

Jesús JIMÉNEZ VAREA.

(Universidad de Sevilla)

CONSTRUCCIÓN-LECTURA DEL CÓMIC DIGITAL

El propósito de la presente comunicación es explorar las modificaciones que el doble proceso de construcción y lectura de las historietas pueda experimentar en el marco del cómic digital.

1. ALGUNAS NOCIONES SOBRE LA CONSTRUCCIÓN DE LA HISTORIETA.

Como en el relato cinematográfico, el montaje constituye un primer dominador de la narración en el cómic porque impone a su material narrativo una cierta estructura organizativa. Esta organización de la información tiene su reflejo en el acto de decodificación durante la lectura de la historieta, en que se realizan en sentido inverso las operaciones de ensamblaje narrativo efectuadas por el historietista. De tomar las viñetas, las secuencias de viñetas y las superficies narrativas sincrónicamente visibles como unidades de construcción de la historieta, surge la organización en cuatro planos del estudio de la inscripción narrativa del historietista (Harvey, 1994: 14): la composición de la viñeta; el desglose narrativo; la puesta en página; y el estilo, un concepto mucho más amplio y de difícil precisión que alude vagamente al tipo gráfico empleado. Aunque para hacer posible la discusión se separen estos niveles del discurso, los cuatro están íntimamente ligados en la historieta resultante y el análisis de cada uno de ellos conduce con seguridad al de uno o más de los otros: “Probablemente un historietista no piense en ninguno de estos aspectos de su trabajo como algo completamente separable de los demás, pero sí seguirá un método en el que cada uno se asocia con una operación individual” (Ibidem).

2. LA REVOLUCIÓN DIGITAL DEL CÓMIC.

La introducción de la tecnología informática en el cuadro comunicativo de la historieta se ha verificado en tres ámbitos principales (McCloud, 2000):

- Producción.
- Soporte.
- Difusión.

En el terreno exclusivo de la producción, el empleo de aplicaciones informáticas ha afectado principalmente a los planos del estilo y la composición. La colección de cinco números *Shatter* (First Comics, 1985), obra del guionista Peter Gillis y del dibujante Mike Saenz, fue el primer cómic generado por ordenador. Producido en un Macintosh a partir de dibujos lineales digitalizados y alterados posteriormente, la peculiaridad más llamativa de su estilo gráfico era el aspecto granuloso de sus líneas, que atraía a los lectores al apelar a las expectativas despertadas por el advenimiento de una nueva era informática (Barker, 1997: 263). La herramienta informática no era aún más que un simple filtro para dotar a unos dibujos convencionales de un aspecto relativamente novedoso, puesto que el método de dibujo tradicional seguía estando en la base del proceso e incluso el coloreado se realizaba manualmente sobre los dibujos previamente manipulados por ordenador. Así pues, durante este primer período la manipulación digital fue el foco de atención de las historietas así tratadas, sin que aportara ventajas reales en el proceso creativo clásico sino constituyéndose como un paso adicional de rejuvenecimiento estético. Otros destacados ejemplos de esta tendencia fueron las novelas gráficas *Iron Man: Crash* (Marvel/Epic, 1988), obra también de Mike Saenz con William Bates al guión, y *Batman: Digital Justice* (DC, 1990) de Pepe Moreno. En la última, Moreno trabaja con escenarios y figuras tridimensionales que aportan un nuevo tratamiento a la planificación y el encuadre dentro de la composición de la viñeta, pues la dotan de una precisión geométrica difícilmente asequible a través de la interpretación manual de los diferentes puntos de vista. En todos estos casos, la tecnología empleada tenía su principal reflejo en la faceta temática de tal modo que los relatos se desarrollaban en una ambientación futurista

dominada por los ordenadores y en la que, por ejemplo, los virus informáticos ocupaban el lugar de villanos tradicionales (*Batman: Digital Justice*).

