

# El webcómic interactivo como narrativa transdisciplinar

*en la era de la cultura digital*

*The Interactive Webcomic as Transdisciplinary Narrative in the Age of Digital Culture*

Esta obra se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

Patricia Ayala García y Heliodoro Santos Sánchez

## Resumen

Este texto presenta al webcómic interactivo como un nuevo ejercicio de narrativa transdisciplinar que, a partir de sus características propias, ha llegado a formar parte de la experiencia colectiva en la cultura digital. El webcómic cumple con la función cibernética de conectar comunidades de creativos interesados en conocer cómics a través de las plataformas digitales. El texto también plantea que el webcómic es una parte fundamental en la nueva era de interconectividad entre comunidades creativas alrededor del mundo.

**Palabras clave:** Webcómic, Interactividad, Nuevas tecnologías, Arte digital

## Abstract

This text exposes the interactive webcomic as a new exercise in transdisciplinary narrative that, based on its characteristics, has become part of the collective experience in digital culture. The webcomic fulfills the cybernetic function of connecting communities of creative people interested in reading comics through digital platforms. The text also states that the webcomic is a fundamental part in the new era of interconnectivity between creative communities around the world.

**Key Words:** Webcomics, Interactivity, New Technologies, Digital Art

**Patricia Ayala García.** Mexicana. Profesora e investigadora de tiempo completo en el Departamento de Artes Visuales del Instituto Universitario de Bellas Artes de la Universidad de Colima, México. Estudió dos maestrías y un doctorado en la Universidad de Columbia en la ciudad de Nueva York. Mercedora de las becas Fulbright, FECA, FONCA, INBA, PADID y SEP para estudios en el extranjero. Cuenta con cinco libros editados y ha publicado en revistas indexadas de México, Chile y España. Ha participado en 21 exposiciones colectivas de fotografía, pintura y escultura en México y Estados Unidos. Actualmente es directora de la Sociedad de Narradores Gráficos de Colima (SoNaGraCo) y realiza investigaciones sobre narrativa gráfica, tema que ha trabajado y divulgado desde 2005. Ha presentado ponencias en encuentros internacionales en Nueva York, Estocolmo y Ámsterdam. En 2016 fue ponente invitada en la Comic-Con Internacional de San Diego. Pertenece al Sistema Nacional de Investigadores de México; [patricia@ucol.mx](mailto:patricia@ucol.mx)

**Heliodoro Santos Sánchez.** Mexicano. Artista y profesor e investigador de tiempo completo de la Universidad de Colima. Su trabajo se centra en el cruce del arte, la ciencia y la tecnología, el desarrollo de aplicaciones, sistemas generativos e inteligencia artificial. Fue beneficiario del programa Jóvenes Creadores del FONCA en el área de Nuevas tecnologías 2017-2018 y 2012-2013. Estudió el Máster Universitario en Artes Digitales en la Universitat Pompeu Fabra, en Barcelona, España. Su trabajo de investigación-producción ha sido seleccionado en diversos foros, congresos, festivales y bienales como el Experimenta CDMX en colaboración con Media Lab Prado, el FILE en Rio de Janeiro, y ha expuesto en el Arts Santa Mónica en Barcelona, Fundación Telefónica en Lima, el MAXXI Museo en Roma, Musée des Tapisseries, Aix-en-Provence, el Palacio de Cristal en Guayaquil, en los Institutos Culturales de México en Miami y Washington y el Hunter College en Nueva York, además del Ex Teresa Arte Actual, el Centro Cultural Border, la Facultad de Música de la UNAM y el Centro Multimedia en la Ciudad de México. Fue ganador de un Premio para Artista en La Bienal de las Fronteras en el 2015 y del PAPIAM 2012 del Centro Multimedia del CENART; [heliodoro\\_santos@ucol.mx](mailto:heliodoro_santos@ucol.mx)

*Los efectos de la tecnología no se producen al nivel de las opiniones o de los conceptos, sino que modifican los índices sensoriales, o pautas de percepción, regularmente y sin encontrar resistencia.*

**Marshall McLuhan (1964)**

Para abordar la temática de la evolución del cómic en la era de la cultura digital, es necesario tomar en cuenta dos universos que han compartido el mismo espacio desde mediados de los 90s: Por un lado, el cómic en soporte digital y por el otro, el Internet como plataforma afín a la creación desde que los artistas se dieron cuenta que era una invención útil para proponer y divulgar sus ideas en el mundo actual, es decir, compartir productos culturales de manera global, a la velocidad de un *click*.

El cómic tradicional ha cambiado al migrar a las plataformas cibernéticas, convirtiéndose en una parte importante del desarrollo de la cultura digital al contender como creación artística en la web, dada la atención de los usuarios de internet y de redes sociales. En este sentido, detectamos como problema de investigación, los escasos estudios actuales que analicen –a mayor profundidad– temáticas relacionadas con el cómic, el webcómics, la interconectividad, así como su avance y evolución como narrativa interdisciplinar hacia el camino de la cultura digital. Por ello, dada la importancia actual que representan las tecnologías de la información y el arte digital como medios para compartir, interactuar y divulgar creaciones artísticas, mediante del presente estudio, pretendemos contribuir disminuyendo este rezago en los estudios culturales digitales.

