, <http://cl.fotolog.com/muralistaslala/99240887/>, se puede apreciar la fotografía realizada a un cartel en la Calle Ramón Corvalán en la comuna de Santiago Centro, que dice **“EI REAJUSTE PARA LA ANEF ES MAS CORTO QUE MULETA DE LAGARTO”**, firmado por el Partido Humanista y con fecha 02 diciembre de 2010. Este mensaje evidencia de manera muy clara que se puede transmitir un mensaje de contenido político o crítico de una manera “creativa” y cercana a la población utilizando un dicho popular.

mación (N° 14), Escuela de Periodismo, P. Universidad Católica de Chile. 2001. Pág. 62



– Publicidad de la marca de cerveza chilena Escudo impresa en una lata de cerveza de 350 ml. (primera de izquierda a derecha) que dice **“SOY MAS RICA QUE POLOLA DE FUTBOLISTA”**. Esta utiliza un lenguaje coloquial y “simpático” para demostrar cercanía a los jóvenes, que son su público objetivo.



– Una captura de pantalla del sitio facebook.com realizada por mi persona el día Viernes 17 de Mayo a las 2:30 AM que demuestra una publicación realizada por Sebastián Valenzuela, amigo personal de Facebook, que dice simplemente **“ZAPATO ARRIBA DEL TECHO”**. En esta frase se puede concluir que hace alusión al hecho de encontrarse solo, y demuestra que es distinto decir “me siento solo” a “estoy más solo que zapato arriba del techo” o simplemente “zapato arriba del techo”.



– Una captura de pantalla de una noticia publicada el día 29 de Junio de 2011 en el sitio de noticias on-line de Radio Cooperativa, cooperativa.cl. En esta se lee **“BORGHI: LA ERA BIELSA DEJÓ MÁS VIUDAS QUE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL”**.

Con bastante frecuencia, la comparación inventada no pasa de ser una simple proposición ocasional, por ingeniosa que parezca, que apenas permanecerá como una imagen más o menos borrosa, destinada comúnmente al olvido, de quienes la oyeron o la leyeron. Mas, en circunstancias especiales, sea por su frescura, novedad o sencillez, sea por su carácter tan acertadamente descriptivo, por el ingenio que lleva consigo, por reflejar a maravilla el “genio del pueblo” o por quién sabe qué otro factor desconocido, logra resonancia y el uso la consagra como expresión idiomática nueva destinada a durar largo tiempo dentro de determinada área geográfica, que puede llegar a abarcar los dominios de la lengua.

Es importante también aclarar que las denominadas “locuciones comparativas” se diferencian de los refranes “más vale...que...” ya que estos últimos suelen contener un consejo o una moraleja. A pesar de esto su uso también es considerado como coloquial.

Existen muchos ejemplos de este tipo, como:

“Más vale maña que fuerza”

“Más vale morir de pie de vivir de rodillas”

“Más vale pasarse que no llegar”

“Más vale perder un minuto en la vida, que la vida en un minuto”

“Más vale prevenir que curar”  
“Más vale ser cabeza de ratón que cola de león”  
“Más vale tarde que nunca”  
“Más vale un pájaro en mano que cien(to) volando”  
Etc.

#### » ESTRUCTURA

En relación a la estructura y función de las locuciones comparativas, Ambrosio Rabanales menciona que existen de dos tipos, una locución comparativa de superioridad y una locución comparativa de inferioridad.

La locución de **superioridad** utiliza la construcción:

- **más + adjetivo, sustantivo o adverbio + que + sustantivo**

A modo de ejemplo:

Más  
apretado > adjetivo > [avaro]  
Que  
Manito de guagua > sustantivo

La locución de **inferioridad** utiliza la construcción:

- **menos + adjetivo, sustantivo o adverbio + que + sustantivo.**

Estas son muy escasas en relación a las anteriores por lo que no se analizarán en mayor detalle, solo las menciono para demostrar su existencia.

A modo de ejemplo:

Menos  
carne > sustantivo  
Que  
un Wantan > sustantivo

En la mayor parte de los casos en las comparaciones se trata de representaciones imaginativas (no siempre producto de la experiencia) en que abundan alusiones a todo tipo de seres, personajes, animales, objetos, utilizados para fabricar toda suerte de caricaturas e hipérboles, a veces combinadas entre sí.

Las locuciones comparativas caricaturescas, se entienden como aquellas deformaciones ridiculizantes y exageradas de aspectos negativos observables en la vida cotidiana.

Y las locuciones comparativas hiperbólicas, en la que se exageran cualidades, acciones o fenómenos, como por ejemplo: más papista que el Papa, más porfiado que un burro, más viejo que Matusalén, etc.

Pero lo más común es la combinación de ambas figuras, dando así lugar a una variada gama de Hipérboles Caricaturescas, ya que como apunta el lingüista Ambrosio Rabanales “la caricatura (...), que es una forma del humor, tiene también en la hipérbole uno de sus equivalentes lingüísticos” (p. 275), particularmente en “los numerosos giros en que el recurso expresivo es una comparación de superioridad” (p.276).<sup>30</sup>

## HUMOR

#### » CONCEPTO DE HUMOR

El humor forma parte de la actividad esencial y exclusiva del ser humano, al igual que el pensamiento. No hay humor si no hay pensamiento. Sin embargo, encerrarlo en una definición resulta prácticamente imposible, no sólo en su concepto, sino en sus variedades. El sentido del humor es un término muy relativo, es casi indefinible e inabordable por naturaleza propia.

Si bien su estudio es un tema que ha sido tratado por reconocidos autores, no existe consenso tanto terminológico como conceptual.

El humor, se define como: genio, índole, condición, especialmente cuando se manifiesta exteriormente; jovialidad, agudeza; disposición en que alguien se halla para hacer algo, o bien un estado afectivo que se mantiene por algún tiempo.

María Moliner en su *Diccionario de uso del español* lo define como el “estado de ánimo de una persona, habitual o circunstancial, que le predispone a estar contenta y mostrarse amable, o por el contrario, a estar insatisfecha y mostrarse poco amable”.<sup>31</sup>

“El humor es una expresión de cultura. El esprit de los franceses o el humour de los ingleses es una cualidad que sirve para ilustrar situaciones en forma gráfica y, en cuanto tal, es un valor cultural. El humor puede ser un recurso, además, que puede cambiar un ambiente. El humor trae al humor y puede entrar en una dialéctica, camino de verdades” (M. Montt, 1997).

30 Cf. Amabrosio Rabanales Ortiz: “Recursos lingüísticos en el español de Chile, de expresión de la afectividad”. Boletín de Filología de la Universidad de Chile, Tomo X, Santiago. 1958. Pág. 205-302

31 El humor y su concepto. Humor, humorismo y comicidad Disponible en: <<http://www.monografica.org/03/Art%C3%ADculo/4522>>

Algunos conceptos que relacionan al humor y que permiten acercarse a su definición son:

El **humorismo**, es un modo de presentar, enjuiciar o comentar la realidad, resaltando el lado cómico, risueño o ridículo de las cosas.

El **absurdo** se aplica a lo contrario y opuesto a la razón o bien que no tiene sentido

La **ironía** es una burla fina y disimulada. Figura retórica que consiste en dar a entender lo contrario de lo que se dice.

La **sátira** es una composición poética u otro escrito cuyo objeto es censurar acremente o poner en ridículo a alguien o algo; discurso o dicho agudo, picante y mordaz, dirigido a este mismo fin.

En definitiva, puede decirse que el humor en su sentido más amplio y vulgarmente admitido, se refiere a todo aquello que hace reír.

#### » HUMOR A LA CHILENA:

El humor es una característica que identifica a los chilenos, nos reímos de todo; de los defectos ajenos, de los pelados, del guatón, del narigón, del orejón, del feo, del cochino, del hediondo a patas, de las desgracias —por grandes que sean—, de la religión, de las incoherencias, de las cosas simples y hasta de uno mismo. Esta es una característica identitaria que ha estado presente desde los inicios de nuestra historia. Maximiliano Salinas menciona al respecto que, “uno de los rasgos más importantes del pueblo chileno es su visión cómica del mundo expresada en un lenguaje festivo forjado a través de los siglos. Las herencias espirituales y milenarias de los indígenas y de los españoles se aunaron para dar forma a un mestizaje pletórico de formas de sabio humorismo”.<sup>32</sup> Tomás Guevara decía también que los mapuches consideraban de mal agüero a la persona mal genio (La mentalidad araucana, Santiago 1916).<sup>33</sup>

Este humor se ve ampliamente expresado a través del lenguaje oral del pueblo chileno, lenguaje que se caracteriza por su jocosidad, picardía, ironía, espontaneidad y creatividad, el uso de eufemismos y el chiste rápido. Además se encuentra muy presente en la calle, ya que se puede apreciar en la señora de la vega, el humorista callejero, el obrero de la construcción, el compañero de oficina, entre otros por lo tanto puede ser considerado como “popular”.

El lingüista Ambrosio Rabanales menciona que “el hombre de nuestra tierra, con

un acentuadísimo sentido del buen humor, que lo induce a preñar de afectividad casi todo lo que dice, ha encontrado [...] cauces magníficos para dar libre paso a la corriente impetuosa de su jocosidad, de su espíritu festivo, de su gracia socarrona. (Introducción al estudio del Español de Chile, Santiago 1953, 51)”.<sup>34</sup>

#### » HUMOR GRÁFICO:

El humor gráfico, también llamado dibujo humorístico o dibujo satírico, es un neologismo con el que se designa a una gama diversa de obras gráficas como: chistes de una sola viñeta, caricaturas, historietas, tiras cómicas o hasta fotografías. Muchas abundan en la ironía y en la sátira de actualidad política, social, o desde ambos a la vez.

Su intención es por sobre todo la comunicación visual o comunicar a través de las imágenes. Esto implica que tiene que ser muy preciso, por lo que es necesario estudiar al receptor para evitar interferencias en la comunicación, además de conocer profundamente el contexto cultural, político y social en el cual se desarrolla el mensaje, ya que a través de este nacen las temáticas y su contenido, y por último, tener una estudiada planificación conceptual en el dominio de la simbología visual. Si no se estudian o cumplen estos factores, el humor expresado de manera gráfica puede no alcanzar su finalidad que es la diversión, y por lo tanto pierde su sentido y deja de existir.

Entre algunos de los principales exponentes históricos de esta disciplina se encuentran Daumier, Doré, Herreros, Steinberg, Mingote, Oski, Larson, Groening, Quino.

El humor puede ser representado mediante diversas obras gráficas como las caricaturas, las viñetas, las historietas, el comic, el collage, la fotografía, etc. las cuales presentan elementos comunes en cuanto a su desarrollo técnico como a los códigos visuales utilizados.

En cuanto a la **técnica**, esta puede ser desarrollada de dos formas:

- La técnica “**tradicional**”, realizada de forma manual y que ha sido la más utilizada a lo largo de la historia. Pasa por las fases de boceto, dibujo esquemático realizado mayormente con lápiz grafito lo que permite poder borrarlo. Entintado o pasado a tinta, que puede realizarse con herramientas como pluma, pincel, bolígrafos, marcadores, etc. El rotulado o la inserción de los textos o diálogos. El color aplicado principalmente con acuarela y tinta de color, o aplicación de tramado, achurado, punteados o grises, si se realiza en blanco y negro.
- La técnica “**digital**”, es una técnica ampliamente utilizada en la actualidad, que se realiza en computadoras con programas especializados

<sup>32</sup> SALINAS CAMPOS, MAXIMILIANO. En el chileno el humor vive con uno. LOM. 1998. pág. 5

<sup>33</sup> Ibid

<sup>34</sup> Ibid Salinas pág. 6

y herramientas como tabletas gráficas tipo Wacom con lápiz digital. Suele partir de un boceto previo que se escanea o fotografía, luego es dibujando sobre el computador mediante la utilización de distintas capas para los personajes, los textos y para color o sombreado o tramado si es en blanco y negro.

En cuanto a los principales **códigos visuales** presentes en un dibujo humor, Scott McCloud<sup>35</sup>, teórico de comics y autor de varios libros relacionados con el tema, menciona los siguientes:

- **Viñetas**, es un recuadro o espacio que encierra una escena o una parte de una historia. Puede tener tamaños y formas variables de acuerdo a las necesidades que se presenten, ya sea cuadradas, rectangulares, circulares o irregulares.
- **Encuadre**, referido a los planos de la imagen, plano general, plano medio, plano americano, primer plano, primerísimo primer plano.
- **El globo o bocadillo**, es el cuerpo o la silueta en donde se insertan los textos, diálogos o pensamientos de los personajes. Existen de diversos tipos, los más comunes son los ovalados, que enuncian los diálogos, los nebulosos que marcan sus pensamientos, los punteados que expresan los diálogos en voz baja y los irregulares que ejemplifican los gritos y exabruptos; aunque esta clasificación se mantiene, cada autor otorga las formas que le parecen más apropiadas a sus globos de texto.
- **Rotulación**, son las letras dibujadas a mano insertas en los globos de texto o en títulos, mayormente son mayúsculas dibujadas a palo seco.
- **Movimientos cinéticos**, son signos gráficos en forma de líneas rectas, curvas o comillas, que indican la trayectoria, velocidad o el movimiento de personajes u objetos que aportan dinamismo y acción a una escena.
- **Onomatopeyas**: es la representación gráfica por medio del lenguaje de los sonidos de la vida real. Ejemplo de estas y ampliamente reconocidas, son: el BANG! refiriéndose a un disparo, y el CRASH! refiriéndose a un choque, entre otros.
- **El lenguaje de los gestos**, los sentimientos y estados de ánimo son expresados principalmente a través del rostro del personaje, alegría, sorpresa, enfado, preocupación, etc. y también a través del cuerpo y las manos.
- **Estilo gráfico**, principalmente el dibujo lineal con un estilo realista, abstracto, detallista.

## >> HUMOR GRÁFICO EN CHILE

El autor Jorge Montealegre en su libro Historia del humor gráfico en Chile distingue que existen **tres grandes etapas** en el humor gráfico nacional:

La **primera etapa**, que comienza en el siglo XIX y termina a principios del siglo XX. Este periodo se caracteriza por el predominio de la caricatura satírica de personajes públicos como obispos, presidentes y políticos que eran imitados con una fuerte carga ideológica.

La Primera caricatura chilena de la que se tiene registro hacia 1818: O'Higgins representado como un asno, es montado por un San Martín bebedor de aguardiente y con el libro *Acuerdos de la Logia* al cinto. Les acompañan los demás Lautarinos, que arrastran a los Pueblos de Chile hacia la perdición. Aunque se adjudica la autoría de esta imagen a don José Miguel Carrera, parece ser que también circuló en Perú durante los preparativos de la Expedición Libertadora.



Primera caricatura chilena de la que se tiene registro hacia 1818, posible autor José Miguel Carrera.

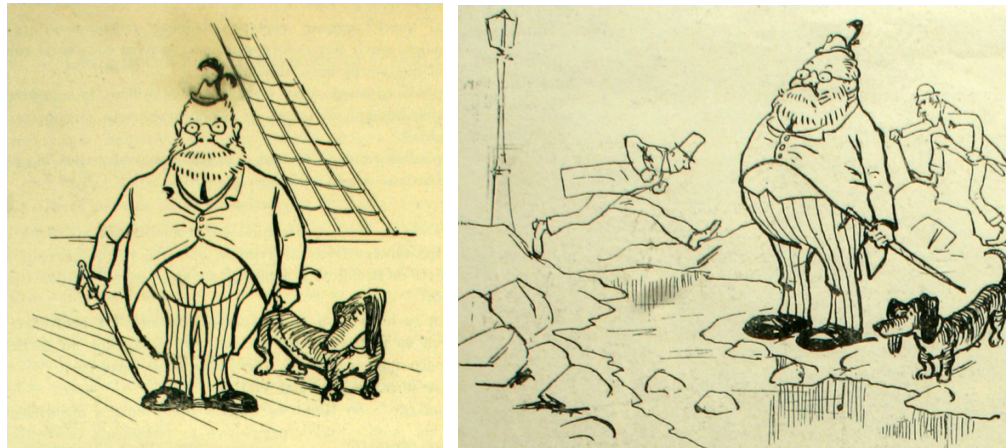


Dibujo de la Reina Isabel, hacia 1866, autor desconocido.

Como dato histórico de relevancia, se dice que la primera mujer que apareció en la historia de la sátira política en Chile fue la Reina Isabel II de España. Fue un escándalo que terminó con 21 cañonazos dirigidos a la ciudad de Valparaíso. Corría 1866, la marina española invadía las Islas Chinchas de Perú y, en todo el Cono Sur, se respiraba la animadversión contra la monarquía. Periódicos locales, como *El Corsario*, *San Martín* y *El Almanaque Divertido Ilustrado*, ridiculizan con sus dibujos a la reina. España pide oficialmente detener los agravios. Pero como estos continúan, el 30 de mayo de 1866 se dispara contra el puerto. España apunta bien: echa abajo la imprenta principal de los periódicos nacionales.

La **segunda etapa**, comienza a principios del siglo XX y termina en la década de los 60.

Es denominada como la edad de oro del cómic e historieta chilena y tiene como referencia inicial la creación de la revista *Zig-Zag*. Más tarde surgieron una amplia serie de revistas infantiles como *El Pibe*, *Pulgarcito*, *El Peneca*, *Pepe Antártico*, *Condorito*, *Barrabases*, *Mampato*, *Rocket*, y de humor político como *Topaze*, *La Chiva*, entre otras.



Federico von Pilsener dibujado por Lustig (Pedro Subercaseaux), es considerado como el primer personaje de historieta chilena, nace en 1906 en la revista *Zig-Zag*.



En 1949, nace en la revista *Okey*, nuestro célebre personaje *Condorito*, dibujado por Pepo (René Ríos Boettiger) con la finalidad resumir y representar nuestra idiosincrasia chilena.

Y el **tercer período**, que comienza en los '70, que supone otro auge de la caricatura. Se caracteriza por la crítica desacralizadora, pero abandonando su tinte partidista. En este tercer período aparecen nuevos agentes, como las mujeres y los jóvenes. Revistas como *La Chiva*, *La Firme*, *Cabrochico* son claras exponentes de este período.

Después de 1973 la edición de cómics casi desapareció, sólo a partir de la década de los '80 nacen publicaciones underground de carácter contracultural y contestatario, con nuevas temáticas y nueva estética, como *Trauko*, *Ácido*, *Bandido* y *Matucana*.

Finalmente con la llegada de la democracia, la creación es igualmente independiente, pero a diferencia de sus predecesores, los nuevos autores cultivan mayormente lo que se denomina como gráfica de humor y en algunos casos abandonan las técnicas tradicionales de dibujo.



Portada de la revista *Trauko* N°16, fuente: [memoriachilena.cl](http://memoriachilena.cl)



Portada de la revista *Trauko* N°6, fuente: [memoriachilena.cl](http://memoriachilena.cl)



## » PRINCIPALES EXPONENTES HISTÓRICOS DE LA HISTORIETA Y EL HUMOR GRÁFICO EN CHILE

A continuación presento a los que considero los principales exponentes de la historieta y el humor gráfico en nuestro país, con la finalidad de destacar su labor y sus obras más reconocidas.

### - “Lustig”, Pedro Subercaseux (1880-1956)

Fue un connotado pintor de escenas históricas y costumbristas llegando a ser conocido como el “pintor de las glorias de Chile” y un caricaturista e ilustrador chileno, creador de Federico Von Pilsener, el primer personaje del Cómic en Chile.

### - “Pepo”, René Ríos Boettiger (1911-2000)

Fue un destacado historietista y caricaturista chileno conocido por ser el creador del famoso personaje criollo Condorito en 1949. Trabajó en la revista de sátira política *Topaze*, y colaboró en otras destacadas como *Can Can*, *Ganso*, *El Peneca*, *El Pingüino*, *El Saquero*, *Pichanga*, *Pobre Diablo*, etc.

### - “Nato”, Renato Andrade (1921-2006)

Fue un historietista y dibujante chileno, creador de personajes como “Peneca”, “Pirulín”, “Cachupín”, “Pituto”, “Ponchito”, “Fanatincha” y dibujante de “Toribio, el Náufrago”. Trabajó para importantes revistas nacionales como *Barrabases*, *El Peneca*, *Simbad*, *Estadio*, *El Pingüino*, entre otras.

### - “Percy”, Percival Eaglehurst Ramos (1922-2013)

Fue un dibujante y caricaturista chileno, creador de “Pepe Antártico” (personaje típico chileno “entrador” con las mujeres, mujeriego, frescolín y muy pícaro). Ganó el Premio Nacional de Periodismo en 1969.

### - “Themo Lobos”, Temístocles Lobos (1928-2012)

Fue un destacado dibujante e historietista chileno, creador de múltiples personajes como Ogú, Máximo Chambónez, Ferrilo, Nick Obre y Alaraco, entre otros. Fue el principal continuador y desarrollador de la historieta *Mampato*. Se desempeñó en destacadas revistas como *El Peneca*, *Barrabases*, *Rocket*, *El Pingüino* y *Cucalón*, entre otras.

### - Guido Vallejos (1929)

Es un dibujante e historietista chileno, mayormente conocido por ser el creador del cómic de fútbol *Barrabases* en 1954. También tuvo su propia editorial, donde publicó revistas como *El Pingüino*, *El Loro* (revista de Humor Político en 1989), entre otras.

### - “Lukas”, Renzo Pecchenino (1934-1988)

Fue un destacado caricaturista y dibujante de viñetas humorísticas, conocido por ser el creador del personaje “Don Memorario”, un entrañable exponente del alma nacional y a su fiel amigo “Don Florencio Aldunate”. Trabajó para revistas como *Topaze*, *El Pingüino*, *Mampato* y para periódicos como *El Mercurio de Valparaíso*, *El Mercurio*, *La Segunda*, *La Estrella de Valparaíso*, entre otros.

### - “Krahn”, Fernando Krahn (1935-2010)

Fue un dibujante y artista plástico chileno, destacado por su dibujo caricaturesco satírico y por su amplio trabajo en la ilustración de obras infantiles. Su trabajo se destacó por tratar temas cotidianos combinando lo trágico, lo cómico, lo irónico y el absurdo. Fue colaborador de numerosos e importantes medios en todo el mundo, como *The New Yorker*, *Esquire*, *La Vanguardia* o *El País*, entre otros.