Las aplicaciones informáticas han encontrado su lugar como instrumentos de auténtica utilidad en el proceso de producción de las historietas cuando los autores dejaron de intentar adjudicarle protagonismo creativo. La elevada especialización de la cadena de producción industrial de cómics ha favorecido la inserción de diversas herramientas digitales en sustitución de la elaboración manual de algunos de los aspectos más repetitivos, como la separación de colores o la rotulación (Gibbons, 2001).

3. LA DISTRIBUCIÓN DIGITAL.

El apóstol de los cómics digitales, el historietista y teórico Scott McCloud, los define como “cómics que existen como información pura” (2000: 203). Puede tratarse de información almacenada en soportes discretos de almacenaje como el CD o de información cuya difusión se realiza también por medios puramente digitales a través de la red. En el primer caso, la distribución no dista excesivamente de la distribución tradicional de un producto impreso en la que impera la ley de relación inversa entre la magnitud de la tirada y el coste de la unidad. Esto, en combinación con la necesidad de recurrir a canales establecidos de distribución, perpetúa la hegemonía de ciertas temáticas y estéticas por motivos comerciales y morales. De hecho, en ámbitos democráticos, la regulación de contenidos en los cómics se ha ejercido principalmente a través del veto dentro de los circuitos de distribución (Nyberg, 1998: 104ss). En los cómics impresos, las pequeñas editoriales y los autoeditores no sólo no pueden ofrecer un producto con las mismas características por menos dinero sino que, a menudo, han de poner precios más altos porque las tiradas inferiores resultan proporcionalmente más caras y lo mismo se puede afirmar de su distribución. Además, puesto que se están eliminando gastos de papel, impresión, encuadernación, gestión editorial y distribución, tales precios deberían ser mucho más bajos que los de un cómic impreso hasta el punto de que el precio de un cómic de distribución digital podría ser la décima parte del precio de un cómic impreso (McCloud, 2000: 183).

Para tecnócratas como McCloud, la distribución *online* se plantea como la panacea a los problemas del medio, favoreciendo la diversificación de contenidos así como la posibilidad de introducción de editoriales independientes y autoeditores. Idealmente, en la red el mercado estaría guiado tan sólo por la demanda del mercado y

cualquier género de contenido podría empezar compitiendo en igualdad de condiciones sin que importase el *status* previo de la industria. A este optimismo han respondido críticos con el argumento: “En realidad, las mismas corporaciones que dominan, los medios, las telecomunicaciones, la programación de software y la fabricación de ordenadores están consiguiendo duplicar en la red exactamente el mismo grado de hegemonía que ya tienen en sus respectivos campos” (Groth, 2001: 37). Además, el bajo precio que los cómics de distribución digital podrían tener plantea un problema en el propio mecanismo de la transacción. Sería necesario un eficiente sistema de micropagos que actualmente no existe.

4. LOS CÓMICS DIGITALES.

Desde el punto de vista de la construcción-lectura del cómic, es el puro hecho del entorno digital lo que puede provocar las principales desviaciones respecto al proceso tradicional de integración y decodificación de elementos formales y recursos expresivos. El experto teórico del medio Antonio Lara previó eficazmente los derroteros por los que discurriría esta revolución a grandes rasgos: “Es muy posible que esa historieta futura –y ya, sin embargo, casi al alcance de la mano-, no necesite el papel ni la pluma... sino otros soportes distintos, que ofrecerán imágenes estáticas y dinámicas, sonidos y silencios, música, colores y diseños atrevidos, con infinitas y variadas formas de escritura, mediante despliegues tipográficos apabullantes” (Lara, 1996: 128).

Un primer aspecto interesante de la profecía de Lara es la posibilidad de asociar cómics y multimedia. La forma más simple de esta relación es la seguida por Art Spiegelman al comercializar en soporte CD la novela gráfica *Maus*, por la que le fue concedido el premio Pulitzer. Spiegelman se limitó a incluir en el soporte electrónico las páginas digitalizadas y sumarles bocetos, notas, documentación y vídeos en una línea similar a los extras incluidos en los DVD comerciales. También corresponde a esta categoría *Totally Mad* (Broderbund), una colección de siete CD en la que se recogen todos los números de la revista satírica *Mad* desde su nacimiento en 1952 hasta 1998. Las páginas digitalizadas están acompañadas de extras como un motor de búsqueda, música y animaciones.