El presente texto expone la manera por medio de la cual el cómic digital y el webcómics interactivo participan actualmente en el desarrollo y la difusión de la cultura digital, al cautivar nuevos y diversos públicos. Para lograrlo, se recurrió a un proceso metodológico basado principalmente en la investigación y búsqueda de material bibliográfico y documental, revisión de fuentes en donde se privilegió a especialistas en la materia como Pepo Pérez (2016), López Martín (2013) y Rodríguez Ibáñez (2012), quienes proponen los conceptos *cómic digital*, *webcómics*, *arte digital*, *net.art* y *net.artistas*, entre otros.

Una limitación que encontramos al momento de realizar nuestra investigación, fue precisamente la ausencia de información de primera mano, sin embargo, decidimos contribuir al elaborar el presente artículo y, de este modo, compartir y presentar la valiosa bibliografía académica que sirve como soporte teórico del presente, al tiempo que damos a conocer ejemplos del webcómics que se pueden encontrar actualmente en Internet.

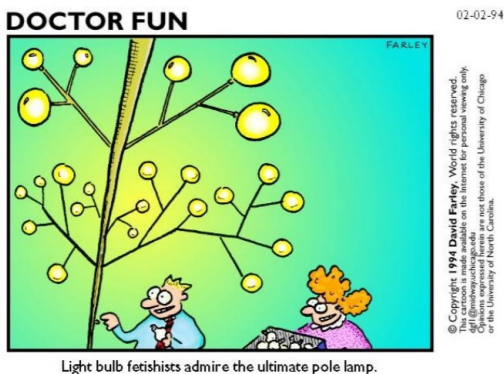
## Cómic

### en la era digital

Es difícil precisar con exactitud cuál fue el primer intento de cómic que apareció en formato digital en Internet, pero se cree que pudo haber sido una fotografía o el escaneo de algún cómic impreso en papel. Sin embargo, desde la invención y popularidad del Internet como medio interactivo, cultural y social, han sido muchos los ejercicios que los creadores de cómic publican en esta herramienta. Lo anterior debido a la diversidad de posibilidades que representan hoy en día este tipo de soportes digitales y medios de comunicación: mayor difusión, inmediatez, facilidad para ver, leer o responder desde cualquier sitio, con rapidez, sin costo o a precio muy bajo; además de proponer una interacción social en tiempo inmediato de dichos productos, prácticas y costumbres.

De este modo, en la actualidad es posible ver cómics elaborados en *softwares* especializados o digitalizaciones de libros editados. Según Pepo Pérez (2016), el primer cómic digital apareció en 1985, y su creador fue Eric Monster Millikin, su título era “Witches in Stitches”, fue publicado en el servidor *Compuserve* y se enviaba por correo a diversos sistemas de transferencias de archivos. Sin embargo, no fue hasta 1993 que vio la luz el primer webcómic nombrado “Doctor Fun” (Figura 1), creado por David Farley (Garrity, 2011).

Figura 1 - David Farly, *Doctor Fun*, 1994



Fuente: Priego, 2012.

Para entender el cómic digital, es importante mencionar que el cómic tradicional, -entendido como arte secuencial, conformado por imágenes yuxtapuestas para contar una historia; y con un discurso coherente en el que la lógica humana no requiere más que de una trayectoria de lectura-, se caracteriza por la permanencia de personajes y el uso de un lenguaje verbo icónico (Ayala, 2016; McCloud, 2001).

Todos estos elementos se pueden ver plasmados en papel y cumplen con una función comunicativa, informativa, estética y/o de entretenimiento. Sin embargo, cuando el cómic se muda a las plataformas digitales, además de las características ya mencionadas, se desarrollan en este un nuevo elemento: la disponibilidad y, por ende, su explosión global.

El cómic digital según Pérez (2016) se diferencia del webcómic en que el primero es aquel que se descarga de una plataforma digital o de otros medios como CD o USBs y el segundo, es el que se puede leer a través de la navegación en páginas web 2.0. Esta diferenciación no tiene que ver con el género, técnica o tema. Hoy en día existen miles de webcómic.

A lo largo de los últimos años, han aparecido portales en Internet que permiten la inscripción y publicación de cómics de cualquier autor que quiera aventurarse a publicar. Pérez (2016) cree que esta situación ha creado comunidades de autores y lectores de cómic que van en aumento día con día y que parecen nutrir dichos portales con todo tipo de narrativas gráficas. Algunas veces, estos sitios tienen herramientas y mecanismos que generan ganancias para los involucrados.

Debido al alto impacto que ha tenido la web y al incremento de comunidades de artistas, lectores, creadores y proveedores de contenidos, algunas editoriales han optado por comprar los derechos de webcómic de éxito y publicarlos en tinta y papel, en formato de libro, logrando así un mayor número de lectores con el aumento en su visibilidad, permanencia y difusión. Tal es el caso del cómic *Jours de Papier* (véase la Figura 2) de Tania Camacho, que inició su publicación en redes sociales y, al cabo de unos años, logró su publicación en formato impreso (Camacho, 2014).

Figura 2 – Tania Camacho, *Jours de papier*, 2020



Fuente: Camacho, 2020

Un ejemplo más es el web cómic *Cindy la Regia* (véase la Figura 3), de Ricardo Cucamonga, que después de alcanzar el éxito en su propia página web, inició su publicación en una serie de libros en 2012 (Cucamonga, 2012). Posteriormente, en 2020, la historia de *Cindy, la Regia* se llevó a la pantalla grande con el mismo nombre (Aguilar Mastretta y Limon, 2020).

