



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
POSGRADO EN ARTES VISUALES  
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO

*FANART EN MÉXICO*  
ESTUDIO SOBRE LA PRODUCCIÓN DE OBRA  
VISUAL EN LAS COMUNIDADES DE FANÁTICOS DE  
ANIMACIÓN JAPONESA EN MÉXICO

TESIS QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE  
MAESTRA EN ARTES VISUALES

PRESENTA  
LOURDES EUGENIA CASTILLO PACHECO

TUTOR  
DR. JULIO FRÍAS PEÑA  
(FAD)

MIEMBROS DEL COMITE TUTOR  
MTRO. JESÚS FELIPE MEJIA RODRÍGUEZ  
(FAD)  
MTRA. SANDRA SOLTERO LEAL  
(FAD)  
MTRO. MAURICIO DE JESÚS JUÁREZ SERVIN  
(FAD)  
Dr. GABRIEL SALAZAR CONTRERAS  
(FAD)

MÉXICO D.F. JUNIO 2014



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Posgrado en Artes Visuales**  
**Facultad de Artes y Diseño**

*FANART EN MÉXICO*

Estudio sobre la producción de obra visual en las  
comunidades de fanáticos de animación japonesa  
en México

Tesis para optar por el grado de  
maestra en Artes Visuales

Presenta

Lourdes Eugenia Castillo Pacheco

Director de Tesis

Dr. Julio Frías Peña  
(FAD)

Sinodales

Mtro. Jesús Felipe Mejía Rodríguez  
(FAD)

Mtra. Sandra Soltero Leal  
(FAD)

Mtro. Mauricio de Jesús Juárez Servín  
(FAD)

Dr. Gabriel Salazar Contreras  
(FAD)

México D.F. 2014

**UNAM**  
**POSGRADO**  
Artes y Diseño 

## **Agradecimientos**

A mi mamá y a Fabi por brindarme su apoyo siempre  
que lo he necesitado.

A mis hermanas Amapola y Elena por ser un ejemplo y  
una compañía irremplazable.

A mi tutor, el doctor Julio Frías por su ánimo y paciencia.

A la UNAM por su gran disposición y ayuda durante todo  
el proceso de creación de esta tesis.

A los y las fans que me dejaron realizar esta tesis sobre  
sus trabajos.

# Contenido

<b>Introducción</b> .....	<b>1</b>
<b>1. Sobre el FanArt</b> .....	<b>5</b>
Capítulo 1	
1.1 Cuando Arte ya no lo nombraba todo Definición de Diseño .....	6
1.2 Sobre la cultura de masas .....	11
1.3 El amor a la ficción .....	13
1.4 La comunidad <i>Fan</i> en México .....	15
1.5 FanArt: La imagen reciclada .....	16
2.5.1 Aproximaciones académicas a el <i>FanArt</i>	
1.6 La imagen como lenguaje .....	20
1.7 Conclusión .....	21
<b>2. Estrategia Metodológica de investigación</b> .....	<b>23</b>
Capítulo 2	
<b>3. Resultados</b> .....	<b>29</b>
Capítulo 3	
3.1 La obra como imagen .....	31
3.1.1 Características formales	
3.1.2 Características temáticas	
3.2 Autores y autoras .....	42
3.3 El Medio .....	54
3.3.1 Consumidor y espacios	
3.3.2 Trabajo original en México	
3.3.3 Procesos de Producción	

<b>4 Discusión</b> .....	<b>73</b>
Capítulo 4	
<b>4.1</b> Primera línea de discusión: Principio y Fin del Proceso Creativo .....	74
<b>4.2</b> Segunda línea de discusión: ¿Qué es la imagen en el FanArt? .....	76
<b>4.3</b> Tercera línea de discusión: Formas de socializar a partir de la Imagen Mediática .....	78
<b>Conclusiones</b> .....	<b>81</b>
Anexo- Directorio de autores .....	86
Bibliografía y referencias .....	87



# Introducción



# Introducción

Desde la expansión de los medios masivos de comunicación a mediados de la mitad del siglo XX, la industria del entretenimiento ha creado mundos, historias y personajes que han contribuido tanto a la cultura popular como a la creación de nuevos mitos. El arte actual ha utilizado esta mitología en diversas propuestas visuales; normalmente con un tono irónico y crítico. Sin embargo, existe imágenes alejadas de las galerías convencionales y confinadas al internet y a los espacios físicos privados: El *FanArt* o el arte de los *fans*.

Las comunidades de fanáticos de las ficciones popularizadas por los medios masivos de comunicación son muy variadas. En el presente trabajo nos enfocaremos en la comunidad de fanáticos de la animación japonesa en México, productora de imágenes.

Se ha escogido el término *animación japonesa* para ser utilizado en el título del presente trabajo por resultar entendible para el público en general, dentro de la comunidad de fanáticos, esta corriente de animación es conocida como *ánime*. Si bien es originaria de Japón, hoy en día es producida en una gran cantidad de países, sobresaliendo Corea. En el presente trabajo será más recurrente el término *animanga*, utilizado para referir los universos construidos tanto por el *ánime* como por el *manga*, la versión en viñetas.

La comunidad de *fans* del animanga en México es conocida como comunidad *otaku*; una palabra proveniente del japonés que en su idioma original significa “persona obsesionada” e incluso puede llegar a tener una connotación negativa, no para México y otros países, donde también se emplea. Las comunidades de *fans* dedican gran parte de su tiempo a la producción de textos, imágenes, música, videos y discusiones respecto a las historias y personajes que siguen; a esta producción se le conoce como *fandom*. En el presente trabajo, nos centraremos en el análisis de la producción de imágenes, el *FanArt*.

El *FanArt* es interesante para el diseño gráfico, y en general para el estudio de la imagen, porque hablamos de comunidades grandes que interactúan a través de la creación de imágenes. ¿Qué características poseen estas imágenes? ¿Por qué a través de la imagen estos grupos se identifican? ¿Por qué estas imágenes parecen tan distantes de la imagen del diseño o el arte? ¿Es diferente el *FanArt* mexicano al del resto del mundo?

A partir de las preguntas anteriores se realizó una investigación durante la realización de la Maestría de la ponente en el Posgrado de la Escuela

Nacional de Artes Plásticas<sup>1</sup> de la Universidad Nacional Autónoma de México, durante el periodo que comprende septiembre de 2011 a julio de 2013, que terminó con la redacción del presente documento, el cual se organiza de la siguiente manera:

### **Capítulo 1: Sobre el FanArt**

El trabajo comienza dibujando el contexto nacional mexicano del *FanArt* y las diferentes perspectivas de los estudios que se han realizado en este tema, entre las que sobresalen: los estudios sobre la juventud, los estudios culturales, la semiótica de la imagen y aquellos a propósito de los medios masivos de comunicación; además se establecen las definiciones de los conceptos clave, tales como: diseño gráfico, artes visuales, imagen, fan, fandom, otaku y animanga.

### **Capítulo 2: Estrategia Metodológica**

Una visión profunda sobre los métodos utilizados para obtener y analizar la información necesaria para responder las preguntas de una investigación explorativa, descriptiva y explicativa, con trabajo de gabinete (investigación bibliográfica) y de campo (entrevistas y experimentación de producción).

### **Capítulo 3: Resultados**

Se muestra de forma organizada los resultados obtenidos, dividiéndolos en tres categorías: el *FanArt* como imagen, donde se analiza la obra de 13 autores de *FanArt* mexicano; el autor o autora del *FanArt*, donde se profundiza en los procesos y obras de autores específicos; y el *FanArt* desde el medio que lo produce y consume, además de los resultados de los ejercicios visuales realizados para el entendimiento de los procesos creativos en el *FanArt*.

### **El capítulo 4: Discusión**

El capítulo cuatro busca enlazar los resultados con las conclusiones del capítulo final exponiendo los conflictos centrales en el *FanArt*, los cuales fueron divididos en tres líneas: la estructura del discurso y el proceso creativo, Qué es la imagen en el *FanArt*; y las formas de socializar a partir de la imagen mediática.

### **Conclusiones**

Se finaliza el documento respondiendo a las preguntas de investigación y exponiendo los hallazgos obtenidos.



# **1. Sobre el FanArt**

## Capitulo 1

# 1. Sobre el FanArt

## Capítulo 1

En el presente capítulo se abordan las circunstancias en las que surgen las comunidades de *fans* en el mundo, cómo surge la comunidad de *fan* de la animación japonesa en México; su relación con los medios masivos de comunicación, y se definen las posturas a propósito de las imágenes que la comunidad mencionada produce.

Para comenzar, debemos definir conceptos.

### 1.1 Cuando el arte ya no lo nombraba todo: definición de diseño

La división entre artes visuales y diseño gráfico es compleja, ambas disciplinas se dedican a la producción de imágenes, conllevan procesos creativos además de que la formación de los profesionistas encargados de estas áreas es similar. Principalmente, la confusión surge de los estudios históricos, en los que se asocia, con demasiada precipitación, al diseño con la industrialización y al arte visual con los procesos manuales. Podemos rastrear este malentendido a través de las ideas surgidas durante la revolución industrial, donde se buscó separar al diseño artesanal del diseño industrial; a propósito me permito citar a Oscar Salinas<sup>1</sup>

*“...podríamos decir que el diseño es una prolongación de los procesos seguidos por las artes sólo que con otra dirección. Una diferencia profesional empieza a ser clara, debido a que el diseño no incorpora la ejecución manual de los productos que se proyectan, a diferencia del artista y el artesano aún inmerso en las artes decorativas. El nuevo profesional se limita a proyectar la configuración de un producto y se ubica como mediador entre la producción y el consumo.”*

(Salinas, 2003: 111)

Esta idea, a pesar de venir del diseño industrial, influye mucho en la percepción del diseño gráfico, ya que la revolución industrial también cambió el mundo de la comunicación gráfica. Durante esta época el acorte de las distancias creó la necesidad de mostrar un objeto a través de una imagen que reflejara no sólo al objeto, sino las características por las que valía la pena adquirirlo. A diferencia del cartel francés típico del impresionismo europeo, la nueva gama de imágenes bidimensionales que la sociedad industrial de finales del siglo XIX necesitaba, se preocupaba más por el

1. Oscar Salinas nació en México en 1950, es diseñador industrial y doctor en teoría e historia de la arquitectura, así como especialista en docencia y pedagogía de la Universidad Nacional Autónoma de México.

entendimiento del público que por la visión personal del artista; de ahí que se le comenzara a reconocer como *arte comercial*.

*“El diseño gráfico ha evolucionado durante más de cien años a lo largo de tres siglos, desde su primer reconocimiento como arte comercial a finales del siglo XIX, pasando por la acuñación del término por W. A. Dwiggins en 1922, hasta su posición actual como disciplina de comunicación visual que incluye gran número de especialidades.”*

(Gómez-Palacio Bryony y Vit Armin, 2011: 21)

Arte comercial fue una forma de separar las disciplinas, si bien la finalidad del Diseño podía parecer “vender” en lugar del “expresar” del arte, ambos conceptos estaban basados en prejuicios. El diseño gráfico no pretende “vender” sino “expresar con claridad” y el artista visual no sólo es guiado por impulsos emocionales de expresión libre, la creación de sus imágenes requiere experimentación y documentación profunda.

Es notorio que los malentendidos al distinguir entre diseño gráfico y arte visual provienen en gran medida del origen desdibujado del primero; a propósito, Anna Calvera en su ensayo *Cuestiones de Fondo: la hipótesis de los tres orígenes del diseño*, publicado en 2010, propone tres orígenes diferentes del diseño:

1.- El advenimiento de la función del diseño, referido al papel del valor añadido del diseño dentro de un proceso productivo en los procesos industriales. Esta definición vuelve a referir a la revolución industrial, pero de forma distinta, no por el desligue del diseño de los procesos manuales, sino por su consolidación dentro de los procesos productivos modernos, donde es señalado por primera vez como un servicio específico que recibe una paga.

2.- La hipótesis historiográfica que señala el nacimiento de la noción actual de diseño en Londres en torno a 1840, sobresaliendo la labor de Henry Cole y su equipo, quienes se dieron cuenta de que incorporar artistas a la industria no podía funcionar, necesitaban crear un nuevo perfil que entendiera tanto las necesidades de la industria, como las sociales y estéticas. Así, se pasa de la función diseño al factor diseño, asignándole un nuevo cometido social, la obligación de ser una práctica estética y ejercer una actividad cultural relevante. Es decir, cuando se comienzan a crear escuelas para formar diseñadores y asociaciones para protegerlos a ellos y a sus trabajos, siempre bajo la idea de que “no todo lo que se diseña es diseño”; se requiere de una formación específica y no sólo del buen gusto.

3.- El origen del diseño situado en el proceso a través del cual tomó conciencia de sí mismo y se presentó a la sociedad como una profesión nueva. Es decir, después de la creación de escuelas y de la discusión profunda sobre la naturaleza misma de la disciplina, ésta podía sentirse libre y segura para ejercerse con fundamentos.

Este último enfoque es el que utilizaremos en la presente investigación, más allá del recorrido histórico, debemos reflexionar las disciplinas para poder comprender sus diferencias, a lo que propongo dos puntos de inflexión entre las artes visuales y el diseño gráfico: la estructura de sus discursos y los procesos creativos respectivos.

#### **A) La estructura de sus discursos**

En su discurso dictado en 1968 "*La estructura, el signo y el juego en el discurso de las ciencias humanas*," Derrida<sup>2</sup> nos invita a cuestionar el funcionamiento de la estructura del discurso, no sólo la sustancia del mismo. La estructuralidad de la estructura, según su planteamiento, ha sido construida con base en centros, estos han entorpecido los discursos, creando disciplinas incapaces de ver fuera de esos límites. Para lograr un discurso diferente debemos plantearnos otros tipos de estructuras no basadas en el centro, sino en los límites y las rupturas.

Podemos preguntarnos ¿cuáles son los centros en la estructura del discurso de las artes visuales? Desde la visión de Néstor García Canclini, para hablar de arte debemos hablar de tres aspectos fundamentales: las estéticas filosóficas, qué es arte; la semiótica, qué dice el arte y de qué estamos hablando cuando hablamos de arte; y la antropología, qué hacen los que se llaman artistas (Canclini, 2010: 40). Cuando estos tres aspectos cambian, la historia del arte lo juzga como una ruptura; pero no lo es a nivel estructural. Para romper realmente esta estructura sería necesario poder explicar la disciplina sin alguno de estos parámetros, es decir, hablar de arte sin tener que sustentar la estética de la obra, su significado o el papel del artista. Durante la Revolución Industrial, la necesidad de producir imágenes diferentes, forzó a los artistas visuales a dejar de lado la discusión estética como centro, para abocarse completamente en el mensaje. Este cambio de eje cambió la estructura de la disciplina, creando una nueva. Así el diseño gráfico nace de la ruptura estructural de las artes visuales, se salió de su lógica e intentó construir una estructuralidad propia. Esta construcción de estructuralidad puede empatarse con las dos últimas teorías sobre el origen del diseño de Anna Calvera; el reconocimiento del factor diseño y la toma

2 Conferencia pronunciada en el *College international* de la Universidad Johns Hopkins (Baltimore) sobre «*Los lenguajes críticos y las ciencias del hombre*», el 21 de octubre de 1966. Traducción de Patricio Peñalver en *La escritura y la diferencia*, Anthropos, Barcelona, 1989.

de conciencia sobre sí misma de la disciplina.

La estructura del diseño gráfico como disciplina, es una ruptura; pero no sólo de las artes visuales, el diseño gráfico también buscaba cubrir las necesidades de la mercadotecnia, la sociología, la economía y la publicidad; de esto que parezca retomar teorías de todas ellas. El gran discurso del diseño gráfico fue creado a partir de la amalgama surgida de la ruptura provocada en diferentes disciplinas que por su propia estructura no podían cubrir las exigencias comunicativas que vinieron con la Revolución Industrial.

## **B) El proceso creativo**

Se entenderá como proceso creativo los pasos o acciones que son necesarios para la creación de un producto; en este caso, me referiré a la creación de imágenes.

El proceso creativo en el arte visual y el diseño gráfico se diferencia desde la forma en que se estudia y se documenta. Existe una diferencia entre la mirada que tiene el diseñador gráfico y la que tiene el artista visual al respecto de su obra, por eso, al crearla, documenta aspectos diferentes de su proceso.

Para ejemplificar el punto anterior me permitiré referir brevemente cuatro trabajos de tesis de alumnos de la Escuela Nacional de Artes Plásticas (ENAP) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) para obtener el grado de licenciado o maestro, publicados entre junio del 2008 y febrero del 2014, dos de estos referentes a la documentación del proceso creativo en proyectos de diseño gráfico y dos correspondientes a documentación de procesos creativos en obras de artes visuales:

*1) Estados límites en la obra plástica. Fundamentos de un proceso creativo.* Tesis para obtener el grado de Maestro en Artes Visuales con orientación en Arte Urbano por Larisa Itzel Escobedo Contreras. ENAP UNAM, 2008.

La autora realiza una revisión y análisis de conceptos y obras que la influenciaron en su proceso creativo y describe los experimentos plásticos y sociales que la llevaron a su producción actual. Divide el texto en cuatro capítulos, en cada uno analiza una serie de conceptos relacionados entre sí y describe la creación y exposición de una serie de piezas que realizó al respecto de estos conceptos. La autora habla sobre el texto de la siguiente manera:

*Hacer un recorrido a lo largo del proceso creativo de un artista significa detenerse en un periodo de tiempo específico y reelaborar las problemáticas*



*conceptuales y formales a las que el creador estuvo expuesto. El trabajo de revisión no es, ni puede ser totalmente objetivo, pues es un análisis hecho a partir de materia subjetiva en donde el analista se enfrenta a obra que le habla de su propia subjetividad*

(Escobedo, 2008: 6)

2) *La imagen de la ciudad en las series de pinturas de las invasiones a los intercambios: revisión de un proceso creativo.* Tesis para obtener el grado de maestra en artes visuales con orientación en pintura por Margarita Georgina Posada Gallego. ENAP UNAM, 2009.

En este texto la autora relata la transposición de su vivencia personal al cambiar de ciudad a su producción artística. Posada divide el texto en tres capítulos principales: el capítulo uno donde habla de las experiencias de vida y las corrientes teóricas que la influenciaron, el segundo capítulo en el que hace una descripción exhaustiva de la experimentación plástica necesaria para su producción y el tercer capítulo, en el que busca hacer un paralelismo con el proceso creativo de otro pintor cuyo proceso ella considera similar.

3) *Diseño gráfico y estructural para un envase contenedor de donas para la empresa "Donas Americanas": a manera de art toy.* Tesis que para obtener el título de Licenciado en Diseño y Comunicación Visual, presenta Vania Carolina Yvette Lecuona Silva. UNAM ENAP, 2014.

La autora dedica los primeros tres capítulos a la definición e historia del *art toy*, el envase y el producto sobre el cual va a realizar un trabajo de diseño gráfico. En el cuarto capítulo la autora realiza un análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) del producto sobre el que trabaja, un análisis comparativo con otras marcas que compiten en el mercado de su producto, el desglose de los significados de diversas formas, colores y su uso en los empaques; a partir de esto realiza bocetos de lo que llegará a ser el diseño final del empaque.