### - “Hervi”, Hernán Vidal (1943)

En un dibujante de historietas chileno, que se destaca por su humor político, con gran sutileza y sarcasmo. Creador del personaje “Super Cifuentes” y fundador de la revista de historieta *La Chiva*. Sus obras han aparecido en periódicos como *El Mercurio*, *Las Últimas Noticias*, *La Nación*, *La Época*, *La Tercera*, y revistas como *Pingüino*, *Can-Can*, *Topaze*, *Qué Pasa*, etc.

### - “Rufino”, Alejandro Montenegro (1949)

Es un dibujante de humor gráfico político, con una mirada crítica de temas de actualidad y de contingencia noticiosa. Es reconocido por sus dibujos de personajes negros que representaban a los agentes de la CNI conocidos como “Civiles No Identificados”. Ha publicado sus dibujos en revistas como *Hoy* y *Ercilla*.

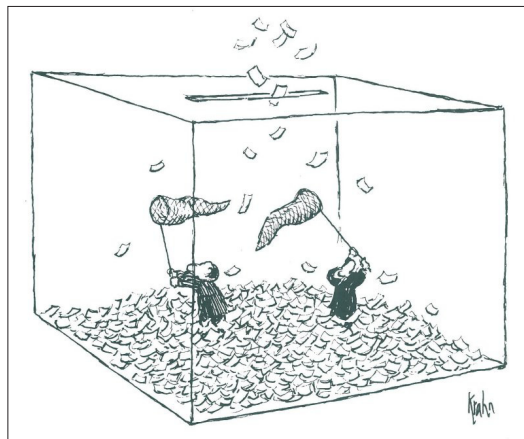
### - “Guillo”, Guillermo Bastías Moreno (1950)

Es un ilustrador y dibujante de historietas chileno que se destaca por su humor político y de sátira de la contingencia nacional, y por su aguda mirada al mundo contemporáneo. Su trabajo ha sido publicado en medios como la revista *Apsi*, y diarios como *El Mercurio* y *La Tercera*.

Entre algunos de los exponentes actuales del género del nuevo humor gráfico se pueden encontrar: **Grotesco**, **Compulsivo**, **Karlo**, **Malaimagen**, **Marco Canepa**, **Alberto Montt**, **Francisco Javier Olea**, **Marcela Trujillo**, **Rodrigo Salinas**, **Asterisko**, **Cristiano**, **Leo Ríos**, entre otros.



Lukas. Fuente: <<http://lukas.cl>>



Krahn. Fuente: <<http://memoriachilena.cl>>



Nato. Fuente: <<http://ergocomics.cl>>



Rufino. Fuente: <<http://theclinic.cl>>



Guillo. Fuente: <<http://guillo.cl>>



Leo Ríos. Fuente: <<http://leorios.blogspot.com>>



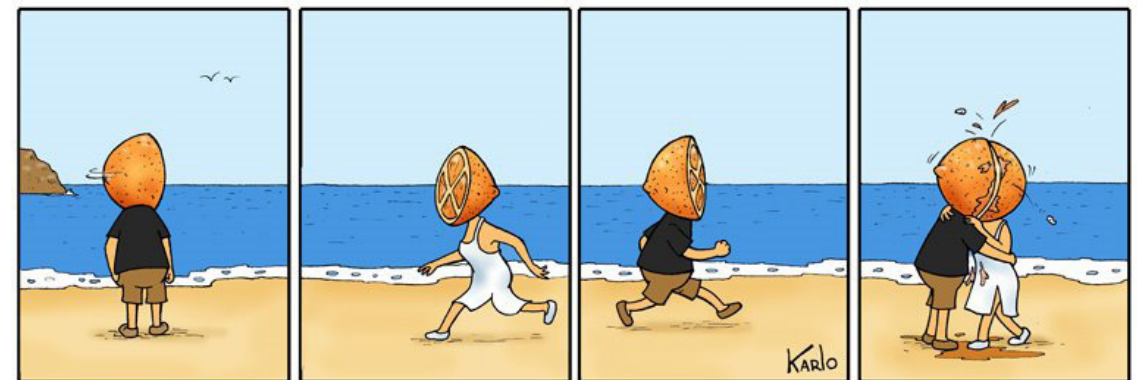
Alberto Montt. Fuente: <<http://dosidiarias.com>>



Asterisko. Fuente: <<http://malhumor.tk>>



Karlo Humor, Don Serapio. Fuente: <<http://donserapio.blogspot.com>>



Karlo Humor. Fuente: <<http://humorarte.cl>>

## >> EL GAG

El **gag** es definido como “un mecanismo indefinible que sirve para hacer reír”<sup>36</sup>. Se dice que es indefinible porque “en muchos años de teoría conocida, nadie ha podido rescatar con palabras la parte sensible del gag, visual o verbal, que es la que lo vuelve eficaz”<sup>37</sup>.

A pesar de este concepto de “indefinición” e “ineficacia” del concepto se puede mencionar de manera simple que el gag o **gag visual**, es “algo que transmite su humor a través de imágenes, generalmente sin el uso de palabras”. También se menciona que el gag es “una idea humorística pura, una <<ocurrencia>> con humor, cuya mecánica de desarrollo suele tener una importancia decisiva en el resultado final”<sup>38</sup>.

Su origen se remonta a los comienzos del cine, especialmente del cine mudo de principios del siglo XX, ya que dada la imposibilidad técnica de emitir sonidos, la representación y actuación en su condición visual jugaba un rol muy importante. El primer uso conocido del gag tuvo lugar en la primera película de humor de la historia del cine *El regador regado*, de los Hermanos Lumière en 1895, en la que un jardinero que regaba sus plantas terminaba por convertirse en el objeto de la travesura de un niño.

Un gran exponente en esta materia fue Charles Chaplin, en las innumerables escenas de sus películas mudas, además de actores de comedia como Buster Keaton, Harold Lloyd y los hermanos Marx.

Uno de los ejemplos más recientes e importantes lo podríamos encontrar en la serie televisiva *Mr. Bean*, de Rowan Atkinson.

El gag posteriormente se acondicionó en gran medida al humor gráfico, en las historietas o tiras cómicas, a través de lo que se conoce como **gag visual progresivo**, que consiste en que la acción o idea humorística se repite de viñeta en viñeta de un modo cada vez más acentuado o complejo añadiéndole distintas posibilidades al tema tratado.

Un ejemplo cercano de este tipo se encuentra en la historieta *Condorito* más específicamente en las viñetas conocidas como “condoricosas” y “panamericana”.

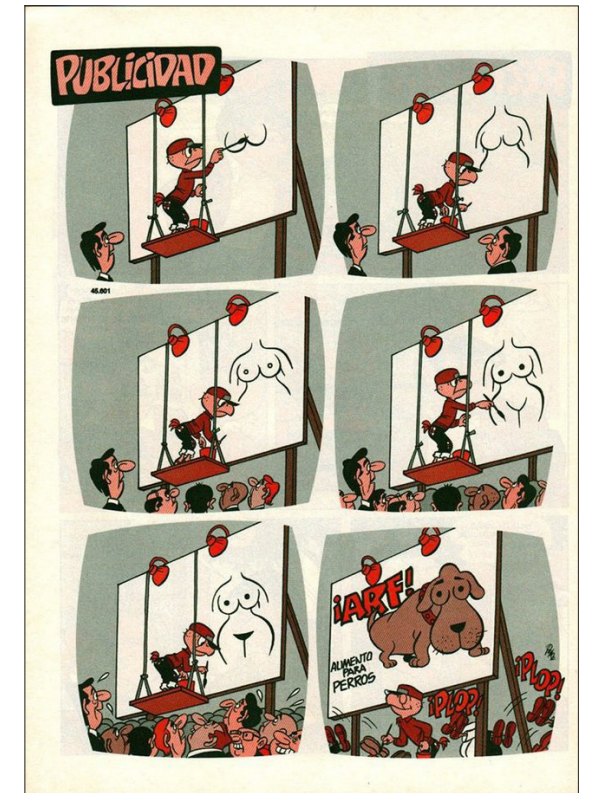
36 PEÑA, FERNANDO, *Gag, la comedia en el cine*, Buenos Aires, Biblos, 1991. pág. 18

37 Ibid.

38 Dibujo de historietas, curso de dibujo de comic, pág. 33. Disponible en <www. http://ramonlandia-cartoons.blogspot.com/>



Fotografía del cortometraje *Charlot, prestamista* (*The Pawnshop*) de Charles Chaplin, 1916.



Publicidad, ejemplo de un gag progresivo dentro de la tira cómica *Condorito*, en el cual se da cuenta de la progresión existente entre cada viñeta.



El actor Rowan Atkinson personificando a Mr. Bean, un personaje bastante torpe e ingenuo que se las ingenia para salir de situaciones embarazosas.

Sección 3 >>

## ***Estudio de tipologías y herramientas de referencia***

A continuación presento por medio de fichas de análisis una serie de referentes o casos de estudio similares, provenientes del mercado literario nacional que se relacionan en cuanto al formato y área temática con el presente proyecto.



### Bestiario del reyno de Chile <sup>39</sup>

**AUTOR:** dibujante Renzo Pecchenino más conocido como Lukas.

**FECHA DE PUBLICACIÓN:** 1972.

**EDITORIAL:** Fundación Renzo Pecchenino, Valparaíso, Chile.

**RESEÑA:** Es un libro que retrata por medio de divertidas ilustraciones caricaturescas a toda nuestra reconocida fauna chilena, personajes con características de animales que pueblan nuestro país.

**FORMATO:** Libro de encuadernación rústica o tapa blanda de 80 páginas de 15 x 15 cms.

**COLOR:** Tapa impresa a 2 tintas. El interior está impreso en su totalidad con solo una tinta negra para los textos e ilustraciones.

**IMAGEN:** Se utilizan 80 ilustraciones realizadas aparentemente con pluma y tinta. Para los sombreados se recurre a la técnica del puntillismo y achurados.

**TIPOGRAFÍA:** Se utilizan al menos tres diferentes familias tipográficas. La tipografía Times para textos y folio, una tipografía manuscrita para los nombres de las “bestias” o personajes y una tipografía trazada a mano para el “nombre científico” de estos personajes.

**COMPOSICIÓN:** El libro en sus primeras páginas presenta un prefacio y explicación por parte del autor del contenido de la obra. Luego presenta un organigrama con la clasificación de los tipos de personajes. El cuerpo principal del libro se compone por ilustraciones o láminas de los distintos tipos de personajes acompañados de breves descripciones. Además se recrean distintos tipos de situaciones en los que se ven inmersos estos personajes. Finalmente se presenta un anexo con variados personajes que se basan en objetos de uso doméstico.



### Diccionario del corrupto de la lengua

**AUTOR:** Chile Transparente.

**FECHA DE PUBLICACIÓN:** Septiembre de 2009.

**EDITORIAL:** Publicación independiente.

**RESEÑA:** Es un libro que forma parte de una campaña impulsada por la institución estatal “Chile Transparente”, con el propósito de sumar a la ciudadanía al esfuerzo por erradicar las malas prácticas y promover la transparencia en todos los ámbitos de la sociedad chilena. Es una selección de los mejores 100 términos referidos a pillajes y faltas de transparencia en la vida cotidiana.

**FORMATO:** Libro de encuadernación rústica o tapa blanda de 125 páginas de 10 x 10 cms.

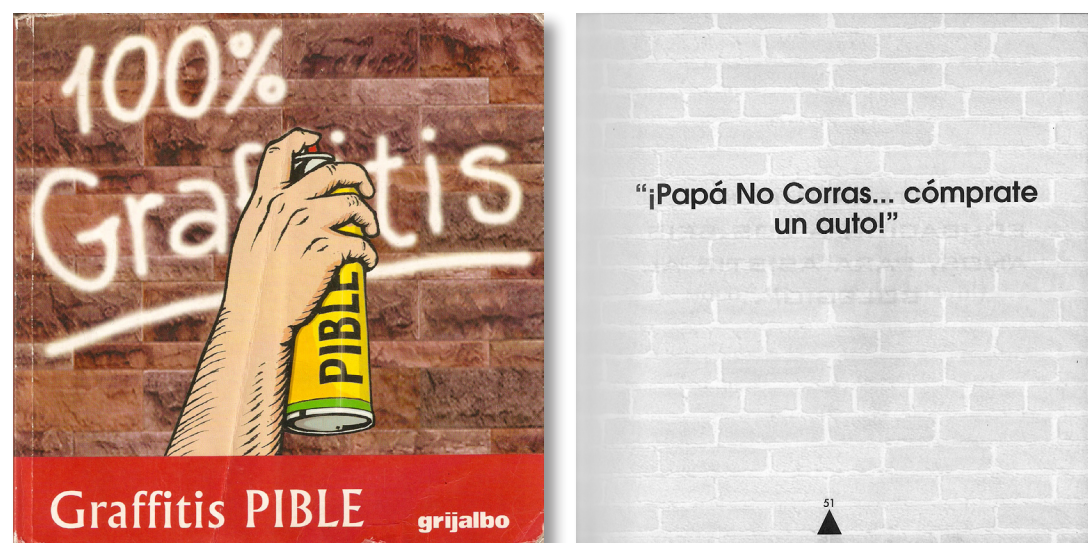
**COLOR:** Tapa impresa a 4 tintas. Del interior, 93 páginas están impresas a 1 tinta gris, y 21 a 4 tintas.

**IMAGEN:** Se utiliza mayormente una imagen en blanco y negro de un papel plisado como fondo de la página. Se acompañan además de 12 ilustraciones a color realizadas mediante técnica digital.

**TIPOGRAFÍA:** Se utilizan al menos tres diferentes familias tipográficas. La tipografía Base twelve en su versión regular para los dichos, aparentemente Gill Sans para la explicación o significado de los dichos, y la tipografía Din Light en su versión itálica para la firma de la persona que participó enviando este dicho.

**COMPOSICIÓN:** Utiliza una composición en la que el texto principal o dicho propiamente tal se ubica en el centro superior de la página, bajo este está la explicación o significado, y más abajo la firma de la persona que participó enviando este dicho. En las páginas pares los textos son justificados a la izquierda y en las impares a la derecha. Las ilustraciones ocupan el total de la página y se ubican en su mayoría en las páginas impares del libro. El folio en este caso corresponde a la letra con la que empiezan los dichos ya que están organizados de forma alfabética. Este se ubica en la parte superior del borde externo de la página enmarcado en un cuadro rectangular de color gris. El libro en general está impreso por tiro y retiro.

<sup>39</sup> Puede ser considerado como un referente clave para este proyecto ya que se basa en la oralidad y en las distintas formas de expresión del pueblo chileno.



## 100% GRAFFITIS

**AUTOR:** Humorista cubano Pablo Garí, más conocido como Pible.

**FECHA DE PUBLICACIÓN:** Noviembre de 2009.

**EDITORIAL:** Grijalbo, Santiago, Chile.

**RESEÑA:** Es un libro que recopila los denominados graffitis o rayados humorísticos escritos por el autor. Estos se organizan en áreas temáticas como: las suegras, los humoristas, escritores, científicos y filósofos, famosos, la política, los sexos, los cartelistas y cualquiera. Al final del libro tiene unas páginas en blanco para que la gente escriba sus propios graffitis. El género humorístico del graffiti es una frase breve e ingeniosa que va acompañada de una firma de un autor ficticio.

**FORMATO:** Libro de encuadernación rústica o tapa blanda de 276 páginas de 16 x 16 cms.

**COLOR:** Tapa impresa a 4 tintas. El interior está impreso en su totalidad con solo una tinta negra para los textos y trama de grises para las imágenes.

**IMAGEN:** Se utilizan diversas imágenes fotográficas de texturas de muros como ladrillos, paredes desgastadas, sucias y rayadas, como fondo de la página a modo de contexto en el cual se sitúan los llamados graffitis.

**TIPOGRAFÍA:** Se utilizan una amplia gama de fuentes tipográficas alternadas que van desde tipografías de palo seco hasta fuentes display. Estas tienden a repetirse a lo largo del libro.

**COMPOSICIÓN:** A modo general posee una composición simple en la que el cuerpo de texto principal o graffiti está dispuesto en el centro de la página con una justificación o alineación centrada. En algunos casos, bajo estos y alineado a la derecha se ubica un texto o firma del graffiti. En la parte inferior central de la página y sobre un triángulo de color negro se ubica el folio. En el fondo se ubica una imagen en escala de grises de baja opacidad.



## PUROS GRAFFITIS... ¡Palabra de Humor!<sup>40</sup>

**AUTOR:** Humorista cubano Pablo Garí, más conocido como Pible.

**FECHA DE PUBLICACIÓN:** Marzo de 2000.

**EDITORIAL:** Grijalbo, Santiago, Chile.

**RESEÑA:** Este es un libro que recopila las mejores e ingeniosas frases humorísticas creadas por el autor, aludiendo a personajes históricos y de la contingencia nacional e internacional. Está acompañado de pequeñas y simples ilustraciones lineales.

**FORMATO:** Libro de encuadernación rústica o tapa blanda de 277 páginas de 20.3 x 15 cms.

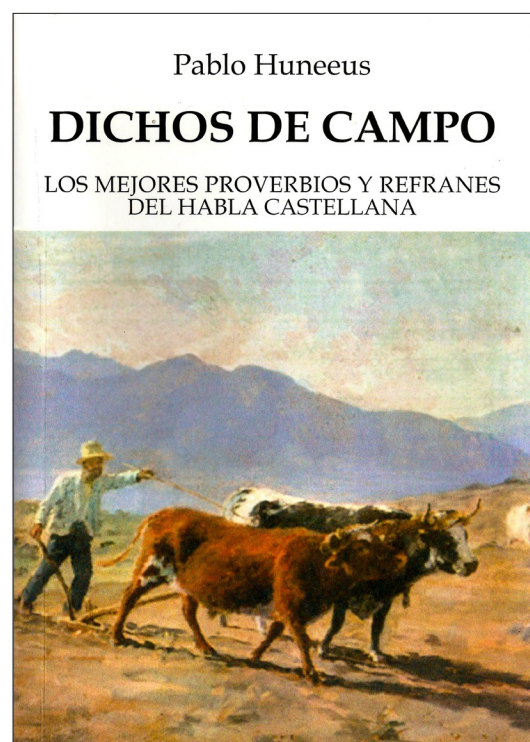
**COLOR:** Tapa impresa a 4 tintas más 1 tinta Pantone de color naranja fluor muy llamativa. El interior está impreso en su totalidad con solo una tinta negra para los textos e ilustraciones.

**IMAGEN:** Se utilizan 24 pequeñas y simples ilustraciones lineales realizadas aparentemente con pluma y tinta.

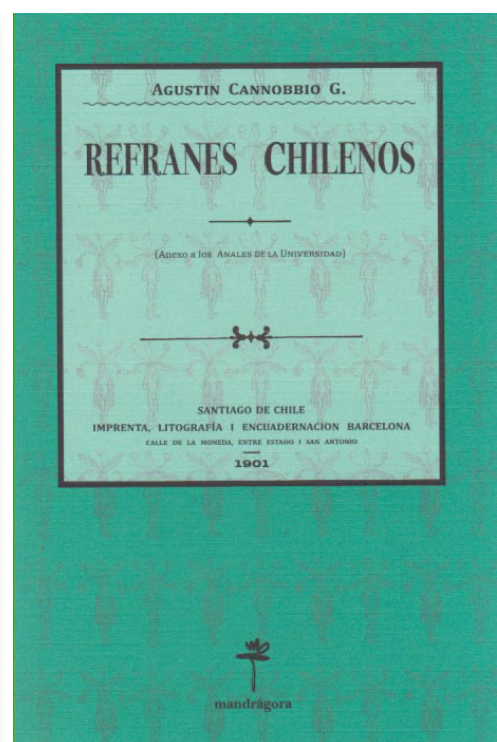
**TIPOGRAFÍA:** Se utilizan una amplia gama de fuentes tipográficas alternadas que van desde tipografías de palo seco hasta fuentes display. Esto se realiza con la intención –a mi parecer– de generar dinamismo y evitar la monotonía que puede existir entre un dicho y otro.

**COMPOSICIÓN:** Utiliza una composición relativamente simple en la que el texto o graffiti se ubica en el centro de la página, con una justificación que varía según la extensión del texto. Bajo estos, en algunos casos se acompañan de una firma y en otras de ilustraciones. El folio se ubica en la parte inferior del borde derecho de la página enmarcado en un cuadro rectangular. El libro en general está impreso solo por el tiro de las páginas impares, lo que incide en el aumento de la cantidad de páginas y en el grosor y peso del libro.

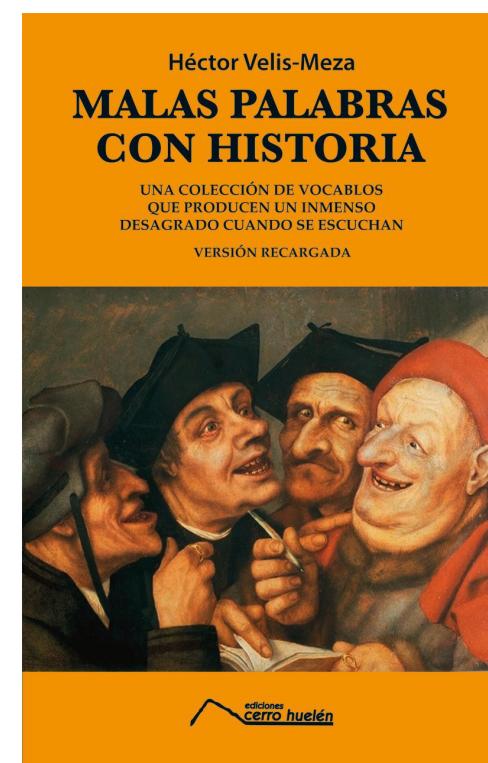
<sup>40</sup> Lo interesante del trabajo de Pible es que además de ser un creador y recopilador de dichos, es un extranjero que mira con “otros ojos” la cultura chilena.