Figura 3 – Ricardo Cucamonga, *Cindy la regia*, 2007



Fuente: Milenio, 2018

Scott McCloud (2001) explica que la web permite un lienzo infinito al creador de cómics, él llama a este elemento “infinite canvas” y explica que la página, como formato, es intrínseca al cómic, pero que los creativos gradualmente logran habitar fuera de ella y

explorar las oportunidades que ofrece un [lienzo] infinito desde el punto de vista del diseño. [...] En un entorno digital, los cómics pueden asumir virtualmente cualquier forma y tamaño (226-227).

Estudiosos del cómic, como Shaenon Garrity (2011), opinan que los *web-cómics* son, hoy en día, mejores que los cómics impresos, ya que pueden salirse de sus formatos regulares y convertirse en lo que el autor quiera, aunado a esto, cualquiera los puede producir, publicar y compartir en minutos, lo que es relevante desde el punto de vista del éxito de la cultura digital. Esta opinión no está basada en cuestiones de estilo o estética, sino como se ha comentado, en cuestiones de disponibilidad y alcance global.

Para aclarar las nociones de cultura y cultura digital, tomaremos las palabras de Begonya Enguix (2012) quien respecto al concepto de cultura dice: “No somos seres culturales más que en relación con los otros. Aunque no todos sabemos lo mismo, ni lo manifestamos del mismo modo” (Enguix, 2012: 37). Esta idea no se separa de lo comúnmente entendido y ampliamente difundido por la UNESCO, al promover que:

en su sentido más amplio, la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias (UNESCO, 1982).

A esta definición, habría que agregar que la cultura es un proceso comunicativo en el que se pueden observar sistemas por medio de los cuales el ser humano es participe de su consecución (Enguix, 2012), que engloba absolutamente todas las ramificaciones de la vida humana en comunidad (Hall & Melino, 2011) debido a que a través de la cultura, se intercambia información del diario vivir de los integrantes de dicha comunidad y del mundo que los rodea. Es por esta razón, que cuando se habla de cultura digital, tomando en cuenta las características anteriores, se habla de un conjunto de personas que comparten y participan colectivamente formando un nuevo grupo social global en el que las cosas que se comunican son del interés específico de la comunidad. Y es a través de una conectividad conscientemente aceptada que se logra ser parte de esta cultura. A lo largo

de este ensayo, veremos los elementos culturales que se pueden observar en el webcómic con respecto a esta noción de cultura colectiva interconectada a través del ciberespacio.

Por lo anterior entendemos esta cultura digital como esas comunidades que se establecen a partir del uso de la mediación tecnológica y el internet para su intercambio, interacción y comunicación, es decir, situaciones que antes sucedían en la ciudad física y sus dinámicas, se han trasladado a los sistemas digitales y electrónicos, lo que permite no solo trasladar de un medio a otro las mismas posibilidad y paradigmas, ni hacer un efecto de espejo que replica la realidad física a la realidad virtual, sino que esta (cultura digital) genera sus propias reglas que se rediseñan todo el tiempo y de generación a generación. Se establecen conceptos como la multiplicidad, flujos rápidos y masivos de intercambio-consumo de información, tiempo real y multidireccional de las interacciones y universalidad, se convierte la pantalla en un portal de acceso y no solo en una ventana para mirar.

La cultura digital se ha incrementado en las últimas décadas, y en circunstancias especiales, favorece la regulación de conductas y expresión de diversas visiones de mundo gracias al avance de las tecnologías, facilitando de este modo, la comunicación e intercambio de ideas. Así, esta nueva forma comunicación llamada cultura digital ha sido incorporada gradualmente y, en ocasiones excepcionales como la actual crisis sanitaria, de forma más acelerada en las sociedades actuales para apoyar en el desarrollo de distintos sectores como el educativo, laboral, económico, empresarial y cultural, entre otros.

Adolfo Mir (1974) citado en Ramírez Leyva (2012) afirma que los componentes de todo tipo de cultura se agrupan en tres grandes categorías:

- 1) Las instituciones, conformadas de estructura, y funciones para regular y controlar las pautas normativas de todos los aspectos de la vida social, de tal manera que las acciones de los individuos obedezcan a patrones vigentes que aprenden y comparten con su comunidad.
- 2) Ideas, creencias y valores que constituyen teorías, conocimientos, observaciones, tradiciones o experiencias que los sujetos tienen sobre sí mismos y sobre su mundo biológico y social, y que de alguna manera guían sus acciones; en tanto que los valores son preceptos que determinan los juicios de valor (y que por lo general se presentan en binomios opuestos, bueno/malo, correcto/incorrecto, etc.).
- 3) El aspecto tecnológico, conformado por los objetos y las herramientas que el hombre crea y utiliza (48).



En el sector educativo, concretamente en las prácticas de lectura en estudiantes de nivel medio superior, las condiciones propuestas por Mir (1974) se manifiestan en la cultura digital que empieza a influir en distintos ámbitos de la sociedad actual, como ya lo expusimos con anterioridad, aun cuando una gran parte de los ciudadanos del mundo pertenecemos todavía a la cultura del texto impreso, que se remonta al origen de la escritura, pero que se conformó y consolidó gracias a la invención tipográfica.

Al respecto, Jesús Galindo (2006) afirma que incluso la cultura digital puede considerarse como parte de un proceso evolutivo de las técnicas y artefactos desarrolladas por los seres humanos aplicados en el sistema social del lenguaje escrito, que data de varios siglos, tangibles en la transformación del soporte, la textualidad y las prácticas de escribir y leer.

