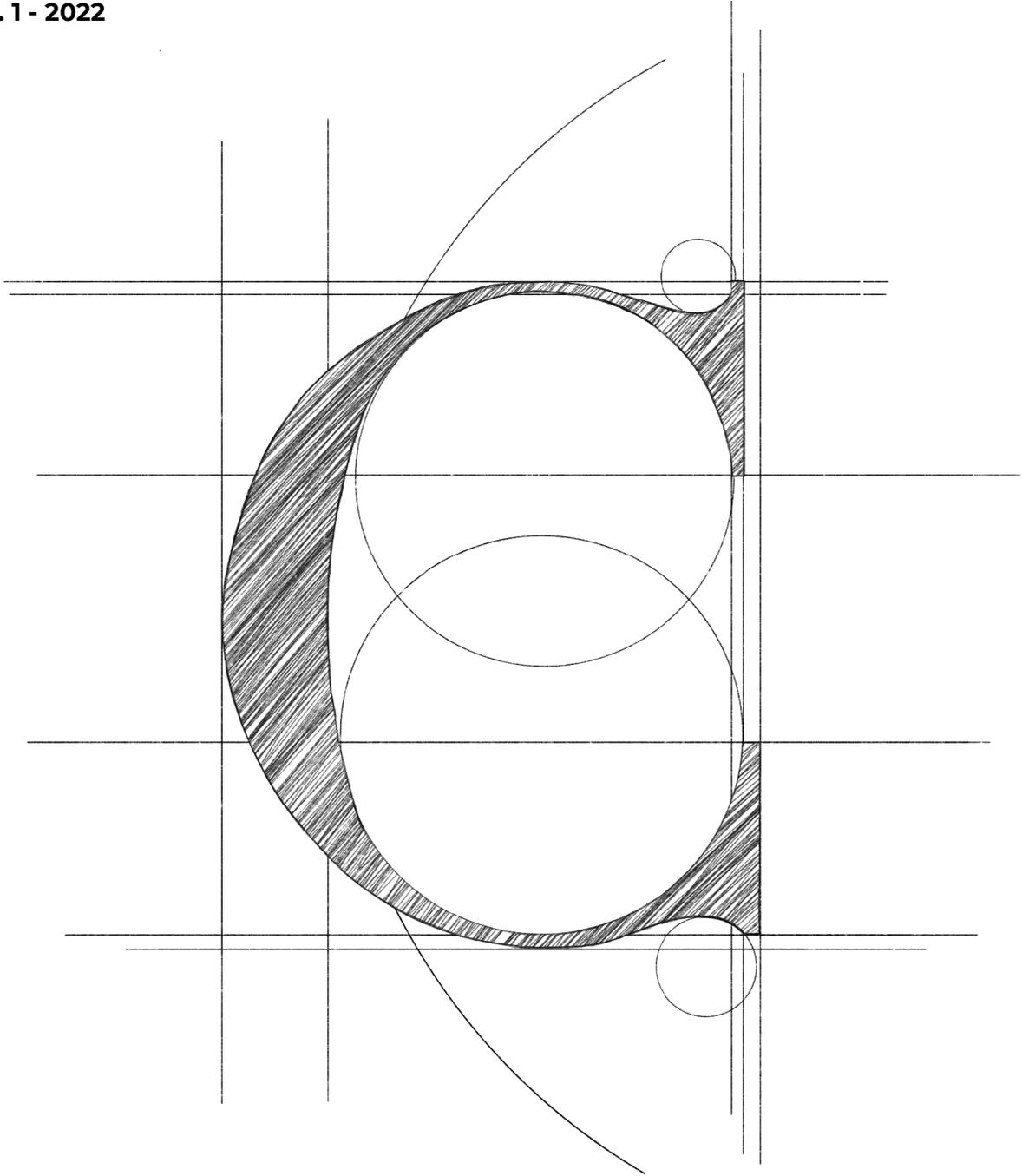


Concept

Revista de investigación e
innovación en diseño

Vol. 1 - 2022



Granada - España

esada

Concept

Revista de investigación e innovación en diseño

Editores: Doctor José Antonio González Casares y Doctora María Dolores Gutiérrez Guerrero