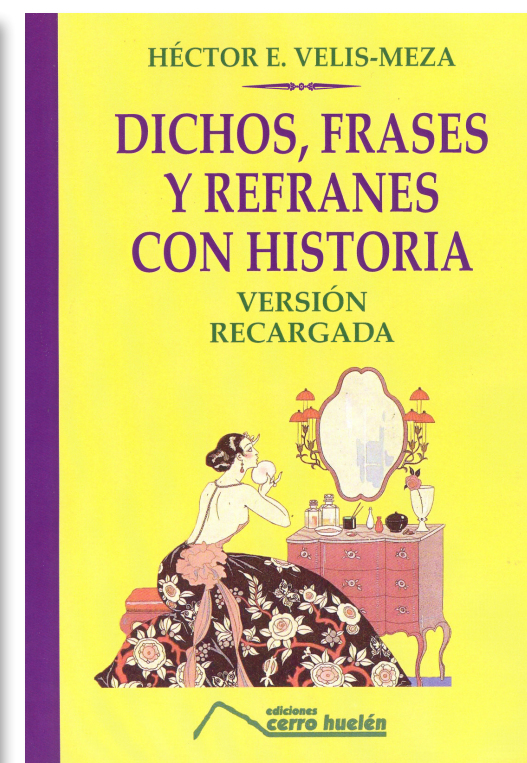
HUNEUS, PABLO. Dichos de campo. Nueva Generación, Chile, 1997



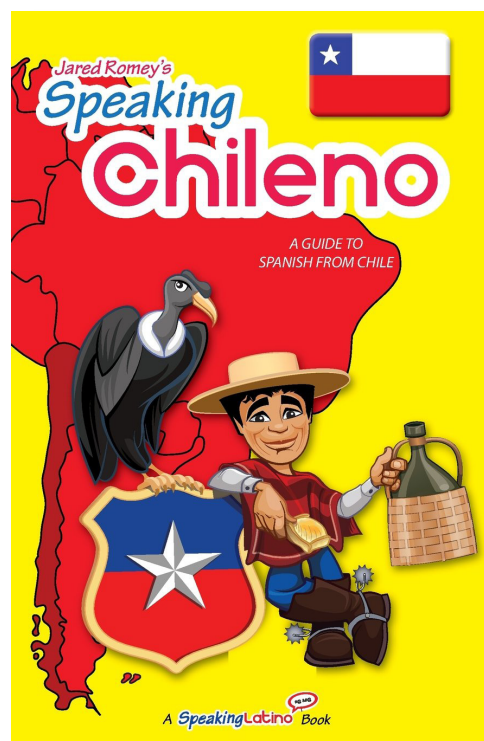
CANNOBBIO, AGUSTÍN. Refranes Chilenos. Mandrágora, Chile, 1901



VELIS-MEZA, HÉCTOR. Malas palabras con historia. Cerro Huelén, Chile, 2013



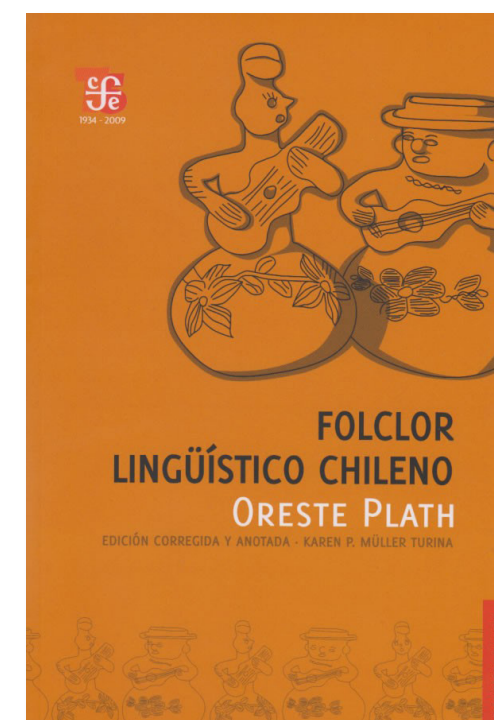
VELIS-MEZA, HÉCTOR. Dichos, frases y refranes con historia. Cerro Huelén, Chile, 2009



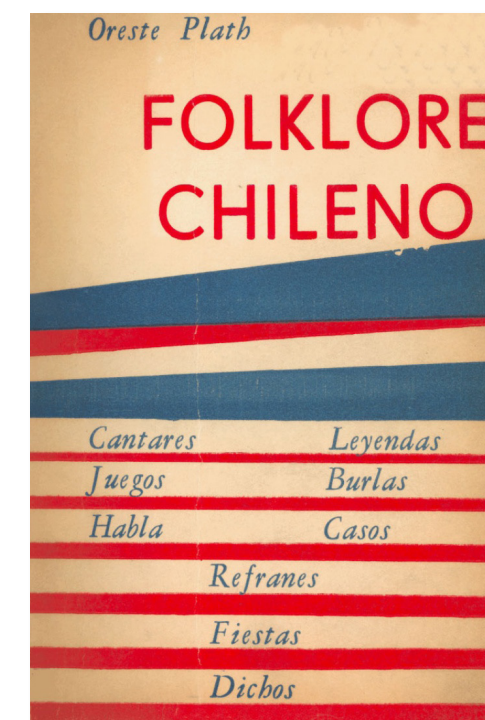
ROMEY'S, JARED. Speaking Chileno. Ril Editores, Chile, 2010



VELIS-MEZA, HÉCTOR. Palabras con historia. Cerro Huelén, Chile, 2010



PLATH, ORESTE. Folclor lingüístico chileno. Fondo de cultura económica, Chile, 2008



PLATH, ORESTE. Folklore chileno. Platur, Chile, 1962

## CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE TIPOLOGÍAS

Luego de haber revisado una amplia y diversa gama de libros ligados al humor, a los dichos y a los refranes populares en el mercado chileno, y de haberlos analizado aplicando la pauta previamente descrita puedo concluir lo siguiente:

- En el mercado chileno existe una amplia bibliografía en esta área, pero en su mayoría están abordados desde el punto de vista de la lingüística y la etimología. Estos corresponden a compendios o recopilaciones realizadas por periodistas o lingüistas, en los cuales se trata de reunir la mayor cantidad de dichos, refranes o palabras posibles, presentándose por medio de una amplia y monótona lista a modo de diccionario enciclopédico. Ejemplos de estos se pueden apreciar en algunos de los libros de la página anterior.
- En la mayoría de los casos, esta recopilación no implica una interpretación visual del material reunido, pero existen algunas excepciones en las cuales se integra la imagen por medio de ilustraciones junto al texto o contenido del libro. Un buen ejemplo que puedo destacar es el del libro **Bestiario del reino de Chile** de Lukas, en el cual la ilustración pasa a tener un rol protagónico, lo que lo convierte en un libro muy entretenido, dinámico, y al mismo tiempo, atractivo visualmente. En cambio un mal ejemplo, es el libro **PUROS GRAFFITIS... ¡Palabra de Humor!** de Pible, en donde la imagen ilustrada no logra integrarse de buena manera con el texto y pasa a transformarse en un mero adorno.

Sección 4 >>

**Etapa proyectual**



## ELECCIÓN DEL FORMATO

La idea de este proyecto es hacer un rescate de los dichos populares —que se encuentran en la memoria colectiva de las personas— a través de su recopilación y materialización en un producto de diseño tangible, algo físico, que tenga presencia en la vida cotidiana de las personas y que perdure en el tiempo.

Es por esto que teniendo en cuenta los múltiples formatos que existen hoy en día y de los cuales uno puede optar como producto de diseño, como blogs, sitios Web, aplicaciones APP para smatphones, revistas, fanzines, entre otros, elegí como medio troncal de este proyecto al **libro** considerando que este “es el soporte que mejor ha contribuido con las funciones de comunicación y archivo a lo largo de la historia, además es capaz bajo su variedad de formas de proporcionar las soluciones que se requieran”<sup>41</sup>. El libro, como objeto tangible permite dejar un registro histórico de un hecho o una situación presente a las generaciones futuras.

Dentro de algunas de las características de un libro se pueden mencionar: es fácilmente transportable, no requiere de ningún otro tipo de dispositivo para su utilización, se ajusta a diferentes cantidades de información, tiene características físicas determinadas, y es un elemento finito y discreto. El libro se transforma en algo real y tangible, que se toma con las manos y se relaciona con nuestro cuerpo. Joaquín M<sup>3</sup> Aguirre Romero menciona al respecto que “la lectura no es sólo un acto intelectual; es, a la vez, un acto físico, sensual, al que el cuerpo se habitúa”.<sup>42</sup>

De esta manera se descartaron los soportes digitales ya que resultan inadecuados para transmitir la esencia del proyecto, y también por no poder replicar los detalles del diseño y del contenido en cuanto a materialidad y perdurabilidad en el tiempo. La información en su nivel energético es ilegible directamente, necesita de unos procesos de decodificación y unos instrumentos (aparatos y programas informáticos) que nos ofrecen una representación virtual, además para acceder a él existe la necesidad de un intermediario, ya sea viéndolo mediante un computador o con otro aparato electrónico, que a pesar de haberse extendido, aún muchos no tienen, lo que eliminaría la posibilidad de llevar y ver el objeto cuando quisiéramos y donde quisiéramos.

Además del libro se propone la creación de una serie de productos o soportes para la aplicación de las ilustraciones, que pueden ser poleras,

tazones, afiches, stickers, o hasta en un futuro animaciones. Estos productos me permitirían ampliar el proyecto y generar también un sistema de autogestión y autofinanciamiento.

## PROPUESTA EDITORIAL

Considerando al libro como el producto central del proyecto, este se plantea como el primero de una mini colección de **libros de bolsillo**, ya que comparte muchas de las características que lo definen, tales como:

- Tener un **tamaño pequeño**, que oscila entre los 11 por 17,8 centímetros y los 12,4 por 19 centímetros.
- Ser más **accesible** que un libro tradicional, con un precio más bajo, asociado a su producción en serie, comúnmente un tiraje mayor.
- Presentarse con una  **encuadernación más ligera**, generalmente con tapa de materiales blandos, encolado y con escasez de lujos en su edición.
- Admitir cualquier tipo de género o materia en el contenido de los libros. Recoge tanto clásicos como contemporáneos.
- Posee una cubierta atractiva que llama la atención y despierta la curiosidad.
- Son más fáciles y **cómodos** de transportar.
- Ser más **próximo al lector** al estar a su disposición en puntos de venta a los que tradicionalmente no llegan otras ediciones y más alejado del concepto de libro-objeto o libro de lujo.

## NOMBRE DEL PROYECTO

“Más... que...”  
 “Dichos chilenos ilustrados”

## JUSTIFICACIÓN DEL NOMBRE

El proyecto se titula “**Más... que...**”. Es un nombre que resume la estructura central de este tipo de dichos además de ser breve, concreto, fácil de recordar y llamativo. Si bien puede resultar un poco ambiguo despierta la duda acerca de la temática del libro.

Para la bajada o subtítulo, en un comienzo me había decidido por “**Dichos comparativos populares chilenos**” pero resultó ser un nombre demasiado extenso y complejo para el común de las personas. Finalmente decidí por “**Dichos chilenos ilustrados**” como forma de contextualizar o resumir de forma simple la temática del proyecto.

41 AGUIRRE, JOAQUÍN. El futuro del libro. Disponible en <www.ucm.es/info/especulo/numero5/futlibro.htm>

42 Ibid.

## OBJETIVO GENERAL

El proyecto tiene como objetivo general recuperar, registrar y difundir parte del patrimonio cultural intangible de nuestro país, específicamente los dichos comparativos transmitidos de forma oral. Esto con el fin de preservar nuestro acervo cultural, fuente de nuestra identidad y mantener viva su presencia en la vida cotidiana de las personas.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar una recopilación de la mayor cantidad de dichos comparativos posibles.
- Editar el contenido previamente recopilado, haciendo una selección y categorización del material.
- Diseñar la estructura de contenidos.
- Desarrollar ilustraciones de los dichos seleccionados basado en una gráfica coherente al propósito del proyecto.
- Gestionar la producción del proyecto, de manera de poder darlo a conocer y establecer redes que posibiliten su desarrollo y continuidad en el tiempo.

## EL USUARIO

Considerando que la utilización de los dichos populares es transversal a los estratos sociales definí que el usuario o destinatario del proyecto se orienta a un público chileno, adulto, de ambos sexos, que sienta interés por la literatura, el humor o los chistes en general.

## CONTEXTO DE LECTURA

Corresponde al dónde y cuando se pone en uso el producto de este proyecto, o sea, cuando se efectúa el acto de la lectura.

El libro fue pensado para ser utilizado en un contexto informal, ya sea de manera personal o de forma compartida. Este puede ser leído en el transporte público, en una reunión o fiesta con amigos, en la universidad o junto a los compañeros de oficina.

Otra posibilidad que existe es que el libro sirva como regalo para extranjeros, para que conozcan parte de nuestra idiosincrasia y que a la vez sirva de recuerdo. Por ejemplo podría ser vendido en las tiendas de *souvenirs* que se encuentran en los aeropuertos.

## CONTEXTO DEL PROYECTO

### ¿Cuándo?

El proyecto fue postulado a los Fondos de Cultura 2014 (fechas de postulación: 12 de julio al 6 de Septiembre 2013). Si saliera beneficiado se publicaría a comienzos del 2014. En el caso de no salir beneficiado el método de financiamiento se realizaría mediante la autogestión y sería publicado también a comienzos del próximo año. Este último tema puede ser revisado más adelante en el punto 5.2 Gestión y Financiamiento.<sup>43</sup>

### ¿Dónde?

El libro se podrá encontrar en las principales librerías del país, en librerías o tiendas relacionadas al rubro del diseño, además de algunas bibliotecas, como por ejemplo:

#### • Librerías:

- Feria Chilena del libro
- Antártica
- Contrapunto
- TXT
- Que Leo

#### • Locales asociados al rubro del diseño y la cultura:

- Galería Plop!
- La Tienda Nacional
- Gatopez

#### • Bibliotecas:

- BiblioGAM
- Biblioteca de Santiago

43 Ver Tabla N° 2

**METODOLOGÍA / PLAN DE TRABAJO**

ETAPA	ACTIVIDADES	TAREAS
<b>ELABORACIÓN DE LA MEMORIA</b>	Estructurar los contenidos	Creación de un índice
	Estructurar el marco teórico	Búsqueda de bibliografía Desarrollo de citas Redacción
	Tipologías	Búsqueda de tipologías, Desarrollo de fichas Redacción de conclusiones
	Definición del proyecto	Determinar los objetivos, usuarios, contextos, recursos, procesos y gestión del proyecto
<b>EJECUCIÓN DEL PROYECTO</b>	Generar los contenido	Recopilar dichos Organizar los dichos
	Editar el contenido	Crear categorías y formulario Selección de los dichos
	Generar narrativa visual	Búsqueda y evaluación de referentes Definición el formato Definición de estilo gráfico Crear una idea-guión Bocetje Entintado Aplicación de color Aplicación de rotulación
	Diseño y diagramación del libro	Creación de tapa-contrapa Redacción introducción Composición de ilustraciones Impresión de prototipo
	Búsqueda de auspicio y patrocinio	Postulación a Fondos de Cultura Presentación a editoriales
	Producción gráfica	Definir sistema de impresión Envío cotización a imprenta Envío original a imprenta Supervisión a imprenta
	Difusión	Publicitar a través de redes sociales Presentar en principales librerías y tiendas relacionadas al diseño

Tabla No. 1. “Plan de trabajo”, etapas, actividades y tareas para organizar los procesos del proyecto.

**RECURSOS HUMANOS**

La realización de este proyecto fue llevada a cabo por las siguientes personas:

- **Franco Nieri:** me desempeñé como responsable, coordinador e impulsor del proyecto. Además fuí el encargado de hacer la recopilación, edición e

interpretación visual del contenido a través de la definición de los códigos visuales de las ilustraciones, desarrollo de personajes, fondos y estilo tipográfico, así también como el trabajo de diseño editorial del libro, de su diagramación y su producción gráfica (pruebas impresas, elección de sustratos y medios de impresión, entrega en imprenta, y supervisión del proceso de impresión).

En otro ámbito fui el encargado de hacer las gestiones del proyecto, que van desde la búsqueda de patrocinios y medios de financiamiento, hasta su coordinación y difusión.

- Además se contó con la participación de 10 personas que colaboraron en la etapa de selección del contenido del libro:  
**Herminia Bravo Campos, Juan Ponce Alegría, Kristine Lehmann Bazán, Sebastián Rodríguez, Nicolás Ramírez Rodríguez, Roberto Nieri Bravo, Maximiliano Valdebenito Saavedra, Javier Carrasco Salas, Ricardo Matamala Riveros, Hernán Bravo Campos.**

**RECURSOS TÉCNICOS**

Para la realización de este proyecto se utilizaron los siguientes insumos:

- Computador portátil HP Compaq presario CQ50
- Tableta digitalizadora Wacom Bamboo Connect Pen
- Impresora multifuncional HP Deskjet F2280
- Herramienta de diseño creativo Adobe Creative Suite CS5 para sistema operativo Windows 7.

**CALENDARIZACIÓN Y TIEMPOS**

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4				AÑO 5	
				MES 3-8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	MES 1
Investigación / Marco teórico									
Recopilación									
Edición, selección y categorización									
Diseño e ilustración									
Producción de maquetas impresas									
Presentación del libro									
Impresión									

Tabla No. 2. Carta Gantt del proyecto. Duración aproximada: 4 años y 2 meses.

## ETAPAS DEL PROYECTO

Con la finalidad de poder explicar el proyecto en detalle, este fue dividido en etapas ordenadas de manera secuencial.

1. Recopilación
2. Edición
3. Diseño del producto
  - 3.1 Formato
  - 3.2 Sustrato
  - 3.3 Encuadernación
  - 3.4 Terminación
  - 3.5 Diagramación
  - 3.6 Folio
  - 3.7 Ilustración
  - 3.8 Color
  - 3.9 Tipografía
4. Aplicaciones
5. Gestión estratégica
  - 5.1 Presupuesto
  - 5.2 Gestión y Financiamiento
  - 5.3 Derechos de autor
  - 5.4 Acciones de gestión

### 1. RECOPIACIÓN:

Como mencioné al comienzo de este informe, el proyecto se inició hace más de 3 años a partir de la creación de un documento escrito en el cual fui anotando con paciencia y esmero estos dichos. Puedo mencionar también que recibí el apoyo de un amigo, el cual se interesó en mi idea y de vez en cuando, cuando escuchaba un dicho, me lo hacía llegar y yo lo añadía a esta lista que poco a poco iba creciendo.

Los principales medios por los cuales escuchaba estos dichos son los siguientes:

- Conversaciones con familiares en el día a día, principalmente por parte de mi mamá y su familia.
- Conversaciones con amigos de mi barrio y en la Universidad.
- Escucha activa de personas en la vía pública, como por ejemplo el caso en el cual 2 jóvenes amigos conversan en voz alta en una micro del transporte público Transantiago –mientras me dirigía a mi casa un día lunes por la tarde– en donde reclaman que necesitan llegar a su lugar de destino más rápidamente, pero la micro anda muy lento, “más lento que río de caca” comentaba

uno a su otro amigo.

- Rutinas humorísticas de la televisión, como programas de humor, festival de Viña, entre otros. Muchos humoristas utilizan y al mismo tiempo inventan estos dichos en sus rutinas que se destacan por su originalidad y temas de actualidad.
- Programas radiales: muchos programas radiales juveniles –animados por entusiastas locutores– utilizan estos dichos para mostrar diversión y cercanía con su audiencia.
- Rutina o “sketch” humorístico “Un día con Paoly” del programa “El Club de la Comedia” del canal de televisión nacional Chilevisión. Personificado por el actor Sergio Freire. Trataba de situaciones en las que Paoly, un extraño personaje experto en comparaciones no podía soportar que alguien dijera un dicho mucho más gracioso que él.
- Algunas páginas de Internet como el diccionario de modismos. cl, chanta.cl, entre otras.

Posteriormente en una etapa más avanzada del proyecto comencé a investigar más profundamente y a revisar literatura referida a refranes, modismos y chilenismos existentes en el mercado literario chileno, aumentando la lista considerablemente.

En el proceso de recopilación traté de acumular la mayor cantidad de dichos posibles, sin tener ningún tipo de filtro. Por lo tanto advierto que muchos de estos utilizan un lenguaje inculto y vulgar. De esta manera logré recopilar más de **482** dichos.