4) *El proceso del diseñador en una publicación periódica.* Tesis para obtener el título de Licenciado en Diseño y Comunicación Visual, presenta Edgar Fabián Ayala Marentes. UNAM ENAP 2013

El autor plantea el proyecto de diseño para una revista. Para esto expone una breve historia de la revista como género de publicación periódica en México y la función de la revista y sus partes formales. En el tercer capítulo plantea los antecedentes de la revista en específico con la que él trabajó, localiza sus problemas de diseño gráfico y procede a trabajar

con la metodología de Bruno Munari<sup>3</sup> (Ayala Edgar 2013: 51). A partir de este método el autor genera una serie de lineamientos para la mejora en el diseño editorial de la revista.

En los ejemplos 3 y 4, que corresponden a documentaciones de proyectos de diseño gráfico se documenta el entorno específico del proyecto, no del diseñador que lo va a trabajar, así como el bocetaje y experimentación visual del producto que se produce. En los ejemplos 1 y 2, correspondientes a trabajos de documentación en proyectos de arte visual, se documentan el entorno y contexto de la obra como una experiencia y los experimentos plásticos que realizó el autor anteriores a la obra mencionada, pues la obra no es un proyecto aislado, sino una trayectoria del autor. Esto no significa que en el proceso de creación del diseño gráfico no influyen las experiencias de vida o que en el proceso de creación de obras de arte visual no se necesiten de metodologías rigurosas; sino que muestra lo que el autor consideró primordial en su proceso creativo.

Podemos decir que los procesos creativos en el arte y el diseño gráfico son diferentes, porque las estrategias de creación que tienen los autores y las exigencias del medio de cada disciplina son concebidas de diversa manera.

## 1.2 Sobre la Cultura de Masas

La producción de héroes ficticios durante la Segunda Guerra Mundial en Estados Unidos y en el periodo pos guerra en Japón como propaganda política, creó íconos nacionales que después se convertirían en símbolos nacionales fuertemente arraigados en la identidad de la sociedad civil de estos países. Tal es el caso de figuras como *Capitán América*, creado en 1941 por Joe Simons y Jack Kirby, propiedad de Marvel Worldwine Inc, un personaje antinazi que viste un uniforme con los colores de la bandera de Estados Unidos de América; y *Sazae San*, creada por Machiko Hasegawa en 1946; un personaje liberal y feminista que a través de historias cortas de humor ligero invitaba a la familia tradicional japonesa a cambiar y adaptarse a los cambios que estaba sucediendo en Japón. Ambos personajes se han convertido en íconos nacionales. Para 2013 se siguen produciendo historias de los personajes en diferentes medios. Estos dos momentos de producción de héroes de ficción son claves para la historia de ambos países y sentarían las bases para la consolidación de la industria del comic estadounidense y el manga japonés, compartiendo como finalidad la intención de divulgar valores e ideologías específicas en la sociedad civil.

En contraste con esta forma de crear ficciones está el *blockbuster*. La película *Star Wars: Episode IV a New Hope* de George Lucas distribuida por

3 Esta metodología fue expuesta en el libro *Cómo nacen los objetos* del autor Bruno Munari. Editado por primera vez en 1983 y cuya edición en español puede encontrarse por la editorial Gustavo Gili Diseño.

20th Century Fox estrenada en Estados Unidos en 1977, es considerada el primer blockbuster, porque fue la primer película que recaudó más dinero por la venta de sus productos que por lo recaudado en taquilla. Este cambio transformó el paradigma de la industria del entretenimiento, pues demostró que era posible llegar a audiencias que generaran ganancias extras de las generadas por la compra del medio por el que se distribuía la historia (comic, videocassete, entrada para ver una película en el cine). La industria del entretenimiento dejó de tener como principal objetivo vender ideologías y valores, como en el caso de las historias de *Capitán América* y *Sazae-san*; para convertirse en una industria cuya principal preocupación es vender productos, como el caso de la saga *Star Wars*.

En México se inauguró la televisión comercial el 31 de agosto de 1950 (Herrera, 2007: 13). La entrada de este medio de comunicación facilitó la convivencia cotidiana con las producciones de la industria del entretenimiento, transformándolo en un fenómeno masivo, pero ¿se le puede llamar cultura?

La UNESCO define cultura como aquello que da la capacidad al hombre para reflexionar sobre sí mismo; dejando a un lado el problema del lenguaje androcentrista utilizado por una organización universal, se ve la cultura ligada a la memoria, al saber colectivo que nos permite comparar lo pasado con lo presente y emitir juicios al respecto.

Umberto Eco dice que la cultura por entero debería estudiarse como un fenómeno de comunicación basado en sistemas de significación (Eco, 2000: 46). Desde este punto de vista, para el surgimiento de la cultura sólo es necesario un único individuo que tenga memoria de sí mismo y establezca relaciones con su ambiente.

Las dos definiciones anteriores refieren al individuo capaz de reflexionar a través de sistemas de significación, la masa surge cuando estos individuos reflexivos inmersos en una cultura son expuestos a la información difundida por los medios masivos de comunicación e interactúan con ella. Las evidencias de su reflexión son diferentes a las del individuo con su ambiente.

Para Vilém Flusser la cultura de masas se basa en lo que él llama la anti comunicación, el sistema inverso a la comunicación, definida por él mismo como un proceso entrópico negativo que sintetiza información nueva a partir de la información anterior. Es decir, el siguiente paso después de nombrar y recordar el nombre de algo, es unir con otro concepto para generar una deducción; creando cadenas de significación. La anti comunicación es el proceso contrario, un proceso entrópico que se dedica a agotar la

información mediante procesos de reciclajes culturales ejemplificados por el *Kitsch*, en lugar de generar nuevos conceptos a partir de los viejos, se re-crean los mismos conceptos una y otra vez (Vilém Flusser, 2010: 68). Desde esta perspectiva la masa no crea, la masa recicla, reconstruye a partir de lo que le es dado. Entonces, para poder saber si la cultura de masas, es cultura en el sentido que lo dicta Umberto Eco o la ONU, es necesario analizar los productos resultantes del proceso de reciclaje para poder afirmar o negar que tengan un trasfondo reflexivo.

En conclusión, la industria del entretenimiento, nacida de la necesidad de transmitir valores e ideologías específicas para cada país y su contexto histórico, se transformó en una industria cuyo principal objetivo es vender productos a propósito de las historias que transmitían los medios masivos de comunicación. La sociedad que consumía las historias transmitidas por estos medios comenzó a adoptarlos como parte de su imaginario colectivo y a generar procesos de reciclaje culturales para agotar la información de las historias.

Esta información es necesaria para la presente investigación porque trata sobre el grupo de personas dedicadas a la generación consciente de procesos de reciclaje culturales, como pueden llegar a ser conformar imágenes. Estos grupos de personas se conocen como *fans*.

### **1.3 El amor a la ficción**

Durante el Seminario Internacional de Investigación: *Juventud, Cambio Generacional y Vínculo Social* celebrado del 10 al 12 de agosto de 2011 en la Universidad Nacional Autónoma de México se discutieron y analizaron diferentes investigaciones en torno a la temática juvenil en nuestro país. Durante una de las últimas conferencias una interrogante giraba alrededor de la correcta implementación de la educación cívica y ética de los jóvenes.

La Dra. Ma. Herlinda Suárez<sup>4</sup> apelaba por una educación en que se integrara la literatura para el entendimiento de la ética y los valores. Ya que por medio de las historias en la literatura se incitaba a la reflexión y a la proyección de problemas de los cuales se podrían aprender valores sociales; sin embargo, también hacía hincapié en que esto requería esfuerzo, reflexión profunda y, sobre todo, tiempo.

Pero no era a la literatura a lo que se refería la Dra. Suárez, en realidad ella hablaba del acercamiento a la ficción como forma de aprendizaje, lo cual no es necesariamente literatura. En este momento histórico, gracias a los medios de comunicación masiva, los jóvenes estamos sobre expuestos

4 Investigadora del Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, UNAM, México; quien dictaba la conferencia.

a la ficción, pero ¿estamos aprendiendo de ella? ¿Nos enseña más *Romeo y Julieta* leyéndolo de la obra original de William Shakespeare, qué *Romeo+Julieta* interpretada en el cine por Leonardo Di Caprio y Claire Danes, o qué la adaptación animada *Romeo x Julieta* realizada por los estudios Gonzo en 2007? Cada versión es diferente, es diferente lenguaje, es diferente la forma de apropiarse y consumir la historia. Por lo tanto, los aprendizajes serán diferentes, pero no necesariamente más o menos significativos.

El cambio en la forma en la que se consumen las historias ficticias, leerlas en un libro o verlas en la televisión o el cine, acelera su incursión en el discurso afectivo. La mayoría de los programas televisivos están diseñados para ser fáciles de comprender, por lo que pretenden que se siga su transmisión como una rutina cotidiana, creando una relación entre el público y la ficción mediática que perdura a través del tiempo y pasa a formar parte del imaginario colectivo del público.

La diferencia entre el fanático de las ficciones mediáticas, llamado coloquialmente *fan*, y el consumidor promedio de los medios masivos de comunicación, es que el fan es consiente del lazo afectivo que genera con la ficción y busca acrecentarlo. La única forma de hacerlo es generando una relación más íntima con la ficción mediática.

La variedad de mitos producidos por la ficción mediática actual es muy extensa y las comunidades formadas alrededor de estos lo son también. Por una delimitación metodológica de la investigación nos centraremos en un solo grupo: los jóvenes<sup>5</sup> mexicanos seguidores de la ficción mediática de la animación japonesa que producen imágenes al respecto. Existen tres razones principales por las que se estudia este grupo:

La diferencia contextual entre el productor de la imagen y aquel que la recibe. La imagen es producida en Japón y vista en México. El imaginario del receptor y el emisor; la imaginería visual, la concepción del mundo y los roles sociales de género chocan entre sí. Para el país de origen el animanga es un rasgo cultural, ejemplo de esto es *Astroboy* de Ozamu Tezuka, el primer anime moderno que cumple en 2013 cincuenta años y es considerado tesoro nacional de Japón. Mientras que en México el animanga es reconocido por grupos específicos de la población y no es un símbolo de identidad nacional.

Los procesos de traducción por los que atraviesa el anime y manga provocan que las comunidades fan se encariñen más con la imagen que

5 Se utiliza la categoría de jóvenes para referir a la generación de personas que crecieron en el apogeo de los medios masivos de comunicación en México, iniciado a mediados del año 2000.

con el discurso hablado. Estos procesos de traducción son en su mayoría dobles: del japonés al inglés y después al español latino. Recientemente, con la incursión de internet, la animación japonesa llega subtitulada directamente en inglés o en español de España.

C) La autora es parte del grupo nombrado, lo que me da la capacidad de hablar desde la experiencia personal.

#### 1.4 La comunidad Fan en México

Los primeros ánimes transmitidos en México por televisión abierta fueron *Meteoro de Tatsu Yoshida y Kimba el León Blanco*, *La princesa Caballero*, y *Astroboy* de Ozamu Tezuka durante la década de 1970 (Lobo, 2009: 151), sin embargo el movimiento *fan* no empezaría como tal hasta 1994 con la primera convención de comics y animación, la CONQUE, celebrada en la ciudad de México ya que es hasta este momento en el que los seguidores del anime y manga se congregan como comunidad.

Se atribuye el éxito del anime en México a varios factores:

Transmisión de caricaturas sin censura. La falta de una política clara de censura en caricaturas en la televisión abierta mexicana hasta principios del año 2000, junto con la creencia popular de que todas las caricaturas eran para niños, llevó a los infantes a tener a su alcance animaciones sin censura al menos en la primera transmisión, proporcionando imágenes violentas que llamaban la atención del espectador.

Historias seriadas. El anime fue la primera animación que ofreció historias con narrativas seriadas en televisión abierta en México. Durante las dos últimas décadas del siglo XX, Estados Unidos de América, principal exportador de animación en México, apostó por series de capítulos auto conclusivos que no implicaban un seguimiento semanal<sup>6</sup>; a excepción de algunas producciones animadas de Marvel Worldwine Inc y DC Comics. La serialización de los episodios contribuyó a la lealtad de los espectadores, permitiéndoles simpatizar con los personajes y las historias que narraban.

Creación de comunidad fan. La cercanía con Estados Unidos permeó la figura del fan dentro de la cultura popular, junto con sus estructuras de organización, lo que alentó a la comunidad en México a organizarse de la misma forma, facilitando el intercambio de productos, sobre todo grabaciones de anime.

Estos factores, junto a la creciente urbanización, la tendencia de la cultura mexicana a apreciar las creaciones extranjeras, la publicidad alrededor de la mercancía relacionada con ficciones mediáticas y el apogeo de internet y

<sup>6</sup> El ejemplo más claro de este tipo de animaciones son las abundantes creaciones de *Hanna Barbera Productions, Inc*; si bien de personajes entrañables no poseían una trama seriada



la sociedad de la información, permitieron la construcción de la comunidad fan en México. Prueba de ello fue la creciente organización de convenciones especializadas en anime y manga en el país.

Las convenciones de anime, manga y videojuegos en México son concentraciones de fanáticos que los reúnen en horarios diurnos durante varios días (de uno a cinco), en lugares amplios donde los fans conviven, se vende mercancía de diferentes ficciones mediáticas, se organizan concursos temáticos, conferencias y entrevistas con personas involucradas en la producción de las ficciones mediáticas y se ceden espacios para que los fans muestren, intercambien y vendan productos que realizan a propósito de las ficciones mediáticas que siguen. La primera convención en México fue la CONQUE<sup>7</sup> que se celebró ininterrumpidamente desde 1994 hasta el año 2000. La TNT y la Mole<sup>8</sup>, las dos convenciones de anime, manga, comic y videojuegos más grandes de Latinoamérica, se han celebrado dos veces por año y para 2013 celebraron sus ediciones 25 y 36 respectivamente. *Imagina Doce* en Oaxaca, *Tsunami* en Mérida Yucatán, *Expoanime* y *Nemonecon* en Nayarit, *Animex* en Monterrey y *Comictlan* en Guadalajara son convenciones surgida en la última mitad de los noventa o principios del 2000, cuya celebración se ha dado de forma irregular.

7 Para mayor información al respecto se recomienda el artículo *CONQUE la primera de todas* de Luis Gantus publicado el 30 de octubre de 2008 en el blog <http://esto-es-ferpecto.produccionesbalazo.com/>.

8 El nombre TNT proviene de el nombre científico de la dinamita, haciendo alusión a lo "explosivo" del evento. El nombre La Mole proviene de el personaje homónimo de Marvel Comics el cual es usado como mascota en el evento.

9 La escritura de la palabra FanArt es una discusión constante entre los grupos de fans de habla hispana, en el presente documento se adoptará el original en inglés FanArt, en lugar de fanarte.

### 1.5 FanArt: La imagen reciclada

El movimiento fan es conocido como *fandom*, el cual consiste en llevar a cabo diversas actividades. Aparte de consumir la ficción mediática, todas están encaminadas a compartir la información y los estadios emocionales del individuo con la comunidad; una de ellas es la creación de imágenes, conocida como FanArt<sup>9</sup> (literalmente arte de fanático).

El fandom se ha visto beneficiado por el apogeo de la era digital, ya que la creación de foros y redes sociales en internet ha propiciado la organización y crecimiento de estos grupos. En el caso del FanArt se recurre a galerías virtuales, planteadas en un principio para ilustradores y artistas independientes. De estas galerías la más popular es Deviantart.com

De acuerdo a los estatutos establecidos por la galería virtual Deviantart.com el FanArt es:

*FanArt original son aquellos trabajos en los que el artista ha elaborado el 100% del trabajo, pero el trabajo en sí muestra a un personaje, escena u otro objeto cuya propiedad es de otra persona.*

*Cuando crees FanArt, donde copies un estilo establecido, es considerado etiquetarlo para dar crédito a tu inspiración. Por favor nota que se considerará*

*inaceptable si copias cada detalle, tanto que haga difícil diferenciar tu trabajo del original, por favor sé cuidadoso de agregar tu propio toque personal y tu estilo.*

*FanArt no puede ser capturas de pantalla, trabajos oficiales, escaneos, imágenes originales con derechos de autor o similares.*<sup>10</sup>

El nomadismo propio de la cultura de masas provoca una desterritorialización del autor. La imagen típica de un FanArt de anime no incluye texto; posiblemente en un intento de no chocar con el discurso lingüístico de un idioma diferente y si se maneja en galerías virtuales, especialmente en Deviantart.com, los textos como los títulos o los comentarios, suelen escribirse en inglés.

El autor de FanArt mexicano tiene características específicas que lo diferencian de sus homónimos globales, dadas por el contexto histórico y cultural en el que se desarrolla; debemos preguntarnos ¿esto se ve reflejado en la obra?, ¿afecta su proceso creativo?, ¿afecta su proceso sígnico?

### **1.5.1 Aproximaciones académicas al FanArt**

Los estudios de comunidades de fans han tenido auge desde que en 1992 Henry Jenkins, profesor de la Universidad de California y Doctor en Artes y Comunicación; publicó el libro *Textual Poachers*, donde planteó la visión de los grupos de fans como círculo de comunicación y convivencia que interactuaban con los medios masivos de comunicación creando lazos afectivos sanos. Antes de esto las miradas hacia los grupos de fanáticos eran alarmistas y negativas. La visión de Henry Jenkins se ha impuesto en los estudios sobre estos grupos, a través de la cual enfatiza la importancia del uso de la mirada interna; es decir, que los fans sean a la vez investigadores de ellos mismos, para esto, Jenkins propone el término Aca-Fan (fan académico).

---

<sup>10</sup> Del original: *Original fan art are those works in which the submitting artist has done 100% of the work but the work itself depicts characters, scenes or other themes which were properly created by another creative person.*

*When creating fan art, which essentially copies from an established source, it is considered good etiquette to credit your inspiration. Please note that it may be considered unacceptable to precisely duplicate your inspiration by directly tracing or copying every single detail so that it is difficult to tell your work from the original, so please be certain to add your own personal touches and style.*

*Fan art should not feature screenshots, official artwork, scans, copyrighted photographs, or similar items*



La presente investigación pretende seguir la línea de pensamiento sugerida por Henry Jenkins, siendo la investigadora partícipe, al menos desde hace diez años, en el grupo de fanáticos seguidores de la animación japonesa y creadora de FanArts.

En las comunidades de fans contemporáneas el aca-fan es imprescindible, ya que ligada a la producción de imágenes, historias, canciones, ropa y objetos inspirados en las ficciones mediáticas también se generan textos reflexivos a propósito de estas producciones y acerca de las propias ficciones mediáticas. Ejemplo de ello son los estudios realizados a propósito de la animación japonesa y sus fans en la Universidad Nacional Autónoma de México a través de diversas Tesis de Licenciatura. En esta visión no se buscaron estudios sobre las comunidades de fans; sino de trabajos a propósito de FanArts realizados por los autores de las tesis. Tal es el caso de:

*Elementos gráficos del manga como aportación del diseño y comunicación visual.* Tesina para obtener el grado de licenciado en la licenciatura en diseño y comunicación visual por Sandino Hernández Teresa en el 2005.

