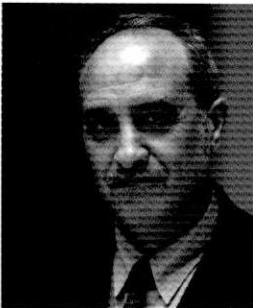


El humor se sirve de fantasías de apariencia inocua para una revisión crítica de nuestro sistema de pensamiento. En este libro se aborda el estudio del humor gráfico como paradigma de la eficacia en diseño, al servirse de un sistema de configuración peculiar para transmitir su incorrección conceptual. Eso exige una estudiada y medida planificación y un dominio absoluto de la simbología visual. La necesidad imperiosa de exitosa complicidad con el receptor –la correcta elaboración de lo incorrecto– lo convierte en observatorio de la comunicación visual más rigurosa.



Manuel A. Junco (Zamora, España, 1948) es Doctor en Bellas Artes por la Universidad Complutense Madrid, diseñador gráfico y director del Dpto. de Diseño y Artes de la Imagen hasta ser nombrado Vicerrector de Cultura de la UCM. Ha publicado humor gráfico en medios españoles (*Triunfo*, *El País*, *Interviú*) y norteamericanos (*Saturday Review-World*, NYC) y varios estudios teóricos (*Paperback*, España; *Design Discourse*, Japón). Ha sido reconocido como Profesor Honorífico del Humor por la Universidad de Alcalá de Henares (España), obtenido premios (Aydin Dogan Foundation) y realizado exposiciones de gráfica en España, Italia y EEUU.

www.juncohumor.com

Contenido

Agradecimientos.....	9
Prólogo.....	11
Introducción	15
1. La razón de la sinrazón.....	21
2. El diseño del humor gráfico y el diseño gráfico del humor	27
3. Los humores del Arte	35
4. El humor gráfico I. La imagen intencionada. La caricatura.....	49
5. El humor gráfico II. La imagen difundida.....	59
6. El humor gráfico III. La imagen leída	69
7. El pensar y el hacer del diseño.....	77
8. Creación y diseño	83
9. La configuración del humor gráfico	91
10. Contextualización	101
11. Trasgresión significativa.....	117
12. Complicidad	129
Conclusión.....	139
Bibliografía	141