Más interesantes y controvertidas resultan las producciones multimedia que incorporan elementos formales y narrativos del cómic, como *Star Wars: The Phantom Menace* (www.starwars.com) o *The Haunted Man* (www.darkhorsecomics.com). Está en

vigor el debate sobre la entidad como historietas de aquéllas cuyas viñetas contienen animaciones, efectos sonoros, diálogos interpretados por actores,... La discusión tiene lugar entre quienes lo acogen como historietas de pleno derecho y quienes opinan que se trata de un nuevo medio. Nuestra opinión es que dicha discusión está mal planteada desde su punto de partida pues, en realidad, no se trata de historietas ni de muestras de un nuevo medio sino de ejercicios de convergencia de varios medios en los que tal vez pueda existir un desplazamiento de la proporción de sus ingredientes hacia aquellos que proceden del medio cómic.

Si se restringe el concepto de historieta a una semiótica planaria integrada estrictamente por imágenes visuales fijas, el impacto fundamental del soporte digital deriva del potencial de la nueva superficie virtual de integración de las unidades narrativas básicas que son las viñetas y se habría efectuado sobre el plano constructivo de la puesta en página de la historieta, propiciando cambios sustanciales sobre la macrounidad significativa resultante.

El alejamiento del modelo de la página impresa se ha producido -generalmente en escasa medida- en un intento de adaptación a dos factores característicos del visionado en monitor: la forma de la propia pantalla y la menor resolución de la imagen frente a su equivalente impreso, lo cual es aún más marcado cuando el cómic es *online* y se trata de evitar una descarga prolongada manteniendo los archivos relativamente ligeros. Estas dos circunstancias no plantean excesivos problemas cuando se trata de formatos de historieta muy breves, como la tira, heredera de las series diarias de la prensa y que simplemente se abre de una sola vez, contando con sobrado espacio dentro de la pantalla. La necesidad de elegir un modelo de exhibición de los cómics digitales se impone cuando se tratan de abordar relatos más largos y en formatos de mayor extensión espacial.

Una de las opciones elegidas por numerosos historietistas, y que es la más primitiva en cuanto a proximidad al modelo impreso, es la de concebir la pantalla como una página apaisada o, más concretamente y por razones geométricas obvias, como lo que sería la mitad horizontal de una típica página rectangular de papel, por ejemplo, *Argon Zark* de Charlie Parker o *Leisuretown* de Tristan Farnon. En tales casos, los bordes de la pantalla actúan como límites de una superficie aproximadamente rectangular que el historietista se encargará de teselar al organizar sobre ellas las viñetas de su relato. Este historietista, aferrado a la concepción del cómic impreso, halla incluso

un sucedáneo del acto de pasar la hoja en el hipervínculo que le permite enlazar su pantalla-página con la siguiente.

La escasa resolución supone un severo freno al número de viñetas que el lector puede apreciar correctamente y de manera simultánea sobre la pantalla obligando a emplear un reducido número de viñetas por página y/o a incluir una herramienta de lupa que permita al lector aumentar el tamaño de sectores de la página completa. Este camino ha conducido a uno de los modelos más empleados de presentación de historietas digitales: hacerlo viñeta a viñeta, asimilando pantalla a viñeta y normalmente disponiendo el hipervínculo directamente sobre la viñeta, por lo que este sistema se denomina *click-through*. Tal procedimiento es el seguido por historietistas como Mark Martin (*Crazy Boss*) dotando de una considerable agilidad a sus relatos pero eliminando por completo el efecto cooperativo de integración de viñetas en una puesta en página. Este sistema es especialmente apropiado para la articulación de las ramificaciones narrativas de cómics interactivos basados en hipertextos, como *Impulse Freak*, donde los lectores pueden escoger entre un pequeño número de opciones en puntos de giro de la trama.