Participantes: Elena Funes Suárez, Patricia Prieto Arroyo, José María Ripoll Ruiz, Marina Quesada García, Virginia Fajardo Ortiz, Gema Barranco Martín y Matejka de Rocco

Diseño y Maquetación: Alejandro Pérez Garijo

ESADA Design Press

Depósito Legal: GR1791 - 2022

ISSN 2952 - 1572

DOI: <https://doi.org/10.58534/2SVKNhlBBh-1-4>

Granada - España

ESADA Design Press

esada

CRÓNICAS DEL VIRUS (MIEDO A SALIR DE CASA)



EL ROTO

Patricia Prieto Arroyo

Diseño gráfico y humor en tiempos de crisis. El Roto

Análisis comparativo entre memes y viñetas cómicas.
Caso: pandemia Covid-19 en España, 2020

Humor Gráfico - Viñeta - Meme - Pandemia - Covid-19
Graphic Humour - Cartoon - Meme - Pandemic - Covid-19

Resumen. Este estudio pretende analizar el lenguaje gráfico de las viñetas en tiempos de crisis. En concreto se observarán las creadas por El Roto y publicadas por el diario El País en los días de confinamiento por la pandemia Covid-19. Para ello se ha aplicado la metodología de análisis de contenido atendiendo a un enfoque cuantitativo. Se concluye a partir de los resultados obtenidos que todas las hipótesis planteadas se cumplen, excepto la última.

Abstract. This study aims to analyse the graphic language of cartoons in times of crisis. Specifically, we will look at the cartoons created by El Roto and published by the newspaper El País during the days of confinement due to the Covid-19 pandemic. To this end, the methodology of content analysis has been applied using a quantitative approach. It is concluded from the results obtained that all the hypotheses put forward are fulfilled, except the last one.

JUSTIFICACIÓN

El humor gráfico es un elemento fundamental de libertad de expresión en un sistema democrático. La viñeta periodística tiene la capacidad de reflejar la situación de un país. Por otro lado, el humor tiene numerosos beneficios en las personas, algo importante en el estado anímico en época de crisis. Por ello se ha tomado como muestra de análisis las viñetas publicadas durante los días de confinamiento por COVID-19, en concreto las de El Roto en El País, diario más vendido en España, según la web Statista.

Podemos encontrar diversos artículos que tratan el tema del humor gráfico en época de pandemia a través de diferentes medios de comunicación. Sin embargo, ninguno muestra las similitudes y diferencias entre los memes y viñetas gráficas. Por ello se realizará una investigación comparativa cuantitativa a través

de una ficha de análisis, la cual permite determinar la presencia de los elementos gráficos y sociales en las viñetas. Estos resultados nos permitirán hacer una comparativa entre las características y temas sobre la viñeta y el meme durante la pandemia.

OBJETIVOS

1. Observar qué temas reflejan las viñetas de El Roto durante la pandemia y como estos se han tratado. (Objetivo principal)
2. Comparar las viñetas gráficas de la prensa española con los memes publicados durante el confinamiento.
3. Identificar sus diferencias a nivel intertextual y tratamiento gráfico.
4. Analizar las peculiaridades del lenguaje gráfico en las viñetas actuales.
5. Comprobar si la viñeta sigue siendo un espejo del contexto en el que nace.

HIPÓTESIS

A continuación, se van a mostrar las hipótesis de partida:

1. La viñeta y el meme utilizan estrategias gráficas diferentes según el medio en el que se publican
2. Tanto en un caso como en otro existen similitudes en cuanto a la narrativa y temas tratados
3. El tratamiento del color en la viñeta se ve limitado debido a las necesidades del autor.
4. La portada del periódico no tiene relación directa con el tema planteado por la viñeta.

METODOLOGÍA

Para dar respuesta a los objetivos planteados, este trabajo se ha realizado con la conocida técnica de análisis de contenido que se define como técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto (Krippendorff, 1990)

Por otro lado, hay que decir que se aplicó un análisis de tipo cuantitativo, que según Hernández Sampieri, es el método que utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. (Sampieri et al, 2004).