*Monografía sobre la cultura otaku*<sup>11</sup>. Tesina presentada para obtener el grado de licenciado en diseño y comunicación visual por Karla Álvarez Gerardo en 2009 de la Universidad Villa Rica, incorporado a la UNAM.

*Las guerreras de la Luna: análisis semiótico del manga Sailor Moon.* Tesis para obtener el grado de licenciado en diseño y comunicación visual por Aura Luz Menesses en 2009. FES Acatlán UNAM.

Estos estudios muestran los enfoques realizados sobre el fenómeno del animanga<sup>12</sup> en nuestro país. El primero busca la identificación de los aspectos visuales sobresalientes, el segundo es un estudio sobre la cultura y el tercero sobre el proceso de creación de un FanArt. Lo interesante de estos trabajos es el manifiesto implícito de los autores como parte integral de la cultura otaku: su narración sobre los procesos sociales o creativos son los procesos que ellos afirman como generales en la comunidad fan a la que se presume pertenecen.

Henry Jenkins también acuña el término “cultura de la participación” para referirse a la actitud de la sociedad activa ante el material difundido en los medios de comunicación (Jenkins, 1992). Es una cultura que continuamente genera información que confronta, critica, crea, sigue y modifica los medios de comunicación y su contenido. De manera general, puede verse como una extensión de la cultura de masas que se ha dado cuenta de su posibilidad

11 El termino otaku es altamente discutido entre los fanáticos del manganime, para usos prácticos lo definiremos como toda persona que acepta su gusto personal por el manga, anime, videojuegos

12 Dícese del conjunto de los mundos creados por el anime y manga, es decir de la animación y las viñetas estáticas japonesas o de características semejantes.

de reciclaje y reflexiona sobre ello.

Concretamente, sobre la comunidad de fans del anime en México en la disciplina de los estudios culturales, existen pocos trabajos. La mayoría de las visiones están más cerca de los estudios sobre la juventud. La postura más famosa es la de Mafesoli a propósito de las tribus urbanas<sup>13</sup>. Esta postura se ha utilizado para el análisis de los grupos juveniles seguidores de los medios masivos de comunicación; sin embargo hoy en día esta postura puede parecer ambigua. Las tribus urbanas sugeridas por Mafesoli poseen como una de sus principales características un carácter global. Para los objetivos buscados en esta investigación no se puede partir de la idea de que los fans, sólo por el hecho de ser fans de los mismos mitos mediáticos, poseen las mismas características de interacción social o de imaginario social. A pesar de esto, términos sugeridos por Mafesoli resultan útiles; tales como estética compartida<sup>14</sup> o energía subterránea<sup>15</sup>. A partir del año 2000 ha habido un boom en los estudios de juventud en nuestro país. Existe el Consejo Iberoamericano de Investigación sobre la Juventud, el Centro de Investigación y Estudios sobre Juventud y la UNAM han fomentado desde el 2007 el Seminario Internacional de Investigación, Juventud, Cambio Generacional y Vínculo Social. En México, los estudios sobre la Juventud han optado por una visión plural, donde ya no se habla de “la juventud” sino de *las juventudes*, reconociendo las muy diversas circunstancias en las que los y las jóvenes se desarrollan en nuestro país. El estudio de los fans en México es parte de los estudios sobre la juventud, sobresaliendo aquellos que tratan el fenómeno como una búsqueda de identidad y reconocimiento social.

Con este enfoque, se realizó en 2010 la investigación para obtener el grado de Licenciada en Diseño Gráfico: *La comunicación visual del grupo Otaku en Tepic Nayarit*. En la cual se identificaron algunas características de la comunidad estudiada, las cuales son:

- El grupo se divide en generaciones marcadas por la fecha en la que se comenzó la documentación consciente sobre las ficciones mediáticas.
- La unificación del grupo se da a través de rituales de consumo (coleccionismo de objetos, imágenes y demás)
- Se comparte información, no hacerlo produce frustración.
- Una ficción mediática es más valiosa cuanto más se comparta.
- El grupo se reconoce a sí mismo como propietario de un lenguaje propio y reconoce como ajenos al grupo a aquellos que no manejan este lenguaje.

13 Referencia tomada de el discurso Juventud: el tiempo de las tribus y el sentido nómada de la existencia dictado en 2003 por Michael Mafesoli en el marco del seminario internacional Jóvenes del siglo XXI: Sociedad de la información y nuevas identidades, celebrado en la Ciudad de México. Este discurso fue publicado por la revista JOVENes en 2004 editada por el Centro de investigación y estudios sobre la Juventud.

14 Se le llama energía subterránea a las actividades realizadas por el grupo que los grupos ajenos a este no reconocen como trabajo o actividades productivas.

15 Dicese de las formas, colores o ideas adoptadas por los individuos en su forma de vestirse o de reproducir imágenes que los reconocen como parte del grupo.

La presente investigación profundiza en esta última característica, específicamente en el lenguaje utilizado en la producción de imágenes.

### **1.6 La imagen como lenguaje**

Roland Barthes abre su ensayo *Retórica de la imagen* con la pregunta ¿Puede acaso la representación analógica (la copia) producir verdaderos sistemas de signos y no sólo simples aglutinaciones de símbolos? (Barthes, 1970: 127) Con esta pregunta el autor plantea uno de los problemas principales en la semiótica de la imagen, cuestionando si desde su aparente representación analógica del mundo, la imagen puede producir sistemas similares a los del lenguaje escrito o hablado. Para resolver esta duda, el autor realiza el análisis de una imagen publicitaria, reconociendo dos tipos de imagen: la imagen denotada, referida a lo literal; y la imagen connotada, referida a lo simbólico. A propósito de esta última el autor comenta:

*La connotación no es más que un sistema, no puede definirse más que en términos de paradigma; la denotación icónica no es más que un sintagma, asocia elementos sin sistemas; los connotadores discontinuos están relacionados, actualizados, <hablados> a través del sintagma de la denotación.*

(Barthes, 1970: 139)

El autor responde positivamente a la pregunta realizada, si es muy posible para la imagen producir verdaderos sistemas de signos; cuyo campo común de significados de connotación será dado por la ideología (Ibíd.138). Es decir, la imagen connotada puede ser múltiple, pero no anárquica, será sobre todo cultural e ideológica. Aunque esto no implica que todas las imágenes produzcan verdaderos sistemas de signos,

En el trabajo de FanArt, el fan se esfuerza por comprender y analizar la imagen connotada y denotada en la ficción mediática, sobresale porque este análisis lo realiza a través de la producción de otras imágenes, no de la producción de textos escritos (actividad que realiza otra parte de la comunidad fan). Corresponde al presente trabajo, cuestionarnos si el mensaje connotado en la imagen del FanArt es diferente al mensaje connotado de la imagen de la ficción mediática.

### **1.7 Conclusión**

La comunidad fan del anime y manga en México surge bajo circunstancias muy específicas, tales como el apogeo de los medios masivos de comunicación, el contacto con la comunidad fan organizada de Estados Unidos de América, las facilidades para compartir información a través de

internet y la consolidación de la comunidad a través de convenciones en diferentes puntos de la república mexicana. Dentro de esta comunidad la creación de imágenes es una actividad relevante, ya que la imagen de las ficciones mediáticas es el centro de estas comunidades.

Gracias a la breve revisión histórica y conceptual de la comunidad fan en México es posible identificar puntos clave a resolver en la investigación. Para definir la cercanía de la producción de imágenes de FanArt con aquellas producidas en el arte visual o el diseño gráfico debemos de identificar el centro en la estructura del discurso del FanArt y analizar la documentación de los procesos creativos del autor de FanArt; para analizar el lugar de la comunidad productora de FanArt dentro de la sociedad de masas, debemos identificar si es o no el FanArt un proceso reflexivo que genere sistemas de significado; y para analizar la imagen del FanArt cómo lenguaje debemos resolver si la imagen connotada en el FanArt es diferente o no de la imagen connotada de las ficciones mediáticas.



**Estrategia Metodológica  
de Investigación  
Capítulo 2**

## 2. Estrategias Metodológicas de Investigación

El presente estudio busca responder preguntas concretas a propósito de la producción visual del grupo de fans de la animación japonesa en México.

¿Qué características físicas, semióticas y gráficas tienen las obras visuales creadas por la comunidad de fan del anime y manga en México?

¿Cómo son los procesos productivos y creativos de los autores de FanArt en México?

¿Por qué produce este tipo de imágenes la comunidad fan del anime y manga en México?

Para ello se plantea un estudio explorativo, descriptivo y explicativo a través de trabajo de gabinete y de campo. El primero nos ayudará con la revisión teórica y literaria para la comprensión del fenómeno, la búsqueda de antecedentes y la decisión de los puntos de vista que se tomarán; y el segundo ayudará a recopilar información de primera mano desde dentro del grupo que se estudiará. Al final se comparará con la información obtenida en el trabajo de gabinete y se realizarán conclusiones pertinentes a propósito del fenómeno estudiado.

Para la investigación de campo se recurrió a la entrevista como técnica, utilizando notas, grabadora para audio y, en los casos que sean requeridos, medios digitales.

El fenómeno de investigación es la producción de obra visual de la comunidad de fanáticos de la animación japonesa en México, el cual se dividió en tres partes para su análisis: la obra como imagen, el perfil del autor o autora y el medio social en el que se realiza y distribuye la obra.

Para cada uno se utilizó una metodología pertinente:

### **a) La obra como imagen**

Para el análisis de la obra desde su condición de imagen es necesario recopilar obra gráfica que corresponda a la definición de FanArt producida por autores mexicanos.

La recopilación de esta obra se realizó durante convenciones especializadas de anime, manga, videojuegos y comics. Concretamente la TNT especial de dibujantes celebrada en agosto del 2011 en la Ciudad de México, y la Mole en su celebración anual en marzo del 2012, también en la Ciudad de

México. En estos eventos se hizo contacto con 13 autores de FanArt, se les dio a conocer los objetivos de la investigación y accedieron a prestar su trabajo para analizarlo. Se tomó como referencia los trabajos de los autores en la galería virtual DevianArt.com así como los perfiles que mostraban en la comunidad virtual.

La obra es clasificada y comparada con criterios de interpretación de la imagen.

### **b) El autor o autora de FanArt**

Después del acercamiento a la obra se procede al acercamiento a los autores. Conforme a las características sobresalientes de las obras visuales se seleccionaron algunos autores para conocer su proceso creativo a través de entrevistas. A continuación se muestra el guión de entrevista:

Nombre:	Nacionalidad:	Género
Ocupación:	Edad	
1. ¿Qué medios masivos de comunicación consumes más? (televisión, radio, internet, periódico)		
2. ¿Cuánto tiempo le dedicas al que más consumes?		
3. ¿Cuáles son tus fandoms principales? (Serie o historia de la que te consideras fan)		
4. A parte de FanArt ¿Realizas alguna otra actividad Fan? (FanFic, FanVideo, FanDub...)		
5. ¿Qué tipo de historias te gustan? (romántica, acción, aventura)		
6. ¿Qué tipo de personajes te gusta?		
7. ¿Cuál es tu definición de FanArt?		
8. ¿Cuál consideras que es el propósito del FanArt?		
9. ¿Cómo definirías arte?		
10. Para ti ¿Es arte el FanArt?		
11. ¿Qué edad tenías cuando realizaste tu primer FanArt?		
12. ¿De qué fue?		
13. ¿Te reunes con frecuencia con personas que realicen FanArt?		
14. ¿Has asistido a alguna clase de dibujo, pinturo o cmunicación gráfica?		
15. ¿Qué técnicas utilizas al realizar tus trabajos?		
16. ¿Cuánto tiempo te lleva realizar un sólo dibujo?		
17. ¿Como fue tu proceso de creación de un FanArt específico?		
18. La obra _____ ¿Cómo fue que la planeaste y produciste?		
19. ¿Cómo es la creación de tus personajes originales?		
20. ¿Cómo es el proceso de creación de un atoretrato?		
21. ¿Qué características tiene la obra que creas que no consideras FanArt?		



El guion consta de 21 preguntas, del punto 17 al 21 se pregunta por obras específicas que tenga el autor que hayan sido singulares al analizar la obra, o que tengan en común características con la obra de otros autores, por ejemplo: la creación de personajes originales, el autorretrato o la fusión de ficciones diferentes.

A pesar de que los contactos se realizaron en la Ciudad de México, varios de los autores no residen en esta, residen por tiempos cortos o, la misma dinámica de la ciudad impide el acercamiento en persona. Por esta razón las entrevistas se han realizado con apoyo de plataformas virtuales, notando una preferencia clara de los autores de FanArt por los chats y no las videoconferencias.

### **C) El medio**

Para el análisis del medio, se planteó como primera estrategia buscar a fans que sólo coleccionaran imágenes sin crearlas; sin embargo una clasificación de este tipo se tornó no adecuada. Los fans que no crean imágenes están en proceso de crearlas, hubo una época en la que las creaban o no se consideran a sí mismos fans. Constituyendo al autor por etapas; sin embargo, esta clasificación nos lleva de nuevo a la figura del autor y no del público. Por lo que se ha optado por analizar el medio mediante el acercamiento al aca-fan.

El acercamiento a la figura del aca-fan se decidió hacerla mediante la investigación de gabinete para analizar las formas que tiene para acercarse al fandom. De esta manera se buscó que la bibliografía y referencias para el entendimiento del fandom proviniera de autores aca-fans. Dentro de este trabajo se siguieron blogs de aca-fans importantes en México, como fueron: <http://tsuzuku-net.com/>, una página dedicada al análisis del anime y manga en México, liderada por Adaliza Zárate, comiquera y escritora de diversos artículos que son referentes en el imaginario fandom del país; y <http://estoesperpecto.produccionesbalazo.com/>, el blog de ediciones balazo escrito por Luis Gantus, quien fue organizador de la primer convención de historietas, comics y manga en México, la CONQUE, y actualmente es parte de la organización de la Festo Comic, el primer festival de creadores de comics en México. Además de realizar análisis de artículos aparecidos en revistas especializadas en anime y manga publicadas en México, como es el caso específico de la revista *Conexión manga* publicada desde finales de los noventa, cuya recopilación es regular desde el 2000.

No se toma en cuenta la obra de FanArt realizada por la suscrita en el análisis del FanArt como imagen, o los autores y autoras, ya que se atiende

a dos características específicas:

**a.** Si se realizó la obra de FanArt antes de iniciar el proceso de investigación, la obra pasaría a tener el mismo valor en la investigación que las obras recolectadas del resto de los autores de FanArt. Sin embargo, la información que se tendría sería diferente, por lo que no es posible aplicar los mismos métodos de análisis ya que este no pretende ser un trabajo de autoexploración, sino de introspección en un grupo.

**b.** Si se realizó la obra de FanArt durante el tiempo en el que se realizó la investigación, ésta se realizaría dentro de los talleres del posgrado, y el ambiente modificaría los procesos creativos que se tienen normalmente para la creación de las obras de FanArt.

La creación de FanArt de forma inducida podría no enriquecer el proyecto como es deseado. En respuesta a este problema se buscó experimentar con técnicas o motivos que tuvieran puntos de encuentro con los procesos creativos o intenciones del FanArt dentro de los talleres del posgrado de la Escuela Nacional de Artes Plásticas y analizarlos de forma separada a los trabajos recolectados producidos por los autores de FanArt.

Los datos obtenidos a partir de las estrategias metodológicas fueron cualitativos y cuantitativos. Si bien por la formación propia de la suscrita, el trabajo se inclina más hacia el primer enfoque.

A partir de la información obtenida en el trabajo de gabinete y campo se respondieron las preguntas de investigación y se obtuvieron conclusiones.



# **Resultados**

## **Capitulo 3**

### 3. Resultados

En este capítulo se dará una visión profunda del FanArt, desde su condición de obra visual, de autor o autora y el medio en el que se produce y socializa.

Se recopilaron datos de 13 autores de FanArt mexicanos que hayan utilizado galerías virtuales, específicamente con una cuenta activa en el servidor Deviantart.com desde hace no menos de tres años, para asegurar una continuidad en la obra realizada. La producción de estos autores fue analizada conforme a su temática, composición, evolución del trazo y uso de los colores para comprenderla en su condición como obra visual.

A partir del análisis de las obras recopiladas se seleccionaron cuatro de características sobresalientes tanto en temática como en composición de la imagen. Se seleccionó a los autores de estas obras para profundizar en su proceso creativo y comprender el FanArt desde el autor o autora.

El análisis del medio en el que se produce y socializa el FanArt, se dividió en tres etapas: 1) El análisis del consumidor de FanArt y los espacios en los que socializa, 2) la obra original producida en México a partir de la influencia de las ficciones mediáticas seguidas por el fandom mexicano, y 3) la comparación entre los procesos de producción del FanArt y los procesos de producción de arte o diseño gráfico dentro de talleres formales. Para las etapas 1 y 2 se recurrió a la investigación de gabinete en galerías virtuales y revistas y blogs especializados en el análisis de la distribución y crítica del anime y manga distribuido en México, así como de las actividades del fandom alrededor de éstas. Para la tercera etapa se realizaron ejercicios dentro de los talleres de la maestría de Artes Visuales de la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM.

El orden dado en el análisis del FanArt desde tres diferentes perspectivas, la obra como imagen, como autor o autora y como medio, es debido a la forma de acercamiento del fan con la ficción mediática y su incorporación al fandom. El primer contacto siempre es con la obra, la ficción mediática debe

---

Se incluye en las fichas de las imágenes el alias que utiliza en autor o autora en la galería virtual donde publicó el trabajo, la fecha aproximada en la que se compartió la imagen y en la mayoría de los casos, el nombre de la ficción mediática original que inspiró la obra de FanArt.

Se incluye también, en el Anexo al final del trabajo la dirección electrónica de las galerías virtuales de los autores que son mencionados.

de establecer un lazo afectivo con la audiencia para que ésta se interese por el autor o autora de la misma y sus condiciones de producción; a partir de este interés se conforma una comunidad capaz de crear y analizarse a sí misma.

### 3.1 La obra como imagen

La obra como imagen exige separarla lo más posible de su contexto y revisarla en sus características físicas y visuales, se trata de la imagen denotada. Como ya se mencionó, se revisó la obra de 13 autores de FanArt publicada en galerías virtuales, en total se recopilaron 285 obras en formato digital.

#### 3.1.1 Características formales

En cuanto al uso de técnicas y materiales, es notoria una línea de progresión cronológica, se inicia con trabajos sencillos con lápices y plumas de colores para introducir poco a poco el retoque digital. La utilización de otras técnicas, como la acuarela, es excepcional, favoreciendo su imitación por medios digitales.

Se observó la imagen desde su análisis técnico: la composición, el uso del color y el trazo.

Las composiciones son sencillas, favoreciendo siempre al personaje como figura central y única (fig. 1 y 2). De 285, obras 199 siguen esta estructura.



**Fig. 1** *Qbeet\_chibi* (2011)  
de Raven sin Pantalones  
del original DC comics



**Fig. 2** *Zoro Mamer es amor* (2010)  
de Zero Vaquero  
del original One Piece

Sin embargo la composición sugiere la interacción con personajes fuera del cuadro. Por ejemplo, en las figuras 3 y 4 notamos a los personajes realizando acciones con personajes que no vemos dentro de la obra. Este tipo de composición funciona en el entendido de que el espectador conoce el universo en el que el personaje interactúa.