Aunque el lastre de la página como superficie tradicional del cómic sigue pesando sobre la mayor parte de las producciones historietísticas en entorno digital, no se puede dejar de especular con ir más allá de la idea de que “a veces el marco de la imagen define un nuevo orden de realidad respecto al resto de las imágenes que le sirve de contexto” (García Jiménez, 1994: 317). Este paso consiste en abrazar plenamente el potencial de un lienzo virtualmente infinito que ofrece el entorno digital y concebir la pantalla no como la página sino más bien como la ventana a través de la cual asomarse a una vastísima página (McCloud, 2000: 200ss). Puesto que no hay una limitación de superficie equiparable a la de la página impresa, se abre el camino hacia utilidades muy novedosas del espacio en las que la barra de *scroll* sería el instrumento de navegación-lectura, en lugar de la vuelta de página o el hipervínculo antes mencionado.

Hasta ahora sólo McCloud ha explotado con cierta profundidad el filón de la página infinita, pero de esta breve experiencia ya han surgido nuevos elementos formales como las líneas de contacto entre viñetas que se encargarían de guiar al lector por unas historietas en las que se podría violar la regla de la Z. Este hecho es considerado por McCloud como una liberación de una dictadura impuesta por el soporte impreso sobre la historieta así como lo sería el sistema de referencia ortogonal que tiene su representación obvia en la propia página rectangular. Sin embargo, no nos parece tan

evidente que el orden de lectura y la referencia rectangular sean consecuencias del soporte impreso pues bien podría tratarse de manifestaciones de cualidades perceptivas innatas o, al menos, mucho más antiguas (Groupe μ , 1993: 339ss) que se perpetúan en la pantalla del monitor y la propia barra de *scroll*.

CONCLUSIONES.

Pese a no compartir plenamente el desmedido entusiasmo de McCloud, consideramos que el entorno digital abre nuevas puertas al desarrollo del sistema narrativo del cómic en el que debería poder desarrollarse un nuevo y específico arsenal de recursos. El *handicap* de este desarrollo es, por el momento, la imposibilidad de comercializar eficazmente estas obras puesto que no existe un mercado ni los mecanismos para implementarlo. Si la ausencia de afán comercial puede constituir un tanto a favor de una creatividad no condicionada, también supone una limitación de la dedicación que tales proyectos puedan llegar a recibir.

Referencias bibliográficas

- BARKER, M. (1995): "Ordenadores y cómics. Centrando la atención en la imagen". En *La imagen fotográfica en la cultura digital*, M. Lister (ed.), 245-278. Barcelona: Paidós.
- GARCÍA JIMÉNEZ, J. (1994): *Narrativa audiovisual*. Madrid: Cátedra.
- GIBBONS, D. (2001): "Layout and Drawing Using the Computer". *Draw!* 1, 3-12.
- GOLD, M. (1985): "Technocomics". *The Comics Journal* 101, 94-96.
- GROTH, G. (2001): "McCloud Cuckoo-Land". *The Comics Journal* 232, 32-40.
- GROUPE μ (1993): *Tratado del signo visual*. Madrid: Cátedra.
- HARVEY, R.C. (1994): *The Art of the Funnies. An Aesthetic History*. Jackson: University Press of Mississippi.
- LARA, A. (1996): "Tebeos: los primeros 100 años. 1896-1974". En *Catálogo de la exposición Tebeos: los primeros 100 años*, A. Lara (ed.), 29-128. Madrid, Biblioteca Nacional-Anaya.
- MCCLOUD, S. (2000): *Reinventing Comics*. Nueva York: Perennial.
- NYBERG, A. K. (1998): *Seal of Approval. The History of the Comics Code*. Jackson: University Press of Mississippi.