Estos fueron organizados alfabéticamente para facilitar su ubicación y además se acompañan de una numeración para mostrar la cantidad recopilada por cada letra. A continuación presento la lista completa:

#### **A / 39**

- Más abrigado que hijo único
- Más aburrida que la tula del Papa
- Más aburrido que caballo de feria
- Más aburrido que puta en el Vaticano
- Más aburrido que puta en pampa
- Más aburrido que cajero de peaje
- Más acalorado que metalero en la playa
- Más acalorado que paco de playa
- Más amigos que Roberto Carlos
- Más amurrado que Marco en el día de la madre
- Más años que el Conde Vrolok
- Más años que una bandada de loros
- Más apretada que llave de paso

Más apretada que pichula de travesti  
Más apretada que tapa de submarino  
Más apretada que tuerca de submarino  
Más apretado que abrazo de curados  
Más apretado que coquito de esquimal  
Más apretado que calzoncillo de goma  
Más apretado que guano de cabra  
Más apretado que manito de guagua  
Más apretado que mano de trapequista  
Más apretado que moño de vieja  
Más apretado que peo de visita  
Más apretado que poto de gallina  
Más apretado que poto de mula  
Más apretado que traje de torero  
Más apretado que tuerca de submarino  
Más apretado que zunga de burro  
Más arreglado que bicicleta de cuasimodo  
Más arreglado que la yegua del tony  
Más arreglado que mesa de cumpleaños  
Más arreglado que departamento piloto  
Más arreglado que trago de maraca  
Más arrugada que la luca del pan  
Más arrugado que frenada de gusano  
Más arrugado que sobaco de elefante  
Más asustado que perro en  
Más asustado que pescado para semana santa

**B / 4**

Más blanco que poto de monja  
Más blanco que noble  
Más bueno que el pan con chancho  
Más botado que colilla de cigarro

**C / 68**

Más cagado que guagua pobre  
Más cagado que los pelos del poto  
Más cagado que palo de gallinero  
Más caído que perro con distemper  
Más caliente que bombilla de mate  
Más caliente que cajero de Topless  
Más caliente que camello con fiebre  
Más caliente que guata de parrillero  
Más caliente que guatero del diablo  
Más caliente que negra en baile  
Más caliente que novia fea

Más caliente que papa de cazuela  
Más caliente que parrilla de gaucho  
Más caliente que pata de camello  
Más caliente que peo de oso  
Más caliente que piedra de curanto  
Más caliente que resbalín de plaza  
Más caliente que tetera de campo  
Más caliente que una novia  
Más callada que cajera de peaje  
Más callado que peo de visita  
Más caluroso que en el Discovery  
Más caluroso que Pompeya  
Más cansado que actor porno  
Más cansado que caballo de feria  
Más cansado que Kung-fu  
Más cansado que chofer de Turbus  
Más cansado que Frodo  
Más cansado que Jesús después del Vía Crucis  
Más cansado que perro de trineo  
Más cansado que Rondín de la muralla China  
Más cargada que camioneta de feria  
Más cargante que pulga en la oreja  
Más cargante que tractor a pedales  
Más caro que trasplante de cabeza  
Más cochina que la sábana de abajo  
Más cocido que botón de oro  
Más cocido que marruecos de cura  
Más cocido que poto de guagua  
Más colgado que una ampolleta  
Más concentrado que caldo Maggi  
Más conocido que la ruda  
Más congelado que Di Caprio  
Más contento que chancho en el barro  
Más contento que el Padre Hurtado  
Más contento que flaite con Pitbull  
Más contento que guagua con dos chupetes  
Más contento que maricón con tetas  
Más contento que maricón con dos potos  
Más contento que maricón con la regla  
Más contento que mozo atendiendo a Farkas  
Más contento que perro con dos colas  
Más contento que perro con pulgas  
Más contento que perro en camioneta  
Más cortado que Hans Pozo  
Más corto que abrazo de chancho

Más corto que beso de marido  
Más corto que cacha de conejo  
Más corto que combo de tortuga  
Más corto que cuello de almeja  
Más corto que estornudo de gato  
Más corto que manga de sostén  
Más corto que muleta de cocodrilo  
Más corto que pata de chancho  
Más corto que viraje de laucha  
Más creído que Jesús  
Más cuma que abrigo de guarén  
Más curado que Lázaro

#### **CH / 6**

Más chileno que los porotos  
Más choreado que fierro de Toplest  
Más chorreado que poto de buey  
Más choro que colaless al revés  
Más chueco que peo de culebra  
Más chupado que teta de maraca

#### **D / 29**

Más desarmado que epiléptico con lepra  
Más desenchufado que plancha de campo  
Más desordenado que cumpleaños de mono  
Más desubicado que chupete en el culo  
Más difícil que agarrarle el poto a un ánima  
Más difícil que envolver un triciclo  
Más difícil que cagar en la luna  
Más difícil que leer la Biblia con guantes  
Más difícil que limpiarse el poto con challa  
Más difícil que pellizcar un vidrio  
Más difícil que ponerle pantalones a un pulpo  
Más doblado que cacho de paragua  
Más doblado que camisa nueva  
Más doblado que chino con visitas  
Más doblado que chino saludando  
Más doblado que conejo de mago  
Más doblado que un churro  
Más doblado que un Wantán  
Más doblado que boleta de Motel  
Más doblado que cheque a fecha  
Más doblado que jorobado cagando  
Más doblado que pichula de travesti  
Más dura que palta de supermercado

Más dura que piedra de moler  
Más duro que arvejado de rodamientos  
Más duro que caballo al horno  
Más duro que mono de Taca-Taca  
Más duro que pata cruda  
Más duro que talón de indio

#### **E / 11**

Más hediondo que baño de bus  
Más enredado que abrazo de pulpo  
Más enredado que cachipún de pulpos  
Más enredado que moño de vieja  
Más enredado que paquete de anzuelos  
Más enredado que paquete de virutilla  
Más enredado que trabalenguas chino  
Más enterrado que hueso de perro  
Más entusiasmado que evangélico con pandero  
Más escondida que pichula de travesti  
Más extraño que flaite con bigotes

#### **F / 44**

Más fácil que pegarle al aire  
Más fácil que la tabla del 1  
Más falsa que pistola de mariachi  
Más falso que amigo de Facebook  
Más falso que billete de 3 lucas  
Más falso que charchazo de Tony  
Más falso que la pichula del Ken  
Más falso que submarino Boliviano  
Más fea que la mentira  
Más fea que azafata del Caleuche  
Más feo que auto por abajo  
Más feo que cagar de guata  
Más feo que el diablo  
Más feo que el chupacabras haciendo caca  
Más feo que el “X” chupando limón  
Más feo que escupir para arriba  
Más feo que pegarle a la mamá  
Más feo que pisar caca descalzo  
Más feo que polerón de cuarto medio  
Más feo que tropezón a pata pelada  
Más feo que Zamorano sin plata  
Más feliz que caracol con Nitro  
Más flaco que perro de gitano  
Más flaco que piojo de peluca

Más flojo que gato de chalet  
Más flojo que la mandíbula de arriba  
Más fome que acuario de almejas  
Más fome que bailar con la hermana  
Más fome que choque de globos  
Más fome que correr mano con guante  
Más fome que chupar un clavo  
Más fome que derrumbe de lana  
Más fome que escuchar en partido de ajedrez por la radio  
Más fome que escuchar un mago por la radio  
Más fome que maratón de guatones  
Más fome que pelea de mancos  
Más fresco que una lechuga  
Más frío que beso de madrastra  
Más frío que Di Caprio  
Más fuerte que axila de micrero  
Más fuerte que el amor de madre  
Más fuerte que el metro  
Más fuerte que el orgullo

**G / 4**

Más golpeado que la puerta de la Vicaría  
Más grasosa que cazuela helada  
Más guata que paco jubilado  
Más guasqueado que león de circo

**H / 27**

Más hambre que el Chavo Del 8  
Más hambre que el Chavo con bajón  
Más hambre que el Chavo después de la piscina  
Más hambre que garrapata de peluche  
Más hambre que Goku  
Más hambre que piojo de peluca  
Más hambre que perro de Chaitén  
Más hediondo que calcetín de mormón  
Más hediondo que pijama de león  
Más hediondo que poto de camionero  
Más helada que campana de Coyhaique  
Más helado que Antuco  
Más helado que cadena de columpio  
Más helado que candado de portón  
Más helado que candado de fundo  
Más helado que Di Caprio  
Más helado que el pasillo de los Yoghurt  
Más helado que guata de foca

Más helado que pata de gaviota  
Más helado que peo de pingüino  
Más helado que pichula de buzo  
Más helado que poto de pingüino  
Más helado que poto de toplera  
Más hipócrita que el diablo vendiendo cruces  
Más historias que camionero  
Más hoyos que colador  
Más hueco que empanada de pera

**I / 5**

Más inoportuno que peo en ascensor  
Más inquieto que perro de departamento  
Más inseguro que pololo de la Vale Roth  
Más inútil que bolsillo de pijama  
Más inútil que cenicero de moto

**L / 29**

Más ladrón que gato de campo  
Más larga que cola de FONASA  
Más larga que la mesa Té Club  
Más larga que puteada de tartamudo  
Más largo que día lunes  
Más largo que eructo de jirafa  
Más largo que esperanza de pobre  
Más largo que un día sin pan  
Más lenta que inyección de paté  
Más lenta que inyección de ulpo  
Más lento que avalancha de manjar  
Más lento que caracol reumático  
Más lento que cacha en la luna  
Más lento que canal de mojones  
Más lento que carrera de caracoles  
Más lento que el camión de la basura  
Más lento que el Only You  
Más lento que río de caca  
Más lento que el Tío Escafandra  
Más lento que la ONEMI  
Más lento que morir de pena  
Más lento que patada de astronauta  
Más lento que piropo de tartamudo  
Más lento que un bolero  
Más lento que un bolero debajo del agua  
Más lento que una nube  
Más lindo que el sol

Más liviano que araña seca  
Más loca que una cabra de cerro

**LL / 1**

Más lleno que refrigerador de reclame

**M / 15**

Más machucado que membrillo de colegial  
Más mala que plancha de palo  
Más malo que pan con vómito  
Más malo que Caín ebrio  
Más malo que el Natre  
Más malo que Tucho Caldera  
Más malo que veneno vencido  
Más manoseado que fierro de micro  
Más mañoso que caballo de paco  
Más mentiroso que político en campaña  
Más metido que calzón de puta  
Más metido que Estados Unidos  
Más metido que mano de matrona  
Más metido que un body  
Más movido que mano de mudo

**N / 13**

Más negra que tetera de campo  
Más negro que calcetín de minero  
Más negro que mojón de Pelé  
Más negro que piojo de minero  
Más negro que pirigüín de petróleo  
Más negro que sartén de vaquero  
Más negro que tetera de vaquero  
Más nervioso que aval de trapecista  
Más nervioso que perro en bote  
Más nervioso que Polaco en Alemania  
Más nervioso que puto nuevo  
Más nervioso que pescado en semana santa  
Más nervioso que sordo en balacera

**O / 28**

Más ocupada que puta bonita  
Más odiosa que puta ebria  
Más ordinaria que hamburguesa de marraqueta  
Más ordinaria que promotora de cochayuyo  
Más ordinaria que sirena de pantano  
Más ordinario que abrigo de guarén

Más ordinario que ataúd con calcomanías  
Más ordinario que avión con parrilla  
Más ordinario que bisoñé de huaipe  
Más ordinario que canapé de guatitas  
Más ordinario que carreta con TAG  
Más ordinario que condón de mimbre  
Más ordinario que condón a crochet  
Más ordinario que guatero de mimbre  
Más ordinario que linchaco de longaniza  
Más ordinario que machete con mira  
Más ordinario que motel con camarote  
Más ordinario que peluca de pendejos  
Más ordinario que pendejo en jabón  
Más ordinario que tetera de plástico  
Más ordinario que sobaco con caspa  
Más ordinario que sostén de cotelé  
Más ordinario que sushi de jurel  
Más ordinario que vaquero con chupalla  
Más ordinario que vagina con labio leporino  
Más ordinario que Jacuzzi de greda  
Más ordinario que tapadura de greda  
Más ordinario que yoghurt de porotos

**P / 57**

Más papista que el papa  
Más pasado a pico que chicle de maraca  
Más pega que jardinero de Woodstock  
Más pega que nana de castillo  
Más pega que plomero del Titanic  
Más pelado que durazno en conserva  
Más pelado que choro de muñeca  
Más pelado que el ropero de Tarzán  
Más peligrosa que araña de rincón  
Más peligroso que barbero ciego  
Más peligroso que cabezazo de enano  
Más peligroso que cirujano con hipo  
Más perigroso que cura con viagra  
Más peligroso que MacGyver en ferretería  
Más peligroso que mono con navaja  
Más peligroso que hacer pesas con diarrea  
Más peligroso que piraña de bidé  
Más peluda que bañera de Chewbacca  
Más peludo que sobaco de gorila  
Más perdida que la caperucita roja  
Más perdida que guagua de teleserie



Más perdido que gusano en fruta de plástico  
Más perdido que Adán en el día de la madre  
Más perdido que chancho en acuario  
Más perdido que chancho en misa  
Más perdido que chicharrón en pan de pascua  
Más perdido que el teniente Bello  
Más perdido que Michael Jackson el día de la raza  
Más perdido que turco en la neblina  
Más pesado que abrigo mojado  
Más pesado que cigüeñal de buque  
Más pesado que collar de melones  
Más pesado que chupete de fierro  
Más pesado que consomé de mercurio  
Más pesado que elefante a lapa  
Más pesado que escapulario de colchón  
Más pesado que maletín de gásfiter  
Más pesado que portavion a remo  
Más pesado que submarino a remos  
Más pesado que tanque a pedales  
Más pesado que trote de vaca  
Más pesado que vaca en brazos  
Más pesado que volantín de adobe  
Más pesado que volantín de cuero  
Más picante que promotora de cochayuyo  
Más pinta que moco en la frente  
Más pintada que loza china  
Más pisada que la calle  
Más planchado que pantalón de paco  
Más pobre que asado de carne molida  
Más pobre que cumpleaños de calzoncillos  
Más porfiado que mojón en casa ajena  
Más prendida que guagua de secta  
Más prendida que tele de conserje  
Más problemas que maletín de abogado  
Más puntual que novia fea  
Más puta que una araña

**Q / 4**

Más quebrado que un barquillo  
Más quebrado que desfile de huevos  
Más quebrado que galleta de soda  
Más quieto que caballo de fotógrafo

**R / 24**

Más rápido que entierro de pobre

Más raro que flaite con bigotes  
Más raro que cocodrilo parado  
Más raro que chino colorín  
Más raro que chino crespo  
Más raro que gallina con dientes  
Más raro que mormones de a tres  
Más raro que negro con pecas  
Más raro que paco rubio  
Más raro que perro verde  
Más raro que pescado con hombros  
Más raro que pescado con orejas  
Más rasca que depilarse con chicle  
Más rayado que calcetín de tony  
Más rayado que cuaderno de guagua  
Más rayado que cuaderno de tonto  
Más rayado que charango de gato  
Más rayado que puerta de perrera  
Más rayado que baño del estadio  
Más rayado que water del estadio  
Más redondo que una hallulla  
Más rica que voh cuando joven  
Más rollos que frenada de cuncuna  
Más rojo que pichula de perro

**S / 33**

Más salado que calzoncillo de pescador  
Más sano que un yoghurt  
Más seca que cañería de pirámide  
Más seca que empanada de talco  
Más seca que lagaña de camello  
Más seca que lagartija de museo  
Más seca que lengua de loro  
Más seca que toalla de hippie  
Más seco que calcetín de legionario  
Más seco que chala de árabe  
Más seco que culo de perro  
Más seco que escupo de momia  
Más seco que limón arriba de la estufa  
Más seco que piojo de muñeca  
Más sed que ratón envenenado  
Más serio que perro en bote  
Más solo que zapato arriba del techo  
Más sola que biblioteca de Reality  
Más solo que cajera de peaje  
Más solo que colegio de noche

Más solo que el llanero  
Más solo que curado cagado  
Más solo que funeral de Paul Schäfer  
Más solo que guardia de faro  
Más solo que Hitler para el día del amigo  
Más solo que Osama para el día del amigo  
Más solo que Toribio el Náufrago  
Más sudado que caballo de bandido  
Más sudado que caballo de feria  
Más sudado que tapa de olla  
Más sudado que testigo falso  
Más sueño que Garfield con anemia  
Más sucio que polera de mecánico

#### **T / 18**

Más tierno que chimpancé con pañales  
Más tieso que canilla de pirata  
Más tieso que pichula de animador de cabaret  
Más tieso que ojo de vidrio  
Más tiritón que abuelito de Sandro  
Más tiritón que canasto de guatitas  
Más tiritón que espejo de micro  
Más tonto que paloma nueva  
Más tonto que una puerta  
Más tóxico que lengua de suegra  
Más tranquilo que gato de yeso  
Más tranquilo que una foto  
Más transpirado que caballo de bandido  
Más transpirado que calzoncillo de taxista  
Más transpirado que calcetín de cartero  
Más transpirado que zapato de Mormón  
Más triste que Adán para el día de la madre  
Más triste que el final de Bambi

#### **U / 2**

Más urgida que monja con atraso  
Más usado que paño de cocina

#### **V / 6**

Más viejas que las ganas de cagar  
Más viejo que el hilo negro  
Más viejo que Matusalén  
Más vistoso que zapato con caca en la punta  
Más viudas que la segunda guerra mundial  
Más vueltas que mojón en el agua

#### **W / 2**

Más weón que las palomas nuevas  
Más weón que los perros nuevos

Además añadí en la lista los dichos “Menos...que...”. Estos si bien son pocos comparados con los dichos “más..que” los menciono ya que también fueron parte del proceso de recopilación.

#### **MENOS / 14**

Menos brillo que durazno peludo  
Menos brillo que esmalte al agua  
Menos brillo que estrella de mar  
Menos brillo que pelo de gitana  
Menos brillo que piso de tierra  
Menos brillo que zapato de gamuza  
Menos carne que parrillada de verduras  
Menos carne que un Wantán  
Menos chispa que un esmeril de goma  
Menos memoria que un diskette  
Menos respaldo que asiento de columpio  
Menos respaldo que silla de pianista  
Menos ritmo que una gotera  
Menos ritmo que un paro cardíaco

» Es necesario comentar también que esta lista no abarca la totalidad de los dichos, ya que muchos de estos se han ido perdiendo u olvidando en tiempo, o se han ido transformando y a la vez adquiriendo nuevos significados, o también han ido naciendo nuevos dichos con el pasar de los días.

## **2. EDICIÓN:**

Considerando que en la etapa anteriormente mencionada logré recopilar una cantidad considerable de dichos, fue necesario realizar un proceso de selección. Esto responde también a los objetivos planteados y a los tiempos estimados para desarrollar el proyecto.

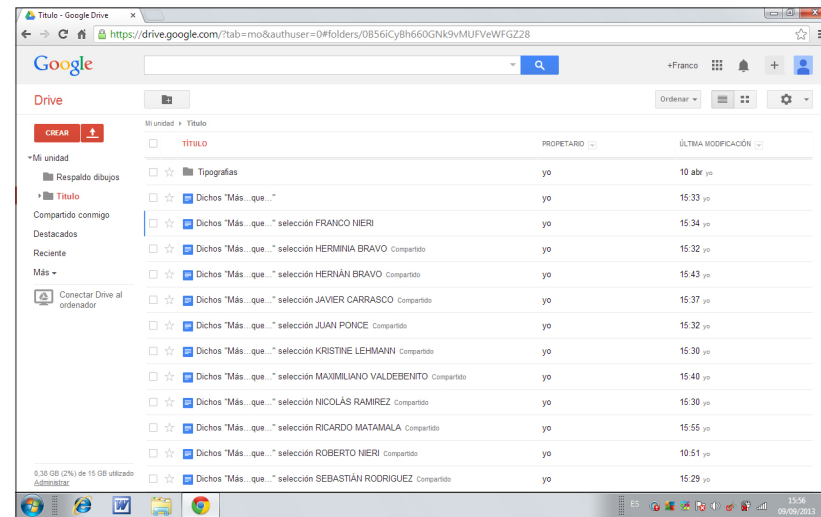
Si bien en un principio realicé una selección de manera personal, me di cuenta de que mi opinión como autor podría variar demasiado a la de las demás personas ya que el contacto con los dichos era muy directo y por lo tanto se perdía la novedad y la gracia, así que para la selección final decidí realizar un testeó a una muestra de **10** personas de distintas edades, principalmente a familiares y amigos.

Para esto creé un documento compartido conocido como “google docs” y les pedí que seleccionaran aquellos que les parecían más chistosos. Creé un formulario tipo, que presento a continuación:

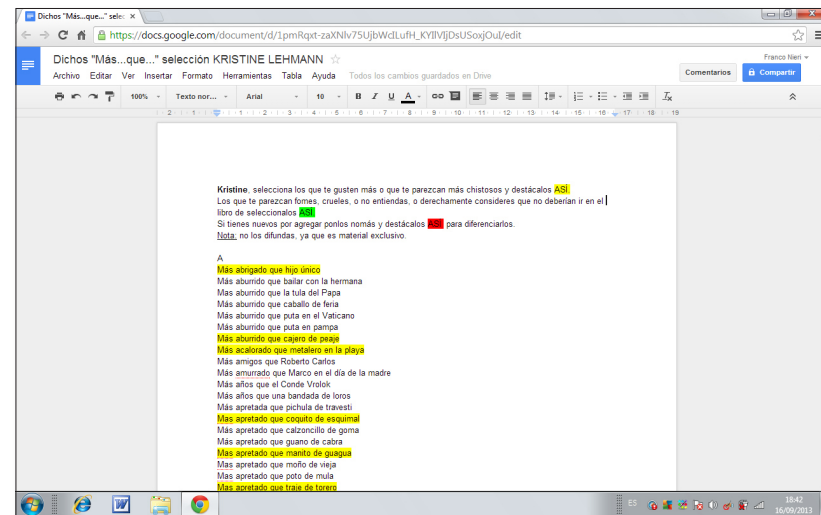
Estimado(a) \_\_\_\_\_, con motivo de mi proyecto de título “Más...que...” “dichos populares chilenos ilustrados”, un libro de bolsillo que tiene la intención de rescatar el patrimonio oral de los chilenos, quería pedirte que colaboraras realizando una selección de los dichos que te gusten más o que te parezcan más chistosos. Para esto tienes que destacarlos con un color amarillo de esta manera **ASÍ**.

Si tienes nuevos por agregar ponlos y destácalos **ASÍ** para diferenciarlos.

\*Nota: no los difundas, ya que es material exclusivo.



Documentos compartidos en GoogleDocs. Captura de pantalla realizada el día 9 de Septiembre de 2013.



Selección realizada por Kristine Lehmann. Captura de pantalla realizada el día 9 de Septiembre de 2013.

Como mencioné, en un comienzo les pedí que seleccionaran aquellos dichos que les parecían más chistosos, pero a medida que fueron avanzando las encuestas y fui recibiendo las opiniones de los encuestados, me fui dando cuenta de que era necesario realizar una clasificación. Para eso cree una serie de categorías o áreas temáticas que definí como: los más chistosos, los más clásicos, los más picarones (ligeramente erótico u obsceno) y los crueles.

Los dichos “menos...que...” se diferenciaron de los más que ya que se refieren a comparaciones de inferioridad y se descartaron del proyecto ya que son demasiado pocos en comparación a los otros.

A partir de esta categorización, también se descartaron de la lista seleccionada aquellos que:

- Derechamente no causaban risa o no eran novedosos.
- Se repetían, como por ejemplo: “Más aburrido que cajero de peaje” y “más solo que cajero de peaje”, “más apretado que tapa de submarino” y “más apretado que tuerca de submarino”, “más tonto que paloma nueva” y “más weón que las palomas nuevas”, entre otros.
- Eran demasiado ordinarios o utilizaban un lenguaje vulgar por ejemplo: “Más apretada que pichula de travesti”, “más arreglado que trago de maraca”, “más contento que maricón con la regla”, “más chupao que teta de maraca”, “más doblado que pichula de travesti”, entre otros.
- Eran ofensivos a personas, o crueles, como por ejemplo: “Más cagado que guagua pobre”, “mas cortado que Hans Pozo”, “más desarmado que epiléptico con lepra”, “más fome que pelea de mancos”, “más helado que Antuco”, “más largo que esperanza de pobre”, entre otros.

De los más de **435** dichos recopilados, finalmente se seleccionaron aquellos que resultaban más chistosos y los más clásicos, dando un total de **122** chistes, de los cuales **30** fueron elegidos para ser ilustrados en el primer número de la colección. Los presento a continuación:

- Más abrigado que hijo único
- Más apretado que traje de torero
- Más contento que chancho en barro
- Más corto que combo de tortuga
- Más corto que muleta de cocodrilo
- Más chueco que peo de culebra
- Más doblado que conejo de mago
- Más enredado que abrazo de pulpos

Más helado que poto de pingüino  
 Más ladrón que gato de campo  
 Más loca que una cabra de cerro  
 Más manoseado que fierro de micro  
 Más negro que piojo de minero  
 Más pega que nana de castillo  
 Más pelado que el ropero de Tarzán  
 Más peligrosa que piraña de bidé  
 Más peligroso que mono con navaja  
 Más perdido que el teniente Bello  
 Más pesado que vaca en brazos  
 Más pesado que collar de melones  
 Más pesado que submarino a remos  
 Más prendida que tele de conserje  
 Más problemas que maletín de abogado  
 Más puntual que novia fea  
 Más rayado que charango de gato  
 Más seca que cañería de pirámide  
 Más seco que escupo de momia  
 Más serio que perro en bote  
 Más solo que guardia de faro  
 Más urgida que monja con atraso

30

### 3. DISEÑO

#### 3.1 FORMATO:

Para determinar las características físicas de un libro, hay que tomar en cuenta entre otros factores, aspectos como: que se desea expresar con él, su temática, el uso que se le va a dar, el tipo de usuario y el presupuesto disponible.