**Fig. 3** *Rin azul* (2011)  
de Panza.  
del original Blue Exorcist



**Fig. 4** *Seimei chibi* (2009-2011)  
de Idaiku 17

La composición se torna un poco más compleja cuando se mezclan personajes de diferentes universos ficticios, recurso conocido como *crossover*, debido a que es necesario construir un escenario en la que los personajes interactúen de forma coherente. Por ejemplo, en la figura 5 se utiliza la sobreposición de personajes para figurar profundidad; en la figura 6 los personajes siguen una estructura circular con una perspectiva imperfecta, mientras que en la figura 7 la composición vuelve a la estructura lineal.

La construcción de fondos se soluciona con vacíos, manchas de color o la delimitación del espacio a través de sombras en el piso (fig. 8, 9 y





**Fig. 5 Sky High (2009)**  
de Arminis  
del original Estudio Ghibi



**Fig. 6 Shonen Jump character**  
de Mangaza  
del original shonen Jump



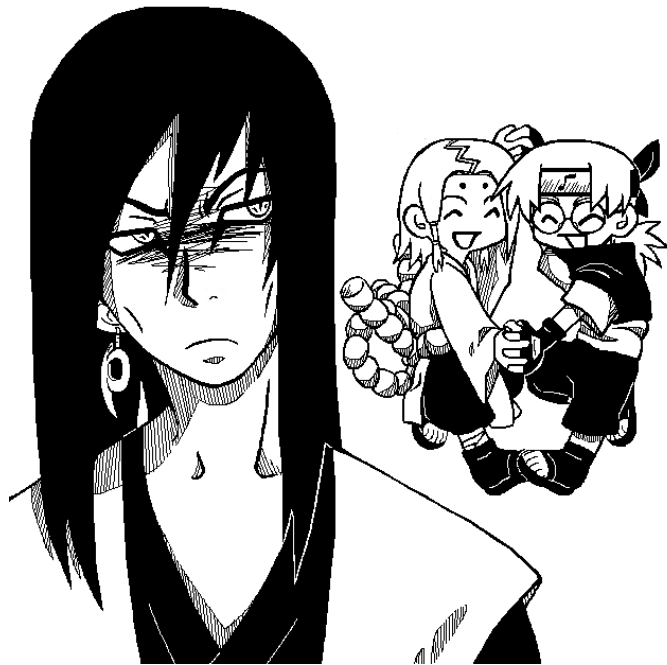
**Fig. 7 KHR in my favorite town** de Kokoro Uchiha  
del original Katekio hitman reborn y Silent Hill



10). Es decir, la obra no muestra una preocupación por la situación en el espacio de los personajes, el mundo en el que interactúan ya es conocido, lo importante es el personaje y la interpretación que se dé sobre él.



**Fig. 8** *Cut and take*  
de Kokoro Uchiha



**Fig. 9** *Bah* (2009-2011)  
Idaiku 19  
del original *Naruto*



**Fig. 10** *Yes my lord*  
de Thiefoworld  
del original  
*Kuroshitsuji*

El trazo se refiere a la forma en que se dibujan (traza) a los personajes o los objetos, la calidad y fluidez de la línea, las proporciones en los cuerpos y los detalles en el dibujo. El trazo en el FanArt inicia como una copia del utilizado en la ficción mediática, para cambiar gradualmente. Por ejemplo, en la figura 9 es clara la influencia del trazo de la ficción mediática en la obra de Idaiku 19, mientras que en la figura 10 el autor Thiefoworld desaparece la línea exterior del dibujo para trabajar directamente con las manchas de color, además de alterar las proporciones de los cuerpos y los rostros y definir a los personajes por el uso de los colores o de accesorios distintivos. Estas proporciones y uso de las líneas se mantienen en todo el trabajo de Thiefoworld.

En las figuras 11, 12 y 13 podemos observar el cambio en el trazo de la autora de FanArt Kiapen durante tres años, desde el 2009 hasta el 2012. En la figura 11 se imita el trazado y proporciones de la ficción original, mientras que en la figura 12 la autora se permite jugar con las proporciones y utilizar una misma calidad de línea para toda la imagen. Sobresale la publicación de la imagen de la figura 13, pues fue compartida con todo y el borrador de su trazado sin colorear, práctica poco común en el FanArt, pero que demuestra la importancia de este aspecto para la autora.



**Fig. 11** *Hinata y Naruto peluche* de Kiapen del original Nauto



**Fig. 12** *Chibi Hinata* de Kiapen del original Naruto

En los tres trabajos se siguen guardando rasgos para reconocer al personaje, especialmente el uso de los colores canon<sup>16</sup>, es decir aquellos utilizados en la ficción mediática, los cuales jamás son alterados notoriamente.



Fig. 13 Hinata en proceso de Kiapen del original Naruto

### 3.1.2 Características temáticas

La imagen del FanArt puede clasificarse en tres temas principales: personajes mediáticos, retratos y autorretratos, y personajes originales.

#### Personajes mediáticos

El personaje es el centro del FanArt. La imagen es reconocible como retratos de los personajes mediáticos con fondos difuminados, manchas de colores contrastantes o texturas sencillas. De las 285 imágenes estudiadas, los trabajos con dos personajes son escasos (50/285) y aún más, los de grupos de tres o más personajes (36/285),

Al referir al personaje como tema, no es solo la estructura de un personaje como figura central en la obra, sino a la repetición constante de un sólo personaje en la obra de un mismo autor. Por ejemplo, en el caso de la autora de seudónimo Kokoro-Uchiha, su galería personal en Devianart. com se encuentra organizada en carpetas en función de los personajes

<sup>16</sup> Original de la ficción mediática, oficial.



que representa. En la carpeta *Sasukelovees*, archivada desde abril de 2007 hasta julio de 2009, la autora comparte 93 obras del personaje *Sasuke* del anime *Naruto* producido por los estudios Pierrot. Ejemplos Fig. 14, 15, 16 y 17.



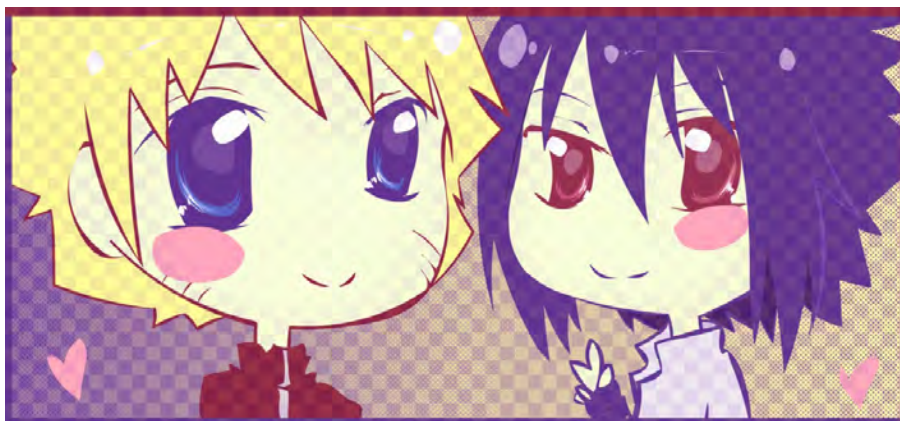
**Fig. 14** *Tomato fan* de Kokoro- Uchiha del original *Naruto*



**Fig. 16** *Uchiha Sasuke* de Kokoro Uchiha del original *Naruto*



**Fig. 15** *Hies :D* de Kokoro Uchiha del original *Naruto*



**Fig. 17** *Best friends* de Kokoro Uchiha del original *Naruto*

## Autorretratos y retratos

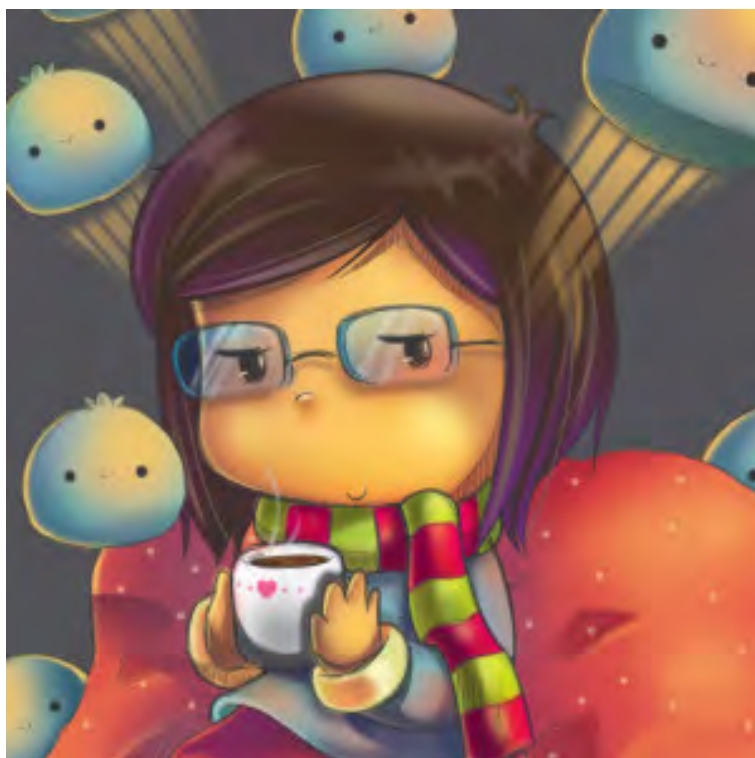
El autorretrato y el retrato de personas reales como personajes de ficciones mediáticas son comunes en el FanArt. Reconociendo tres tipos de recursos:



**Fig 18** *Chibi Raven* (2011)  
de Raven sin pantalones  
del original Teen Titans

### El autorretrato de presentación

Es la imagen con la que se identifica al autor de la obra, se utiliza sobre todo en las redes sociales y se suele utilizar como avatar. Este autorretrato es un FanArt cuando la imagen con la que se reconoce a el autor es una imagen proveniente de una ficción mediática modificada de alguna forma por el autor o autora. Como ejemplo se muestra el autot retrato de la autora de FanArt Raven sin pantalones, quien se identifica con el personaje Raven, de la ficción Teen Titans de DC Comics (fig. 18).



### El autorretrato - retrato simple

Es cuando el autor o autora se dibuja a sí mismo o a otra persona como personajes de una ficción mediática, no necesariamente con un trazo específico o como parte de una ficción mediática en particular; en este tema es el único donde son más comunes las composiciones de parejas o grupos. Como ejemplo se muestra el autorretrato de la autora de FanArt Kiapen (fig. 19).

**Fig. 19** *Kiapen* (2012-2013)  
de Kiapen



**El autorretrato de interacción con la ficción mediática o *selft-insert***

Es cuando el autor o autora se dibuja a sí mismo interactuando con algún personaje o mundo ficticio perteneciente a una ficción mediática.

En la figura 20 se observa la versión del autor Jesonite como parte del mundo del anime *Hetalia*, caracterizado como Doitsu (Alemania). Mientras en la figura 21 la autora Armanis se representa a sí misma como parte del mundo ficticio de *Harry Potter*. En estos dos ejemplos vemos a los autores dentro del universo ficticio, ya sea como personajes o como sí mismos.



**Fig. 20** *Doitsu* (2009-2011)  
de Jesonite  
del original *Hetalia*



**Fig. 21** *Magic Words* (2009-2011)  
de Armanis  
del original *Harry Potter*



A diferencia de las dos figuras anteriores, en la figura 22, la autora Arminis se representa a sí misma con el personaje ficticio Goku de la popular serie Dragon Ball, sin embargo, no es reconocible el espacio en el que se produce el encuentro, podría ser dentro de la ficción mediática o no.

Las representaciones de inserción en la ficción mediática son menos comunes que el retrato de representación y el autorretrato simple, y son menos espontáneas. Las representaciones de inserción, especialmente aquellas en las que se interactúa con el universo y no solamente con el personaje (como la figura 20 y 21) son planeadas por las comunidades de fans, como partes de juegos de rol<sup>17</sup> o eventos especiales dentro de foros de discusión.

**Fig. 22** My son Goku (2009-2011) de Arminis

### Personaje Original

El personaje original, conocido en el medio como OC por sus siglas en inglés (*original character*), surge después de un determinado tiempo realizando FanArt. Este tiempo es variable y no es reconocible un patrón de tiempo específico en las obras analizadas. Pero nunca se da como primera creación y una vez creado (dibujado) es repetido hasta que se llega a un diseño de personaje satisfactorio, dotándolo de una naturaleza narrativa; el personaje es concebido con una historia.

El personaje original en la figura 23 *Happy New Year 2011* de Idaiku 17 es un personaje recurrente en la obra de la autora, quien lo ha dotado de un

17 Un juego de rol es una actividad en la que un grupo de personas simulan ser personajes dentro de un mundo ficticio para crear una narrativa a partir de las decisiones y posibilidades de acción.

nombre y una personalidad.

La figura 24 muestra la evolución del personaje *Little Felicia* de Thiefoworld desde el 2005 hasta el 2011, periodo en el cual el personaje ha sufrido cambios interesantes, notorios sobre todo en el nivel de la técnica del autor, pero también habla del apego emocional del autor con su creación y sobre la continuidad en la producción del personaje.

Cuando se llega a la creación de personajes originales satisfactorios, la imagen del resto de las obras de FanArt cambia, principalmente en su trazo, o directamente se deja de producir FanArt.

La obra como imagen en el FanArt no es extraordinaria, la mayoría son composiciones sencillas, de trazo cuidado, colores brillantes e intencionalidades surgidas de una copia continua de la imagen canon.



**Fig. 23** *Happy new year 2011* (2011) de Idaiku 17



**Fig. 24** *Little Felicia trouh the years* (2005-2011) de Thiefoworld



### 3.2 Autores y Autoras

Los autores y autoras de FanArt que publican regularmente trabajos en plataformas virtuales son jóvenes entre los veinte y treinta años, la mayoría tienen su primer recuerdo de haber dibujado una ficción mediática en la infancia temprana, entre los cinco y los seis años; pero no sería hasta los doce años aproximadamente que comenzaron a hacerlo de forma persistente y consiente. Después se esperan hasta sentirse satisfechos del trabajo propio para comenzar a utilizar las plataformas virtuales, esto ocurre entre los quince y veinte años. Los autores que continúan produciendo después de un año de compartir sus trabajos en comunidades virtuales, comienzan a diversificarse, la mayoría son estudiantes o practicantes de diseño gráfico o artes visuales. La producción simultánea de obras de diseño gráfico, obra original y FanArt se da sobre todo en mujeres, la mayoría de los hombres abandonan el FanArt y se dedican sólo al trabajo original. Los autores y autoras de FanArt pertenecen a un contexto urbano, de clase media o media alta con posibilidad de estudios superiores y acceso a equipo de cómputo.

El análisis del FanArt desde el autor o autora de FanArt no puede limitarse a la construcción del perfil, es necesario profundizar en la relación entre el autor o autora y la obra que produce, para ello fue necesario seleccionar casos específicos en los cuales profundizar. Por lo que se buscaron obras que sobresalieran del resto. El análisis anterior del FanArt desde la obra como imagen, nos arroja al personaje mediático como temática principal y a la composición de un personaje central en primer plano como la norma. Así, las obras que resaltan son las que sobrepasan estos estándares, obras con composiciones grupales, personajes originales y fondos trabajados cuya temática abarca más que el personaje mediático. A partir de estos criterios se seleccionaron los trabajos siguientes:

a) *Un desayuno Peculiar* (2011) de Mónica Rodríguez, alias *Idaiku 17*.

Un autorretrato grupal insertado en más de un universo ficticio.

b) *Ed y Dani* (2007) de Daniela Nava, alias *Arminis*

Un autorretrato de inserción en la ficción mediática referencial a otro trabajo.

c) *100* (2008-2013) de Iván Castillo, alias *Zero Vaquero*

Un autorretrato de *self Insert* sin interacción con el universo mediático combinado con *crossover* en un caso sobresaliente de composición.

d) *Original Character* (2009-2011) de *Panza - Luro Hersal*.

Obra con un personaje original con fondo trabajado

A continuación se ofrecen detalles del autor o autora de cada obra así como el proceso por el cual crearon la obra seleccionada.

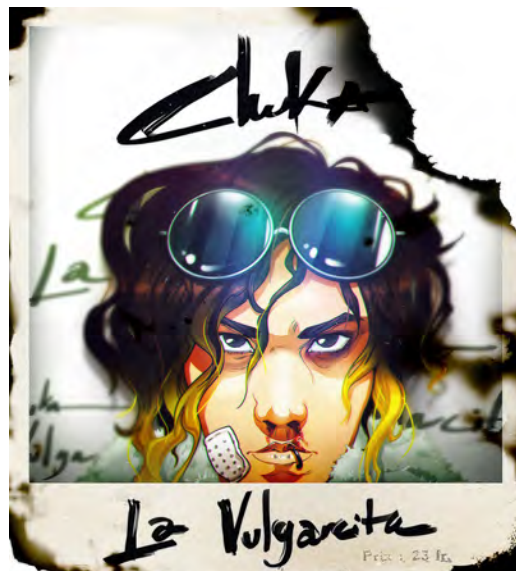
**a) Un desayuno peculiar por Idaiku 17.**

Mónica Marcela Rodríguez Nieves es una autora de FanArt nacida en Sonora, México de 26 años de edad, licenciada en Artes Plásticas. Ella utiliza el alias Idaiku 17 o Chuka Man para interactuar y darse a conocer en su galería en Devianart.com, donde ha compartido aproximadamente 200 trabajos entre el año 2007 y el 2013. Sus trabajos se mueven libremente entre el FanArt, la ilustración original y la obra pictórica original.

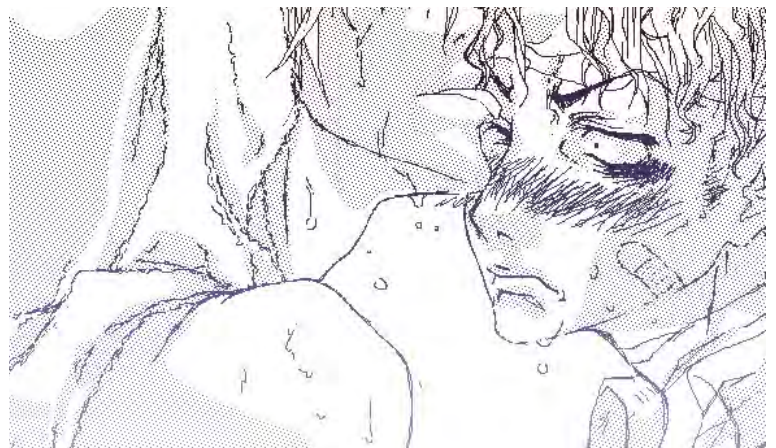
Su trabajo de FanArt es sobre caricaturas y comic estadounidense, y anime y manga producido en los ochenta y noventa. Produce usualmente autorretratos de representación (ejemplo fig. 25) y obras de temática *yaoi*, es decir de relaciones románticas entre hombres (ejemplo fig. 26), tanto de personajes originales como de personajes mediáticos

Para Mónica Rodríguez el FanArt es el arte que realiza una persona como tributo a la obra de otra con el propósito de cumplir sus propios deseos o arreglar la historia, diferenciándose de la copia por el nivel de interpretación que da el autor de FanArt.