A continuación explicamos y justificamos el corpus que compone la muestra. El análisis se centra en el diario El País, ya que según Statista es

el periódico más difundido en 2020. En concreto nos centraremos en las viñetas del ilustrador El Roto debido al carácter social de su trabajo. Su estilo puede ser calificado como satírico, filosófico y conceptual, otorgando un contexto social y ético a su actividad que consiste en dejar constancia de la actualidad y circunscribirla a una actividad humana siempre mejorable. (Hidalgo et al, 2020)

La muestra seleccionada comprende las fechas desde el 5 de marzo hasta el 11 de mayo de 2020, tiempo en el que tuvo lugar el confinamiento por la pandemia COVID-19.

A estas viñetas se les aplicó la ficha de análisis de la imagen 2, realizada atendiendo a la creada previamente por Salomé Sola-Morales (2020), donde analiza una serie de memes publicados durante el confinamiento. Hemos utilizado la misma ficha para poder hacer el análisis comparativo. Sin embargo, hay que aclarar que en nuestro caso se tuvieron que modificar variables, descartando los dos primeros puntos de Sola M., ya que el meme no se suele publicar en prensa escrita.

El corpus que compone la muestra se recogió a través de la Hemeroteca Nacional, consultada en la Biblioteca pública de Granada. Se realizaron fotografías a la pantalla de los ordenadores de la biblioteca para obtener todas las viñetas que componen la muestra del análisis, ya que no está permitido el envío de imágenes o documentos a otros dispositivos de manera online. Esto puede suponer un problema, ya que al no poder obtener las viñetas desde la fuente principal puede afectar a la calidad de las imágenes. Sin embargo, este inconveniente se puede solventar gracias a la edición digital de las imágenes.



Imagen 1. Número medio de copias impresas de los principales periódicos españoles en 2020. (Statista)

Narrative (theme)

Coronavirus and education
Method of protection and prevention of coronavirus
Death due to coronavirus
Political management of the pandemic
De-escalation
Family/partner relationship quarantined
Tele-work/job conciliation
Child/dependent care in quarantine
Confinement and daily life
Effects of confinement physical/mental
Derogation of norms during alertness
The end of the pandemic and/or the future after the coronavirus
Effects of confinement on environment, cities, etc
Coronavirus/disease
Other

Main character

Politicians
Celebrities
Historical figures
Characters from fiction/fantasy
Professionals
Adults anonymous
Animals
Families (groups)
Friends (groups)
Couples (group)
Other

Presence of colour

B/N
Colour

Intention

Emotional
Cognitive

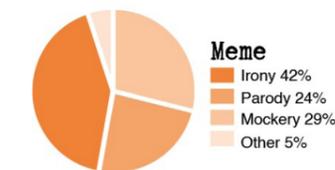
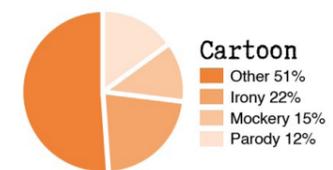
Imagen 2. Categorías de análisis

Rhetoric of humour

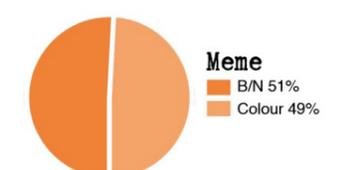
Mockery
Parody
Irony
Other

RESULTADOS

Rhetoric of humour



Presence of color



Intention

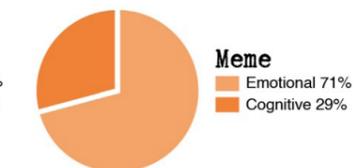
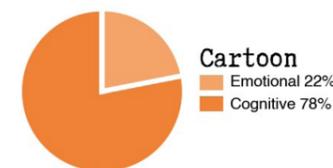
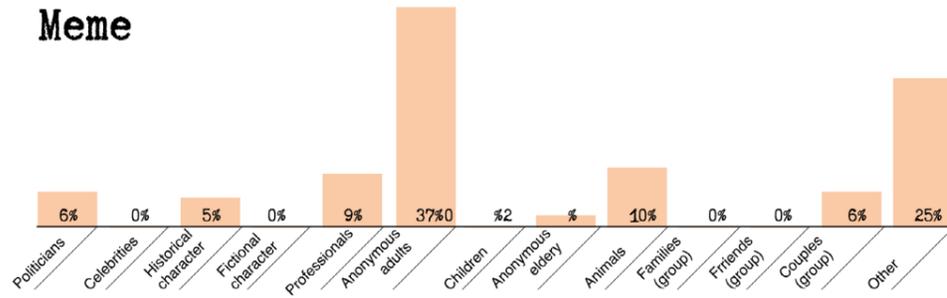