De este modo, el mismo autor afirma que la evolución digital abre un entorno virtual constructivo inédito en donde es factible visualizar mundos posibles que los actores sociales crean y transforman en forma de redes abiertas; incluso se tejen vínculos sociales en torno a ese mundo simulado, en el cual las normas y los valores pueden modificarse al gusto de los internautas.

Finalmente, la cultura y cultura digital representan nuevas formas de comunicación gestadas con el apoyo de las tecnologías de la información y el internet. En tanto que, en todas las culturas (incluida la digital) el agente de cambio que ha sido clave para su formación e integración al mundo actual han sido su empleo y la construcción del sentido en su entorno.

Los webcómic se acercan a lo que Amparo Lasén y Héctor Puente (2015) observan en la cultura digital:

Uno de los efectos de la cultura digital es que las TIC participan en la configuración, el mantenimiento y la transformación de prácticas, experiencias y subjetividades, esto es, en la manera en que experimentamos, pensamos y nos percibimos a nosotros y nosotras mismos, a los demás y al mundo (15).

Cabe mencionar también que, en los últimos años, los webcómic de una sola viñeta, también llamados cartones, se han vuelto muy populares, al grado de que algunos de ellos –los llamados memes– dominan el gusto del público, principalmente entre la población joven, aunque también –en menor grado– en la población adulta, “El formato de tira auto conclusiva

con gag directo favorece la difusión masiva, lo cual, en una internet ya totalmente dominada por las redes sociales, es vital para alcanzar el éxito” (Pérez, 2016:25).

## El Internet como sustentáculo

### *de creaciones artísticas*

Jason Farago (2014), refiere que el Internet no es una innovación mágica separada de todo lo que le precede, sino que es un componente fundamental de la vida, además de representar una de las invenciones más transformadoras y recientes cuando se habla del mundo del arte. Y en este mismo contexto, luego de analizar la inmersión del arte en el internet o la inmersión del internet en la vida del artista, se puede mencionar el impacto positivo –en cuestión de productividad– de la creación humana, en el que se reitera el papel fundamental que ha desempeñado el binomio artista-internet otorgando una difusión masiva del arte. Este fenómeno, se observa desde los estudios culturales, que notan que:

en la sociedad del conocimiento han emergido otros fenómenos en los que los canales de producción, distribución y recepción se han integrado en complejas redes de creación y consumo, donde las distintas agencias se solapan y los productos son generados colectivamente por numerosos co-autores, que también son, a su vez, consumidores del producto en constante evolución y re-negociación [...] Se trata, por tanto, de un espacio difuso y reticular donde surgen identidades y culturas compartidas, en el que las narraciones, los imaginarios y la producción material se realizan de forma conjunta entre distintos co-autores humanos y tecnológicos (software, hardware, fanes, distribuidores, desarrolladores, prosumidores...) (Lasén y Puente, 2015:9-10).

Sobre la misma línea, Pérez (2016), asegura que:

La expansión de Internet y el uso de nuevos dispositivos electrónicos móviles están cambiando nuestros modos de relación, consumo y acceso a la información [...] y que... el cómic no es ajeno a este proceso, como demuestra la explosión de *webcómics*, plataformas y revistas digitales de historieta (s.p.).

El éxito de los cómics en el Internet, según Pérez (2016) se debe principalmente a la existencia de tres elementos:

1. Los nuevos medios tienden a contener a los medios tradicionales, es decir, la publicación de webcómic tiende a responder a las mismas necesidades de una publicación tradicional;
2. El nuevo medio es un reflejo del anterior y, a su vez, es una transición que suaviza la aceptación del público hacia el nuevo medio;
3. La naturaleza inmediata e “interrumpidora” del Internet se presta para la publicación de los webcómic. Las interrupciones, con su lluvia intermitente de imágenes y el breve tiempo para captar cada una, forman parte de lo que el usuario espera del nuevo medio (226).

Aunado a estos conceptos, también hemos de considerar la naturaleza propia de las creaciones artísticas y del interés de los creadores por dar vida pública a sus creaciones en Internet. Desde 1995, año en que el artista Vuk Cosic nombró el net.art hasta fechas más recientes, autores como Saura Pérez (2013) consideran que son innumerables los ejercicios creativos que se pueden contar en Internet. Y aunque se sigue considerando un arte emergente, se han cumplido ya más de 25 años desde que el ser humano tomó al Internet como un estandarte para la creación, entendimiento y promoción de sus obras.

Al respecto, estudiosos del tema como López Martín (2013), han encontrado que:

El Net.art, como fórmula artística iniciado a principios de 1990, ha sido el resultado lógico de una evolución en torno al concepto de arte, su conjunción con la tecnología, los descubrimientos que posibilitaron el nacimiento de Internet y los intereses de un público/usuario cada vez más numeroso y con mayor deseo de participación (89).

Del mismo modo, expertos como Rodríguez Ibáñez (2012) reflexionan sobre la evolución en las prácticas de los artistas que utilizan la Internet como medio o soporte de sus creaciones y los llama net.artistas. El mismo autor asegura que, en un principio, tuvieron que desarrollar un diálogo nuevo y dejar en primer plano a la obra para su circulación, para convertir cada creación en una experiencia artística sin precedente.