Se seleccionó el trabajo *Un desayuno peculiar* (fig. 27) compartido por Idaiku17 en 2011 en su galería, tanto por su composición como por su calidad técnica y temática. Es una imagen realizado en técnica mixta (lápiz, tableta gráfica, acuarelas) donde aparecen tres personajes humanos, presumiblemente uno de ellos es la autora, comiéndose a sí mismos en un comedor de madera. A su alrededor deambulan una serie de personajes y referencias a ficciones mediáticas.



**Fig. 25** Chuka (2013) de Idaiku 17



**Fig. 26** Dulces Gracias (2013) de Idaiku 17





*“Inicio con la idea de los tres personajes comiéndose: yo, mi hermana y un amigo que estaba con nosotras. Lo pensaba como un dibujo plano, sin la perspectiva. Al terminar a los personajes el fondo me pareció muy vacío, mi amigo me sugirió llenarlo con cosas que me gustaran, dibuje así a varios de mis personajes favoritos en el fondo y a mis gatos”*

(Idaku17, 2012)





**Fig. 27** *Un desayuno peculiar* (2011) de Idaiku 17

Lo primero que llama la atención del trabajo es la composición, se utiliza una perspectiva elevada con un efecto óptico ligeramente circular, con los tres personajes centrales situados en un lugar reconocible. El fondo es trabajado con igual detalle que los personajes, dotando a esta obra de un balance entre fondo y figura muy raro de encontrar en el FanArt. En cuanto a la temática de la obra, esta pareciera un autorretrato de inserción en la ficción mediática, sin embargo la ambigüedad del universo ficticio da la impresión de que es la ficción mediática la que se inserta en el universo de Idaiku 17.

Durante la entrevista, Mónica Rodríguez expresó no sentir que *Un desayuno peculiar* fuera un trabajo sobresaliente, lo consideraba más bien una anécdota o un accidente. Sin embargo, al revisar su galería de FanArt esta obra resaltaba, ya que era el único trabajo de inserción de ficción mediática, además de ser sumamente detallado.

El análisis de esta obra en específico contrasta con el análisis anterior de la obra como imagen donde el factor común en las obras de FanArt es el personaje mediático como centro de la imagen, sin un fondo detallado; mientras que en *Un desayuno peculiar* la ficción mediática está en el fondo, no en la figura.

**B) Ed y Dani (2007) por Armanis.**

Daniela Pérez Nava es Mexicana, originaria de la Ciudad de México, quien en 2012 estaba cursando el noveno semestre de la carrera de Diseño y Comunicación Visual en la ENAP de la UNAM. Ella empezó a compartir sus trabajos visuales en una galería de Devianart.com desde 2007, bajo el seudónimo Armanis.



**Fig. 28** *Ed y Dani* (2007) por Armanis del original Full Metal Alchemist.



El trabajo de Daniela Nava posee trazos redondeados y gran influencia del manga y anime, que se ve reflejado en las proporciones de los cuerpos y las expresiones faciales de sus personajes. Ella misma clasifica sus trabajos entre FanArt, trabajos originales y *request*, es decir, encargos. Los encargos que realiza Daniela Nava son, en su mayoría, colaboraciones o regalos que realiza a otros fans; sobre todo peticiones para realizar imágenes de *self insert* de otras personas en ficciones específicas o el diseño de personajes originales dentro de universos ficticios. Por otro lado, su trabajo original se enfoca casi por completo a su webcomic<sup>18</sup> Auriga.

En cuanto al FanArt, es consistente con los análisis previos; son imágenes con el personaje como figura central, sin detalles en el fondo y con la repetición constante de ciertos personajes.

Para Daniela, el FanArt es una forma de acercarse a algo que le gusta y estos acercamientos se acercan más al arte en cuanto mayor sea su grado de reinterpretación.

El trabajo seleccionado de la galería de Armanis es *Ed y Dani* (fig, 28), una obra realizada en 2007. Se trata de un FanArt realizado con tableta gráfica donde aparece la autora junto al personaje ficticio Ed, del anime *Full Metal Alchemist*; quien la felicita por el dibujo que acaba de hacer de él mismo, el cual se encuentra en las manos de la autora, en la esquina inferior izquierda de la imagen. Dicho trabajo es *Edward Elric* (fig. 29), un dibujo realizado a lápiz con la intención de imitar por completo el trazo del personaje original.

A propósito de la obra *Ed y Dani* la autora comenta:

*“La imagen se llama así porque eso me imaginé justo cuando acababa de terminar mi dibujo de Edward a escala de grises, je. Lo cierto es que estaba aburrida y me puse a hacer éste dibujo recordando ese momento. La niña que está*

18 webcomic es un comic que se publica gratuitamente en páginas de internet.



**Fig. 29** *Edward Elric* (2007) de Arminis del original *Full Metal Alchemist*



**Fig. 30** *Happy FMA Day* (2011)  
de Arminis  
del original Full Metal Alchemist



**Fig. 31** *Watercolor Edward* (2008)  
de Arminis  
del original Full Metal Alchemist

*ahí supone -con muuucha imaginación-- que soy yo haciendo el dibujo, pensando que la verdad no lo podría hacer. Entonces llega Ed y me dice que lo intente."*

(Nava, 2012)

Para Daniela Nava, *Ed y Danif* fue un trabajo de desahogo que buscaba hablar de su obra de FanArt anterior. Sin embargo, al revisar la galería podemos notar que *Ed* es un personaje recurrente en el trabajo de Arminis, un dibujo satisfactorio del personaje es un suceso importante para el desarrollo de su trabajo; es a partir de este logro que Arminis se permite el juego en el trazo del personaje. Esto puede verse en dos trabajos posteriores de su misma galería: *Happy FMA Day* (fig. 30) de 2011 y *Watercolor Edward* (fig. 31) de 2008.

El autorretrato de self insert de Arminis ya no habla de la ficción mediática en sí, es un trabajo que muestra a la autora y su relación con el FanArt; el momento en el que agota los recursos de la copia estricta y se permite la interpretación

### **c) 100 por Zerovaquero.**

Iván Castillo es de profesión dibujante con inclinación por los trabajos publicitarios, al momento de realizar la entrevista (2012) tenía 26 años.



Él comenzó a dibujar a temprana edad, considerándose autodidacta hasta que cumplió 20 años, cuando entró a una academia de dibujo y por instrucciones de un profesor, comenzó una galería propia en el servidor Devianart.com bajo el seudónimo de Zero vaquero.

En los trabajos de Iván Castillo es notoria una mayor preocupación por la composición y la elaboración de fondos que en los trabajos de otros autores de FanArt (ejemplo fig. 32).

Para Iván Castillo el FanArt es una forma para comunicarle a cierto artista, serie o creador que te gusta su trabajo. Esta definición es extraña cuando se revisan las obras que el mismo autor clasifica como FanArt, lo cual incluye una gran cantidad de retratos de amigos del autor (ejemplo fig. 33). Son retratos simples, sin conexión evidente con mundos provenientes de ficciones mediáticas. Estas creaciones no generan un diálogo directo con ninguna obra o autor específico, por lo que no se adaptan a la definición del autor de un FanArt; sin embargo, siguen los patrones de composición y trazo de la mayoría de las obras de FanArt. Los retratos de Iván Castillo no están inmersos en una ficción mediática específica, pero él mismo los considera FanArt porque tiene la composición de estas imágenes y en conjunto, parecieran ser parte de una ficción mediática .

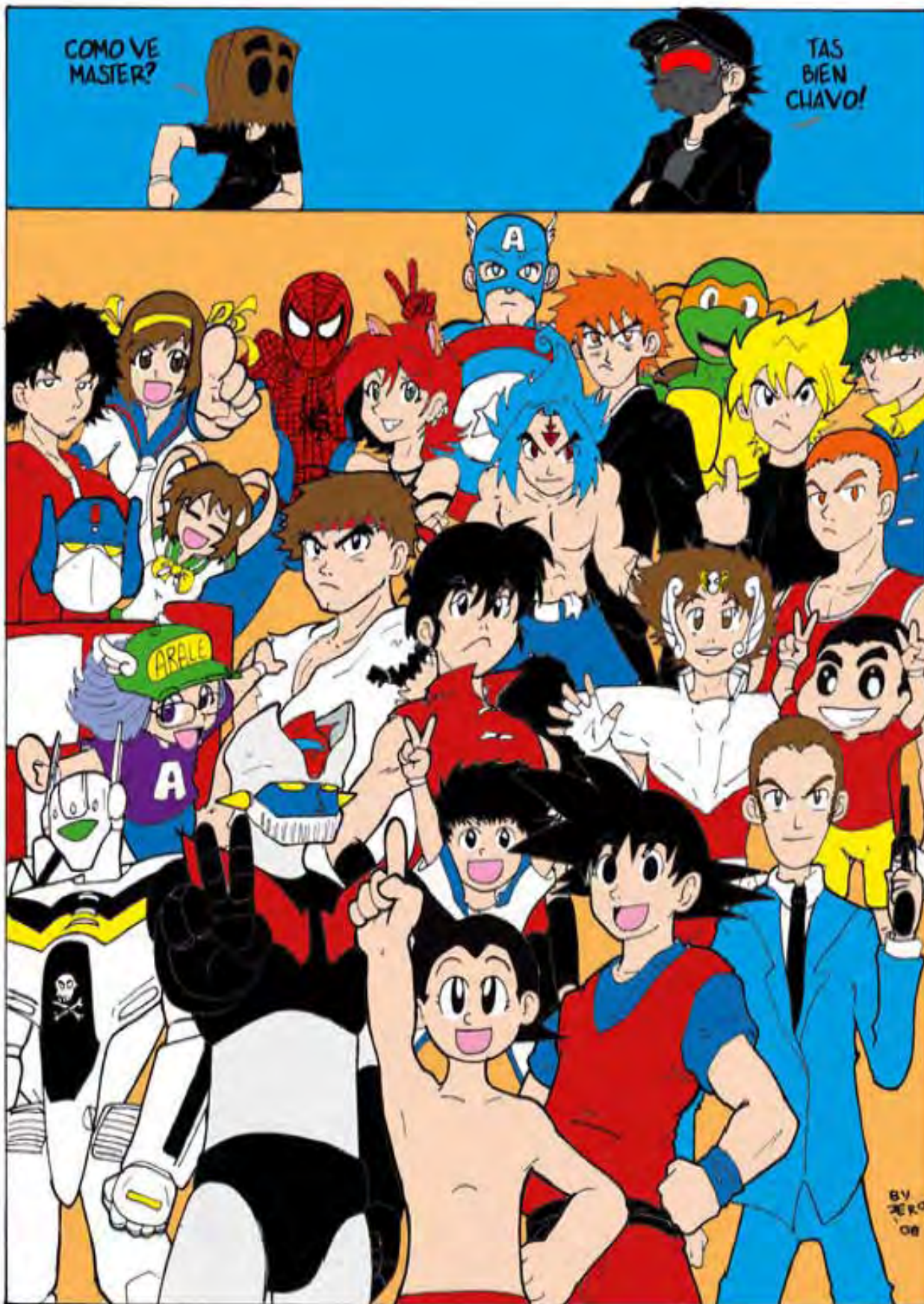


**Fig. 32** *Farolito* (2008)  
de Zero Vaquero



**Fig. 33** *Happe B-Day Sensei*  
by Zerovaquero





**Fig. 34** 100 por Zero Vaquero del original Samurai Champloo, Haruhi Zusumiya no Yuutsu, Spiderman de Marvel, Transformers , Street Figter, Mazinger Z, Ranma 1/2, Astro Boy, Dragon Ball, Sanit Seya, Crayon Shinshan, Slam Duck, Cowboy Bebop, Teenage Mutant Ninja Turtle, Bleach, Meteorix, Lupin III.

De los trabajos publicados por Iván Castillo en su galería virtual se eligió la obra *100* (fig. 34) porque es una combinación de un FanArt que mezcla personajes de diferentes ficciones mediáticas (crossover) sin la composición común para este tipo de obras y un autorretrato no localizado dentro de una ficción mediática específica. La obra fue realizada utilizando lápices de colores y retoque digital. Como característica común en los personajes mediáticos que conforman la obra tenemos su relación con el autor, quien los considera sus personajes favoritos. El autor se retrata a sí mismo junto a su maestro en un espacio aparte del de las ficciones mediáticas, refiriéndose a ellas como un dibujo. A pesar de separar ambos espacios, las representaciones del autor y su maestro no buscan ser realistas, al contrario, ambos se cubren el rostro, Iván Castillo con una bolsa y su maestro con una máscara de gas; dándole al trabajo un aspecto cómico.

A propósito del trabajo el autor comenta:

*“Oh ése, jeje, pues nada, surgió de una plática con mi maestro de cómo acomodar mucha gente en un retrato, fue uno de mis primeros fanarts “oficiales” por decirlo así, puse a muchos personajes de series que me influyeron en su momento y pues como plus puse lo que me dijo mi maestro al ver el sketch, se me hizo gracioso y lo puse”*

(Castillo, 2012)

Se seleccionó este trabajo porque este tipo de composición no es común en el *FanArt*; no es sorprendente que fuera a propósito. De nuevo, el proceso de creación del *FanArt* auto referencial es más una anécdota que un proceso consciente.

#### **d) Original character por Panza.**

La autora conocida como Panza combina su trabajo de *freelance* en diseño gráfico, con la producción de su propio webcomic y algunas obras de *FanArt*. Para ella, el *FanArt* es un dibujo de un personaje con cierta popularidad, pero realizado por un fan, independientemente si es un dibujante profesional o no, enfatizando que se realiza sin fin de lucro. Esta definición es la única de las cuatro proporcionada por los autores y autoras entrevistados que se refiere específicamente al *FanArt* como el dibujo de un personaje, recalcando su importancia sobre la del mundo ficticio dentro del que fue creado; esto llama la atención pues los trabajos de *FanArt* de Panza sobresalen por la atención que pone en los fondos, preocupándose por crear atmósferas o espacios específicos donde los personajes interactúan entre sí. Lo anterior se ve reflejado sobre todo en sus obras de *FanArt* yaoi (fig. 36)





**Fig. 35** Original Character de Panza

Para el análisis de su proceso creativo se seleccionaron los trabajos de Panza de personajes originales (fig. 35) cuyo trazo y proporciones están muy influenciados por el estilo de trazo del manga japonés. Se escogieron estos trabajos porque la autora no sólo no abandona la producción de FanArt mientras realiza estos personajes, sino que ha construido un mundo complejo y una historia para ellos que ha influenciado su producción de FanArt en el trazo y la composición.

A propósito de sus personajes originales la autora comenta:

*“¿De mis personajes originales? bueno, usualmente hago una historia, con un tema que me guste, primero trabajo con la idea y ya después hago un personaje ad hoc a la idea, en otras ocasiones dibujo un tipo de personaje que me guste ver o dibujar muchas veces, le desarrollo una personalidad y una situación, ya el personajes, dependiendo de su entorno y su personalidad se mueve en la historia =).”*

(Panza, 2012)

Al analizar la imagen del FanArt el personaje es el eje central; por lo tanto, la construcción de personajes originales es un proceso interesante. A diferencia del autorretrato, éste es un proceso consciente, que el autor o



**Fig. 36** EndoxGoenji (2011)  
by Panza del original  
Inazumaeleven.

autora busca mejorar. El personaje original no surge como imagen, surge como personaje de una historia. La confirmación más clara al respecto es la posterior creación de un webcomic con los personajes originales creados por la autora Panza, del que se muestra una imagen promocional en la figura 37. Al comparar las figuras 36 y 37 es reconocible la influencia entre ambos trabajos. El trazo en *EndoxGoenji* ha sido modificado del de su ficción mediática de origen para adecuarse al que la autora utiliza en su trabajo



**Fig. 37** S. Bites promo (2010)  
de Panza



original, así como los fondos en ambos trabajos están trabajados de una forma similar. La autora ha logrado crear mundos ficticios propios a partir de como ella ha aprendido que las ficciones mediáticas se dan a conocer en la audiencia fan, esperando despertar los mismos sentimientos o intenciones que ella produce en sus obras de FanArt.

Los procesos individuales de los autores parecen llevarlos a diferentes niveles de interpretación de las ficciones mediáticas, ya sea imitando sus formas, sus mundos o sus personajes.

### **3.3 Medio**

Es entendido como medio el espacio en el que se socializa la imagen, así como sus circunstancias y las personas que intervienen en su consumo, reproducción y producción. La primera hipótesis para explicar la diferencia entre las producciones de arte formal, diseño gráfico y FanArt es que la diferencia entre las tres se debe a lo diferentes que son los medios en los que se producen y consumen. A fin de refutar o afirmar esta hipótesis es necesario conocer el medio del FanArt, para dicho análisis se ha dividido el medio en tres aspectos: consumidor y espacios, para explicar quién y donde se produce y consume el FanArt; el trabajo original en México, referente a la creación contemporánea de ficciones mediáticas en el país, prestando especial atención a aquellas producidas por los fans de ficciones mediáticas; y los procesos creativos, apartado en el que se realiza un análisis de los trabajos realizados por la investigadora para explorar los procesos de producción en el FanArt.

#### **3.3.1 Consumidor y Espacios**

Al realizar un primer acercamiento con la comunidad para delimitar las características de autor y consumidor, fue notorio que estas dos figuras no pueden verse como dos entidades diferentes. En la comunidad productora de FanArt todos participan en la creación, quien colecciona la obra de FanArt también la realiza, la realizó en el pasado o participa de alguna otra manera en el proceso, ya sea como modelo de un retrato, corrector o crítico de las obras, o escritor de historias y personajes basados en ficciones mediáticas sobre las cuales el autor de FanArt realiza su obra. Dicho de otra forma, el productor de FanArt es al mismo tiempo su público objeto; la comunidad produce para sí misma. Esto es también reflejado en los espacios para socializar y mostrar el trabajo, ya que permiten que diferentes actividades realizadas por los fans sean compartidas en un mismo lugar.

El espacio donde se expone la obra visual es importante. Históricamente

los espacios han marcado la institucionalización de las obras de arte, el lugar donde se coloca una imagen da una pauta clasificatoria; si la comunidad produce para sí misma es entendible que los territorios en los que se muevan sean íntimos y de difícil acceso para las personas que son ajenas a la comunidad. Los principales espacios en los que se da a conocer el trabajo son:

**Galerías virtuales:** Son servidores de internet, generalmente auto gestionado, libres y gratuitos donde se distribuyen y relacionan las obras y los autores de las mismas. Posee reglas específicas sobre el uso y la conformación de las imágenes, las más comunes son dos: no lucrar con la obra y dar los créditos correspondientes a los autores que crearon las ficciones mediáticas sobre las cuáles se basa la obra de FanArt. Las galerías funcionan a su

vez como red social, permitiendo a los usuarios interactuar a través de mensajes privados o comentarios en las obras que comparten. De estas galerías virtuales la más popular es Deviantart.com (fig. 38).

**Artist Alley:** Es el espacio que se le da a los autores de FanArt u obra original para que den a conocer su obra y su nombre dentro de las convenciones especializadas de anime, manga, comic y/o videojuegos. En la Ciudad de México las convenciones más grandes son la TNT y la Mole.