Imagen 3. Porcentajes de categorías destacadas

Meme



Cartoon

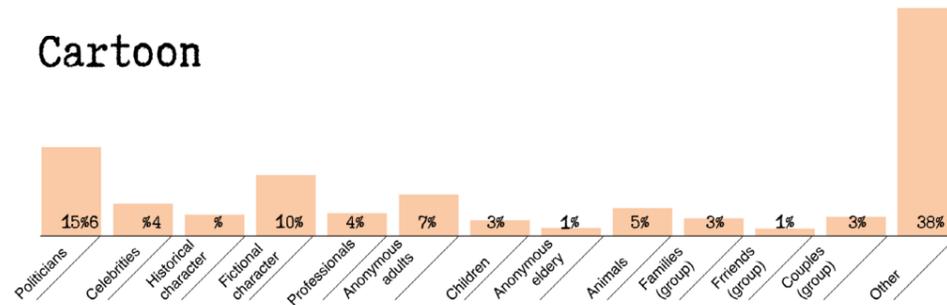
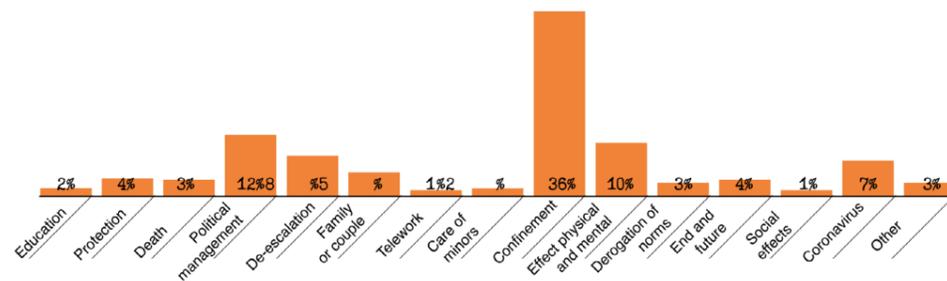


Imagen 4. Resultados sobre el tipo de personaje representado según la tipología

Meme



Cartoon

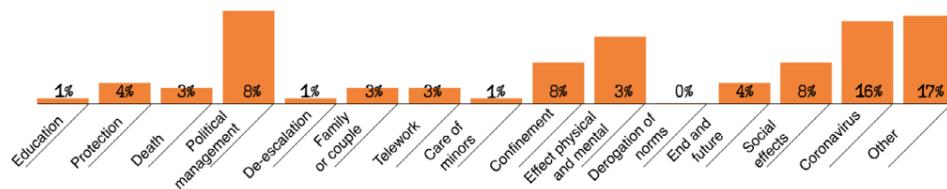


Imagen 5. Resultados sobre la temática abordada según la tipología

CONCLUSIONES

Con relación a la primera hipótesis, hemos comprobado que se cumple, ya que la viñeta y el meme utilizan diferentes estrategias gráficas teniendo en cuenta el medio en el que se publican. Por un lado, las viñetas de “El Roto” muestran una estética muy marcada, limitada al estilo propio del autor. A nivel gráfico su principal y único recurso es la ilustración, donde deposita su mensaje crítico a través de personajes u objetos en diferentes escenarios. En ocasiones a estas imágenes le acompaña un pequeño texto para enfatizar el sentido de las viñetas. Sin embargo, los memes representan una mayor libertad gráfica, y teniendo en cuenta que se desarrollan por imitación de otras publicaciones, las variaciones en su lenguaje visual que se puedan dar en su difusión no suponen ningún problema, porque no tienen que responder al estilo del autor. Tienen la opción de representarse en diferentes formatos, puede ser un fotomontaje, ilustración, fotografía acompañado de texto, etc. De modo que cualquier formato y recurso gráfico es válido.