Teniendo en cuenta estos factores —y como mencioné en la *propuesta editorial* y *contexto de lectura* del proyecto— el libro se planteó básicamente como un libro de bolsillo, de uso cotidiano, formato cómodo para el traslado y manipulable para ser hojeado. De esta manera estimé que era necesario utilizar un formato relativamente pequeño.

Considerando este criterio, a lo largo del proceso del diseño del proyecto, realicé algunas pruebas para definir las dimensiones del libro. En un comienzo opté —de manera un poco arbitraria— por un formato apaisado de 11 x 14 centímetros, que luego, después de realizar varias pruebas impresas, varió por un formato un poco más “alargado” de 10 x 15 centímetros.

Finalmente opté por un formato cuadrado de tamaño **10,5 x 10,5 cms.** Este tamaño responde a la disposición de los elementos en la página (tema que se explica más adelante en el punto 3.5 *diagramación*), y a la idea de que fuera un libro de bolsillo que realmente pudiera considerarse como un libro de bolsillo, de hecho esto se puede comprobar al guardarlo en los bolsillos laterales y traseros de un pantalón “convencional”.

La elección de este formato incide favorablemente en la optimización del papel teniendo en cuenta que al realizar la imposición en una hoja tamaño doble carta de 17 x 13 pulgadas o 33 x 22 centímetros se pueden imprimir perfectamente 8 páginas por tiro y 8 por el retiro del libro por el sistema de impresión digital, y al realizar la imposición en una plancha para su producción en imprenta offset, se pueden imprimir 25 páginas del libro en el formato medio mercurio de 55 x 77 centímetros. Esto último lo menciono ya que dependiendo de los recursos que se dispongan, el libro puede ser impreso bajo estos dos sistemas de impresión.

Finalmente puedo decir que la elección de este tamaño repercute directamente en el presupuesto final del proyecto ya que se reduce la merma y costos asociados al papel.

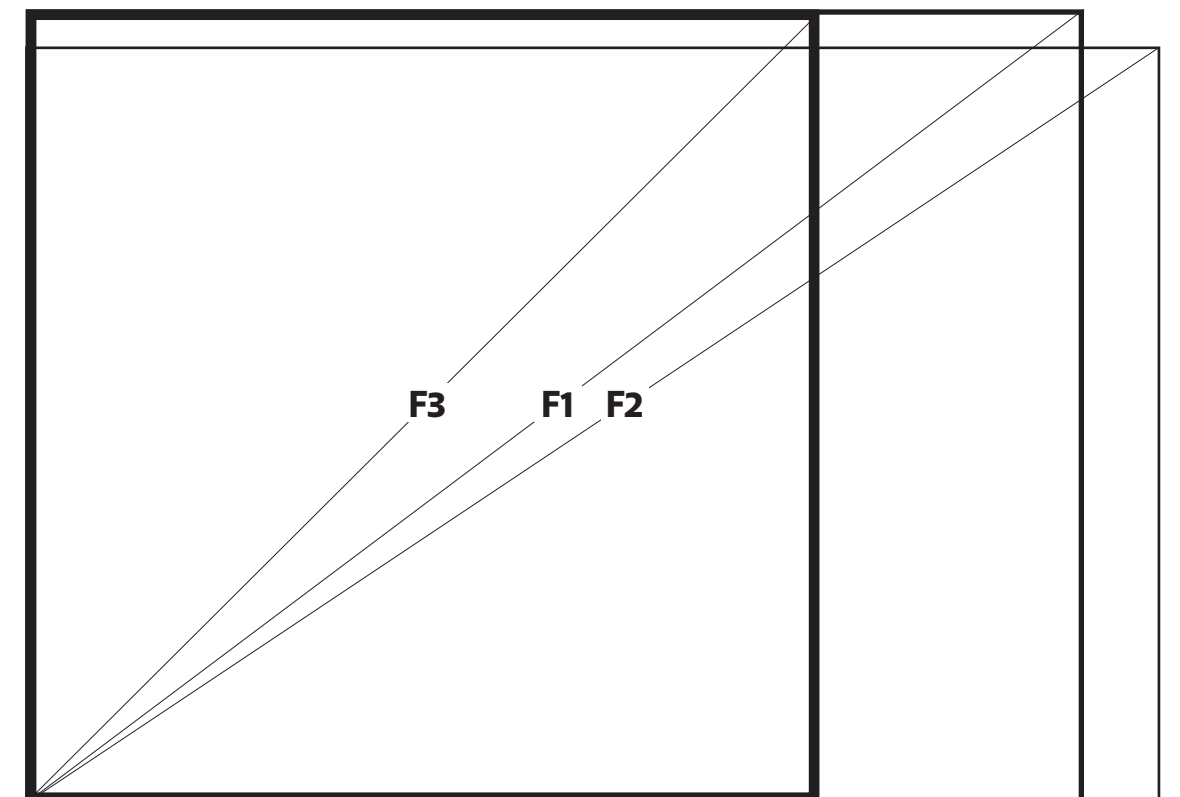
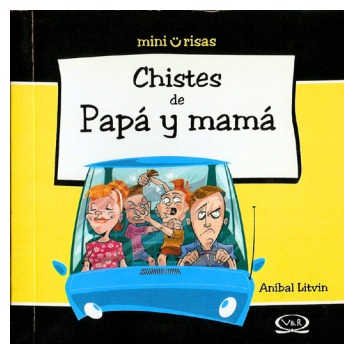


Figura 1: Esquema en escala de 100%, que demuestra los distintos formatos con los cuales trabajé durante el proyecto. F1> 10,5 x 14 cms. F2> 10 x 15 cms. F3 (formato final)> 10,5 x 10,5 cms.

Para dar cuenta de que el formato elegido no se escapa a la realidad de los libros que existen actualmente en el mercado, tomé como referentes libros cuyo tamaño es de 10,5 x 10,5 centímetros, tales como:



- **Chistes de Papá y mamá**, publicado en año 2007 por V&R Editoras.



- **Santiago en 100 palabras**, en las ediciones “Los mejores libros V y VI”, publicados los años 2011 y 2012 respectivamente por la editorial Plagio.



- **Diccionario del corrupto de la lengua**, publicado el año 2009 de forma independiente por parte de la institución Chile Transparente.

### 3.2 SUSTRATO:

El sustrato o superficie de impresión es un factor importante a considerar para la impresión del proyecto.

Para la tapa se optó por un papel couché Magnomatt pesado de 250 grs. y en el interior por un papel couché Magnomatt liviano de 170 grs.

Estos son papeles estucados de terminación mate, recomendados para impresos de excepcional acabado como memorias, brochures, libros, revistas de alta calidad, catálogos y manuales, entre otros.

La elección de este papel está basada en el hecho de que es uno de los papeles más populares del mercado ya que posee excelentes resultados en la impresión digital y offset. Tiene un acabado liso y menos absorbente que permite tener un mejor refinamiento de los detalles, además de una sensación óptica confortable para que el usuario pueda girar cómodamente la página.

Considerando que el libro no debe ser demasiado grueso ni tan pesado, por el tema de su portabilidad, elegí un papel de gramaje relativamente liviano, que además fuera resistente y lo suficientemente opaco para que la tinta no se trasluzca de un lado a otro de la hoja. Se optó por la terminación mate y no por la brillante ya que esta última es recomendada para la impresión de imágenes o ilustraciones que tienen una amplia gama tonal, como en revistas o libros de fotografía, y

además porque su alto brillo produce un reflejo que a veces —dependiendo de las condiciones— puede dificultar la lectura y molestar a la vista.

### 3.3 ENCUADERNACIÓN:

Se optó por una encuadernación rústica fresada tipo Hot melt o de tapa blanda. La razón principal de esta elección es que es una de las más económicas del mercado y que asegura resultados excelentes, esto lo demuestra el hecho de que la mayor parte de los libros en la actualidad son empastados de esta manera.

### 3.4 TERMINACIÓN:

Al ser concebido como un libro para andar llevando en la cartera, mochila o el bolsillo de las personas, tomé la decisión de aplicar la terminación por el tiro, de un termolaminado polimate(sin brillo), con la intención de aumentar la resistencia, impermeabilidad, protección de la suciedad y por ende extender su vida útil. Este acabado en comparación con el termolaminado brillante —que por el alto reflejo que genera puede dificultar la lectura y molestar a la vista— no abrillanta los colores, si no que los tiende levemente a “apagar”, dándole(a modo personal) un aspecto estéticamente más agradable.

### 3.5 DIAGRAMACIÓN, COMPOSICIÓN:

Con respecto a la diagramación del libro y el ordenamiento de los elementos en la página, puedo mencionar que durante el proceso de desarrollo de este proyecto, el libro pasó por varias etapas, que involucraban distintos usos tipográficos, estilo de la ilustración y usos del color, que fueron evolucionando positivamente hasta llegar al producto final que presento en esta memoria. Esto justifica los distintos formatos con los que trabajé (mencionados en el punto 3.1) y las variaciones que hubo en su tamaño.

El libro en un comienzo fue pensado en un formato de 10,5 x 14 centímetros, que comprendía la impresión solo por tiro, de una ilustración y del texto escrito (o dicho propiamente tal) en la misma página, generando un cierto desorden de los elementos y poco atractivo visual en el total del libro.

Luego de ver el funcionamiento de los elementos en la página, opté por variar el formato del libro, a un tamaño de 10 x 15 centímetros, un poco más “alargado” que el anterior. Este formato comprendía el uso dos tipos de configuraciones de páginas (páginas enfrentadas impresas por tiro y retiro), en cuanto a la presentación de la información. Una

página en donde existía texto e imagen, y otra, en donde existía solo texto. Estas configuraciones estaban estructuradas a razón de 1 es a 4, esto quiere decir que por cada un dicho escrito e ilustrado, había una cantidad de 4 dichos expresados de manera escrita. Esto lo realicé para establecer un ritmo en la visualización y en la lectura, pero no se lograba principalmente por el amplio uso de una tipografía display que se agotaba en la lectura y por el poco atractivo visual de las imágenes que generaban monotonía.

Finalmente opté por desarrollar un formato cuadrado de **10,5 x 10,5** centímetros, de páginas enfrentadas.

Luego de establecer el tamaño de la página, lo primero fue establecer los márgenes para la disposición de los contenidos, considerando los espacios extras de los márgenes interiores para la encuadernación.

Márgenes para la disposición de los elementos:

Superior, inferior y exterior: **10 mm.**

Interior: **10 mm.**

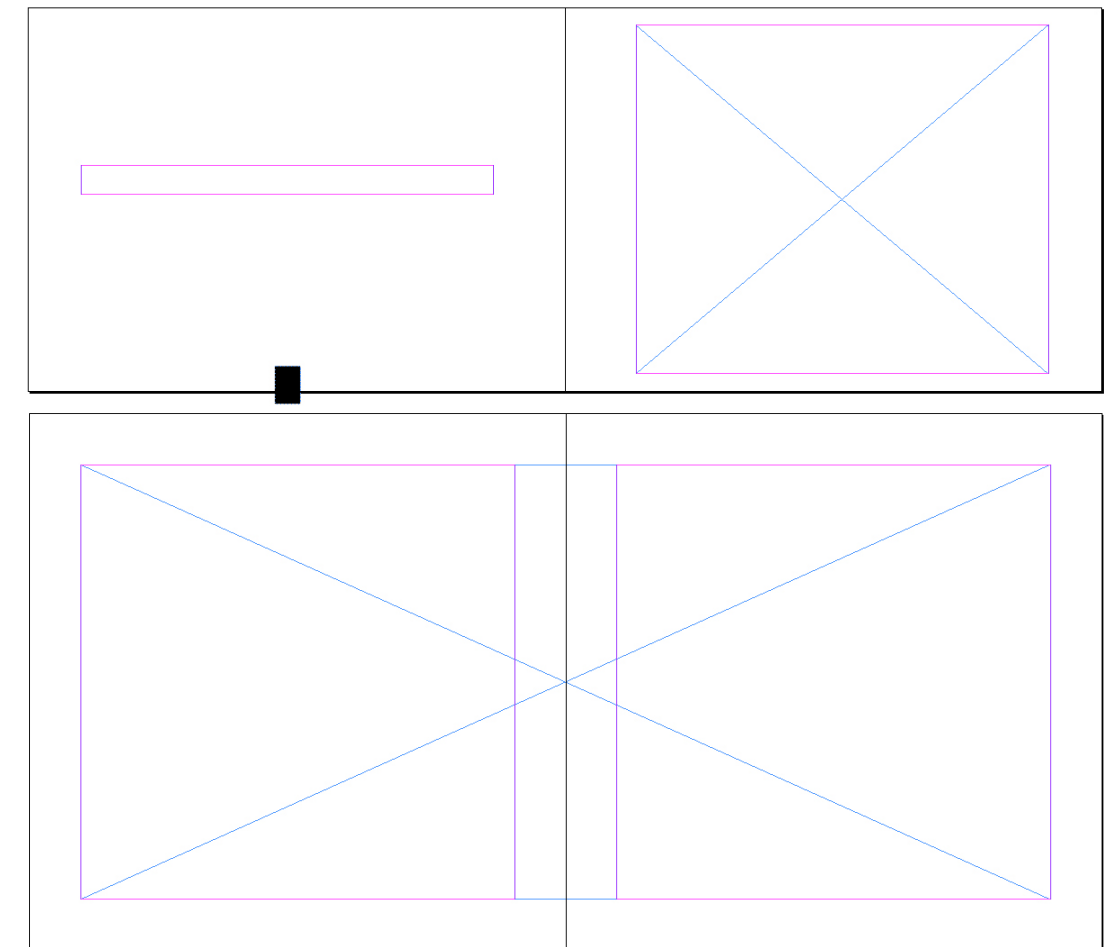
Excedente impresión: **0 mm.**

Posteriormente desarrollé una composición en la que existe un elemento principal —que es la imagen o ilustración—, que ocupa el espacio de dos páginas enfrentadas o extendidas. Esto responde al estilo de la ilustración, en el cual, la idea es que imagen y texto estén a un mismo nivel de lectura y se vea como una unidad, a pesar de estar ubicados en páginas opuestas (ver figura 2). Este tema se describe mas adelante y puede ser revisado en el punto 3.8 *ilustración*.

La maquetación del libro para generar el original de imprenta, fue realizada en el software Adobe Indesign. Luego de haber definido el formato, los márgenes, y el número de páginas totales, procedí a ubicar todas las ilustraciones en las páginas correspondientes y en el tamaño adecuado.

El libro finalmente en términos generales el libro se compone por:

- Tapa o cubierta,
- Página de cortesía,
- Portada,
- Contraportada o página de créditos,
- Introducción,
- Contenido (ilustraciones)
- Contratapa.



**Figura 2:**  
**Imagen superior:** Primera propuesta de diagramación posteriormente descartada.  
**Imagen inferior:** propuesta de diagramación de páginas enfrentadas que incluyen los márgenes (líneas violeta) para la disposición de los elementos y la imagen —expresada a través de las líneas diagonales en azul— que abarca las dos páginas extendidas y considera el margen interior como un espacio “perdido” a causa del empastado.

### 3.6 FOLIO:

El folio o numeración de la página, es un elemento de importancia en el común de los libros, su función es la de permanecer discreto hasta que sea requerido, por lo tanto en relación a su ubicación y ocupación espacial no debe llamar demasiado la atención.

En un comienzo este recurso fue muy considerado, ya que por la cantidad de páginas que había estimado para el libro era necesario ya que a través de este los usuarios podrían ubicar fácilmente los dichos que les hayan llamado la atención o que quisieran compartir con las demás personas. Posteriormente, en el formato final estimé que su aplicación no era necesaria, ya que el número de páginas era mas reducido.

### 3.7 ILUSTRACIÓN

La ilustración de los dichos como forma de interpretación visual a nivel personal —además de la propuesta editorial y de autogestión en su conjunto— es el aporte o elemento de diferenciación que yo le entrego al proyecto, si no podría ser considerado —como plantié en la conclusión del análisis de tipologías en la sección 3— como un libro de lingüística o etimología, como muchos otros que existen hoy en el mercado.

Para realizar el diseño de las ilustraciones primero fue necesario indagar respecto a cual podría ser la técnica y el estilo adecuado para ser aplicado en el libro.

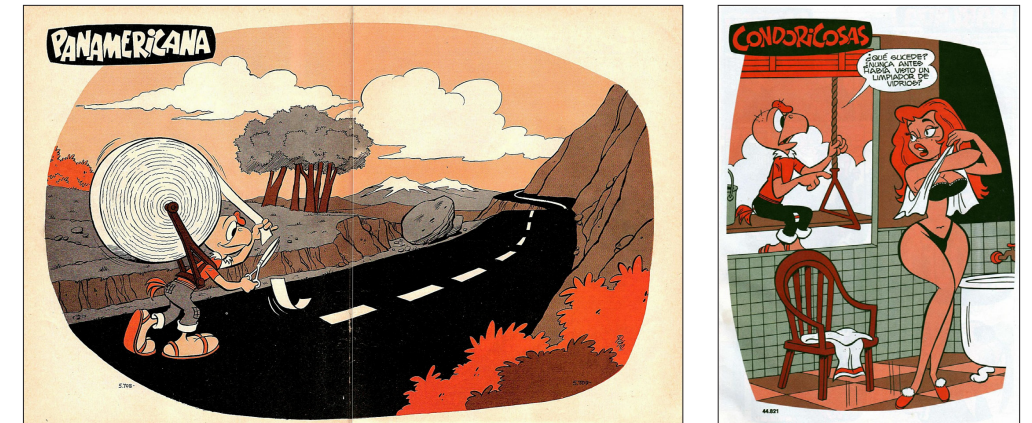
Remontándome al análisis de la historia del humor gráfico en Chile y a sus principales exponentes históricos y actuales, revisados en el marco teórico de este proyecto, tomé como referentes gráficos a ilustradores como:



**Karlo humor** >> Son situaciones humorísticas de una sola viñeta, que pueden ser consideradas como gags de humor. Entre algunas de sus características se encuentran: formato apaisado, dibujo caricaturesco mediante técnica digital y aplicación de colores con sombreado.



**Francisco Javier Olea** >> Situaciones de humor y crítica social en su mayoría de una sola viñeta. Se caracteriza por ser dibujo realista realizado mediante técnica digital, con un trazo expresivo e irregular y una aplicación de tonos grises y achurados.



**Condoricosas y Panamericana, Condorito** > Situaciones humorísticas de una sola viñeta. Entre sus características se encuentran: ser un dibujo a mano alzada con una gran expresividad, trazos con valorización lineal y una paleta cromática acotada aplicada a través de colores planos.

Teniendo en cuenta los elementos comunes que existían entre estos referentes, posteriormente establecí que las ilustraciones debían cumplir con criterios como:

- Coherencia:** con la temática del proyecto y que me permitiera tener una identidad propia.
- Expresión:** un trazo realizado de forma manual refleja una cierta imprecisión por lo tanto añade expresividad.
- Limpieza:** a través del uso de figuras cerradas y aplicación de colores planos (ver pto. 3.7)
- Versatilidad:** un estilo gráfico que me permitiera replicarlo en distintos formatos, materiales y en distintos tamaños.

#### ELECCIÓN DE LA TÉCNICA:

Luego, de acuerdo a la definición de estos criterios elegí la técnica de la ilustración digital, ya que además de ser una de las técnicas más utilizadas en la actualidad, permite integrar y a la vez simular la mayoría de las técnicas tradicionales o análogas de ilustración. También porque permite añadir y quitar elementos de acuerdo a las diversas necesidades que se puedan ir presentando en el proceso de desarrollo de la ilustración, y porque permite equivocarse y resolver más rápidamente los errores.

#### PROCESO:

En este punto me gustaría mencionar que en mi práctica profesional participé en el desarrollo de una serie de dibujos animados para adultos llamada *Homeless* en la oficina de diseño *Carburadores TV*, por lo tanto me involucré de manera muy cercana, aprendiendo cual es el flujograma de trabajo o las etapas de producción que se deben llevar a cabo para realizar

un proyecto de diseño que involucra ilustración para su desarrollo.

A continuación describiré los procesos que tuve que realizar para el desarrollo de las ilustraciones:

» En una primera etapa y luego de haber seleccionado los dichos, realicé una **conceptualización escrita** de forma textual y muy breve —a modo de guión— por cada uno de los dichos previamente seleccionados. La intención fue crear situaciones ficticias, sin diálogos ni globos de textos y en una sola viñeta. Por lo tanto en base a esta consideración podría decirse las ilustraciones corresponden a Gags humorísticos.

A modo de ejemplo:

- Más abrigado que hijo único > niño ultra abrigado, en la playa, mucho sol, se le ven sólo los ojos.
- Más doblado que conejo de mago > un mago en un escenario con una mesa y una varita, sacando de su sombrero a un conejo doblado.
- Más manoseado que fierro de micro > personajes afirmados de un fierro, con cara de preocupados y muchas manos entre medio.
- Más urgida que monja con atraso > monja mirando un calendario, con mucha cara de asustada, subiéndose la falda.

» Luego realicé **dibujos y bocetos** muy esquemáticos de las situaciones, que servirían como guía para desarrollar cada ilustración. Cada dicho, está vinculado a una cierta visualidad en particular, una situación, un objeto, un personaje, un animal, etc. Se utiliza un lenguaje realista pero a la vez caricaturesco, como por ejemplo animales que adoptan rasgos humanos —ya que los dichos le atribuyen características o actitudes propias de los seres humanos— por ejemplo: “mas rayado que charango de gato”, “mas ladrón que gato de campo” .