### 3.3.2 Trabajo original en México

El comic o historieta mexicana tiene una gran influencia en el imaginario visual del creador de FanArt en México. A partir de la popularización de la computadora y las facilidades de acceso a programas de edición e ilustración digital, el movimiento de comic mexicano ha empezado a crecer, prueba de ello es la reciente celebración de FESTO Comic (fig. 40), el festival de autores de comic en la Ciudad de México; que en su primera edición en



**Fig 38** Logotipo del servidor DeviantArt. [www.Deviantart.com](http://www.Deviantart.com)



**Fig 39** Publicidad de la TNT dos especial de dibujantes y actores de doblaje, celebrada en la Ciudad de México en el 2011.



**Fig 40** Cartel de distribución libre para promocionar la Festo comic en la Ciudad de México en noviembre del 2011



**Fig 41.** Imagen promocional del webcomic College rommies from hell. <http://www.crfh.net/>

el 2011, contó con la participación de más de 50 autores y autoras de comic mexicano. El análisis de estos trabajos y el espacio en el que se distribuyen son muy amplios; sin embargo, para los propósitos buscados en esta investigación, me permitiré ser breve al respecto y enfocarme en los trabajos cuyo autor produzca o haya producido FanArt o aquellos cuyo espacio de distribución sea el mismo que las obras de FanArt.

Durante el curso de la investigación se buscaron trabajos originales en convenciones de anime, manga y comics mexicano; reconociendo tres tipos de producción:

**Webcomic:**

El webcomic es el comic que se publica gratuitamente en una plataforma de internet. En México el webcomic inició a principios del año 2000, con la popularización de internet y las computadoras personales. Uno de los primeros webcomics mexicanos es *College Rommies from Hell* (fig. 41) de Maritza Campos, webcomic en inglés que empezó a publicarse en 1999 en el formato de tiras de cuatro paneles en blanco y negro y que para el 2013 se publica en el formato de página entera a color y posee una historia compleja (<http://www.crfh.net/>).

Para el presente trabajo el webcomic resalta porque es una forma

constante que los productores de FanArt usan, de los trece autores cuyos trabajos se revisaron, ocho han publicado un webcomic en la misma galería de devianart.com donde publican obras de FanArt. Se incluye en este conteo tanto el doujishin como el webcomic de historia original. El doujishin es el comic, manga o historieta realizada para distribuirse en papel o por medios digitales, realizado por el fan utilizando personajes y universos pertenecientes a ficciones mediáticas; es recurrente en él tratar temáticas nunca abordadas en la ficción original, sobresaliendo aquellas románticas y/o eróticas. Por ejemplo, Idaiku 17, autora de FanArt de la que se habló en el apartado 4.2 Autores y autoras, publicó en 2010 el doujishin KomxTim (Fig. 42), que relata la historia romántica entre dos personajes del universo de DC comics que jamás ocurre en la historia original.

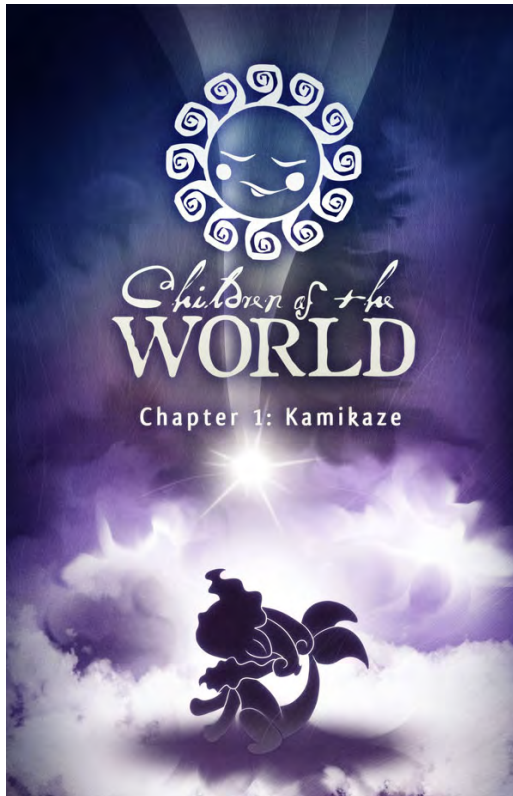
A pesar de que el doujishin puede ser publicado sobre papel, se incluye en el apartado de webcomic porque en México es su forma más común de distribución.

Al esbozar por primera vez una obra de FanArt se trata de imitar por completo el trazo, composición y proporciones de la ficción mediática;

**Fig. 42** KOM X TIM 1 of 3 (2010)  
de Idaiku 17  
del original DC comics







**Fig 43** Portada del primer capítulo del webcomic *Children of the World* (2012) de Thiefoworld [thiefoworld.deviantart.com](http://thiefoworld.deviantart.com)



**Fig 44** Portada del webcomic *Auriga* (2012) de Daniela Nava [arminis.deviantart.com](http://arminis.deviantart.com)

al experimentar con la narrativa de paneles secuenciados el autor de doujishin vuelve a tratar de imitar, está vez la estructura narrativa de la ficción mediática; por lo que se espera que el doujishin sea el primer acercamiento a la narrativa, pues permite al autor de FanArt usar una estructura conocida para experimentar con las secuencias. Aun así, en México, es más común producir webcomic original que doujishin. En Japón, la producción de doujishin se ha convertido en una estrategia para cazar talentos, existiendo para ello grandes convenciones especializadas en la distribución y exposición de estas obras que alientan a los jóvenes a producirlas, tal es el caso de la *Comiket*, celebrada cada año en la ciudad de Tokio. Además, aun cuando la comunidad Fan de las ficciones mediáticas en México es considerablemente grande y está organizada, éstas ficciones no son construidas como parte de la identidad nacional, como el caso de los Estados Unidos de América, por lo que los autores en México trabajan la obra original como un ejercicio para crear historias más cercanas a su propio contexto. Algunos ejemplos de webcomic mexicano son: *Children of the World* (fig. 43) del autor conocido como Thiefoworld, una historia de aventuras sobre un mundo paralelo donde habitan los personajes de

zodiaco, publicada en inglés, en la galería personal de devianart.com del autor desde el 2010. Y *Auriga* (fig. 44) de Daniela Nava, un comic de aventuras y misterio ambientado en México que se publica desde el 2011 en inglés y español desde la galería de Arminis en Devianart.com.

La mayoría del webcomic original se centra en historias de aventuras juveniles; de nuevo, son trabajos sobre personajes y sus relaciones entre ellos y su entorno, prestando especial cuidado con el diseño de personajes; característica que comparte con la producción de FanArt. Además, la mayoría del webcomic mexicano surge a partir de la creación de obras de FanArt sobre personajes originales, tal es el caso de *Children of the world* y *Auriga*.

### Cómic o manga anexo:

Se le ha llamado comic o manga anexo a las historias publicadas en revista de divulgación especializadas en anime y manga, que tienen apartados específicos para publicar manga o comic nacional realizado con influencia de anime y manga.

Un ejemplo reciente es el de Estudio Venus, quienes en 2011 comenzaron a distribuir la revista trimestral *Coffee Caramel* (fig. 45) en diversos puntos de venta en el Estado México, el Distrito Federal y San Luis Potosí. La revista incluye, además de diversos artículos sobre anime, manga, música y moda; dos mangas de autoras mexicanas: *Acorn West* (fig. 46) de Monserrat López García y *El Libro de Thet* de Talia Citlalli y Lule Quiroz.

El caso más popular de comic



**Fig 45** Portada del numero 3 de la revista *Cofee Caramel* de Estudio Venus publicada en diciembre de 2011



**Fig 46** Pagina de *AcornWest* de Montserrat López, publicada en *Coffee Caramel*. numero 3 en diciembre de 2011.



**Fig 47** Publicidad del concurso ONE SHOT convocado por la revista Conexión Manga de Vanguardia Editores. Tomado del número 264 pag. 24 Febrero 2013.

o manga anexo mexicano es el realizado por *Conexión Manga* de Vanguardia Editores, la revista de anime, manga y videojuegos de mayor circulación en México, en donde, desde su primer número en 1999 publicaron historias cortas, la mayoría auto conclusivas, de diversos autores mexicanos, entre ellos Adalisa Zárate, quien más tarde fundaría su propia editorial de manga y comic mexicano. *La Saga*, como se llamaba esta sección en la revista, se publicó ininterrumpidamente desde 1999 hasta abril del 2008, cuando en el número 174 fue reemplazada; para volver bajo demanda popular, en julio del 2012 en el número 254 en el formato de concurso de historias

auto conclusivas llamadas *One shot* (fig. 47).

Los trabajos publicados en formato de comic o manga anexo son diferentes a aquellos publicados en un webcomic porque los primeros pasan por un filtro, son revisados por un editor o un grupo editorial que decide si los trabajos cumplen o no un estándar de calidad; mientras que otros trabajos como el webcomic o la auto publicación son sólo juzgados por el autor y mejoran conforme el trabajo avanza.

### **Cómic de producción editorial**

Existe cómic mexicano seriado distribuido en puestos de revistas y puntos de venta, la mayoría de mediano alcance, tal es el caso de *Aventuras enmascaradas* (fig. 48) un comic mexicano mensual creado por Gulías Merelles, Hernández Montiel y R. Bernal, producido por la editorial independiente Mamá Lola y distribuido desde 2011 en diferentes puntos de venta de la Ciudad de México. El caso más sobresaliente de cómic de producción editorial contemporáneo es *Los guardianes de Almas SoulKeepers* (fig. 49) de los autores Fers-Cordova, producido por Fixia Estudios desde diciembre del 2008, único cómic nacional distribuido en todo el país y que para el 2013 cuenta con 25 números publicados y dos



libros recopilatorios. Ambos comics reflejan dos vertientes en el comic mexicano, *Aventuras enmascaradas* se esfuerza por mostrar su lugar de origen, reflejando escenarios, personajes y nombres típicos de México, y su diseño de personajes está más influenciado por el comic estadounidense; en *SoulKeepers* el contexto mexicano se oculta a propósito, utilizando nombres de origen anglosajón y señalando el origen no mexicano de sus protagonistas, aun así, es notorio el origen mexicano del comic en el guion del mismo. Ambos comparten una característica que sigue la mayoría de los comics de producción editorial originales mexicanos, la editorial que los produce surge con la obra, convirtiendo al creador en productor y promotor de su obra.



**Fig 48** Imagen promocional del comic *Aventuras Enmascaradas* de editorial Mamá Lulú. [www.aventurasenmascaradas.com](http://www.aventurasenmascaradas.com)



**Fig 49** Portada de *SOULKEPPERS los guardianes de almas* número global 14. De fixia Estudios.



**Fig. 50** Portada de *Lupy el conejo guerrero* # 4 de editorial Happy World.



**Fig 51** Portada de *Dream Keeper Robin #1* de 12 de Oubilette Studios

Otro tipo de producción es el cómic de editorial auto gestionado distribuido por los autores en convenciones de anime, manga y cómic. Se distingue del anterior porque se imprimen en materiales más baratos, tienen menos páginas y el tiraje es menor, ya que buscan vender entre otro tipo de público como es el que asiste a las convenciones especializadas en anime, manga y videojuegos. Un caso notable es el de Oubilette Studios, quienes además de distribuir varios de sus cómics en impreso durante convenciones especializadas, también los distribuyen en formato de revista electrónica a través de discos rotulados. En papel, Oubilette Studios ha publicado *Dream Kepper Robin* de Adaliza Zárate (Fig. 51),

quien es miembro fundador de la editorial. Sin embargo, se han visto más beneficiados en el formato de revista electrónica, en donde, de empezar en el 2006 publicando tres historias, para el 2013 manejan un total de 12 historias.

La mayor venta de comics mexicanos auogestionados es el ya mencionado caso de los cómics distribuidos en la FESTO Comic, donde la mayoría de los trabajos son publicaciones de autogestión que iniciaron como webcomic.

El paso entre webcomic y comic de publicación independiente es una transformación común, por ejemplo, el comic *Lupy el conejo guerrero* (fig. 50) de Julián "Van" Bores, producido por editoriales Happy World se distribuyó hasta agosto del 2010 en impreso, juntando 4 tomos, para después convertirse en un webcomic de acceso gratuito, que para el 2013 está comenzando su tercer capítulo con más de 100 páginas publicadas.

El trabajo original en México da pie al uso del FanArt como parte importante en las relaciones públicas de los autores de comics mexicanos; se realiza FanArt de otros autores para promocionar eventos o dar apoyo en el seguimiento de las historias. Esta producción surgida del acercamiento





**Fig. 52** *Lupy the warrior bunny* (2010) de Thiefo World del original Lupy el Conejo Guerrero de editorial Happy World.



**Fig. 53** *Miwa is being observed* (2009) de Arminis del original Acorn West.

entre los autores hace que la obra se distinga del FanArt realizado a propósito de ficciones mediáticas extranjeras, ya que cambia su intención al producirse, compartirse y coleccionarse. Por ejemplo, se muestra en la figura 52 una obra de FanArt del autor ThiefoWorld a propósito del comic mexicano *Lupy, el conejo guerrero*; realizado para una edición especial del comic. De igual forma, se muestra en la figura 53 un FanArt de Arminis sobre el comic mexicano *Acorn West* para participar en un concurso de FanArt convocado por la autora del comic para promocionarlo.

### 3.3.3 Procesos de Producción

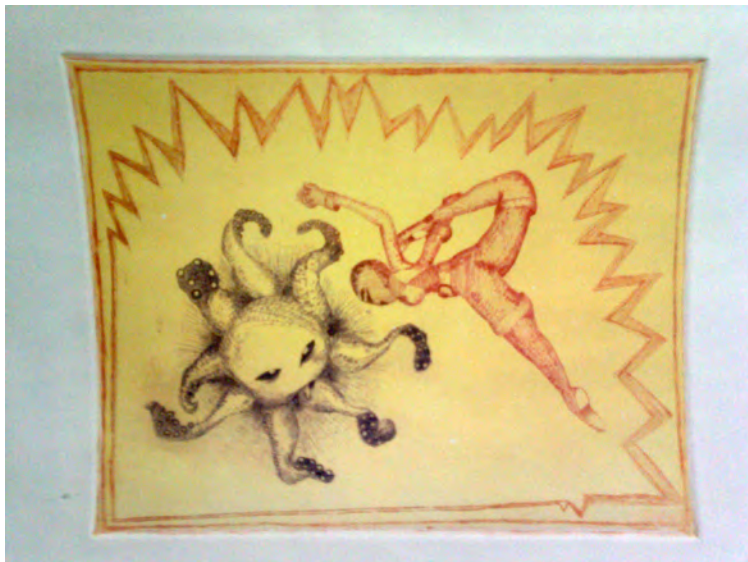
Como parte del método de investigación la suscrita buscó realizar obra visual con características cercanas al FanArt en los talleres ofrecidos en el posgrado de la ENAP de la UNAM; para reconocer diferencias en el medio en el que se producen las imágenes reconocidas como arte y diseño gráfico y aquellas reconocidas como FanArt. Se realizó obra en tres diferentes talleres, con tres diferentes resultados encaminados a las visiones en las que se pretendía analizar el FanArt. Estos talleres fueron: el Taller de Grabado en Huevo a cargo de la licenciada Silvia Rodríguez Rubio, el Taller de *Collage* y Ensamble a cargo de la licenciada Ana Mayoral Marín, y

el Taller de Libro Alternativo a cargo de la maestra Luisa Estrada Sánchez.

### Taller de grabado en hueco

Una de las características comunes en la producción de obras de FanArt es la creación de trabajos sin un dominio completo de la técnica utilizada. Para la mayoría de los autores y autoras de FanArt sus primeros trabajos fueron sus primeros acercamientos en el uso de lápices de colores, grafito de diferentes calidades, acuarelas o medios digitales; fue a través de la experimentación con estas técnicas que aprendieron a aprovecharlas. Dada esta naturaleza *amateur* en la producción de FanArt, se buscó realizar los primeros trabajos de investigación en procesos de producción en una técnica que la suscrita no dominara completamente y que exigiera un grado avanzado de experimentación con los materiales para lograr una obra satisfactoria. Por lo anterior, se escogió la técnica de hueco grabado, por ser una técnica en que se tenía sólo un conocimiento básico, pero que la técnica misma exigía experiencia con los materiales para poder utilizarlos adecuadamente.

Durante un lapso de un semestre escolar (agosto-noviembre 2011) se lograron tres trabajos, *La Red Ranger* (fig. 54), *Tu y yo* (fig. 55) y *Autorretrato* (fig. 56). Se presentan a continuación en el orden realizado



**Fig. 54** Red Ranger (2011)  
Lourdes Castillo  
Punta seca sobre acrílico.

### La Red Ranger (2011)

Punta seca sobre acrílico

Retrato de personaje

Siguiendo la norma en la obra de FanArt, el primer trabajo fue un retrato de personaje, tratando de imitar una escena típica dentro de la ficción mediática. Se escogió al personaje del Red Ranger de la ficción *Power Rangers* de Saba estudios. La obra es a su vez una referencia a diversas críticas al personaje, pues ese uniforme en específico nunca es asignado a una mujer, a pesar de cambiar de dueño cada temporada (para 2013 se han producido 18 temporadas)



**Fig. 55** *Tu y yo* (2011)  
Lourdes Castillo  
Aguatinta y aguafuerte

### **Tú y yo (2011)**

Aguatinta y aguafuerte

Crossover

Una obra donde se mezclan personajes de diferentes ficciones mediáticas en un mismo espacio no reconocible dentro de ninguna de las ficciones mediáticas aludidas (crossover) donde la autora utiliza por primera vez ácidos para realizar un grabado.

Los personajes del crossover son seleccionados por motivaciones personales ligadas a la construcción de un retrato de representación (representación de la autora utilizando personajes ficticios).

A nivel técnico se lograron diferentes tonalidades de color gracias al uso de los ácidos; sin embargo, el trazo se pierde entre las plastas de colores y algunas líneas no alcanzaron a definirse como se planeó en el boceto. Fue un ejercicio medianamente satisfactorio, pero que cumplía con la finalidad de introducir a la autora en la técnica de aguatinta y aguafuerte.

El hallazgo de esta obra fue al momento de compartirla como un FanArt, en el cual tuvo más éxito que las obras expuestas en las figuras 54 y 56, a pesar



de que éstas poseían mayor calidad técnica; esto sólo se puede adjudicar a que el trabajo *Tu y yo*, refiere a personajes de ficciones mediáticas más populares y su significado es más fácilmente comprendido por la comunidad fan.



**Fig. 56** Autoretrato (2011)  
Lourdes Castillo  
Aquatinta y aguafuerte

### **Autorretrato (2011)**

Aquatinta y aguafuerte

Autorretrato de inserción en la ficción mediática.

Se escogió el autorretrato de inserción en la ficción mediática (*selfinsert*) como el tema del último trabajo realizado en la técnica de hueco grabado porque es un trabajo que realiza el fan después de haber logrado realizar satisfactoriamente la copia de un personaje ficticio.

Este autorretrato (fig. 56) se realizó utilizando aguatinta y aguafuerte sobre una placa de metal, logrando una mejora técnica con respecto al primer trabajo realizado en esta técnica, la luz y la sombra se logran con claridad y el trazado es más limpio y detallado.