En segundo lugar, los datos obtenidos en cuanto a la narrativa de las viñetas muestran algunas similitudes con las temáticas de los memes durante el confinamiento. “El roto” muestra un mayor número de viñetas críticas con la gestión política de la pandemia, esto coincide con la visión crítica sobre la política representativa del autor. E incluso, no trata solamente temas respecto al coronavirus, sino que también muestra un discurso claro mediante la crítica a la desinformación, la contaminación global y la reflexión de temas como la monarquía, la religión o la política. Frente a la temática de los memes que muestran una mayor presencia del tema sobre el confinamiento. Y en menor medida, se observa el asunto de la gestión política sobre el coronavirus. Tanto en el análisis de viñetas como de los memes, podemos comprobar que aunque en redes sociales se haya dado una mayor tendencia a las publicaciones sobre el confinamiento, los datos muestran que en ambos se manifiesta una crítica sobre la gestión política de la pandemia. En cuanto a los personajes protagonistas analizados en las viñetas existe una mayor representación de adultos anónimos. Por el contrario, el análisis de los memes

muestra en mayor medida el uso de la auto-referencia, donde el personaje principal es el propio espectador o un colectivo. Respecto a la intención en las viñetas se ha observado que predomina la cognitiva, que invita a la reflexión por parte del espectador. Frente al meme que manifiesta una intención emocional, y pretende empatizar con el lector a través de emociones. Por último, desde el punto de vista de la retórica del humor, la muestra analizada se ha segmentado en los siguientes apartados: parodia, burla, ironía y otros. En la viñeta se ha observado el uso de otro tipo de retórica, principalmente la metáfora y la hipérbole. Sin embargo, el meme muestra un mayor uso de la ironía. El resultado afirma las bases de este trabajo, donde se subraya lo expuesto anteriormente, que la viñeta tiende a la crítica invitando a la reflexión. Mientras que el meme se presenta de una manera informal apelando a las emociones y con una finalidad burlesca.

En cuanto al tratamiento del color, se observan diferencias entre las viñetas de los memes. En las viñetas de “El Roto” predomina el uso del negro, sin embargo, hay veces que recurre al uso del color para destacar ciertos elementos o personajes y así crear mayor impacto. Destacan las viñetas en las cuales únicamente se apoya en un color, aunque podemos observar que, en menor medida, puede llegar a utilizar varios colores (dos o tres) en una misma viñeta para dar énfasis y fuerza al mensaje que se quiere transmitir. De los colores utilizados el amarillo es el color predominante, seguido del azul y el rojo.

Por el contrario, en cuanto al uso del color en los memes podemos observar que no hay ningún tipo de patrón establecido dado que, al tener mayor libertad gráfica, el color pasa a un segundo plano y carece de importancia.

Tras comparar la narrativa de las viñetas junto a sus portadas correspondientes, llama la atención que estas no tienen conexión directa entre ellas. Podemos observar que la viñeta y la portada nacen en el mismo contexto, sin embargo, no se muestra una relación sólida y destacable.

REFERENCIAS

- Hernández Sampieri, R., Fernández, L., y Batista, L. (2004). *Metodología de la investigación*. Colombia: McGraw-Hill.
- Hidalgo, A., Cantabrana, B., Diego, C., e Hidalgo, I. (2020). *La pandemia por coronavirus a través de viñetas de humor gráfico*. *Revista de Medicina y Cine*, 16 (Especial), 155–171.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido: Teoría y práctica*. Ediciones Paidós Ibérica.
- Sola-Morales, S. (2020). *Humor en tiempos de pandemia. Análisis de memes digitales sobre la COVID-19*. *Zer revista de estudios de comunicación*, 25(49), 33–58.
- *Difusión media de los principales diarios de información general*. En Statista. Recuperado el 20 de febrero de 2022 de <https://es.statista.com/estadisticas/476795/periodicos-diarios-mas-leidos-en-espana/>
- Imagen de apertura: El Roto. Ilustración -Quedarse en casa resultaba una experiencia exótica-. *El País*, 16 de marzo de 2020.
- Imagen de cierre: El Roto. Ilustración -Crónicas del virus (miedo a salir de casa)-. *El País*, 28 de marzo de 2020.

QUEDARSE EN CASA RESULTABA UNA EXPERIENCIA EXÓTICA