» Posteriormente luego de haber digitalizado los bocetos mediante un scanner, se pasó a la etapa de **entintado** o dibujó de manera digital. Se realizaron en un tamaño oficio de 8,5 por 13 pulgadas, con una resolución de impresión de 300 dpi, lo que me permitió re-encuadrar la ilustración en el formato final de la publicación que es menor. Para esto utilicé el software adobe Photoshop CS5 mediante una tableta gráfica Wacom Bamboo. Elegí este software ya que trabaja bajo el sistema de imágenes mapa de bits, o basado en la utilización de píxeles. Esto me permite conseguir trazos expresivos e irregulares que simulan una ilustración análoga realizada con tinta china por medio de pluma o pincel. Descarté el trabajo vectorial porque considero que es más racional y calculado, ya que busca muchas veces adaptarse a las formas geométricas básicas como circunferencias, líneas rectas, trazos continuos. Además implica más tiempo de trabajo, por el manejo de precisión de las curvas de bézier.

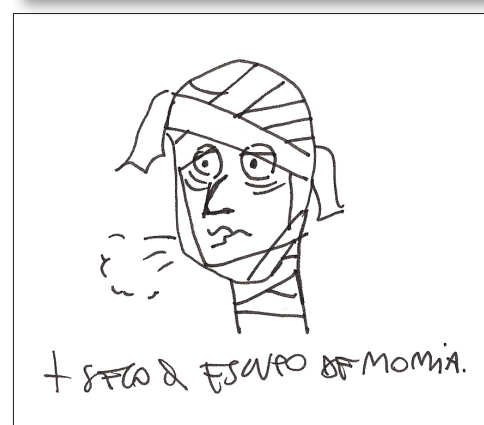
» Teniendo en cuenta que para el desarrollo de este proyecto se seleccionaron un total de 30 dichos, consideré que era necesario realizar una tabla de desarrollo de ilustraciones, para mantener un orden en el trabajo, además de generar una unidad e identidad de las ilustraciones en relación al grosor del trazo, aplicación del color, tipografía.

» Creo que es necesario comentar también que el proyecto pasó por diversas etapas, (que quedaron demostradas en los distintos formatos mencionados en el punto 3.1) con distintas técnicas. En un comienzo opté por un estilo gráfico basado en la estética del humor gráfico tradicional. Dibujo lineal, en blanco y negro, que simula los trazos de la pluma o pincel. Luego realicé pruebas como la aplicación de achurados, grises en distintos niveles de opacidad y uso de tramas. Posteriormente desarrollé un trabajo más pictórico, a través del uso de tinta china y acuarela sobre papel.

#### RESUMEN CARACTERÍSTICAS

- » La ilustraciones corresponden a Gags de humor de una sola viñeta, en donde ocurre una situación, relacionada a un objeto, un personaje, o un animal.
- » Se utiliza un dibujo realista y a la vez caricaturesco, con un tratamiento de formas de icónicas y el uso de exageraciones de los rasgos de los personajes.
- » Trazado lineal realizado a mano alzada, con una valorización lineal irregular.
- » Tratamiento de los fondos es simple con el fin de centrar la atención en los personajes y las diferentes situaciones.
- » Ubicación de un horizonte bajo, asimilando un plano levemente contrapicado. En algunos casos se ubica aplicando la regla de los tercios.





BOCETAJE DE LOS DICHOS

Primeros dibujos esquemáticos que servirían como guía para desarrollar cada ilustración.



ENTINTADO DIGITAL

Luego de haber realizado los bocetos, se entintó digitalmente, realizando la composición de los personajes y de los fondos, además se consideró un espacio para el texto en cada página.

### 3.8 COLOR

En un proyecto de ilustración, hay que tener especial cuidado en la elección del color, ya que este ocupa gran parte de la superficie de la página impresa y por lo tanto influye en gran medida en el diseño.

Al igual que en los puntos previamente mencionados, en este proyecto la toma de decisiones del color en cuanto a su elección y utilización fue variando de acuerdo a las distintas etapas por las cuales fue evolucionando.

En un comienzo, opté por el blanco y negro, a través de la utilización de solo una tinta de color negra, esto porque tenía la idea de utilizar un estilo gráfico basado en el dibujo “clásico” o “tradicional” del humor gráfico, que es realizado por medio de pluma o pincel con tinta china sobre papel, y porque además tenía la idea de abaratar los costos asociados a su uso.

Luego realicé distintas pruebas, utilizando cuatricromía (cyan, magenta, amarillo y negro) y toda la amplia gama cromática que esta genera, para tratar de “animar” y “darle mas color” al libro, pero no se lograba mantener una línea gráfica a lo largo de las páginas y presupuestariamente los costos se incrementaban. Con la finalidad de corregir estos “errores” que se me presentaron, realicé una prueba de color a dos tintas Cyan y Magenta, pero personalmente creo que el resultado obtenido de la combinación de estos colores aplicados en las ilustraciones no me parecía muy “agradables”.

Ante esto me hice la pregunta de ¿como lograr una unidad e identidad gráfica a través del uso del color?. Para responderla me puse a investigar en la historia del humor gráfico en Chile y a buscar referentes relacionados al área del comic, historietas y al humor gráfico. Luego de una amplia observación y análisis, logré concluir que en muchas de las publicaciones impresas de la primera mitad del siglo xx, en su mayoría, en la portada y en el interior de las páginas se utilizaba una paleta cromática acotada de dos tintas de color “rojo anaranjado” y “negro verdoso”. La elección de estos colores se realizaba principalmente porque permitían abaratar los costos de estas publicaciones que tenían una alta periodicidad, y porque permitían lograr una amplia gama de tonalidades como el color “piel”, rosado, marrón, burdeos, rojo-anaranjado, grises y negros. Revistas de historietas y humor gráfico como *Okey*, *Pichanga*, *Pingüino*, *Pobre Diablo*, *Topaze*, entre otras, y personajes célebres que aparecían en estas revistas como Juan Verdejo, Condorito, entre otros, eran impresos utilizando estos colores.

De esta manera, estimé que la utilización de estos colores era coherente a la temática del proyecto y la amplia gama de tonalidades que se logran



Portada de la revista de historietas y humor gráfico *Okey*, N°37. Fuente: memoriachilena.cl



Viñeta de la revista de historietas cómicas, *Condorito*. Fuente: condorito.cl



Portada de la revista de humor político *Topaze*, Septiembre de 1989. Fuente: memoriachilena.cl



Portada de la revista de humor *Pobre Diablo*, Noviembre de 1950. Fuente: memoriachilena.cl

a partir de estos me permitirían mantener una línea gráfica a lo largo de las páginas. Desde el punto de vista presupuestario me permitiría además tener costos menores comparados a los que se tendrían al utilizar la "típica" cuatricomía.

Luego de recurrir a la carta de colores Pantone, opté por la utilización de este dúo tono (dos tintas), impresas mediante el sistema de sobreimpresión.

Estas son:

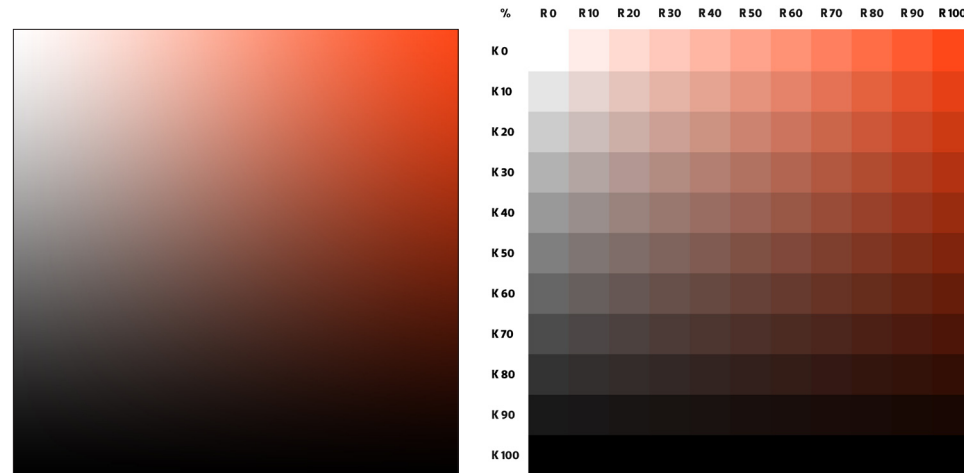


Pantone 172 C



Process Black

La gama de saturación y de brillo que se genera con la combinación de estas tintas es amplia, así que fue necesario restringirla a una paleta cromática más acotada.



Mapa de gradación de brillo y saturación de las tintas.

Paleta de colores (acotada a una escala de 10%) utilizada en las ilustraciones.

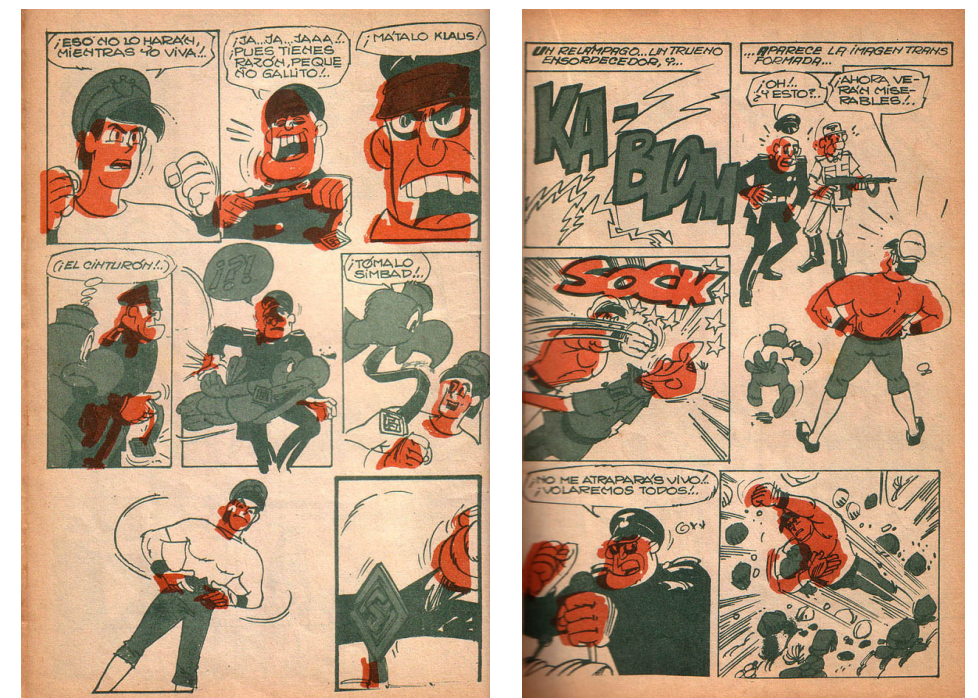
Luego de haber definido cuales son los colores a utilizar, fue necesario definir como se utilizarían en los objetos y la forma en la que estos se aplicarían en la página.

Los colores en su mayoría se utilizaron en forma icónica, esto quiere decir que representan de forma real y natural los colores de los objetos o figuras, permitiendo hacerlas más rápidamente identificables y aumentando la

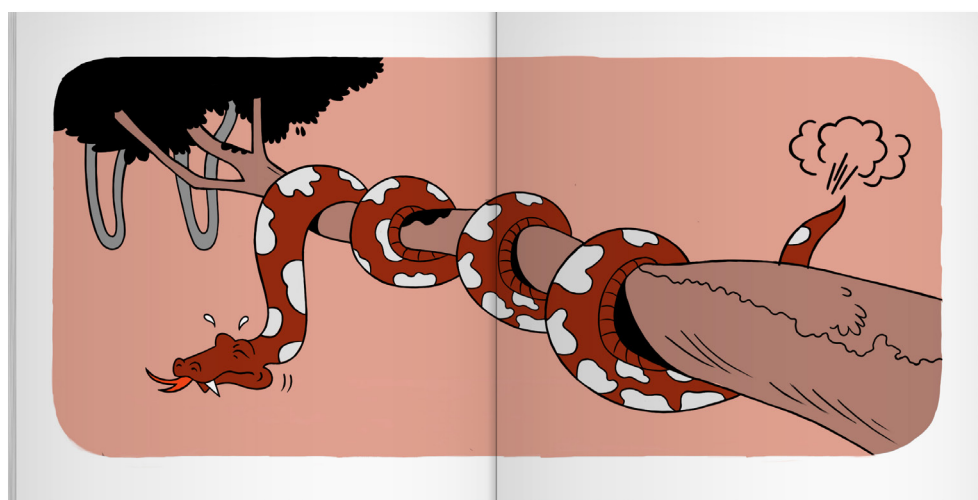
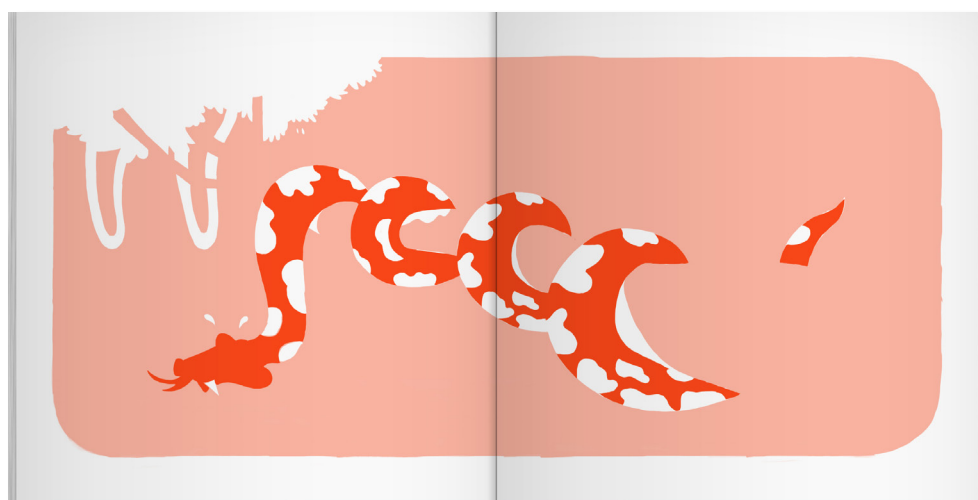
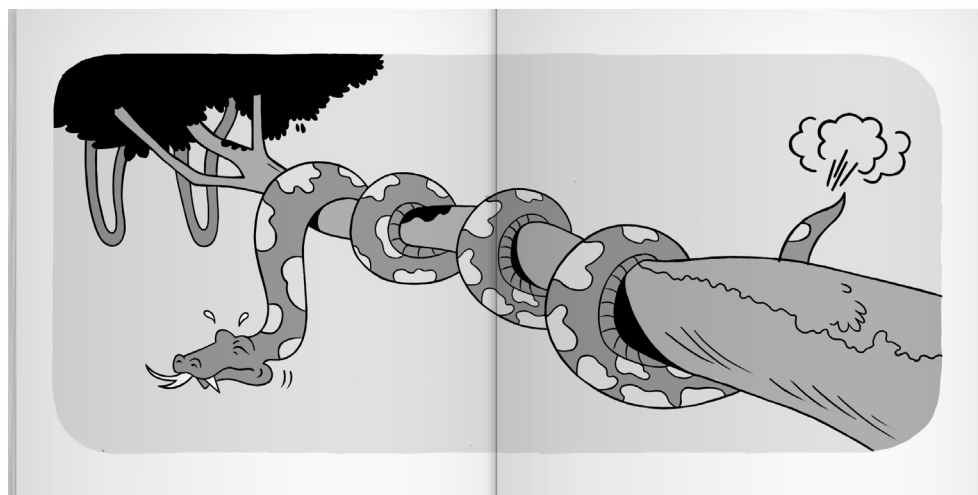
legibilidad global de la imagen. Por ejemplo para la piel humana se utiliza un color "piel", la madera color "café", tierra y el barro color marrón, nubes y los ojos de color blanco. Aunque en algunos casos los colores se utilizaron de forma no icónica, dando como resultado una ilustración un poco más surrealista y a la vez expresiva. Esto quiere decir que se mantiene la forma real de los objetos pero su color fue modificado y no representa su color natural. Por ejemplo el cielo de color "crema" y el agua de color negro o gris.

Con respecto a su aplicación en la página, opté por la utilización de colores planos, lo que significa que no existen degradaciones o transiciones suaves entre tonos. Esto lo hice principalmente con la intención de poder replicar fielmente y sin errores los colores en distintos formatos, aumentando el "rendimiento de la imagen".

Otro punto importante en cuanto a la aplicación del color es la decisión de generar descalces en las tintas de forma intencionada que funcionan como imprecisiones controladas. Por lo tanto, lo que en las técnicas gráficas puede ser considerado como un grave error que no se puede cometer y que hay que tratar de evitar a toda costa, yo lo utilizo como un recurso expresivo que sirve para generar un brillo o zona iluminada dando volumen a las formas y un cierto atractivo visual a la ilustración.

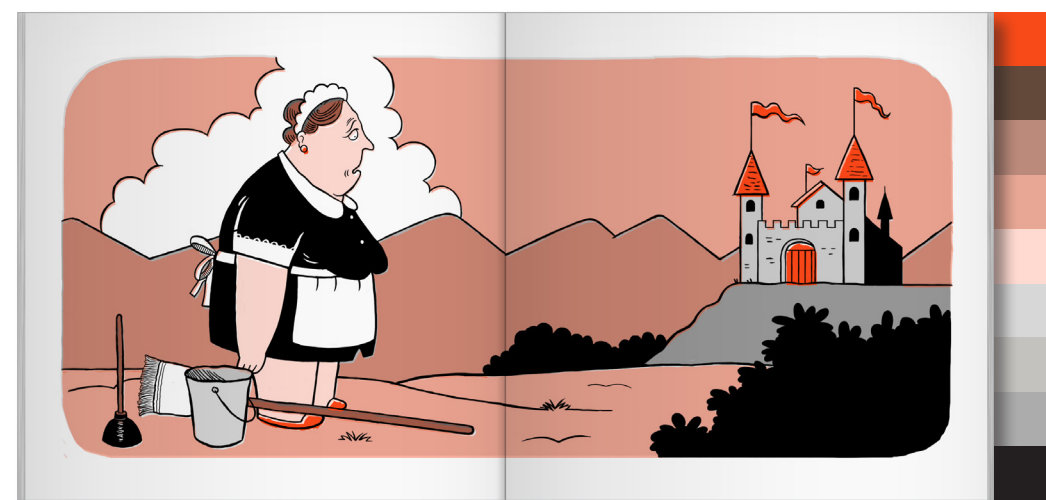


Viñetas del comic *El hijo de Simbad*, de la década de los 60, en donde se evidencia (de manera un tanto exagerada) que las tintas están fuera de registro.



ESQUEMA DE APLICACIÓN DE TINTAS

Este esquema muestra la separación de las 2 tintas en sus distintos porcentajes de opacidad y el resultado de los tonos que se generan mediante su sobreimpresión



APLICACIÓN DE COLOR

Esquema que muestra los distintos colores utilizados en cada una de las ilustraciones

### 3.9 TIPOGRAFÍA:

Toda elección de una fuente o familia tipografía en un proyecto de diseño implica primero, tomar decisiones a partir criterios funcionales y segundo decisiones acerca de apreciaciones estéticas.

Definí los siguientes aspectos como criterios que hay que tener en cuenta a la hora de elegir una tipografía:

- Contenido del libro: Recopilación de dichos populares humorísticos y divertidos.
- Formato: Tamaño relativamente pequeño de 10,5 x 10,5 centímetros.
- Cantidad de texto: Dichos breves cuya extensión máxima aproximada es de 38 caracteres.
- Audiencia: Público adulto que no presenta mayores necesidades especiales de lectura.

De esta manera consideré que la tipografía debía cumplir con una serie de requisitos:

- Reflejar en parte el contenido del libro.
- Por el formato de la página, tener una extensión horizontal breve o cerrada.
- Descartar tipografías para textos extensos por lo que descarté las fuentes con Serif.
- Que llamara la atención y transmitiera una idea a través de su forma.

Teniendo en cuenta estos criterios, en un comienzo opté por la utilización de tipografías Display, que son fuentes que se caracterizan por llamar la atención y/o transmitir una idea a través de su forma. Tales como:

AMATIC      CLAIRE HAND      **HOUSE SLANT**  
*House Script*      **HOUSE BRUSH**      TRASHHAND



Luego de haber visualizado las tipografías aplicadas en la página, opté por la fuente "Sign Painter" en su versión "House Slant" fuente de descarga gratuita realizada por la fundición digital "House Industries", empresa americana que desarrolla y vende tipografías originales e ilustraciones para ser utilizadas en diseño gráfico y publicidad. Además de llamar la atención, transmitía la idea relacionada al "grafismo utilitario" o lo que se conoce como "gráfica popular vernácula" de letreros y carteles trazados y pintados a mano, realizados por medio de marcadores, pinceles o brochas.

Sus características eran:

- Ser una variante tipográfica trazada solamente en mayúsculas o de caja alta, de trazos anchos, regulares y estilizados.
- Tener terminaciones curvas.
- No poseer contraste aparente en sus trazos.
- Poseer también un eje oblicuo o diagonal, de hecho su nombre significa "inclinada" o "sesgada" en inglés. Esta característica se relaciona también a los caracteres cursivos propios de la escritura apresurada a mano.



Luego de haber realizado la selección de esta tipografía y de haberla visto aplicada en la página, decidí no optar por su uso, principalmente porque se agotaba en la lectura, le quitaba mucho carácter al libro y le daba una cierta cuota de frialdad.



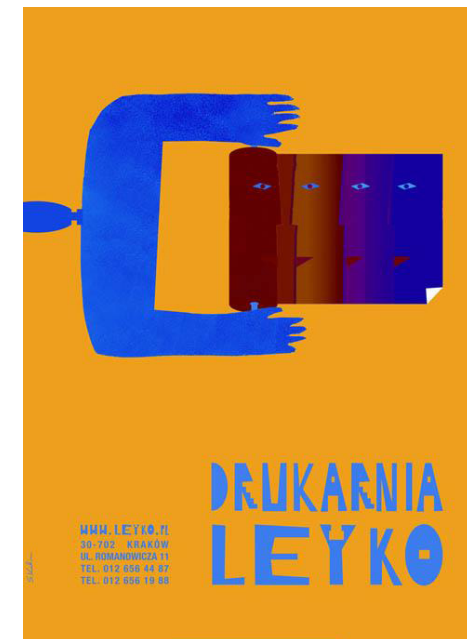
Posteriormente tomando como referente al proyecto *Quebrantahuesos* realizado por Nicanor Parra, en colaboración con Enrique Lihn y Alejandro Jodorowsky en 1952, que consistían en “una apropiación tanto del espacio como del lenguaje públicos, ocupando muros en varios lugares de Santiago con textos creados a partir de recortes de periódicos”<sup>44</sup>, realicé algunas pruebas utilizando el lenguaje del collage a través del recorte y ensamble de palabras de diarios y revistas. Este recurso finalmente fue descartado ya que no lograba integrarse al lenguaje de la ilustración.