En cuanto a su estructura como FanArt, se realizó un juego con inserción como personaje de una

ficción mediática; es decir la imagen del autor caracterizado como un personaje y la fotografía como tal de la autora disfrazada como un personaje (*cosplay*).

La imagen logra verse más realista al no utilizar las proporciones propias de los personajes de ficciones mediáticas, pero al compartir el trabajo entre la comunidad fan, ésta no la catalogaba como un FanArt.

### **Taller de Collage y Ensamble.**

Durante el semestre comprendido de enero a mayo de 2012 se buscó acercarse al FanArt como autora mediante las técnicas de collage y

ensamble. Se escogieron las técnicas de collage y ensamble porque utilizan abiertamente la apropiación como medio para crear.

Se realizaron tres trabajos: *Intervención a Rosa Rubicundidor Lirio Candidior*, la serie de collage digital *Mundo Pokemon*; y tres piezas de ensamble, *Fuego vs Fuego*, *Alien Zone* y *Fairy Girl*.

### Intervención a Rosa Rubicundidor, Lirio Candidior

Al acercarse a los autores y autoras de FanArt es evidente que la realización de sus obras se debe en gran parte al lazo afectivo que generan con las ficciones mediáticas y los personajes ficticios que éstas popularizan. Para explorar este lazo afectivo se decidió realizar una obra de intervención a un manga con el que la autora tuviera apego emocional. Se seleccionó el capítulo 142 *Rosa Rubicundidor, Lirio Candor*, del manga *Bleach* del autor Tite Kubo; obra publicada originalmente por la revista *Shonen Jump* en el 2005 y distribuida en México por el grupo editorial Vid. Se intervino el manga original del grupo editorial vid, recortando los globos de diálogo



**Fig. 58** Página original del capítulo 142 del manga *Bleach* de Tite Kubo publicado en la revista *Shonen Jump* en el 2005 y la intervención realizada por Lourdes Castillo en Mayo del 2012.



y dibujando directamente sobre el papel con lápices de colores, crayolas y plumas de colores; también se desordenó el seguimiento de las páginas para no dar pie a la lectura narrativa original y finalmente se unió en un formato diferente al encuadernado original.

Al finalizar el trabajo, la obra logró generar un lazo emocional con la autora, pero este lazo se vuelve menos evidente para el público que el lazo que une a los autores de FanArt con su obra.



**Fig 59.**Detalle de tres páginas y vista completa de la obra *Intervención a Rosa Rubicundidor, Lirio Candor.*(2012) de Lourdes Castillo.

### **Serie Mundo Pokemon**

Otro aspecto importante en el trabajo de FanArt es la privacidad de las referencias. Los autores y autoras de FanArt suelen plasmar en imágenes

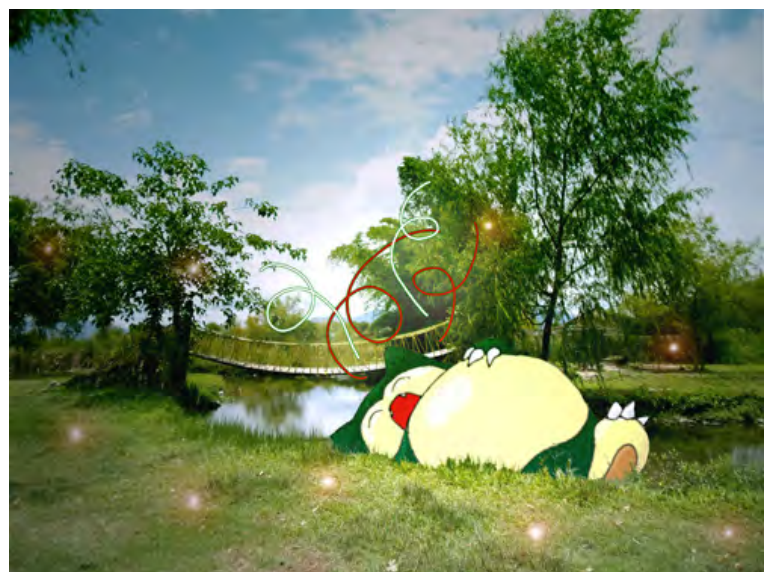
los resultados de conversaciones con grupos muy pequeños o posturas específicas de cierta parte de la comunidad fan de una ficción mediática. Para explorar este aspecto se decidió realizar una serie de imágenes a modo de ilustraciones de historias creadas a partir de un juego de rol a propósito de la ficción mediática *Pokemon* perteneciente a Nintendo, en el que la autora participa con regularidad.

A partir del collage digital se realizó una serie de cuatro imágenes que ilustran un momento específico en alguna de las historias creadas en el juego de rol. La serie terminada funciona como collage, pues es una mezcla de personajes animados reconocidos por la comunidad en general como parte de una franquicia, y paisajes fotográficos, lo que facilita su interpretación por parte del común de la audiencia. Al mismo tiempo, estas imágenes fueron fácilmente aceptadas como FanArt por la comunidad fan de la ficción mediática *Pokemon* y recibida con entusiasmo por el grupo que había creado las historias que ilustran las imágenes, lo cual se reflejó en su uso como imagen de portada en diversas redes sociales.

De este experimento fue posible concluir que el ejercicio de crear imágenes a partir de referencias privadas es una forma de crear en colectivo, ya que fomenta el sentimiento de unión entre los integrantes de una comunidad



**Fig 60** *Amita's Team* (2012) de la Serie *Mundo Pokemon*  
Collage digital  
Lourdes Castillo



**Fig 61** *Hay un Snorlax en la pradera* (2012) de la Serie *Mundo Pokemon*  
Collage digital  
Lourdes Castillo





**Fig 61 A** (2012)  
de la serie *Fuego vs Fuego*  
Fotografía digital  
Ensamble  
Lourdes Castillo

## Ensamble

Para estos trabajos se retomó el lazo afectivo como tema principal. Mientras en el trabajo *Intervención a Rosa Rubicundidor*, Lirio Candor, se tenía un lazo con la ficción mediática, en los trabajos de ensamble se buscó explorar el lazo afectivo directamente con los personajes de ficciones mediáticas. Para ello se realizaron tres trabajos de ensamble, utilizando figuras coleccionables de personajes mediáticos que la autora había reunido en una colección personal durante casi diez años. Estos ensambles no dañaron en ningún aspecto la figura coleccionable y dado el apego afectivo de la autora hacia las mismas, los ensambles se plantearon como efímeros, dando como principal producto tres series fotográficas. Las tres series fotográficas fueron *Fuego vs Fuego* (fig. 61), *Alien Zone* (fig. 62) y *Fairy Girl* (fig. 63). Estos ensambles buscaron como primer objetivo hablar sobre los personajes de ficciones mediáticas.



**Fig 62 Alien Zone 3** (2012)  
de la serie *Alien Zone*  
Fotografía digital  
Ensamble  
Lourdes Castillo



**Fig 61** F17 (2012)  
de la serie *Fairy girl*  
Fotografía digital  
Ensamble  
Lourdes Castillo

### Taller de libro Alternativo

Durante el tercer periodo de producción la intención era hablar del medio del FanArt mediante la producción de libro alternativo; sin embargo, los medios resultaron incompatibles.

En la introducción del libro *Los Otros Libros* de Raúl Renán (UNAM 1988) Arturo Velázquez Jiménez define la función del libro de la siguiente forma:

*“El libro, cualitativamente, a diferencia de los medios electrónicos de información, instauro en todo su proceso — desde la producción hasta que el volumen llega a manos del lector — una situación ideal de diálogo entre el emisor y el receptor: El libro es siempre reciprocidad. Más aún, el libro expresa básicamente una comunidad de conocimiento entre el autor, el editor y el lector, y es además motivo de gozo material. “*

La producción de libro alternativo está íntimamente ligada a la creación artística, no sólo a su producción. Es decir, su postura de re apropiación del libro como soporte para un discurso visual diferente al discurso que ofrece un libro tradicional, lo conlleva a buscar el reflejo de la identidad del autor como discurso personal a través de creaciones nuevas imágenes únicas. Esta necesidad imperiosa de originalidad en los libros alternativos frena su acercamiento al FanArt, donde el imaginario visual colectivo es más fuerte que la búsqueda de identidad del autor. Esta incompatibilidad de procesos no está en la imagen, ni en el autor; está indudablemente en el medio, en el discurso de la expresión artística y la expresión del FanArt.



**Discusión**  
**Capitulo 4**



## 4. Discusión<sup>19</sup>

### Capítulo 4

El capítulo cuatro está planeado para exponer las ideas y argumentos para interpretar los resultados mostrados en el capítulo anterior y dar pie a las conclusiones.

En el presente capítulo se relaciona la bibliografía comentada en el capítulo 1, los resultados obtenidos expuestos en el capítulo 3; las preguntas de investigación planteadas en la metodología y los objetivos expuestos en el protocolo de investigación; dando tres líneas de discusión dirigidas a responder las preguntas de investigación.

#### 4.1 Primera Línea de Discusión: La estructura del discurso y el proceso creativo en el FanArt

Para responder a la pregunta de investigación ¿Cómo son los procesos productivos y creativos de los autores de FanArt en México? primero es necesario describir la estructura del discurso en el FanArt, pues al igual que en el arte y el diseño gráfico la estructura del discurso es la que permite o no cierto tipo de procesos creativos.

La estructura del discurso del arte se sostiene por sí misma, desde una tradición heredada de las estéticas filosóficas, la antropología y la semiótica de la imagen. La estructura del discurso del diseño gráfico surge desde la frontera del discurso de las artes, construido de una mezcla de distintas disciplinas que responden a problemas prácticos y concretos de la modernidad. El FanArt no se sostiene en ninguna de estas dos estructuras, sobrevive sólo bajo el contexto específico de la invasión de los medios masivos de comunicación en comunidades de solvencia económica. La estructura del discurso del FanArt se basa en la posibilidad de transformar los textos-imágenes-mitos tantas veces como sea posible, y compartirlos para satisfacer una necesidad social que surge por la misma exposición de los mitos mediáticos. Por ello, posee una estructura hipertextual.

Según Ted Nelson, creador del término /hipertexto/, la literatura es “*un sistema en evolución de documentos interconectados. En cada literatura en evolución existen interpretaciones y reinterpretaciones continuas. Las relaciones entre documentos nos ayudan a seguir la conexiones*” (Nelson 1992: 2-8). El hipertexto, en otras palabras, es un sistema digital textual construido a imagen y semejanza del sistema textual literario (Scolari, 2003)

¿Cómo se liga esto con la comunidad fan productora de imágenes? Si bien el hipertexto surge pensado para la literatura; los textos como tales no son

19 Se utiliza discusión como traducción del inglés *discussion*, que puede ser interpretado también como debate; sin embargo por un apego a la bibliografía utilizada al realizar los procesos metodológicos se usará discusión para el título del capítulo. Se utiliza la bibliografía de Loraine Blaxter expuesta en *Cómo se hace una investigación* de editorial Gedisa (2006)

sólo la palabra escrita o hablada; sino todo aquello que pueda ser leído, todo aquello que forme parte de un lenguaje: las imágenes, las personas, los sonidos, los movimientos.

Así, el hipertexto es una estructura, aunque sus mejores ejemplos siguen siendo ejercicios literarios. Lo importante está en la concepción de un texto que en su propia estructura incluye la posibilidad de generar, gracias a la participación activa del lector, cadenas de significantes que pueden ser distintas en cada lectura (De Vecchi, 2003).

La ficción mediática genera una comunidad de fans a su alrededor, esta comunidad crea imágenes al respecto de esta ficción y las comparte entre ellos mismos. Al ir creando estas imágenes resignifica la ficción inicial creando una relación de poder y una línea de afectos. En este grupo surge alguien que dará su opinión sobre la re significación que se le está dando a la historia (aca-fan). El fan se moverá libremente de la ficción verdadera a las derivaciones recicladas, transformará el texto de nuevo y luego volverá a él. En este caso no sólo la creación tiene significado, no sólo la crítica tiene significado; sino que el movimiento que hace el fan entre estos textos es lo que crea la comunidad. El movimiento es lo que crea los significados, es en la estructura donde está inscrita la hipertextualidad.

Ya que se ha descrito la estructura de la comunidad productora de FanArt es necesario centrarse en la pregunta de investigación ¿Cómo son los procesos productivos y creativos de los autores de FanArt en México?

La estructura hipertextual de la comunidad productora de FanArt permite procesos creativos complejos, que parecieran tener rasgos en común tanto con el arte visual como con el diseño gráfico. Los artistas visuales documentan los procesos creativos como consecuencias de procesos personales afectados directamente por su producción anterior y consecuente; mientras el diseñador gráfico tiende a documentar el proceso creativo de proyectos específicos, enfocándose más en la información obtenida del medio que en su experiencia personal. Para el autor de FanArt, el proceso creativo no empieza y termina con la imagen, es a través de la participación en diversas actividades dentro de la comunidad fan que surge su producción visual, que, hasta antes de la producción del personaje original, es más bien anecdótica. El autor o autora de FanArt reconoce su producción como un proceso largo y colectivo, pero no inicia su documentación hasta que no se ve involucrado en proyectos específicos. Además, le cuesta definir la información que obtiene del medio, de la ficción mediática; la información que crea la comunidad y la que él mismo aporta. Bajo estos argumentos

pareciera que tiene rasgos en común con ambos procesos, sin embargo, el proceso de creación del FanArt posee dos elementos que lo separa definitivamente del proceso de creación de la obra visual del arte y el diseño gráfico: su naturaleza colectiva y la satisfacción ante los procesos de reciclaje pre-creación.

En la comunidad fan, una ficción mediática será cuán importante como la cantidad de fans que lo hayan “amado”. No es suficiente con que lo hayan visto, tiene que haber sentimientos de por medio y compartirlos a través de la creación. Entonces, ¿dónde termina la creación de un FanArt? No es al terminar la obra; cuando la obra está sólo en el papel o en la pantalla, es un dibujo; cuando se socializa se convierte en un FanArt, se convierte en un relato que habla sobre un mito, es la imagen del afecto al mito y el afecto importa en cuán colectivo sea, en la medida en que pueda seguir transformándose, en cuántos otros fans capturen la imagen, se la apropien y la reciclen. Por lo tanto en el FanArt no habrá figuras, no habrá genios creativos; habrá imágenes empáticas, foros, discusiones, *shipping war*.<sup>20</sup> Son ejercicios de re-ciclo, los procesos de precreación posibles para la masa (Vilém Flusser, 2010; 68). Sin embargo, estas continuas recreaciones no serán infinitas, lo parecerán a nivel social mientras no desaparezca la comunidad productora; pero desaparecerán a nivel del individuo, quien, una vez iniciado en el proceso creativo agotará sus recursos, ya sea deteniéndose en su producción para dedicarse a su recolección y análisis a través de otros medios (aca-fan<sup>21</sup>) o saltando a la creación del personaje

original; donde los procesos creativos del arte o el diseño gráfico serán identificables.

#### 4.2 Segunda Línea de Discusión: ¿Qué es la imagen del FanArt?

En el presente apartado nos enfocaremos en la pregunta de investigación ¿Qué características físicas, semióticas y gráficas tienen las obras visuales creadas por la comunidad de fan del anime y manga en México? El capítulo 3, Resultados, se dedicó a describir las características físicas y gráficas de la producción de FanArt, por lo que este apartado se enfocará en las características semióticas. ¿Qué significan las imágenes en el FanArt? Podemos responder esta pregunta desde diferentes perspectivas

**El FanArt para el Fan:** El FanArt, dentro de la comunidad creadora, muestra conversaciones entre el autor-comunidad y el mito mediático. Para el Fandom, la conformación, publicación o colección de una determinada imagen determina la postura, opinión o sentimiento que tiene el individuo con respecto al mito mediático; es decir la identidad que tendrá el fan dentro

20 Dícese de la práctica popular de realizar productos, ya sea imágenes, escritos, canciones o argumentos que apoyen a una pareja romántica en una ficción mediática y desacredite a otra.

21 Término acuñado por Henry Jenkins en 1999 que refiere a el Fan que estudia la comunidad de la que forma parte.

de la comunidad. Las imágenes se convierten en extensiones del sentir del fan. Bajo esta perspectiva el FanArt podría verse como un retrato no presencial. La expresión más visible de este enfoque es el Fanart de retrato de presentación.

**El FanArt como discurso:** Las obras en el arte y el diseño gráfico se diferencian, sobre todo, en sus procesos creativos y en la estructura del discurso de las disciplinas que los conforman, por lo que, en ciertas ocasiones, es complicado diferenciarlas con tan sólo verlas. Esto no ocurre en el FanArt. Al observarlo es claro que pertenece a la comunidad fan, cuando existe la duda sobre si una imagen está correctamente catalogada como FanArt, deja de serlo, porque ha superado los propósitos de la imagen en sí. Deja de referir al afecto de la comunidad y el mito para convertirse en la expresión del imaginario del autor o autora aun influenciado por los mitos mediáticos o de sus necesidades específicas de expresión visual, tal es el caso de los personajes originales, siempre que sean verdaderamente originales desde su narración de origen, que no hayan sido creados como parte del universo de una ficción mediática. Al hacer esta diferencia, el FanArt no solo habla de los lazos afectivos o del mito mediático, habla para y desde sí mismo, para definirse y darle estructura al fandom. No es un retrato del autor, es un retrato del medio. Deja de ser la imagen por sí misma, para convertirse en la imagen antes que ella. Esto se ejemplifica con el FanArt de crossover o de universo alternativo, donde el FanArt es un discurso sobre la naturaleza del mismo fandom.

**El FanArt como ampliación del mito:** Si vemos el FanArt como una referencia al mito mediático de la imagen; no desde una perspectiva meta, a pesar de la gran cantidad de imágenes recursivas (sobre todo en los retratos de *self insert*); entonces el FanArt puede verse como un ejercicio de apropiación-representación cercano a los trabajos plásticos del collage y el ensamble. Sin embargo, la imagen del personaje de la ficción mediática no es una representación, es el personaje porque esa es su primera naturaleza; no es una referencia tautológica o un juego visual meta; es él mismo. Esta es la fuerza en la apropiación de la imagen, en el FanArt no son representaciones, porque los personajes son en su totalidad la imagen; por lo que consiguiendo crear una imagen de rasgos reconocibles como la imagen canon, el autor o autora se apropia completamente del mito, no lo refiere, lo amplía.

**El FanArt como experimentación de la imagen:** Durante la recopilación de datos y el análisis de las galerías de los autores de FanArt en México es



notoria la disminución de producción de FanArt al iniciar el trabajo original; sin embargo, no sólo cambia la producción de trabajo fan, sino el consumo de mitos mediáticos. Cuando se agotan los recursos propios del FanArt, y se recurre a medios expresivos más complicados y a la creación de mundos originales, cambia también la exigencia en la calidad del producto que se observa, tanto en la trama, la construcción de personajes y la calidad visual; se aprende a interpretar la imagen, especialmente la narrativa visual a una escala que antes no era posible; simplemente porque la sociedad no estaba expuesta a tal cantidad de imágenes. El creador de FanArt que llega hasta la creación de una obra seriada, así sea amateur, ha aprendido a reconocer y a re-crear lenguajes visuales. Desde esta perspectiva la imagen del FanArt es una experimentación de la imagen que se recibe; un desglose y análisis del lenguaje y del discurso visual notoriamente extranjero.