Los net.artistas tuvieron que anteponer el mundo virtual sobre el real, al tiempo que aceptaban que la tecnología moldea nuestro “devenir en pos de una nueva idea de humano, aquel que nace de la hibridación del

hombre y la comunicación instantánea y necesaria” (Rodríguez Ibáñez, 2012:3). Algunos net.artistas han desarrollado la idea de inteligencia cultural digital, aquella en donde la red no es ya el soporte de la creación, sino un nuevo concepto de lo cultural donde el hombre se conecta y es partícipe de la generación de su propio mundo. Especialistas en el área, como López Martín (2013) opinan que sitios como este son más que valiosos entre la comunidad virtual y artistas emergentes, por todas las posibilidades alternativas y novedades informáticas que representan:

El Net.art convirtió las características propias al medio de Internet en la estructura determinante del significado de la obra. Algunas de estas características explotadas como la conectividad, la ubicuidad, la instantaneidad, la multidireccionalidad, la hipermedialidad y la hipertextualidad, fueron utilizadas con la intención de romper las barreras físico-temporales del espacio *off-line*, dinamitar las restricciones políticas, elevar el número de espectadores/usuarios potenciales, promover su participación, realizar acciones colectivas de carácter subversivo y dinamitar la idea de artista genio y los conceptos de original y copia, entre otras motivaciones (81).

Lo que las prácticas artísticas han logrado en materia de impacto en la cultura digital, bien puede asociarse al cómic, debido a que los involucrados siguen –de la misma manera– una serie de “principios de cooperación social, solidaridad e inteligencia colectiva [a través de] un modelo basado en la autoorganización [sic] de sus interacciones, en un ejercicio pleno de sus posibilidades de decisión y participación” (Martín Prada, 2015:74) que dan a cada involucrado una sensación de pertenencia y participación digital satisfactoria.

Desde sus inicios, el arte digital y el noveno arte (como también es llamado el cómic), se vieron envueltos en controversias debido a que el mundo del arte no aceptaba, con buenos ojos, la inmersión de ninguno de los dos en los campos que éste había dictaminado y previamente establecido para la obra artística. Al arte digital le llevó menos de medio siglo encontrar el resquicio por el que pudo pasar a sentarse cómodamente en una galería, en un museo o en una antología de arte contemporáneo. No ha sido así con el cómic, disciplina artística a la que le ha llevado más de tres siglos codearse con el arte establecido (Mariñelarena, 2005).

Finalmente, a dos décadas de haber iniciado el nuevo milenio, somos testigos de un momento de suma importancia puesto que actualmente la existencia de un webcómic se acepta como arte y como objeto cultural de estudio académico. Y el webcómic interactivo, es apreciado como un

ejercicio que fomenta la creación y el entendimiento de las nuevas tecnologías disponibles para los artistas emergentes interesados en experimentar y compartir lo que es importante hacer para ellos.

En el año 2017, Juan Martín Prada publicó un texto en la Universidad de Guanajuato, México en donde aseguraba que, a últimas fechas, “la relación entre arte e Internet habría estado protagonizada por [...] un conjunto de prácticas artísticas [...] generadoras de lo que en ocasiones he descrito como ‘poéticas de la conectividad’ ” (45). Y desde la teoría de la narrativa gráfica, esta conectividad, ha nutrido al cómic como la más grande evolución desde sus inicios, hace más de 500 años (McCloud, 2001).

El propio Scott McCloud asegura, en referencia al cómic, que:

[...] las tecnologías digitales tratan de superar sus propios límites con cada día que pasa. Siempre habrá alguna limitación de velocidad, potencia y almacenamiento. Nunca podría existir un [lienzo] realmente “infinito”. Pero la experimentación de esa libertad de espacios queda más allá de los límites finitos de la percepción humana (2001:228).

Y es precisamente por esto que, debido al avance de dichas limitaciones, la idea de conectividad ha logrado que el webcómic tenga un éxito entre conocedores de arte y medios digitales. En el 2014, Jason Farago escribió que “el arte digital, siempre marginado del discurso del arte contemporáneo, ahora es el centro de atención” (s.p). A más de cinco años de esta aseveración, no nos parece extraño que lo mismo puede decirse del cómic. El arte digital y la narrativa gráfica, tan diferentes entre sí, han encontrado una coyuntura en la que ambos transitan seguros y de la mano.

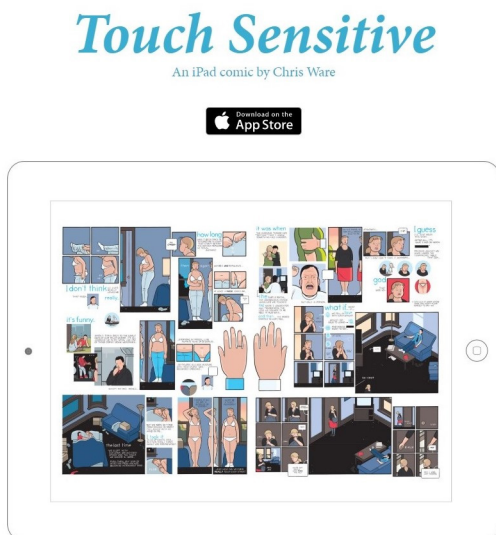
## Cómic

### *interactivo*

Lo mayor participación del lector del webcómic es la posibilidad de navegación del cursor para cambiar el orden o el tamaño de las viñetas en las plataformas que los publican. Los diversos portales en donde los artistas del cómic tienen libre acceso para publicar sus creaciones, no tienen en sí mismas ningún nivel de interactividad con los lectores. En cambio, el webcómic interactivo es aquel que solo es completado cuando un lector lo decide, y estas decisiones creativas son independientes e individuales para cada lector.