Luego me plantié la pregunta **¿de que manera se puede integrar el texto a la imagen (ilustración)?** y para responderla me propuse revisar a algunos referentes relacionados con el lettering, la rotulación y el grafismo, logrando destacar algunos casos como:

- **Afichismo Polaco** > esta escuela o estilo gráfico-pictórico se caracteriza por la realización de afiches en donde la rotulación de textos es realizada a mano alzada con una fuerte carga expresiva y pictórica, tratando al cartel como una unidad entre imagen ilustrada y texto. Entre algunos de sus exponentes puedo destacar a Mieczyslaw Wasilewski, Sebastian Kubica, Wiktor Gorka.
- **Stefan Sagmeister** > este reconocido diseñador de origen austriaco desarrolla piezas gráficas en las que la rotulación de textos y el “hecho a mano” pasa a tener un rol protagónico dentro de sus composiciones, de hecho algunas de sus piezas son ampliamente reconocidas y podrían considerarse como íconos del diseño.
- **Laura Varsky** > esta diseñadora e ilustradora argentina, desarrolla

lettering basados en las morfologías de sus ilustraciones por lo que logra una muy buena integración entre los elementos con un estilo personal y reconocible.

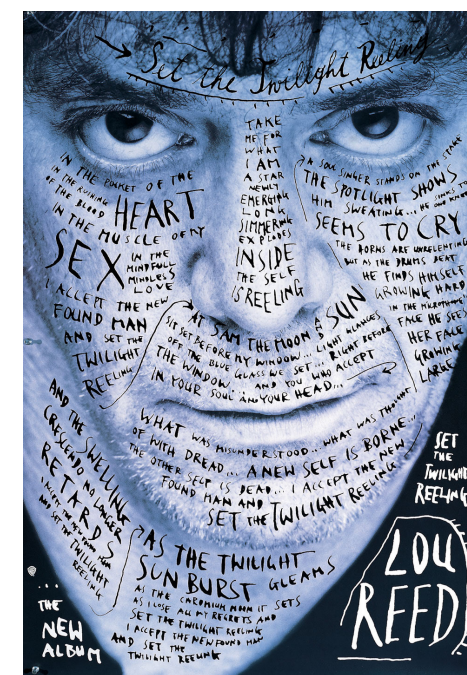
- **Mariscal** > además de ser un reconocido diseñador español, es un destacado dibujante de historietas, un ejemplo de estas y en el cual me basé es *Los Garriris*, en donde los textos son rotulados a mano con una gran naturalidad y expresividad.



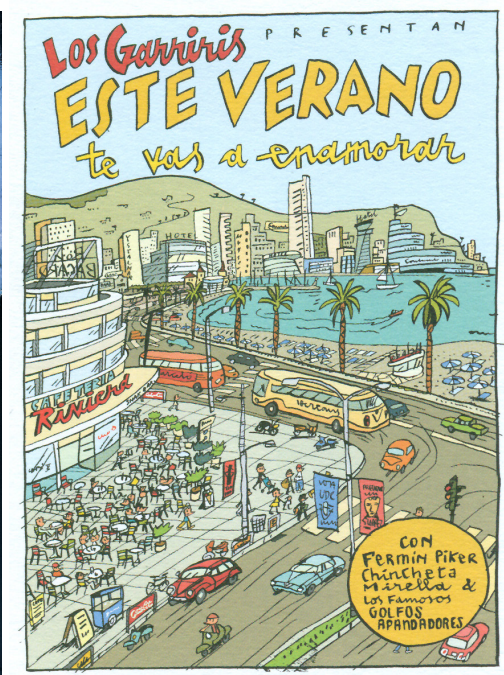
Afiche Drukarnia Leyko, Sebastian Kubica



Libro Lady René, Laura Varsky



Afiche Lou Reed, Stefan Sagmeister

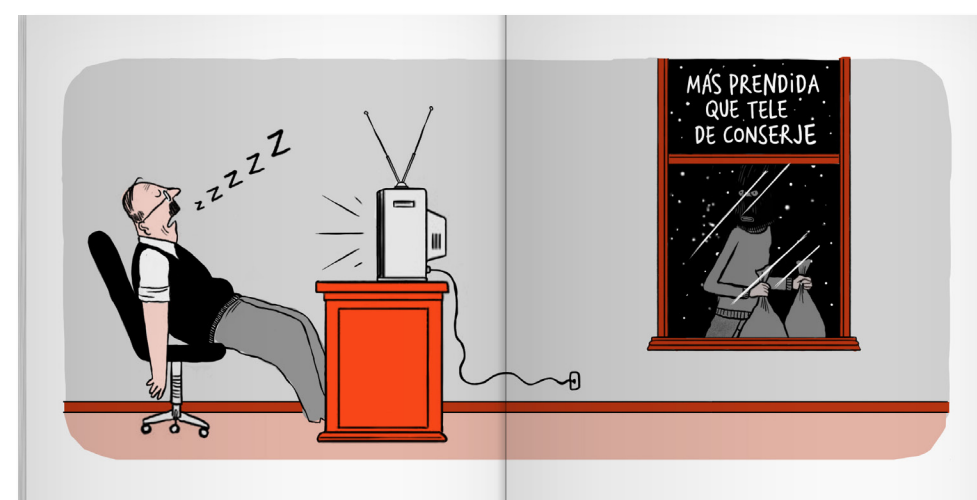


Portada historieta Los Garriris, Mariscal.

44 Definición de Quebrantahuesos. Disponible en: <<http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-96849.html>>

Después de haber analizado estos referentes, llegué a la conclusión que debía integrar palabra e imagen a través de un lenguaje común y basado en la morfología del trazado de los dibujos.

- Es así como finalmente opté por la aplicación de una **rotulación de textos trazada a mano, en mayúscula y a palo seco(sin serifas)**. ¿Porqué no decidí por una familia tipográfica que cumpliera con estas características?, porque la "imperfección humana" inherente a la rotulación manual hace mucho más atractivo a la ilustración en su conjunto. Un ejemplo que demuestra este hecho, es lo que ocurre con la no muy ponderada tipografía Comic Sans, catalogada por algunos como "el arquetipo de la mala tipografía", ya que además de que su uso se expandió en ámbitos en donde no fue planificado, es una tipografía "normada" o sometida a una grilla de construcción que rompe con la tradición y la estética de la rotulación manual de los comics e historietas.
- Se caracteriza por tener un trazo irregular, en algunos casos levemente inclinada, de terminaciones redondeadas y que no se somete a una estructura o línea base, esto no significa que no se haya cuidado su interletraje para mantener una buena legibilidad.
- Con respecto a la aplicación del texto en la página se ubica de manera que interactúe o se integre a la escena ilustrada, ocupando como "globo" o "bocadillo" algún elemento en particular que tenga una cierta importancia en la imagen.
- El corte del texto no sigue un patrón común sino que depende principalmente del espacio en el cual se inserta, lo que le añade dinamismo a la imágenes y al total del libro.
- Su color varía de acuerdo al color de fondo en el cual se superpone, de manera de obtener un mejor contraste y favorecer su lectura.



#### APLICACIÓN DE ROTULADO

Aplicación de los textos rotulados en cada una de las ilustraciones

#### 4. APLICACIONES:

Ejemplo de posibles aplicaciones de las ilustraciones en distintos soportes.



Aplicación de ilustraciones en poleras de distintos colores





Aplicación de ilustraciones en stickers autoadhesivos y carcasas de teléfonos inteligentes

Aplicación de ilustraciones en tazones

## 5. GESTIÓN ESTRATÉGICA

### 5.1 COSTOS DEL PROYECTO

#### Costo total del proyecto

El total de los recursos económicos involucrados en el proyecto corresponde a:

**\$1.801.971**

#### Honorarios profesionales

Gasto total en honorarios: **\$ 1.000.000**

Gasto total incluido 10% de impuesto: **\$ 1.111.111**

DESCRIPCIÓN	ENCARGADO	TOTAL	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5
Responsable del proyecto, encargado del diseño e ilustración, y gestión	Franco Nieri	\$1.000.000	\$200.000 64 hrs.	\$200.000 64 hrs.	\$200.000 64 hrs.	\$200.000 64 hrs.	\$200.000 64 hrs.

#### Gastos de operación

Gasto total de operación: **\$ 690.860**

DESCRIPCIÓN	TOTAL	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5
Transporte, teléfono o imprevistos	\$25.000	\$5.000	\$5.000	\$5.000	\$5.000	\$5.000
Pruebas de impresión	\$9.000		\$3.000	\$3.000	\$3.000	
Impresión y empastado de maquetas finales	\$45.000				\$45.000	
Impresión de 1.000 ejemplares de libro ilustrado	\$552.160					\$552.160
Registro I.S.B.N. más código de barras en formato JPG	\$12.400					\$12.400
Licencias Softwares de Diseño: Adobe Creative Suite 5 Design Premium	\$47.300	\$47.300				
<b>TOTAL</b>	<b>\$690.860</b>	<b>\$52.300</b>	<b>\$8.000</b>	<b>\$8.000</b>	<b>\$53.000</b>	<b>\$569.560</b>

### 5.2 FORMAS DE FINANCIAMIENTO:

Para financiar el presente proyecto se puede optar por tres alternativas.

#### 1. Fondos de Cultura

Los Fondos de cultura son “recursos destinados anualmente por la Ley de Presupuesto de la Nación para fomentar el desarrollo de las artes, la difusión de la cultura y la conservación del patrimonio artístico y cultural de Chile”.<sup>45</sup>

Al ser un material que aporta a la cultura y al patrimonio cultural chileno y además es una opción diferente a lo que se encuentra en el mercado actual, se puede plantear para postular a fondos concursables como:

##### 1.1. Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura:

Fondo creado por la Ley 19.227 de 1993, cuyo objetivo es:

“Apoyar y promover proyectos, programas y acciones de apoyo a la creación literaria, la promoción de la lectura, la industria del libro, la difusión de la actividad literaria y el fortalecimiento de las bibliotecas públicas. A través de becas, pasantías y premiaciones, el Consejo del Libro también promueve la formación de los creadores y estimula su actividad”.<sup>46</sup>

Se decidió postular el proyecto en la línea de “Fomento a la Creación”, “línea de concurso que tiene por objeto entregar financiamiento total o parcial para la finalización y producción de proyectos de creación literaria y gráfica, de autores emergentes que no cuentan con obras publicadas” en la modalidad “Emergente”, por un monto de \$2.000.000 (dos millones de pesos), sin necesidad de un cofinanciamiento y con un plazo máximo de 12 meses.

Para postular solo se necesita ser chileno y mayor de 18 años.

La formulación del proyecto se realizó por medio del Formulario Único de Postulación (FUP) disponible en el sitio institucional: [www.fondosdecultura.gob.cl](http://www.fondosdecultura.gob.cl) en donde se podía postular vía online o en soporte material. Personalmente opté por la vía online por ser la opción más recomendada, rápida y económica.

Para acompañar la postulación fue necesario también adjuntar algunos

<sup>45</sup> ¿Qué son los Fondos de Cultura?, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Recuperado el 13 de Agosto de 2013. Disponible en: <<http://www.fondosdecultura.gob.cl/fondos/>>

<sup>46</sup> Fondo del Libro y la Lectura. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Recuperado el 13 de Agosto de 2013. Disponible en: <<http://www.fondosdecultura.gob.cl/fondos/fondo-del-libro-y-la-lectura/>>

antecedentes de carácter obligatorio como:

- **Antecedentes Curriculares:** una breve presentación personal, antecedentes de formación, experiencia laboral y portafolio.
- **Propiedad Intelectual:** un documento que acreditara el cumplimiento en ámbitos de propiedad intelectual.
- **Muestra de la Obra:** se envió un documento en formato PDF que representaba que el libro tenía un avance de más del 70%.

También se adjuntaron antecedentes complementarios para apoyar la postulación, como las cartas de cotización para la impresión y empaste del libro, y un certificado de Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad de Chile.

Esta postulación se inició el 12 de Julio del 2013 y finalizó el día 6 de Septiembre de 2013. El día 14 de Octubre se publicó una nómina de proyectos inadmisibles, o que no cumplían con los requerimientos mínimos para la postulación, en la cual este proyecto no apareció por lo tanto aprobó para la etapa de evaluación. Los resultados de la evaluación se entregaron el día miércoles 18 de Diciembre a través de la Ficha Única de Evaluación que puede ser revisada en el anexo N°4 de este informe.

### 1.2. Fondart:

El “Fondo Nacional para el Desarrollo Cultural y las Artes”, fue creado el año 1993 con la aprobación de la ley N° 19.891. Su objetivo es apoyar el desarrollo de las artes, la difusión de la cultura y la conservación del patrimonio cultural de Chile.

Con los recursos de este fondo se ejecutan programas y se realizan concursos abiertos que tienen por fin estimular la formación profesional, la creación artística, la mediación cultural y la conservación patrimonial en las áreas artísticas de Artes Visuales, Fotografía, Nuevos Medios, Teatro, Danza, Artes Circenses, Artesanía, Diseño y Arquitectura.<sup>47</sup>

Este fondo puede resultar apropiado para financiar este proyecto si se lo postula en su línea de “Conservación y promoción del Patrimonio Inmaterial”, área “Tradiciones y Expresiones Orales”, modalidad “Formación y Promoción”, submodalidad “Promoción”, ya que es un proyecto destinado a dar a conocer nuestro patrimonio oral y tradiciones.

### - Crespial

El “Centro Regional para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de América Latina” CRESPIAL, es una “institución autónoma de carácter internacional al servicio de los Estados Miembros de la UNESCO, encargada de apoyar las actividades de salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de los países de América Latina que deseen cooperar con él.”<sup>48</sup>

Se plantea la opción de postular a los Fondos Concursables de proyectos para la salvaguardia del PCI en la categoría “Proyectos de Salvaguardia en PCI” por un monto de \$10.000 dólares que corresponden a aproximadamente a \$5.250.000 pesos chilenos.

### 2. Autoedición o autofinanciamiento

Esta es una opción que si bien puede resultar más compleja que las anteriormente mencionadas —ya que implica que uno gestiona su propio proyecto y todo lo que ello implica, como los procesos de producción, distribución, venta, etc.— puede ser considerada en una primera etapa del proyecto, recurriendo a la producción en pequeña escala, a través de tirajes cortos y de una estrategia de merchandising que permita ir generando fondos para ir sosteniendo la producción.

Esta opción puede resultar una gran oportunidad de emprendimiento para desarrollarse de forma independiente y de dar a conocer mi trabajo como ilustrador emergente.

Un claro referente nacional en esta área es Juanelo (Las Aventuras de Juanelo), un webcómic humorístico escrito y dibujado por el diseñador chileno Marco Canepa (alias Can), que en base a un modelo de autogestión a llegado a producir 2 libros y una serie de productos asociados como fundas de cojín, poleras, agendas, gorros, tazones y croqueras.

### 3. Contraparte

Esta opción es la forma más clásica para financiar la producción de un libro e implica buscar una contraparte que en este caso sería una editorial. El apoyo de una editorial ofrece muchas facilidades y un respaldo completo de la obra. Estas se encargan de temas como la producción, distribución y la publicación del material. Además se encargan de áreas como la comunicación y la publicidad, eventos de lanzamientos, fijación de precios, etc. En este caso uno como autor y dueño de la obra se limita a negociar acordando un contrato acerca de los derechos de reproducción y

<sup>47</sup> FONDART, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Recuperado el 15 de Agosto de 2013. Disponible en: <<http://www.fondosdecultura.gob.cl/fondos/fondart/>>

<sup>48</sup> CRESPIAL. Centro Regional para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de América Latina. Recuperado el 14 de Agosto de 2013. Disponible en: <<http://www.crespial.org/es/Seccion/index/1/Crespial>>

de los porcentajes de asignación por cada venta del libro, y la editorial se encarga de lo demás.

Es importante mencionar que las editoriales no financian la totalidad de los proyectos, sino que uno tiene que buscar financiamiento de forma particular y ellos pueden aportar un porcentaje.

### 5.3 Derechos de autor:

#### LEY N° 17.336 SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL

El mercado del libro, y especialmente el de los libros ilustrados está creciendo, por lo tanto los diseñadores e ilustradores al ir valorando cada vez más su trabajo conlleva a que necesariamente existan contratos profesionales de por medio que establezcan derechos por parte de una contraparte. De esta forma es muy importante tener presente los “derechos de autor” que actúan sobre su trabajo.

¿Qué es el derecho de autor?

El derecho de autor surge como un respaldo o protección hacia los artistas y sus creaciones y obras ya sean de carácter científicas, literarias, artísticas o didácticas; entre lo que se incluyen coreografías, fotografías, pinturas, dibujos, canciones, cinematografía.

Nace a partir de la obra y de la originalidad de ésta. La originalidad no depende de la novedad o el valor artístico que ésta posea, sino de la marca que lleve del autor; debe expresar algo propio del autor.

El derecho de autor no actúa frente a las ideas, es necesario que éstas se materialicen en algo palpable y haya sido desarrollada de un modo correcto.

La protección de la obra otorga al autor las facultades exclusivas frente a su obra; él es el dueño de su creación, por lo que tiene el derecho y libertad de hacer lo que le parezca mejor con ella.

El derecho de autor tiene dos aspectos o componentes igualmente importantes:

- » Los derechos patrimoniales de contenido económico, que permite al titular o a sus derechohabientes, beneficiarse con la explotación, reproducción, comunicación y difusión de la obra literaria o artística, por cualquier medio o procedimiento.
- » Los derechos morales, que son personalísimos, intransferibles e imprescriptibles, tales como el de la paternidad e integridad de la

obra, de arrepentimiento o retracto, etc.

Algunos de los sistemas que permiten proteger los derechos de autor sobre una obra editorial, ya sea restringiendo o permitiendo ciertas licencias para quienes desean usar nuestro trabajo, son las siguientes:

#### Inscripción al DDI:

Corresponde a la inscripción de la obra en el Departamento de Derechos Intelectuales, que es el organismo público que en nuestro país se hace cargo del registro de la propiedad intelectual. Ésta inscripción le permite al autor restringir el uso de su obra, permitiendo así demandar judicialmente al infractor que no respete estos derechos morales y patrimoniales.

#### Creative Commons:

Es una organización no gubernamental americana sin fines de lucro, que promueve una serie de licencias que buscan restringir las barreras legales de los derechos que el autor posee. Este organismo tiene presencia en más de 28 países, entre los que se encuentra Chile. Sus licencias no poseen costos, y cada una de ellas ayuda al autor a mantener sus derechos, y “al mismo tiempo que permiten a otros copiar, distribuir, y hacer algunos usos de su obra, al menos de forma no comercial” (siempre y cuando el autor así lo disponga).

#### 4.4 ISBN:

Es la abreviatura del Internacional Standard Book Number (en español, Número Estándar Internacional de Libros). Es un sistema internacional de numeración e identificación de títulos de una determinada editorial, autor y país de origen. Permite la identificación y estandarización del registro de los libros en circulación, lo que ofrece como ventaja facilitar el control del stock y de las ventas; el intercambio bibliográfico nacional e internacional, entre otros. En Chile el ISBN es administrado por la Cámara Chilena del Libro y es un sistema independiente al realizado en la inscripción en el Departamento de Derechos Intelectuales (DDI). Este proceso tiene un costo de \$ 12.400 IVA incluido, e incluye el registro ISBN y un código de barras en formato JPG.<sup>49</sup>

#### 4.5 ACCIONES DE GESTIÓN:

En el proceso de desarrollo de este proyecto, y con la finalidad de encontrar un patrocinio por parte de una editorial el día 10 de Julio del presente año me contacté y reuní con Mauricio Vico, representante de la editorial Ocho Libros, el cual se mostró muy interesado en mi propuesta ya que como me comentó, justamente en la editorial se estaba buscando

49 ISBN. <<http://www.isbnchile.cl/tarifas.htm>>

generar publicaciones de autores emergentes. Este me recomendó que realizara un documento —a modo de formulario— como forma de presentación de mi proyecto, en el cual se incluyen los Objetivos del proyecto, Propuesta editorial, Propuesta y estructura de contenidos y el Financiamiento, el cual sería analizado por un comité editorial de Ocho Libros.<sup>50</sup> El proyecto finalmente se analizaría dependiendo de los resultados de la postulación a los Fondos de Cultura.

*Sección 5 >>*

## ***Conclusiones***

---

50 Para ver el documento, revisar Anexo N° 3

La investigación realizada durante la creación del marco teórico me permitió definir los conceptos más relevantes para el desarrollo de este proyecto.

En una primera parte se presentó el tema del patrimonio y sus tipos, especialmente el patrimonio inmaterial, desconocido por muchos y no muy tomado en cuenta a la hora de su conservación, y finalmente se destacó la importancia que este tiene para la identidad cultural de nuestro país.

En segundo lugar se presentó el tema de la oralidad, de la lengua hablada en Chile y de las distintas formas de expresión a través de las paremias. En esta área aprendí que son los dichos comparativos, como es su estructura y cuál es su contexto de uso. En tercer y último lugar, se presentó el tema del humor, y su aplicación en el contexto nacional, su expresión a través del habla, y del humor gráfico relacionándolo con el contexto local, su historia, y principales exponentes a nivel histórico y actual.

Estos conceptos si bien algunos podrían considerar que no abarcan la totalidad de los aspectos que este proyecto podría comprender, yo consideré que eran los más destacables y a la vez importantes. Estos finalmente me permitieron definir de mejor forma mi propuesta y el ámbito de acción en el cual se encontraba.

Luego de haber realizado una amplia observación de tipologías y relacionadas al humor y a los dichos en general, presenté una selección de aquellos libros que consideraba que estaban relacionados de manera mas cercana a mi proyecto, y realicé posteriormente un análisis a través de la aplicación de una ficha técnica. La conclusión de este análisis me permitió primero darme cuenta de la realidad o del “estado del arte” en esta área y segundo, comenzar a definir algunos criterios de diseño, o lineamientos de acción a tener en cuenta a la hora de desarrollar la etapa creativa.