#### **4.3 Tercera línea de Discusión: Formas de socializar a partir de la imagen mediática.**

Para los autores de *FanArt* su trabajo es una forma de convivir con la comunidad, para la comunidad, el *FanArt* es una expresión de valores derivada de la exposición continua a los mitos mediáticos.

*“(...) en verdad me gusta dibujar personajes que me gustan, a veces también hago FanArt por convivencia. Me explico, entre colegas dibujantes nos hacemos dibujos, y a veces me piden fanarts de personajes que les gusta.”*

(Panza, 2012)

Lo anterior puede respondernos a nuestra última pregunta de investigación: ¿Por qué produce este tipo de imágenes la comunidad fan del anime y manga en México? De nuevo, no debemos conformarnos con la primera respuesta.

Si comprendemos el *FanArt* como uno de los procesos de reciclaje del mito mediático, entonces el *FanArt* pasa a convertirse en un rito, algo que acontece repetidamente al respecto de los mitos y que cohesiona a la cultura seguidora de la mitología mediática. El *FanArt* ya no es una imagen, es una acción.

Preguntemos entonces ¿por qué estas comunidades crean este rito?

Me permito remitir al “*compro luego existo*” de Bárbara Kruger (Larrañaga, 2001: 41). La sociedad capitalista capitalizó el entretenimiento y el imaginario colectivo, el *FanArt* y el *Fandom* en general son la proyección de los intentos de recobrar el control sobre la cultura pop. Con el auge de internet,

la consolidación de las comunidades *fan* y, sobre todo, la revelación de las corporaciones al darse cuenta que apoyar a estas comunidades les da aún más ganancias, da la impresión que en realidad, estos mitos ya les pertenecen a los *fans* . Para la comunidad *fan* no es interponerse a la existencia a través de la compra de mitos, sino preguntarse ¿qué hacer con ellos? Ya no es suficiente el “*ver juntos*”, es el “*sentir juntos*”, “*compartir, pensar, publicar, hablar en colectivo*” de ahí la desfiguración del autor en la publicación del *FanArt*. La comunidad *fan*, el *fandom*, transforma los procesos de creación de imágenes del arte visual y el diseño gráfico; en procesos de conformación y reciclaje de imágenes, porque es la forma más fuerte que tienen de apropiarse e intimar con la imagen, y si la imagen es el mito; entonces no hay forma más fuerte de mantenerse juntos.



## **Conclusiones**



## Conclusiones

La cultura de masas transforma las ficciones mediáticas en mitos y las actividades alrededor de estas en ritos, incluyendo el FanArt. Desde esta condición, el FanArt logra, a través de la conformación y reciclo de imágenes: Incitar a procesos creativos cercanos a los utilizados en la creación de arte y diseño gráfico.

Crear lazos sociales y reforzarlos.

Definir la identidad de la comunidad fan frente a la sociedad.

Definir la identidad del individuo creador de FanArt frente a la comunidad fan.

Que las comunidades productoras de FanArt obtengan poder ante la privatización de la cultura.

Todo esto, desde su condición de rito; desde su condición de proceso dentro de una comunidad que lo realiza para reforzar el mito que les da estructura; sin embargo, para el diseño gráfico es más importante saber qué nos está diciendo el FanArt como imagen.

La imagen del FanArt puede definirse desde cuatro perspectivas diferentes: como un retrato del autor o autora frente a la comunidad fan, como una forma de interactuar con el discurso del medio que produce ficciones mediáticas, como un ejercicio de ampliación de los mitos mediáticos y como la experimentación y análisis del discurso visual recibido a través de las ficciones mediáticas.

Lo que la ficción mediática ofrece a la comunidad cuando ésta la adopta como mito es un marco de referencia, una historia que transmite valores y emociones. Esta historia tiene un principio literario, proveniente de una estructura del discurso lingüístico; aunque su salida final sea en imágenes, éstas son imágenes secuenciadas y rítmicas. Una de las formas de analizar estas historias es creando FanArt, las cuales son imágenes aisladas y retratos de personajes en escenas estáticas. En estas imágenes no sobresale la composición ni la técnica; sino la cantidad, la repetición de la misma imagen una y otra vez; que se mueve de un emisor a otro, creando redes y comunidades que se autodefinen por la creación y recolección de la imagen del FanArt. En este sentido el discurso lingüístico (el mito) es recibido por el fan y éste lo analiza a través de la imagen del FanArt; la palabra se escucha y se responde con la imagen; esto es un cambio en la

estructura de la construcción de discursos de la tradición científica, donde se observa para entender y se pronuncia la palabra para transformarlo en conocimiento.

Es ahí donde radica su importancia para el diseño gráfico, o para el estudio de la imagen en general. El FanArt, como imagen, se desprende de su valor denotado y se afianza al valor connotado, es valor dado por el simbolismo, por la comunidad que puede leer la broma privada; y entre más posible sea que el espectador ajeno pueda comprender el significado connotado del FanArt, menos fuerza tendrá la imagen desde su lógica de trabajo fan.

La diferencia entre la imagen del FanArt y la imagen del arte o el diseño gráfico, es que estas dos últimas proceden de discursos a los que les importa ser entendidos, les preocupa su significado frente al público. A la imagen del FanArt no le importa, ya que se conforma como imagen en el entendido del imaginario colectivo, la motivación para crearlo es su entendimiento *a priori*; el fan retrata a un personaje porque lo entiende y entiende el discurso de la ficción mediática de donde proviene. Es un ciclo de autocomplacencia, donde cuando el autor o autora agota el reciclo de la imagen-mito busca crear los propios. El *self insert*, el *crossover*, los *gender bender*,<sup>22</sup> los universos alternativos, la *mary sue*,<sup>23</sup> todos son recursos creados para alterar el mito mediático y alejarse de él; porque entre más compleja se vuelva la imagen en el FanArt menos necesitará de un mito mediático que le dé valor dentro de la comunidad. No, el FanArt no llegará a las galerías de arte, no se discutirá si es o no diseño gráfico; porque justo cuando sea aceptado en la discusión dejará de serlo; porque estará utilizando recursos que se salen de su estructura de origen.

Además, el valor dado al autor y a la originalidad en los demás procesos de producción de imágenes, especialmente en el arte y el diseño gráfico, niegan la posibilidad del uso de las estructuras de creación colectiva del FanArt.

El FanArt es la respuesta de una parte de la sociedad de masas a la sobre exposición de la imagen, es el aprendizaje autodidacta de una juventud no educada en el análisis del discurso visual; pero que a través de la creación de redes sociales donde pueden compartir estas obras visuales, se acercan al entendimiento de la imagen y sus diferentes procesos de producción.

22 Dícese de la práctica de modificar el género de un personaje ficticio.

23 Nombre con el que se le conoce a los personajes originales creados dentro de mundos ficticios no propios, cuya construcción de personaje se basa en ser perfecto.



# ANEXO

## Directorio de autores



**Arminis**  
<http://arminis.deviantart.com/gallery/>



**Mangaza**  
<http://mangaza.deviantart.com/>



**Haru-saku**  
<http://harusaku.deviantart.com/>



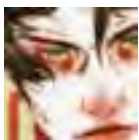
**Panza**  
<http://panza.deviantart.com/>



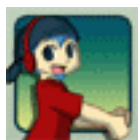
**Hateless-Kuroyuki**  
<http://hateless-kuroyuki.deviantart.com/>



**Raven.sin-pantalones**  
<http://raven-sin-pantalones.deviantart.com/>



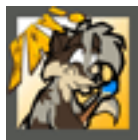
**Idaiku 17 (Chuka man)**  
<http://idaiku17.deviantart.com/>



**Thiefworld**  
<http://thiefworld.deviantart.com/>



**Jesonite**  
<http://jesonite.deviantart.com/>



**Toon ca 7**  
<http://toon-ca7.deviantart.com/>



**Kiapen**  
<http://kiapen.deviantart.com/>



**Zero Vaquero**  
<http://zerovaquero.deviantart.com/>



**Kokoro-Uchiha**  
<http://kokoro-uchiha.deviantart.com/>



## Bibliografía y Referencias

1. Álvarez Junco (2009). *El diseño de lo Incorrecto, la configuración del humor gráfico*. Buenos Aires. La Crujía
2. Ávila Guzmán (1991). *La Vida Social como un Sistema de Signos. Antología del Estructuralismo*. México. ENAP, Acatlán, UNAM.
3. Ávila H., C. T. (2006). "Juventudes en la Posmodernidad Mexicana. Identidades Flexibles: dos experiencias con jóvenes urbanos." *JOVENes Revista de estudios sobre la Juventud* 24, 182-201. México. Centro de investigación y estudios sobre la juventud.
4. Ayala Edgar (2013). *El proceso del diseñador en una publicación periódica*. Tesis de licenciatura publicada en línea. Universidad Nacional Autónoma de México. México. Recuperada en enero de 2014 en: <http://132.248.9.195/ptd2013/agosto/0700620/Index.html>
5. Balardini, S. (2004). De Deeja y Civerchabones, Subjetividades juveniles y Tecnocultura. *JOVENes Revista de Estudios sobre la Juventud* 20, 108-139. México. Centro de investigación y estudios sobre la juventud.
6. Balderrama Gastelú, L., & Péres Hernáiz, C. C. (2009). *La elaboración del Ser Otaku desde sus prácticas Culturales, la interacción con el otro y su entorno*. Tesis. Caracas, Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.
7. Barthes R. (1968) *La Muerte del Autor*. Chile. Universidad de Chile.
8. Barthes R. (1970). *Retórica de la Imagen La Semiología*. Buenos Aires.
9. Blaxter L., Hughes C., Tight M. (2006). *Cómo se hace una Investigación*. Barcelona, Editorial Gedisa.
10. Bolívar E., Lazo P., Lizarazo Diego (2007) *Sociedades Icónicas*. México, Siglo XXI.
11. Botrugno S. (ed.) (s/f) *Del lenguaje visual al libro objeto. Selección de textos*. Argentina, Imdafta.
12. Calvera Anna (2010) Cuestiones de fondo: la hipótesis de las tres historias del diseño. En Salinas O. & Losada A. (ed.) *Diseño e Historia. Tiempo, Lugar y Discurso*. (p 63- 86) México. Editorial Designio.

13. Calvera A. (2005) Antecedentes. En A. Calvera, *Arte ¿ Diseño* (p 1-17). España: Gustavo Gili.
14. Contreras Itzel (2008). *La imagen de la ciudad en las series de pinturas de las invasiones a los intercambios: revisión de un procesocreativo*. Tesis de maestría publicada en línea. Universidad Nacional Autónoma de México. México. Recuperado en enero de 2014 en: <http://132.248.9.195/ptd2009/junio/0643940/Index.html>
15. Costa, J. (2010) *La Comunicación 10 voces esenciales*. Barcelona. CPC editor.
16. Chávez Guerrero, J., Sánchez Ventura, N., & Zamora Águila, F. (2010). *Arte y Diseño. Experiencia, creación y método*. México. Universidad Nacional Autónoma de México.
17. Derridá, J., (1989). *La Escritura y la Diferencia*. España, editorial Anthropos.
18. DevianArt.com. (2012). Recuperado el abril de 2012, de <http://help.deviantart.com/>
19. Eco Umberto (2005). *El Superhombre de Masas*. México. Editorial Debolsillo.
20. Eco Umberto (2011). *Apocalípticos e Integrados*. México DF: Fábula TUS QUETS editores.
21. Escobedo Larisa (2008). *Estados liminales en la obra plástica. Fundamentos de un proceso creativo*. Tesis de maestría publicada en línea. Universidad Nacional Autónoma de México. México. Recuperada en enero de 2014 en:
22. Esteban, M. H. (2000). *La obra Póstuma de Yuri Lotman*. España, Cuadernos de Filología Italiana.
23. FESTO comic. (Noviembre de 2012). [festocomic.com](http://festocomic.com). Recuperado el 22 de febrero de 2013, de [festocomic.com](http://festocomic.com)
24. Flusser Vilém (2010). Kitsch y poshistoria. En Costa, J. (ed.). *La Comunicación 10 voces esenciales* (p 61-70). Barcelona: CPC editor.
25. Flusser, Vilém (2011). *Hacia el Universo de las Imágenes Técnicas*. México: Universidad Nacional Autónoma de México
26. Gantus Luis (2008) *Conque, la primera de todas*. Recuperado en marzo 2013 en: <http://estoesferpecto.produccionesbalazo.com/?p=158&cpage=1#comments>
27. García N. C. (2004). "Culturas Juveniles en una época sin Respuesta". *JOVENes Revista de estudios sobre la juventud*

- 20, 42-51. México. Centro de investigación y estudios sobre la juventud
28. García N. C. (2010). *La sociedad sin Relato, Antropología y Estética de la Inminencia*, México. Katzeditores.
29. Gerardo, K. Á. (2009). *Monografía sobre la Cultura Otaku*. Tesina. Boca del Río, Veracruz. Universidad Villarrica.
30. Gómez-Palacio, B., & Vit, A. (2011). *Guía Completa del Diseño Gráfico. Compendio Visual y Reseñado sobre el Lenguaje, las aplicaciones y la historia del diseño gráfico*. Barcelona. Parramon Diseño.
31. González Ochoa (1986) *Imagen y Sentido, elementos para una semiótica de los mensajes visuales*. Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de Investigaciones filológicas. México.
32. Herrera Norma (1989). "La televisión mexicana. Lo que pudo ser y no fue." *Revista ICYT* Vol. 11, No. 157. 2-15. México.
33. Hersal, L., (2012 a). Entrevista a autora de FanArt. México
34. Heskett, J. (2005). *El diseño en la vida cotidiana*. Barcelona. Gustavo Gili.
35. Idaku17, (2012 d). Entrevista a una autora de FanArt. México.
36. Imbert, G. (2006). Nuevos Imaginarios/ Nuevos mitos y Rituales Comunicativos: La Hipervisibilidad televisiva. *DeSignis. Mitos y Ritos en las Sociedades Contemporáneas* 9, 125-136.
37. Jasso Karla (2008) *Arte, Tecnología y Feminismo*. México. Universidad Iberoamericana.
38. Jenkins, H. (2009). *Fans, Blogeros y Videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós Editores.
39. John Heskett (2008). *El Diseño en la Vida Cotidiana*. España. CG Diseño.
40. Junco, M. Á. (2009). *El Diseño de lo Incorrecto. La configuración del humor gráfico*. Buenos Aires: Icrij'diseño.
41. Kartofel, Marin (1992) *Ediciones de y en artes visuales. Lo Formal y lo Alternativo*. México. Fomento Editorial UNAM.
42. Larrañaga J. (2001) *Instalaciones*. España. Editorial Nerea.
- Lizarazo Arias, D., Echevarría, B., & Lazo Briones, P. (2008). *Sociedades Icónicas*. México: Siglo XXI.
43. Lobo (2009) El Anime en México. *Conexión Manga* 200 p.p.

151. México. Vanguardia editores.
44. Lozano J. (1995). La Semiosfera y la Teoría de la Cultura. *Revista de Occidente. Número doble 145-146* Madrid, España.
45. Madera, M. C. (s.f.). *La influencia de la moda en el cambio social de los valores estéticos y corporales*. Madrid, España: Universidad Carlos III Madrid.
46. Mafesoli M. (2004) Juventud: el tiempo de las tribus y el sentido nómada de la existencia. *JOVENes revista sobre juventud 20*, 28-41, México. INJUVE.
47. Marafioti R., Cormick H., Lagorio C. (1996). *Culturas Nómades Juventud, culturas masivas y educación*. Buenos Aires. Editorial Biblos.
48. Marrone, G. (2006). Lugares comunes sobre Barthes. *DeSignis. Mitos y Ritos en las Sociedades Contemporáneas (9)*, 199-210. España. Editorial Gedisa.
49. Matus C. M. (2000) Tribus Urbanas: entre ritos y consumo. El caso de la Discoteque Blondie. *Última Década, revista de investigación y difusión poblacional, Viña del Mar, 13*. 97-120. Chile. Centro de Investigación y Difusión Poblacional.
50. Meléndez Crespo, A., & Bedregal, J. F. (2009). *Objeto, Tiempo, Espacio en la historia del Diseño*. México DF. Universidad Autónoma Metropolitana.
51. Morris Charles (1994) *Semiosis y Semiótica: Fundamentos de la teoría de los signos*. Barcelona, Paidós Comunicación.
52. Mounin, George (1970) *Semiología de la Comunicación y Semiologías de la significación. Introducción a la semiología*. Barcelona. Editorial Anagrama.
53. Nava Daniela (2012 b). Entrevista a autora de FanArt. México
54. Panza (2012 c). Entrevista a una autora de FanArt. México.
55. Pérez Islas J. A, Valdés M.G., Suárez Z. M. H. (2008). *Teorías sobre la Juventud. Las miradas de los clásicos*. México. Editorial Miguel Ángel Porrúa.
55. Posada Margarita (2014). *Diseño gráfico y estructural para un envase contenedor de donas para la empresa "Donas Americanas": a manera de art toy*. Tesis de licenciatura publicada en línea. Universidad Nacional Autónoma de México. México. Consultada en enero de 2014 en: <http://132.248.9.195/ptd2014/enero/0707441/Index.html>



52. Quintana, M. J. (abril de 2008). *La Estética Otaku y el imaginario manga/ánime*. Recuperado el 3 de diciembre de 2009, de <http://www.psykeba.com.ar/articulos2/JB-Estetica-otaku-imaginario-manga-anime.htm>
53. Renan (1988). *Los Otros Libros, distintas opciones en el trabajo editorial*. México, UNAM.
54. Salinas Oscar (2003). El Diseño ¿es arte? en Calvera Anna (ed.) *Arte ¿? Diseño Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos* (pp. 102 -117). Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili.
55. Sandino, T. H. (2005). *Elementos gráficos del Manga como aportación al diseño y la comunicación visual*. Tesina. México DF: Universidad Nacional Autónoma de México. ENAP.
56. Saussure Ferdinand de. (1995). *Naturaleza del Signo Lingüístico: Curso de lingüística general*. México. Fontarama.
57. Sclaris, C. A. (2003). Hipertextos, Interfaces, Interacciones. deSignis. Corpus Digitalis. *Revista Semióticas del mundo digital* 5, 23- 34.
58. Schara, J. C. (2009). *Diálogos Transdisciplinarios. Arte y Sociedad*. Querétaro, México: Fontamara.
59. Subirats Eduardo (2001). *Culturas Virtuales*. México. Ediciones Coyoacán.
60. Vargas Llosa, M. (2010). *Elogio a la Lectura y la Ficción*. Estocolmo. Fundación Nobel 2010.
61. Vargas, H. G. (2011). Fans, jóvenes y audiencias en tiempos de la cultura de la convergencia de medios. A dos décadas de Textual Poachers, de Henry Jenkins. *RAZÓN Y PALABRA Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación* 75, 1-39.
62. Vitta, M. (2003). *El sistema de las imágenes. Estética de las representaciones cotidianas*. Barcelona. Paidós
63. Zamora Águila Fernando (2007). *Lenguaje, Conocimiento y Pensamiento. Filosofía de la Imagen*. México. UNAM – ENAP.