Creaciones como *Touch Sensitive* (véase la Figura 4) de Chris Ware es un ejemplo que involucraba el toque de la mano del lector. Publicado exclusivamente para iPad en 2011, tras el pago mínimo de la aplicación, *Touch Sensitive* permitía al lector leer el cómic mientras tocaba la pantalla para que aparecieran las diferentes viñetas, una encima de la otra a la velocidad que el toque de los dedos indicaba (García, 2011).

Figura 4 – Chris Ware, *Touch sensitive*, 2011 y 2016

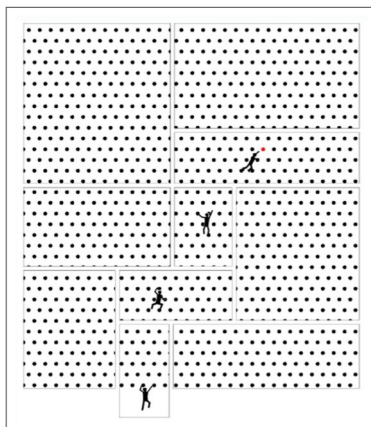


Fuente: Quinn, s.f.

En el año 2009, Anthony Rageul, quien firma como “Tony,” creó –como parte de su trabajo de titulación de maestría–, el webcómic interactivo *Prise de Tête* o *Go a-head* (Figura 5) en francés e inglés, respectivamente. Lo maravilloso de este webcómic es que en verdad permite al lector elegir la continuidad de las acciones de los personajes. *Go a-head* está considerado como el ejemplo magistral de lo que la mancuerna cómic e Internet puede lograr, dejando en las manos del lector el orden, secuencialidad y duración de la historia (Tony, 2009).

*Xkcd. A Webcomic of Romance, Sarcasm, Math, and Language* es otro webcómic interactivo que cambia de tamaño, de trayectoria de lectura y de atmósfera cuando el lector hace uso del cursor para empequeñecer o agrandar la escena inicial. Fue creado por Randall Munroe en el año 2012 y, poco después de su aparición como webcómic interactivo, también fue publicado en formato tradicional (Pérez, 2016). En la actualidad, Randall tiene varios webcómic interactivos, incluyendo uno que se llama *Be the Comic* y en el cual el lector –usando lentes VR– puede adentrarse en la narrativa gráfica, comunicarse e interactuar con otros personajes.

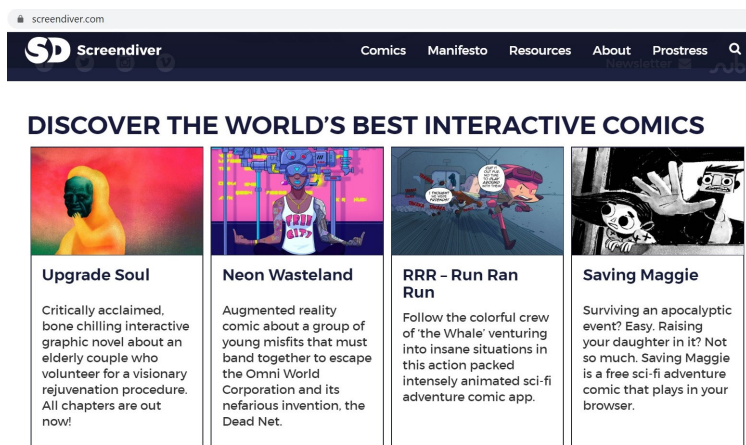
**Figura 5 – Anthony Rageul,  
*Prise de Tête*, 2009**



Fuente: Rageul, 2018

Muchos webcómic interactivos son, en su mayoría, cómics que se mueven, a veces parecen animaciones rígidas de gran calidad, narrativas gráficas que tienen elementos en cada viñeta que aparecen, desaparecen y pueden ser movidos de lugar con solo mover el cursor, o cómics que utilizan herramientas de realidad aumentada. Algunos otros, otorgan la opción de seleccionar un personaje y ver la historia desde su punto de vista, mientras que otros presentan la opción de acelerar el final o de cambiarlo. La variedad es muy vasta y las temáticas muy variadas. Los artistas siguen experimentando y cada día se pueden encontrar ejemplos de cómo se transforma el webcómic. Una de las plataformas más interesantes de webcómic interactivos es *Screendiver* (véase la Figura 6), creada por Ezra Clayton Daniels (Daniels, s. f.).

Figura 6 – Captura de pantalla de Screendiver.com



Fuente: Daniels, s. f.

Hace algunos años, Daniels (s. f.) publicó un manifiesto del cómic digital en *Screendiver*. En ese documento, Ezra Clayton proponía cuatro puntos básicos que, al paso de los años, han recibido atención y elogios de muchos creadores de cómic, quienes, además, firman su página web, mostrando su apoyo. Entre otros elementos, el manifiesto propone que:

- a) El cómic debe salirse de la imprenta;
- b) Debe estar diseñado para la plataforma que habitará;
- c) No debe tomar control del lector, sino permitir que el lector sea quien decida cada paso que dará en la trayectoria de lectura;
- d) El cómic digital debe ser llamado precisamente así: “cómic digital”.

López Martín (2013) considera que la mayoría de los creativos del ciberespacio no se complican con nomenclaturas que cambian a los pocos años, y por el momento, cómic digital y webcómic son los dos términos más aceptados cuando se habla de cómics interactivos en Internet.

Con la intensa difusión cibernética de la creación de un webcómic interactivo se logra interesar al público creador de cómic –fiel a las publicaciones tradicionales–, para que expanda sus lienzos y planee historias totalmente diferentes, que toman posesión de nuevos espacios y viajan a nuevos horizontes a través de él. Los creativos de los medios digitales que



elaboran webcómic, tienen la oportunidad de descubrir e incursionar en aspectos primordiales de la teoría el cómic y de conocer nuevos caminos para comunicar sus ideas.

Entre los grandes beneficios que otorgan en distintos ámbitos el cómic y los webcómic como manifestaciones artísticas, es necesario mencionar la expresión de algunos tipos de lenguaje y el desarrollo de ideas propias en las historietas. De acuerdo con José Luis Rodríguez (1988), un cómic cumple un primer objetivo como consecuencia de la reflexión sobre el lenguaje verbo-icónico a través del lenguaje verbal, en tanto que posibilita y demanda la traducción de informaciones verbales a icónicas y viceversa.

El mismo estudioso opina que la consideración sucesiva de elementos estructurados en el cómic –con niveles de significación distintos (historieta global, viñeta, globo)– supone un entrenamiento interesante para facilitar la capacidad analítica de los autores y alentar la creatividad de los futuros lectores (Rodríguez, 1988). Asimismo, la interactividad fomenta el desarrollo de la imaginación y la disponibilidad y alcance global, hace a los lectores de webcómic miembros de una comunidad digital activa.

## Conclusión

La pertinencia del webcómic interactivo –al igual que la de muchos otros esquemas similares que buscan la expansión de los medios artísticos a través del uso adecuado de las nuevas tecnologías, así como de las redes sociales ya consolidadas– en la cultura digital, radica en la transformación del papel pasivo que jugaban los usuarios antes de las posibilidades que las tecnologías de la comunicación les permitían. Ahora, los usuarios ya no son solo consumidores de información, sino que también ellos mismos, son actualmente creadores de contenidos (Martín Prada, 2008).

Mientras que en la cultura de cada país el cómic tradicional tiene un público en su mayoría infantil o juvenil, para la cultura digital, el webcómic forma una estructura fuerte y cada día más creciente para todas las edades, principalmente adultos con acceso a su propia interconectividad. “Una imagen dice más que mil palabras” y en la cultura digital, la imagen tiene un peso fundamental. La comunidad inmersa se relaciona en una presencia virtual y diversa que potencializa a todos y cada uno de los integrantes como una multitud interconectada y parte de una misma cultura: la cultura digital (Martín Prada, 2015).

Mientras los cómics digitales han tenido un auge sin precedentes, los webcómic interactivos han tardado un poco más en atrapar al público, más que nada porque algunos lectores no están interesados en la interactividad, aunque son muchos los que disfrutan de los webcómic, el jugar con opciones de movimiento, cambios o finales alternos, no es para todos los gustos. Cuando el ser humano se prepara para degustar una sesión artística o de entretenimiento, muchas veces, quizá por costumbre o por falta de experiencia, no está preparado para ejercer decisiones sobre ella. También debemos tomar en cuenta que la asimilación gradual, rápida o lenta de estas plataformas digitales, y el empleo de las actuales tecnologías de información, depende en gran medida de la edad del lector, no es lo mismo ser un migrante digital que un nativo digital.

Los medios masivos de comunicación del pasado nos han adoctrinado para ser dóciles ante lo que vemos en las pantallas. Los cambios siempre son difíciles y generan temor a lo novedoso y desconocido. Levantar la mano y modificar una historia conlleva un esfuerzo creativo. Los webcómic interactivos emergentes dan cabida a ese esfuerzo creativo de una población que disfruta el cómic y que se ve inmersa en la conectividad digital, pero que además quiere y puede decidir dentro de la obra artística.

Conviene seguir insistiendo en el justo reconocimiento del cómic digital y el webcómic como expresiones artísticas y objetos de estudio en un mundo cambiante y cada vez más tendiente a emplear las tecnologías informativas y distintos soportes para promover el arte como una parte fundamental en la construcción cotidiana de nuestra interconectividad: la cultura digital.

## Bibliografía

- Aguilar Mastretta, C. y Limón, S. (dir.) (2020). *Cindy la Regia*, [película], México: Francisco González Compeán (prod.).
- Ayala, P. (2016). *El cómic y sus razones. La creación de historietas como complemento educativo en la enseñanza de las artes visuales a nivel pregrado*, México: Universidad de Colima.
- Bayardo, R. (2000). "Cultura y antropología: una revisión crítica", en: *Cuadernos de Antropología Social*, 11, 31-45.  
<http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/CAS/article/view/4704/4201>
- Camacho, T. (2014). *Jours de Papier*, México: Lucova Editores.
- Camacho, T. (2020). "Montañas" en *Facebook*, Facebook.com/taniaycamacho en: <https://www.facebook.com/taniaycamacho>

- Cucamonga, R. (2012). *Cindy la Regia: Cómo casarse tipo bien*, México: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Daniels, E.C. (s. f.). “A Digital Comics Manifesto”, en: *Screendiver* <https://screendiver.com/digital-comics-manifesto/>
- Enguix, B. (2012). *Cultura, culturas, antropología*, Barcelona: UOC.
- Farago, J. (2014). “¿Realmente internet revolucionó el arte?”, en: *BBC News, Mundo*. Disponible en: [https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/03/140327\\_tecnologia\\_arte\\_post\\_internet\\_rg](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/03/140327_tecnologia_arte_post_internet_rg)
- Galindo, J. (2006). *Cibercultura. Un mundo emergente y una nueva mirada*, México: CNCA, 48-49.
- García, S. (2011). “Con los dedos” en *Mandorla • El blog de cómics de Santiago García*, en: <https://santiagogarciablog.blogspot.com/2011/11/con-los-dedos.html>
- Garrity, S. (2011). “The History of Webcomics”, en: *The Comics Journal*, <http://www.tcj.com/the-history-of-webcomics/>
- Hall, S. & Melino, M. (2011). *La cultura y el poder. Conversaciones sobre los cultural studies*, Buenos Aires, Amorrortu editores.
- Lasén, A. y Puente, H. (2015). *La cultura digital*. Universitat Oberta de Catalunya [https://www.researchgate.net/publication/305446340\\_La\\_cultura\\_digital](https://www.researchgate.net/publication/305446340_La_cultura_digital)
- López Martín, E. (2013). “Taxonomías del Arte en Internet: ¿esclarecen o entorpecen?” en: *Fedro, Revista de Estética y Teoría de las Artes*. Número 12, ISSN 1697- 8072, 80-94, disponible en: <http://institucional.us.es/fedro/uploads/pdf/n12/lopez.pdf>
- Martín Prada, J. (2008). “La creatividad de la multitud conectada y el sentido del arte en el contexto de la Web 2.0” en: *Estudios visuales: Ensayo, teoría y crítica de la cultura visual y el arte contemporáneo*, N°. 5, ISSN 1698-7470, 66-79.
- Martín Prada, J. (2015). *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales*, Madrid: Akal.
- Martín Prada, J. (2017). “Sobre el arte post-Internet” en *Revista Aureus*, Núm. 3, Universidad de Guanajuato.
- McCloud, S. (2001). *La revolución de los cómics*. Barcelona: Norma Editorial.
- McLuhan, M. (2007). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, Barcelona: Paidós.
- Milenio (2018). “ ‘Cindy la regia’, la fresa más cool de México y los cómics llegará a los cines”, en: <https://vanguardia.com.mx/articulo/cindy-la-regia-la-fresa-mas-cool-de-mexico-y-los-comics-llegara-los-cines>
- Mir, A. (1974). *Las ciencias sociales*, México: ANUIES, 20-27.
- Pérez, P. (coord.) (2016) *Cómic digital hoy: una introducción en presente*, publicado por ACDCómic, en: <https://lektu.com/socialp/5493>
- Priego, E. (2012). “Beyond [Adobe] FlashTM. Flash: Hans Bordahl’s and David Farley’s Online Comics as Short Digital Narratives” en: *Dandelion: Postgraduate Arts Journal & Research Network*, vol. 3. Núm. 1, Winter, 1-5, Disponible en: [dandelionjournal.org](http://dandelionjournal.org).

- Quinn, R. (prod.) (s. f.). *Touch Sensitive by Chris Ware*, disponible en: <http://www.touchsensitiveapp.com/>
- Tony (Anthony Rageul). (2009). "Prise de Tête (Go a-head), a suggestion between minimalism, interactivity and storytelling", en: *Interactive Comics: How to Tell a Story?* <http://www.prisedetete.net/en/memoire.html>
- Peralta Mariñelarena, J. D. (2005). "Net Art: Surgimiento de una nueva forma artística" en *Revista Digital Universitaria*, Volumen 6, Número 10 • ISSN: 1067-6079. Disponible en [http://www.revista.unam.mx/vol.6/num10/art98/oct\\_art98.pdf](http://www.revista.unam.mx/vol.6/num10/art98/oct_art98.pdf)
- Rageul, A. (2018) "On the Pleasure of Coding Interface Narratives". en *The Comics Grid: Journal of Comics Scholarship* Volumen 8 Núm. 1: 3, E-ISSN: 2048-0792, DOI: <https://doi.org/10.16995/cg.107>
- Ramírez Leyva, E. M. (2012). "La incorporación de la cultura digital en las prácticas de lectura de los estudiantes de bachillerato de la UNAM", en: *Investigación Bibliotecológica*, Volumen 26, número 56, México, pp. 43-69, disponible en: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-358X2012000100004](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2012000100004)
- Rodríguez Ibáñez, M. (2012). "El concepto de Net.art. La fuerza del grupo conectado" en: *AACADigital: Revista de la Asociación Aragonesa de Críticos de Arte*, Número 18, ISSN 1988 5180, disponible en: <http://www.aacadigital.com/contenido.php?idarticulo=612>
- Rodríguez, José L. (1988). *El cómic y su utilización didáctica. Los tebeos en la enseñanza*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Saura Pérez, A. (2013). "E@: red social para la educación artística abierta y a distancia, para la formación continua del profesorado" en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Vol. 19, 459-468, ISSN: 1134-1629, en: [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2013.v19.42053](http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42053) o <https://core.ac.uk/download/pdf/38814767.pdf>
- UNESCO. (1982). *Declaración de México sobre las Políticas culturales. Conferencia mundial sobre las políticas culturales*. México D.F. Disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/Mexico/work-areas/culture>



Recibido: 20 de abril de 2020 Aprobado: 3 de julio de 2020