Posteriormente el trabajo realizado en la etapa proyectual, me entregó valiosos conocimientos a la hora de desarrollar un proyecto con perspectivas reales de ser llevadas a cabo en un futuro próximo. El manejo de los tiempos, el orden que se debe llevar a cabo en los procesos, la toma de decisiones respaldada por argumentos de diseño, entre otros aspectos de importancia que tienen que ver con la autogestión, como la forma de conseguir financiamientos, y el desarrollar estrategias para darme a conocer, mostrar mi trabajo y poder decírmelo a esto a futuro. En esta área logré darme cuenta de lo difícil que a veces resulta enfrentarse con la realidad del mercado y como uno tiene que “ingeniárselas” para tratar de sacar un proyecto adelante.

Como reflexión final puedo decir que estoy realmente satisfecho con las decisiones tomadas y con el trabajo realizado durante este largo proceso, creo y espero –como fue planteado en el objetivo este proyecto– poder contribuir a recuperar, registrar y difundir parte del patrimonio cultural intangible de nuestro país, manteniendo viva la palabra hablada a través del tiempo.

Espero que a través de este proyecto que se rían, disfruten y lo pasen muy bien.

Sección 6 >>

## ***Comentarios finales***

Luego de finalizar este proyecto presento este espacio para señalar algunos comentarios o nuevos conocimientos que el proyecto me ha entregado.

### **HUMOR e ILUSTRACIÓN**

¿Cuál es el aporte que deja el proyecto a la disciplina del Diseño? es una pregunta que fue planteada en el protocolo sobre titulación desarrollada por el departamento de la carrera de diseño, que en esta oportunidad me propongo responder.

Creo que el principal aporte de este proyecto es que desarrolla un tema novedoso y original, que no se había desarrollado como proyecto de título, y que es la mezcla entre **humor e ilustración** como forma de rescate de nuestro patrimonio cultural inmaterial.

Si bien el tema del humor ha sido tratado anteriormente desde un punto de vista más bien crítico, como por ejemplo el caso de “*Humor sin viñetas : historiografía experimental de acceso online acerca de gráfica de humor en publicaciones independientes de post-dictadura*” de Constanza Figueroa del año 2012, considero que el haberse adentrado en esta área desde un punto de vista de la producción creativa fue un gran desafío, primero porque a nadie se le enseña a hacer y representar gráficamente temas relacionados con el humor, y segundo porque tampoco existía material práctico de referencia del cual pudiera haberme basado para desarrollar este proyecto.

Creo finalmente, de manera muy modesta, que este proyecto de título podría considerarse como el punto de partida para aquellos que quieran desarrollar su tema en esta área.

### **FICCIÓN v/s REALIDAD**

Generalmente en la etapa estudiantil los proyectos del ramo de taller u otros, son formulados o inventados por los docentes con una intención educativa, preparándonos para llegar a encarar algún día proyectos en un contexto laboral profesional, por lo tanto siempre existe una cuota de ficción y de irrealidad en lo que se hace. Sin embargo al llegar a la etapa de proyecto de título, la más próxima al ambiente laboral, uno se tiene que plantear el trabajo tratando de hacer las cosas lo más reales posibles. Es así como este proyecto se realizó teniendo siempre la convicción de que la propuesta de diseño fuera la original y no una simulación, o un prototipo.

### **AUTOEDICIÓN Y DISEÑO DEL LIBRO**

Muchas veces uno como diseñador, en un proyecto editorial recibe un contenido como un texto escrito por un autor X, como una novela, un cuento, un investigación científica, etc., y solo se le encarga diagramar esta información, es decir de organizarla y de darle forma.

En este caso considero que el desarrollo integral de un producto de diseño editorial, desde ser el generador del contenido, ser quien realiza la selección y edición del material que va ir en el libro, ser también quien define el

estilo gráfico, ser el ilustrador, el diseñador del producto final y además ser el encargado de realizar las gestiones que van desde postular a los fondos de cultura, visitar librerías, y asistir a reuniones con patrocinadores, a mi parecer no es un tema menor y que por lo tanto tiene que ser ampliamente considerado.

### **DERECHOS DE AUTOR**

El tema de los derechos de autor es muy importante tanto para los diseñadores como para los ilustradores. Por lo tanto se hace necesario conocer los procesos y normativas que existen hoy para proteger nuestra obra, hacer valer nuestros derechos y evitar que nos pasen a llevar a la hora de firmar contratos (en el caso de que estos existan).

Este ítem finalmente ayuda a que la disciplina del diseño sea mejor valorada y no sea mirada en menos.

### **MAQUETAS Y PROCESOS**

Si bien puede ser considerado como un ítem insignificante dentro del proceso, la realización de maquetas en un proyecto editorial es fundamental. No solo para ver las posibles imperfecciones técnicas u ortográficas que se puedan presentar, si no también para ir dimensionando la “realidad” del proyecto. De esta manera se hace indispensable conocer las distintas opciones de procesos y sistemas de impresión, materiales y sustratos existentes en el mercado, además de realizar múltiples pruebas y no quedarse con “la primera impresión”.

### **SEGUNDAS O TERCERAS OPINIONES**

Al realizar un proyecto de diseño, en el cual uno se involucra por más de un año en su desarrollo, a mi parecer, se hace muy importante recibir segundas o terceras opiniones, ya sea de personas que no tengan que ver con diseño y que podrían ser consideradas con el usuario del proyecto, como de especialistas en el área, con la intención de retroalimentarse con sus comentarios y a la vez realizar las correcciones que se estimen pertinentes. Durante el proceso de desarrollo de este proyecto recibí la opinión por parte de profesores Juan Carlos Lepe, Mauricio Vico, Hugo Rivera Scott y Eduardo Castillo, los cuales me ayudaron a definir aspectos estéticos y funcionales del proyecto.

### **GESTIÓN Y CONTRAPARTE**

Con respecto a las acciones de gestión llevadas a cabo en este proyecto puedo mencionar que la búsqueda de una contraparte fue la editorial OchoLibros. Luego de reunirme con un editor y presentarle el proyecto, este despertó su interés considerándolo proyecto muy novedoso y entretenido. Aprovecho este espacio para agradecer su apertura y muestras de apoyo.



Sección 7 >>

# **Bibliografía**

## LIBROS

### **100% Graffitis**

GARÍ, PABLO  
Santiago, Chile, Grijalbo, 1999

### **Como se hace un Comic**

MCCLOUD, SCOTT  
Barcelona, España, Ediciones B, 1995

### **Bestiario de Reyno de Chile**

PECCHENINO, RENZO  
Valparaíso, Chile, Fundación Renzo Pecchenino, 2da edición, 1996

### **Diccionario de términos literarios**

ESTÉBAÑEZ CALDERÓN, DEMETRIO  
Madrid, España, Alianza Editorial, 1999

### **Dichos de campo: los mejores proverbios y refranes del habla castellana**

HUNEEUS, PABLO  
Santiago, Chile, Nueva Generación, 2009

### **Don Quijote de la Mancha**

DE CERVANTES, MIGUEL  
Barcelona, España, Instituto Cervantes, 1998

### **Educación tipográfica. Una aproximación a la tipografía**

GÁLVEZ PIZARRO, FRANCISCO  
Santiago, Chile, Universidad Diego Portales Ediciones, 2004

### **El dibujo humorístico. Cómo hacerlo y cómo venderlo**

THOMSOM, R.; HEWISON, B.  
Madrid, España, Hermann Blume, 1996

### **El diseño de libros del pasado, del presente, y tal vez del futuro: la huella de Aldo Manuzio**

SATUÉ, ENRIC  
Madrid, España, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1998

### **En el chileno el humor vive con uno**

SALINAS CAMPOS, MAXIMILIANO  
Santiago, Chile, LOM, 1998

### **Folklore chileno**

PLATH, ORESTE  
Santiago, Chile, Nacimiento, 1979

### **Folklore chileno**

PLATH, ORESTE  
Santiago, Chile, Platur, 1962

### **Folklore lingüístico de Chile**

PLATH, ORESTE  
Santiago, Chile, Fondo de Cultura Económica, 2008

### **Gac, la comedia en el cine**

PEÑA, FERNANDO  
Buenos Aires, Argentina, Biblos, 1991

### **Guía completa de ilustración y diseño**

DALLEY, TERRENCE  
Hermann Blume, 1981

### **Historia del humor gráfico en Chile**

MONTEALEGRE, JORGE  
Lleida, España, Milenio, 2008

### **Illustration now**

WIEDEMANN, JULIUS  
Londres, Inglaterra, Taschen, 2006

### **Introducción al estudio del español de Chile. Determinación del concepto de chilenismo**

RABANALES, AMBROSIO  
Santiago, Chile, Editorial Universitaria, 1953

### **Los elementos del estilo tipográfico**

BRINGHURST, ROBERT  
México D.F., México, Fondo de Cultura Económica, 2009

### **Manual De Diseño Editorial**

DE BUEN UNNA, JORGE  
México D.F., México, Santillana, 2000

### **Manual de tipografía**

KANE, JOHN  
Barcelona, España, Gustavo Gili, 2005

### **Nuevo libro blanco de la Ilustración Gráfica en España, Guía práctica para profesionales de la ilustración**

Comisión de Profesionales del Observatorio de la Ilustración Gráfica  
Madrid, España, FADIP (Federación de Asociaciones de Ilustradores Profesionales), 2011

### **Oralidad y Escritura**

ONG, WALTER

Fondo de Cultura Económica, Argentina, 2006

### **Principios fundamentales de la tipografía, el arte de imprimir**

MORISON, STANLEY

Madrid, España, Aguilar, 1957

### **Puros Graffitis, Palabra de Humor**

GARÍ, PABLO

Santiago, Chile, Grijalbo, 2000

## **ARTÍCULOS Y DOCUMENTOS**

### **Ambrosio Rabanales y el español de Chile: una aproximación a los conceptos de norma y de chilenismo**

AYALA PÉREZ, TERESA

Boletín de Filología de la Universidad de Chile, Tomo XLVI (Nº 2) 2011

### **Así vemos nuestro patrimonio gráfico**

PALMA MANRÍQUEZ, NIVIA

Revista Patrimonio Cultural. (Nº50): 2. 2009

### **Diseñadores unidos al rescate de lo vernáculo**

LABARCA BRAVO, CRISTIÁN

Revista Patrimonio Cultural. (Nº41): 7. 2006

### **El futuro del libro**

AGUIRRE, JOAQUÍN

Espéculo: Revista de Estudios Literarios (Nº 5). Departamento de Filología Española III

Facultad de Ciencias de la Información – Universidad Complutense de Madrid. 1997

### **El mercado del libro en Chile**

GARCÍA-LOMAS, ALFONSO

ICEX (Instituto español del comercio exterior), Oficina Económica y Comercial de la embajada de España en Santiago de Chile. 2009

### **Las Locuciones Comparativas en el español de Chile**

MORALES PETTORINO, FÉLIX

Boletín de Filología de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad de Chile, Vol.

35, No. 1 (1995): 1995-1996

### **Lololalia: ¿Cómo hablai?**

NAVARRO, PABLO. [en línea]

<[http://www.chile.com/secciones/ver\\_seccion.php?id=52829](http://www.chile.com/secciones/ver_seccion.php?id=52829)>

### **Popularidad de La Cuarta: la clave está en el lenguaje**

AWAD, I.; SOTO, G.

Cuadernos de Información (Nº 14), Escuela de Periodismo, P. Universidad Católica de Chile. 2001

### **¿Qué es el Patrimonio Cultural Inmaterial?**

UNESCO. [en línea]

<<http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/01851-ES.pdf>>

### **¿Qué hay de popular en un diario como La Cuarta?**

SANTA CRUZ, EDUARDO

Comunicación y Medios (Nº21), Instituto de la Comunicación e Imagen. Universidad de Chile.

2010

### **Recursos lingüísticos en el español de Chile, de expresión de la afectividad**

RABANALES ORTIZ, AMBROSIO

Boletín de Filología de la Universidad de Chile, Tomo X. 1958

### **Una taxonomía de los actos humorísticos.**

VIVANCO, CLOTILDE

Boletín de Filología de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad de Chile, Vol.

XXXVI. 1997

## **TESIS**

### **Ilustración infantil: colección de mini cuentos ilustrados**

SOL DÍAZ

Santiago, Chile. Universidad de Chile, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, 2007

### **Imprescindible. Editorial independiente, enfocada en la comunicación visual publicando contenidos para generar opinión**

MATÍAS AROS

Santiago, Chile. Universidad de Chile, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, 2009

### **Mamá tengo miedo. Diseño y creación de un libro álbum: experiencia para develar los miedos de los niños y niñas en su etapa de crecimiento y formación**

CARLOS ROMÁN

Santiago, Chile. Universidad de Chile, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, 2012

### Relatos de Salamanca, tierra embrujada

JENNYLEE CHAMENG

Santiago, Chile, Universidad de Chile, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, 2013

### SITIOS WEB


- » <http://www.comictecaweb.hostei.com/principales-exponentes/90-historia.html>
- » <http://www.comoescribirunlibro.com/propuesta-editorial-5-cosas-no-deben-faltar/>
- » <http://www.creativecommons.org/licences/>
- » <http://www.cybertesis.cl>
- » [http://www.dibam.cl/derechos\\_intelectuales/contenido.asp?id\\_contenido=607&id\\_submenu=889&id\\_menu=35](http://www.dibam.cl/derechos_intelectuales/contenido.asp?id_contenido=607&id_submenu=889&id_menu=35)
- » <http://www.elconfidencial.com/cultura/2013/05/06/merchandising-a-la-desesperada-para-salvar-al-libro-de-papel-120296/>
- » <http://www.escriitores.org/publicar/articulos-de-interes/506-como-hacer-para-ser-publicado-guia-para-escriitores>
- » <http://www.fondosdecultura.gob.cl/fondos/fondo-del-libro-y-la-lectura/>
- » <http://www.humorartografica.blogspot.com/>
- » <http://www.isbnchile.cl/index.html>
- » <http://www.lacuarta.cl>
- » <http://www.librossobrelibros.com/montroni/montroni06.pdf>
- » <http://www.malaimagen.blogspot.com>
- » [http://www.mav.cl/patrimonio/home/frame\\_patrimonio.htm](http://www.mav.cl/patrimonio/home/frame_patrimonio.htm)
- » <http://www.memoriachilena.cl>
- » <http://www.monografica.org/03/Opini%C3%B3n/4838>
- » <http://www.ocholibros.cl>
- » [http://www.pediars.com/wiki/Comparaciones\\_weonas](http://www.pediars.com/wiki/Comparaciones_weonas)
- » [http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=13179&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)
- » [http://portal.unesco.org/geography/es/ev.php-URL\\_ID=9230&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/geography/es/ev.php-URL_ID=9230&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)
- » <http://www.rae.es>
- » <http://ramonlandia-cartoons.blogspot.com/>
- » <http://www.unesco.org>
- » <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00002>
- » <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00053>
- » <http://www.urbatorium.blogspot.com/2009/02/historietas-y-humor-grafico-hitos-de.html>

Sección 8 >>

# Anexos

## ANEXO N° 1

>> Cotización Imprenta MAVAL: \$552.160 / 1.000 copias (\*IVA incluido)



**Maval**  
EDITORA E IMPRENTA

Rivas N° 530, San Joaquín. Fono: 2 566 54 00  
[www.mavalchile.com](http://www.mavalchile.com)

Santiago, Martes 17 de Diciembre de 2013.

Presupuesto N° 2356  
GG (16.12.663)

Señor **FRANCO NIERI**  
**Presente**

De nuestra consideración:  
Nos permitimos presentar a su bien, el siguiente presupuesto solicitado por vuestra Empresa y/o Institución.

**SERVICIO DE IMPRESIÓN**

**LIBRO**  
Tamaño extendido 21 x 10,5 cm.  
Tamaño cerrado 10,5 x 10,5 cm.  
Tapa  
En papel Couché opaco 250 gr.  
Impresos a 2/1 color  
Terminación poli mate por tiro  
Y Barniz opaco por retiro  
Interior  
68 páginas  
En papel Couché opaco 170 gr.  
Impresas a 2/2 color  
Encuadernación: Hot melt  
Cantidades: 500 y 1.000 unidades.

Cantidades	500	1.000
<b>Valor Unitario SIN IVA</b>	\$ 746	\$ 464

**\*\* Valores sujetos a revisión de archivos \*\***  
**DESPACHO** se considera a 1 punto de Santiago.  
Para efectos de Orden de Compra: Indicar N° de cotización.

NOTA: Precios NO incluyen IVA.  
Plazo de Entrega : A convenir  
Condiciones de Pago : 30 días  
Cotización Válida: 15 días


**Marlíz Alvarado S.**  
**Área Comercial**  
**Fono: 2 566 54 32**

**\*\* ARCHIVOS EDITABLES PROPORCIONADOS POR CLIENTE \*\***

Nota: En caso que el cliente necesite realizar alguna actualización, modificación y/o corrección de los archivos dentro de Maval, la primera hora será sin costo, luego de este tiempo transcurrido se hará un cargo de \$ 30.000.- cada media hora.

## ANEXO N° 2

>> Cotización Imprenta ANDROS: \$844.800 / 1.000 copias (\*IVA incluido)



**ANDROS**  
I M P R E S O R E S  
Santa Elena 1955 • Santiago • [www.androsimpresores.cl](http://www.androsimpresores.cl)

**PRODUCTORA GRÁFICA ANDROS LIMITADA**  
**GIRO: IMPRENTA**  
RUT. 79.957.340-7  
Fono: 2555 6282 – 2556 9649  
[cotizacion@andros.cl](mailto:cotizacion@andros.cl)

Santiago, 18 de diciembre del 2013

**PRESUPUESTO N° 7533-2013**

Señor (es) **FRANCO NIERI**  
Dirección  
Atención

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALORES NETOS	
500	<b>LIBRO</b> Tamaño 10,5x10,5 cms cerrado de 68 páginas impresas a 2/2 color en couché opaco de 170 grs. Portadas impresas a 2/1 color en couché opaco de 300 grs más laminado opaco Encuadernación: costura hilo Incluye prueba improof.		553.000
1.000	Ejemplares.		768.000


**Cliente proporciona archivos listos para ctp.**  
**\*\*La revisión final es responsabilidad del editor\*\***

CONSIDERA UN DESPACHO DENTRO DE SANTIAGO  
**VALORES NO INCLUYEN IVA**  
**Los valores están sujetos a las alzas de insumos que se produzcan al momento de la aceptación de este presupuesto**  
Para la aceptación de este presupuesto enviar Orden de Compra vía mail o fax 2555 6282  
o en su defecto aceptación simple por mail.  
**FORMA DE PAGO:**

**MARGARITA VERA GIUSTI**

## ANEXO N° 3

» FONDOS DE CULTURA: Resumen de la postulación


Bienvenido (a) | CNCA | Fondos de cultura | Cambiar Clave | Cambiar correo | Cerrar Sesión

PROYECTOS EN CURSO
MIS PROYECTOS

**Proyecto: "Más...que..." dichos populares chilenos**

Fondo del Libro - Fomento de la Creación 2014 - Emergente

N° FOLIO: 34238

Resumen del proyecto postulado. Al final del resumen puedes descargar tu proyecto en vista PDF.

**▼ DATOS DEL PROYECTO**

Nombre del Proyecto	"Más...que..." dichos populares chilenos
Folio del Proyecto	34238
Fecha de creación de Postulación	24/07/2013

**▼ DATOS DEL CONCURSO**

Nombre del Concurso	Fondo del Libro - Fomento de la Creación 2014 - Emergente
Fecha de cierre del Concurso	06/09/2013 06/09/2013 23:59 Horas

**▼ RESPONSABLE**

Tipo de Persona	Persona Natural
Nombre	Franco Nieri Bravo
RUT	17.085.683-K
Región	Metropolitana de Santiago

**▼ ACTIVIDADES**

Fecha de Inicio del Proyecto	13/01/2014
Fecha de término del Proyecto	03/03/2014
Duración del Proyecto	1 mes(es)

**▼ PRESUPUESTO**

Monto solicitado al CNCA	\$1.990.000
Monto Aportado por el postulante	\$0
Total del proyecto	\$1.990.000
% de Aportes sobre lo solicitado al CNCA	0%

**▼ DOCUMENTOS ADJUNTOS**

Antecedentes obligatorios solicitados por el CNCA	1
Antecedentes obligatorios adjuntados por el Postulante	1
Antecedentes opcionales recomendados por el CNCA	0
Antecedentes opcionales aportados por el postulante	0
Otros antecedentes aportados por el postulante	3

[Descargar Postulación](#)

© 2012. Fondos de Cultura, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Gobierno de Chile  
[Políticas de Privacidad](#)

**¿Necesitas ayuda?**

- Infórmate más en [www.fondosdecultura.gob.cl](http://www.fondosdecultura.gob.cl)
- Descarga el manual de uso de la plataforma [aquí](#)
- v2.14

## ANEXO N° 4

» FONDOS DE CULTURA: Resultados y comentarios de postulación





NO SELECCIONADO

**FICHA ÚNICA DE EVALUACIÓN (F.U.E)**

**Datos del Proyecto**

Folio	34238	Año	2014
Título	"Más...que..." dichos populares chilenos		
Responsable	Franco Nieri Bravo		
Fondo	Fondo del Libro		
Línea	Fomento de la Creación-Fondo del Libro 2014		
Modalidad	Fondo del Libro - Fomento de la Creación 2014 - Emergente		
Región	NACIONAL		

**Admisibilidad**

Estado	Proyecto Admisible
--------	--------------------

**Evaluación Colectiva**

criterio	Ponderador	Puntaje	Fundamentación / Observaciones por Criterio
Curriculo	10%	100 pts	Currículum adecuado a su calidad de emergente.
Calidad	60%	30 pts	Las ilustraciones no son originales y el proyecto se queda en lo recopilatorio.
Impacto	10%	30 pts	No se percibe un impacto sustancial, debido a los problemas en ítem calidad.
Coherencia	10%	10 pts	La muestra presentada no corresponde está más centrada en el texto que en la ilustración
Presupuesto	10%	10 pts	El presupuesto se destina a la impresión de la obra, siendo esta una línea de fomento a la creación.
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>33 pts</b>	
<b>Fundamentación de la Evaluación Colectiva</b>	La comisión considera de que a pesar de su buena presentación, las ilustraciones son muy pocas en comparación a la extensión del texto. También resultan muy monótonas y planas, carentes de textura visual y aparentemente poco apropiadas para una publicación que pretende dar cuenta en algún nivel de un contenido "popular". Las ilustraciones son poco originales.		
<b>Elegibilidad</b>	No Elegible		

**Recursos**

Monto Solicitado	% Descuento	Monto Adjudicado
\$1.990.000	0.0%	\$0



**fau**

**UNIVERSIDAD DE CHILE**  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO