CÓMIC DIGITAL HOY

UNA INTRODUCCIÓN EN PRESENTE

Coordinado por Pepo Pérez

CÓMIC DIGITAL HOY. UNA INTRODUCCIÓN EN PRESENTE
PRIMERA EDICIÓN: noviembre de 2016

© de los textos, 2016: JORGE IVÁN ARGIZ | DANIEL AUSENTE (DANIEL FERNÁNDEZ CASTANY) | MIKEL BAO
OCTAVIO BEARES | FERNANDO CASTRO FLÓREZ | ISABEL CORTÉS NAVARRO | IRENE COSTA MENDIA | BORJA CRESPO
ALBERTO GARCÍA MARCOS | ÓSCAR GUAL BORONAT | ISABEL GUERRERO |BREIXO HARGUINDEY | EDUARDO MAROÑO
DIEGO MATOS AGUDO | RAÚL MINCHINELA | CARLOS MIRANDA MAS | ERIKA PARDO SKOUG
PEPO PÉREZ (JUAN CARLOS PÉREZ GARCÍA) | ÁLVARO M. PONS | JORDI RIERA PUJAL
JOSÉ ANDRÉS SANTIAGO IGLESIAS | ÓSCAR SENAR | JOSÉ A. SERRANO
RUBÉN VARILLAS | JAUME VILARRUBÍ | GERARDO VILCHES | YEXUS (JESÚS GARCÍA SIERRA)

© de la edición, 2016: ACDCÓMIC (Asociación de Críticos y Divulgadores de Cómic de España)
Barcelona
http://www.acdcomic.es/
asociacion@acdcomic.es

ISBN: 978-84-608-3910-1
COORDINADOR: PEPO PÉREZ
EDICIÓN, DISEÑO Y MAQUETACIÓN: PEPO PÉREZ
ILUSTRACIÓN DE PORTADA, CORTESÍA DE LOS AUTORES: viñeta de *The Private Eye* en Panel Syndicate © BRIAN K. VAUGHAN Y MARCOS MARTÍN CON COLOR DE MUNTSA VICENTE, 2015
ILUSTRACIONES DE CONTRAPORTADA, CORTESÍA DE LOS AUTORES: viñetas de © GUILLERMO TORRES MEANA en *Orgullo y Satisfacción*, 2016 y © NATACHA BUSTOS en *Caniculadas*, 2015 | © ilustraciones interiores: véase pág. 715
MINISITE DE ALOJAMIENTO DIGITAL: José A. Serrano

QUEDA PROHIBIDO USAR ESTA OBRA PARA FINES COMERCIALES, ASÍ COMO ALTERARLA, TRANSFORMARLA O GENERAR OBRA DERIVADA. PUBLICADO COMO LIBRO DIGITAL GRATUITO SIN ÁNIMO DE LUCRO DESDE ESPAÑA | PUBLISHED AS A FREE E-BOOK FROM SPAIN

ÍNDICE

A BRAND NEW (DIGITAL) WORLD. A MODO DE INTRODUCCIÓN | **IX**
Pepo Pérez

—

PRIMERA PARTE | PANORAMAS DIGITALES

BREVE HISTORIA DEL CÓMIC DIGITAL | **1**
Gerardo Vilches

DE LA REVOLUCIÓN DEL CÓMIC Y OTROS AUGURIOS | **39**
Rubén Varillas

EL CÓMIC *ONLINE* EN FRANCIA | **83**
Álvaro M. Pons

E-MANGA, WEBMANGA Y DIGI-MANGA. UNA PERSPECTIVA JAPONESA | **121**
José Andrés Santiago Iglesias

WEBCÓMICS EN ESPAÑA HOY: BREVE GUÍA DE CAMPO | **155**
José Antonio Serrano

LA VANGUARDIA DIGITAL | **197**
Alberto García Marcos

SALTANDO A LA RED | **219**
Pepo Pérez

—

SEGUNDA PARTE | CASOS DE ESTUDIO

AMERICAN ELF, UN DIARIO EN VIÑETAS | **265**
Irene Costa Mendia

BODYWORLD. MELODÍA Y MAPA DE LO EXTRAÑO | **283**
Daniel Ausente

MENSAJE DE ARECIBO (1974): ¿PRIMER CÓMIC DIGITAL? | **299**
Breixo Harguindey

HARK! A VAGRANT. SUEÑOS AMERICANOS 2.0 | **312**
Octavio Beares

AL FILO DE LOS ACONTECIMIENTOS [UNAS CONSIDERACIONES EN TORNO A ALGUNOS CÓMICS DIGITALES *INDIGNADOS*] | **324**
Fernando Castro Flórez

ESTAFAR A UN ESTAFADOR. ENTREVISTA CON JAVIRROYO Y JUANJO SÁEZ | **341**
Pepo Pérez

CÓMO SER MODERNA DE PUEBLO | **366**
Isabel Cortés Navarro

EL JOVEN LOVECRAFT: LA «INFANCIA» DEL HORROR CÓSMICO | **376**
Jorge Iván Argiz

ENTREVISTA A ANDRÉS PALOMINO, AUTOR DE *LAS CRÓNICAS PSN* | **389**
Óscar Senar

NIMONA, UNA VILLANA EN PRÁCTICAS | **400**
Eduardo Maroño

CUANDO LLEGA EL CALOR... ¡*CANICULADAS*! | **410**
Diego Matos

EL FINAL DEL VERANO. UNA ENTREVISTA A *CANICULADAS* | **423**
Gerardo Vilches

THE PRIVATE EYE. RECELAR DE LAS SONRISAS | **451**
Raúl Minchinela

LET'S PACHECO: COSAS DE FAMILIA | **471**
Diego Matos

TIK TOK, UNA VENTANA AL CÓMIC CONTEMPORÁNEO EN ESPAÑOL | **483**
Gerardo Vilches

ME LLENA DE *ORGULLO Y SATISFACCIÓN* (LA ENTREVISTA) | **494**
Yexus

HUMORISTÁN O CÓMO CONSTRUIR UN MUSEO VIRTUAL DEL HUMOR GRÁFICO | **539**
Jordi Riera Pujal

¡UNIVERSO! EL FUTURO ES PARA HOY | **574**
Mikel Bao

UN UNIVERSO A SU ALCANCE. UNA ENTREVISTA (NO DIGITAL) CON ALBERT MONTEYS | **579**
Pepo Pérez

DEL HURACÁN A LA CÉLULA. EL RASTRO DE GERARDO SANZ EN LA RED | **602**
Óscar Gual

ESTO SE HA HECHO MIL VECES: «ESTO ME LO HAGO A BOLI» | **624**
Borja Crespo

LISA HANAWALT: ENCANTO *WEIRD* | **633**
Isabel Guerrero

METAMAUS DIGITAL. LAS FUENTES DE LA MEMORIA | **641**
Gerardo Vilches

MANEL FONTDEVILA Y BERNARDO VERGARA, VIÑETAS DIGITALES *A DIARIO* | **651**
Jaume Vilarrubí

FONTDEVILA Y VERGARA: BREVE ENCUENTRO | **657**
Pepo Pérez

HOTEL. UN WEBCÓMIC DE HAN HOOGERBRUGGE | **671**
Erika Pardo Skoug

DE LA PÁGINA AL LUGAR. EXPEDICIÓN A TRAVÉS DE LA PANTALLA | **682**
Carlos Miranda Mas

—

SOBRE LOS AUTORES | **704**

CRÉDITOS DE LAS IMÁGENES | **715**

A BRAND NEW (DIGITAL) WORLD

A modo de introducción

PEPO PÉREZ

¿QUÉ REPERCUSIONES ESTÁN TENIENDO INTERNET y las nuevas tecnologías digitales en el cómic? La pregunta es el germen de este libro que usted no tiene estrictamente «entre sus manos» porque, como su propio tema monográfico, su soporte es digital. En la asociación que publica esta antología, ACDCómic (Asociación de Críticos y Divulgadores de Cómic de España), quisimos aportar algunas respuestas a una pregunta que abría un melón con muchas semillas. La literatura sobre cómic digital, sin ser aún abundante (no son pocos los estudiosos del cómic impreso que afirman no saber «nada» sobre cómic digital, pese a que a veces lo consuman; ambas comunidades viven a menudo como universos separados), sí está proliferando en los últimos años conforme dichos cambios se perciben más evidentes tanto en la producción de cómics como en los modelos de difusión y consumo.

Aunque alguna voz nostálgica de los tebeos de nuestra infancia reclame la «vuelta al kiosco» aún hoy, son cada vez más las personas que han tomado conciencia de que simplemente ya *no hay* kioscos a los que volver. Este negocio tradicional está desapareciendo de nuestro paisaje urbano porque el principal producto que vendía, publicaciones periódicas impresas, está siendo sustituido inexorablemente por los diarios digitales, las webs de tendencias y crítica especializada, los videos *online* o las conversaciones en redes sociales y de mensajería gratuita; basta ver cómo se entretienen hoy los viajeros de transportes públicos durante su trayecto. El kiosco es solo otra víctima de la «disrupción digital» que supone la sustitución de industrias tradicionales por los nuevos medios y empresas digitales. Pero, naturalmente, no es el único negocio afectado.

Solo por seguir dentro del ámbito editorial, las librerías y grandes superficies que venden productos culturales están acusando de manera decisiva el impacto de la venta en tiendas *online* como Amazon o Alibaba, minoristas de internet que ya venden «de todo», no solo libros (lo que por supuesto incluye cómics). Numerosas editoriales de cómic abrieron webs hace tiempo para rentabilizar su catálogo impreso vía digital. Y una plataforma como comiXology, fundada en 2007, había superado los doscientos millones de descargas a finales de 2013; significativamente, al año siguiente fue adquirida por Amazon.[1] Tan solo en el último lustro han tenido lugar varios acontecimientos digitales para el cómic que podríamos calificar de «puntos de giro» en esta historia. En 2013 se inauguraba Panel Syndicate, una plataforma *online* creada por dos historietistas previamente consagrados en el mercado norteamericano, lo que equivale a decir occidental: el guionista estadounidense Brian K. Vaughan y el

[1] Graeme McMillan, «Amazon Buys Digital Comics Company ComiXology», en *Wired* (10/04/2014), disponible *online* en https://www.wired.com/2014/04/amazon-buys-comixology/ (consultado 29/09/2016).

dibujante barcelonés Marcos Martín que, dispuestos a hacerse con el control absoluto de su producción, se disponían a autoeditar sus cómics. Hace veinte años hubieran tenido que montar una editorial, pagar a la imprenta, buscar distribuidores y repartir sus beneficios con ellos y los libreros. En 2013, para autopublicarse basta una página web y, eso sí, mucha promoción en redes sociales. El éxito de su empresa tras un primer lanzamiento disponible en varios idiomas, *The Private Eye* (2013-2015, Vaughan y Martín, con colores de Muntsa Vicente), parece avalar la viabilidad comercial de producir cómics para internet en el siglo XXI, y ello a pesar de que los usuarios daban por descontado a esas alturas la «gratuidad» de los contenidos en red. *The Private Eye,* descargable gratuitamente o bien pagando un precio voluntario, no solo ha permitido ganar dinero a sus creadores, incluso bastante dinero, sino que ha obtenido una amplia repercusión de público y crítica; en 2015 recibía el reconocimiento de la industria tradicional del cómic norteamericano al recibir un premio Eisner (Best Digital/Web Comic) y un Harvey (Best Online Comics Work). *The Private Eye* no era ni mucho menos el primer proyecto de autoedición digital con éxito comercial, pero sí uno de los que más alcance ha obtenido en la comunidad internacional del cómic, al menos occidental.

The Private Eye (2013-2015), Brian K. Vaughan, Marcos Martín y Muntsa Vicente.

En el mercado japonés, tal como se recoge en otro capítulo de este libro electrónico, las ventas de cómic producido para medios digitales ya representaban —el mismo año que se lanzaba Panel Syndicate— un 15% de los beneficios de la gigantesca industria del manga, aproximadamente la mitad de lo que generaban sus revistas impresas. Las ventas de estas últimas no dejan de caer mientras los beneficios de los tomos impresos (los *tankôbon*) permanecen estables y los del manga digital no paran de aumentar; hace once años, las ventas de revistas impresas multiplicaban por setenta las de manga digital. En Corea del Sur, el crecimiento del cómic digital ha sido aún más rápido.

Ken Niimura, *Henshin* (2014). Edición Kindle para Amazon Kindle y para iPad (Kindle App).

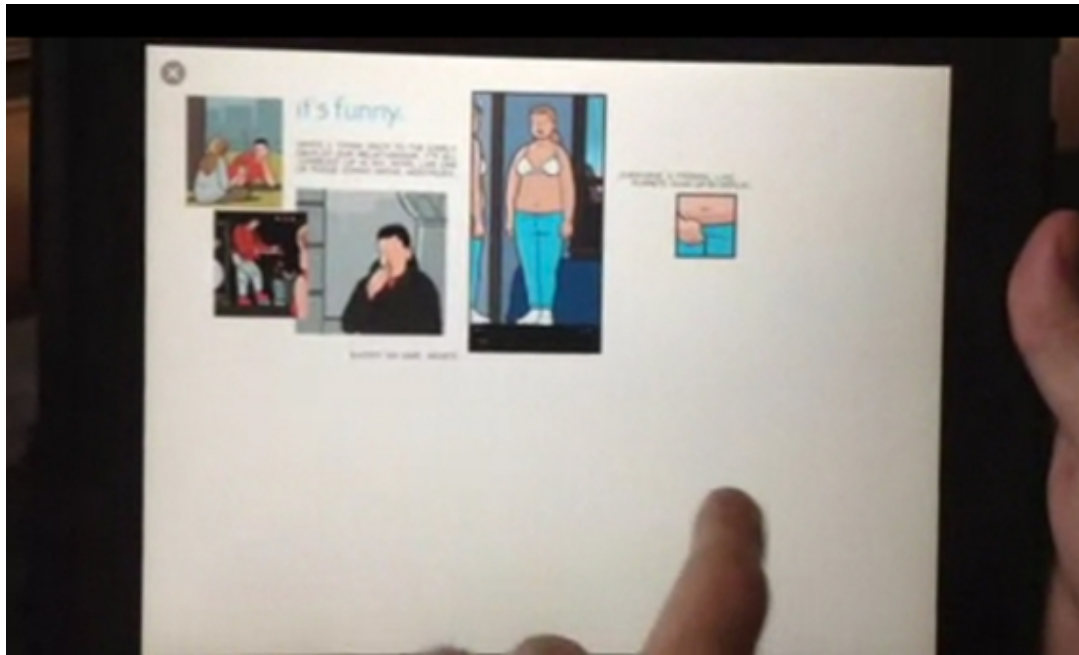
El modelo abierto en 2013 por *The Private Eye* en Panel Syndicate, comentado en diversos capítulos de este libro, alumbraría el camino al año siguiente para *Orgullo y Satisfacción*, cuando casi una veintena de colaboradores de *El Jueves* abandonaba el semanario satírico barcelonés por razones de censura editorial (la decisión impuesta por la empresa propietaria de retirar una portada sobre la abdicación del rey Juan Carlos I, ya impresa y lista para enviar a kioscos) y se planteaban cómo ganarse la vida a partir de entonces. La respuesta de algunos dimisionarios fue fundar una nueva revista que, *naturalmente*, ya no fue impresa: un proyecto digital que se ha estabilizado con periodicidad mensual desde septiembre de 2014 hasta hoy.

Ese mismo año, el blog colectivo de cómic *Caniculadas*, actualizado normalmente en verano, cumplía cuatro temporadas con un éxito creciente entre lectores de habla hispana, en España y al otro lado del Atlántico. Algunas de sus autoras se habían dado a conocer en internet con *El Estafador*, un «fanzine digital» de humor satírico fundado cinco años atrás por un amplio colectivo de dibujantes que creció rápidamente, con firmas españolas y de países sudamericanos; el proyecto ha llegado a alcanzar los 11.000 suscriptores a través de una *newsletter* semanal, con lectores procedentes también de diferentes continentes. Por su lado, la almeriense Laura Pacheco, una joven restauradora de arte que se quedó en paro durante la reciente crisis financiera, abría un blog en 2011 al que empezó a subir viñetas y tiras por gusto, a veces en colaboración con su hermana Carmen. Se llamaba *Let's Pacheco*. Hoy Laura se gana la vida con colaboraciones de cómic e ilustración para diferentes medios, impresos y digitales, publica libros y tiene una tienda *online* con productos derivados de sus cómics. Si volvemos a la esfera anglosajona, ese mismo 2011 el maestro de la novela gráfica (impresa, se sobreentiende) Chris Ware creaba para iPad el cómic digital interactivo *Touch Sensitive,* disponible a través de la aplicación de McSweeney's; apenas tres años después era reclutado por *The Guardian* para crear un webcómic semanal, *The Last Saturday*, publicado en la versión digital del diario británico. Los titulares iban de «Chris Ware Goes Digital» a «Chris Ware's New Comic Serialized Online At *The Guardian*» y elevaron sendas noticias a la categoría de acontecimientos editoriales.

Varios autores, *Orgullo y Satisfacción* (desde 2014).

En fin, podríamos seguir. Tanto que, por eso mismo, el año pasado decidimos dedicar un libro entero al cómic digital durante una asamblea de la Asociación de Críticos y Divulgadores de Cómic de España. Tras una primera convocatoria a los miembros de la asociación, el libro creció y extendimos la invitación a otros estudiosos fuera de ella, en busca de nuevas miradas y perspectivas. Durante el proceso se contempló la posibilidad de publicar esta antología impresa, pero finalmente la idea fue descartada para que pudiera descargarse en soporte digital de manera gratuita, en un pdf que permitiera incluir enlaces hacia las webs aquí citadas. *CÓMIC DIGITAL HOY. UNA INTRODUCCIÓN EN PRESENTE* asume desde su mismo título la condición impermanente de internet así como los rápidos cambios de soportes introducidos por las tecnologías digitales y, con ellos, los nuevos modos de producción y consumo que afectarán al cómic digital en ciernes. De ahí que reafirmemos la condición de estudio *introductorio* y *en presente* a sabiendas de que en poco tiempo, como algunos de sus *links*, quedará obsoleto.

Arriba: varias autoras, cabecera del blog colectivo *Caniculadas*,(2011-2015).
Debajo: Chris Ware, *Touch Sensitive* (2011), creado para iPad.



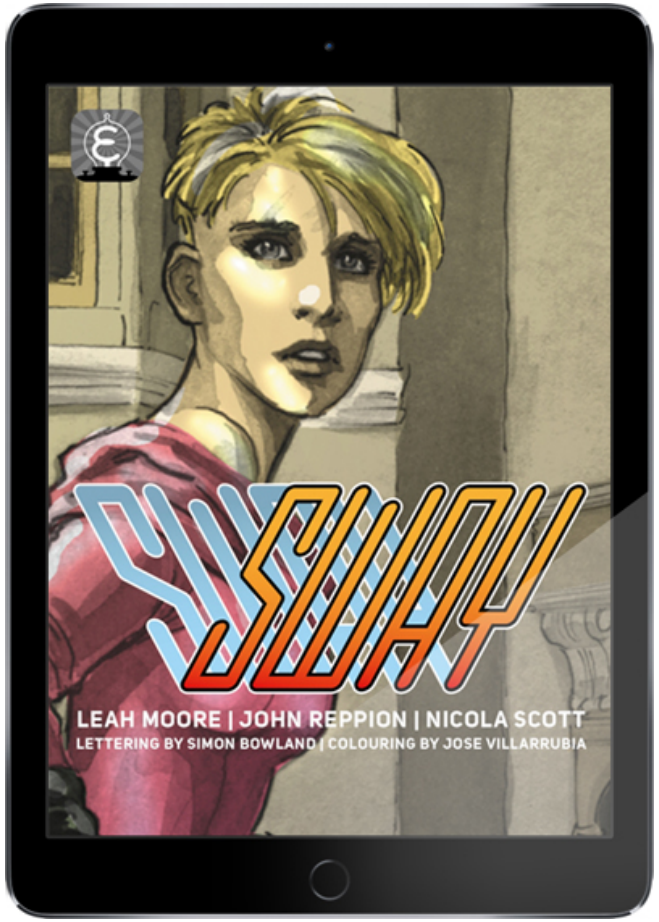
Panoramas digitales / casos de estudio

Este libro digital se estructura en dos partes. La primera recoge textos que pretenden ofrecer una visión panorámica de los cómics digitales desde diferentes perspectivas, históricas, nacionales o temáticas; la segunda parte, más amplia, recoge casos de estudio específicos, obras digitales concretas escogidas según el interés personal de los autores de los textos y abordadas desde el ensayo, la reseña en profundidad, el reportaje o la entrevista que permite documentar los avatares del proceso creativo y, en este caso, los desafíos de producción y difusión planteados por el medio digital.

La primera parte, «PANORAMAS DIGITALES», se abre con «BREVE HISTORIA DEL CÓMIC DIGITAL», donde Gerardo Vilches proporciona un marco histórico introductorio para entrar en materia. Desde el origen de internet, los primeros cómics digitales, la proliferación de historietas en CD-Rom y de webcómics en los noventa —la década en que internet se expande— a la entrada de Blogger en 1999, las predicciones de Scott McCloud al año siguiente en su libro *Reinventing Comics* (*La revolución de los cómics*) o la llegada de las redes sociales. Vilches argumenta la influencia desde la pasada década del paradigma de la novela gráfica en los webcómics, que en no pocos casos evitaron el formato previo de tira breve o serie abierta en favor de historias más extensas con final planificado, y destaca la significativa inclusión a comienzos de los 2000 de una categoría específica de webcómic / cómic digital en los premios de la industria tradicional de varios países. Una amplia muestra internacional del cómic digital reciente cierra un texto que, como indica su autor, pretende ser una panorámica general de la historia del medio, un relato «sobre una forma artística que se beneficia de toda la tradición del cómic impreso y, al mismo tiempo, transmite la emoción única de los territorios inexplorados».

Las doce revoluciones del cómic anunciadas por Scott McCloud a comienzos del siglo XXI en su citado *Reinventing Comics* dan pie a Rubén Varillas para abrir su aportación a esta antología. «DE LA REVOLUCIÓN DEL CÓMIC Y OTROS AUGURIOS» ofrece un pertinente repaso a la evolución histórica de los formatos impresos en el cómic y a lo que ha supuesto la «revolución digital» para dicha tradición impresa, además de contrastar las predicciones de McCloud con lo ocurrido a partir de 2000. Desde la generalización del uso de medios digitales para crear cómics al planteamiento de qué entendemos hoy por cómic digital; desde la «resiliencia» del formato clásico de tira de prensa en los webcómics a la correlativa «resistencia» a usar los nuevos formatos y técnicas que permite el soporte digital, en favor de una cierta preferencia mimética por las formas tradicionales (las tiras o páginas del cómic impreso). Sin embargo, hay excepciones que interesan a Varillas, casos que sí experimentan con las posibilidades del entorno digital: autores como Cat Garza, Daniel Merlin Goodbrey y más recientemente Alan Moore junto a Mitch Jenkins, Peter Coogan, Leah Moore y otros en Electricomics, una plataforma web de cómics creados para *tablet* que se autodenomina «A self-publishing ecosystem». Varillas, prudentemente, deja abiertas sus observaciones sobre el devenir del lenguaje artístico en el medio digital gracias a las posibilidades del hipervínculo, el lienzo infinito o la animación, aunque tal vez su conclusión final sobre cuál ha sido la «verdadera» revolución del cómic contemporáneo pueda sorprender a algunos.

Leah Moore, John Reppion, Nicola Scott y José Villarrubia, *Sway* (desde 2014), en Electricomics.



BD numérique, manga digital y webcómics en España

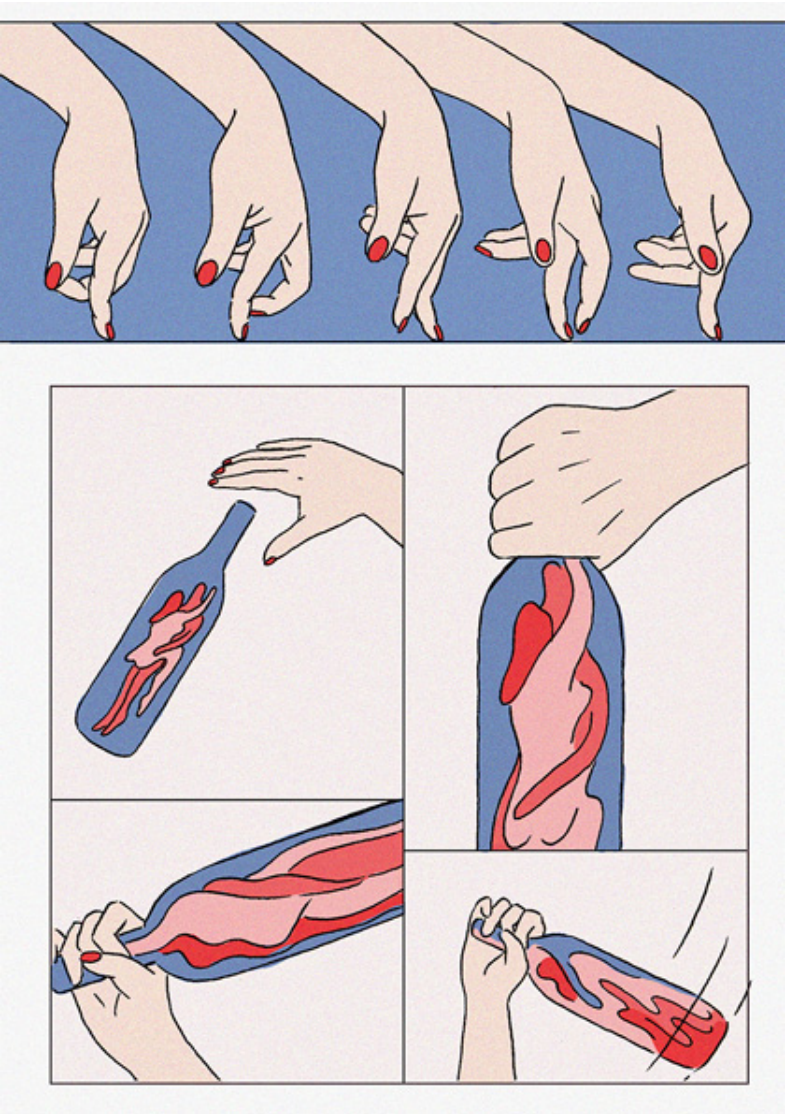
El descubrimiento de las posibilidades de internet también ha traído importantes cambios para el panorama de la *bande dessinée*. En «EL CÓMIC *ONLINE* EN FRANCIA», Álvaro M. Pons los examina en profundidad. El texto investiga las razones históricas de la tardanza en la implantación de internet en Francia y señala un temprano ejemplo de narración transmedia, *Urbicande*, una web creada en 1997 por los historietistas Benoît Peeters y François Schuiten para expandir en la red su conocido universo de cómic impreso, el ciclo de *Las Ciudades oscuras*. Pons estudia asimismo el ambicioso proyecto liderado por Thierry Smolderen, el «webdomadaire» *Coconino World* (1999) y su esqueje experimental, «*Station Delta* (2002), creados desde Angoulême como alternativa digital a las languidecientes revistas impresas y como plataforma de expresión para nuevos historietistas. A la sazón aparecía el magazine web *@fluidz*, impulsado por la veterana revista en papel *Fluide Glacial*, así como diversos proyectos amateurs que afianzaron la publicación colectiva como modo de producción básico del webcómic francés. El otro pilar del cómic *online* francófono ha sido el blog individual, una auténtica «fiebre» durante la década pasada. Los «blogs BD», impulsados por el espíritu de independencia que habían traído las pequeñas editoriales de los noventa, generaron un movimiento autoral de experimentación en la red sin el control de la poderosa industria francobelga. Álvaro Pons lo evalúa con la perspectiva de haberlo vivido en presente como lector, mientras se desarrollaba en la década pasada, y de los años transcurridos desde entonces. Esta «blogomanía» de BD tuvo su momento cumbre con *Le blog de Frantico* (2005), un fenómeno reseñado en *Libération* que señaló definitivamente al blog de *bd* como vehículo de promoción con versión impresa posterior para rentabilizar el trabajo a través del circuito comercial tradicional, lo que a su vez empezó a condicionar las propuestas creativas de los blogs,

pensando ya en el hipotético libro impreso. La celebración en 2005 del primer evento en torno a ellos, el Festiblog, y la incorporación del premio Révélation Blog al palmarés del Festival Internacional de Angoulême son otros hitos de esta historia. También se recapitula el considerable impacto del evento «24h de la BD», incorporado en 2007 a las actividades del Festival de Angoulême (un webcómic realizado en 24 horas por numerosos autores en sucesivas ediciones), así como el proyecto dirigido para dicho festival por los historietistas Ruppert y Mulot, el polémico «cadáver exquisito» *online* *La Maison close* (2009). Pons analiza asimismo ejemplos de lo que considera la madurez del webcómic francés reciente: la plataforma de autores *GrandPapier* (2007), la fascinante revista digital *Professeur Cyclope* (2013) y *La Revue Dessinée* (2013), un audaz proyecto de cómic periodístico en formato impreso y digital.

Varios autores, *Professeur Cyclope* (desde 2013), dibujo de Tangui Jossic.

El impacto popular del cómic *online* entre el público francófono ha suscitado naturalmente el interés de la industria tradicional francobelga, que además de encontrar en internet nuevas obras para publicar ha explorado vías digitales para comercializar su catálogo. Pero ¿cuál ha sido el impacto digital en otra de las grandes industrias tradicionales del cómic, la japonesa, la más importante del mundo en ventas y peso socioeconómico dentro de su país?

En «E-MANGA, WEBMANGA Y DIGI-MANGA. UNA PERSPECTIVA JAPONESA», José Andrés Santiago Iglesias traza una panorámica general del cómic digital en el mercado nipón. La primera parte de su texto proporciona cifras y gráficos detallados sobre la posición del manga digital en el conjunto de la industria japonesa, con especial atención a la evolución de las ventas en los últimos años y las principales estrategias de comercialización, impresas y digitales. Como se ha indicado más arriba, siguiendo precisamente a Santiago Iglesias, en el mercado del manga las ventas de revistas impresas no dejan de descender —cada vez menos atractivas para los jóvenes usuarios habituados a leer en el móvil o en la *tablet*— mientras, inversamente, las de manga digital no paran de crecer. El autor indaga en otros factores sorprendentes, imprevistos y ajenos al cómic, que han apuntalado desde 2011 el auge del manga digital, y observa una constante de otros mercados: la convivencia de los formatos digital e impreso, con los mangas digitales más populares convertidos después en tomos impresos *tankôbon,* a semejanza de las fórmulas editoriales de rentabilización posterior a la publicación seriada en las revistas periódicas tradicionales. En la segunda parte del texto, el autor aborda los tres tipos de cómic digital más presentes en el mercado japonés con ejemplos respectivos. Entre ellos, *Henshin* (2013), del hispano-japonés Ken Niimura, y el popular *One Punch-Man* (2009) de ONE, junto a su *remake* (2012) dibujado «profesionalmente» por Yusuke Murata.



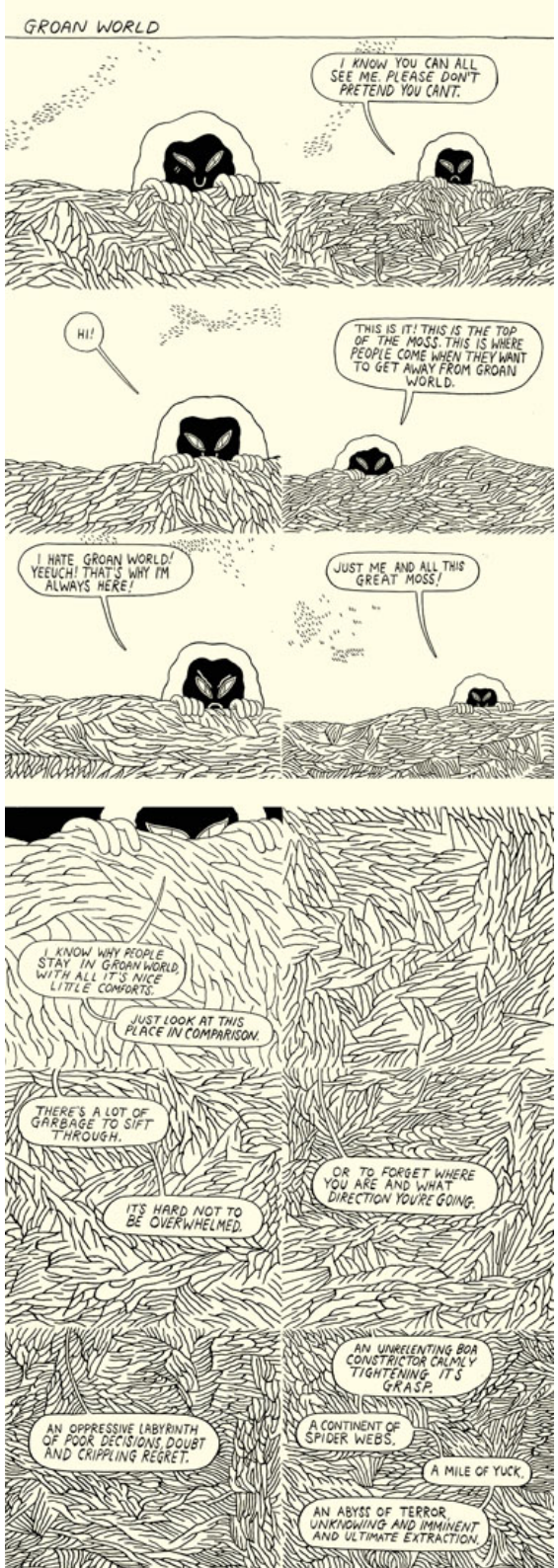
Pepa Prieto Puy, sin título (2016), en Tik Tok Cómics, detalle de una historieta expuesta simultáneamente en la muestra colectiva *Animal Collective. Nuevas iniciativas en el cómic europeo* (Madrid, CentroCentro Cibeles, 30/09/2016—29/01/2017).

España no ha sido ajena a la explosión del cómic en la red. En «WEBCÓMICS EN ESPAÑA HOY: BREVE GUÍA DE CAMPO», José Antonio Serrano traza un panorama introductorio sobre cómics para entorno web realizados en España, desde los «webcomiqueros» más veteranos de la pasada década a las viñetas para diarios y otros medios digitales, pasando por firmas españolas con influencia del manga. Los webcómics de humor —costumbrista, inclasificable o experimental— están representados aquí con un buen puñado de nombres, lo mismo que algunos historietistas españoles que trabajan para la industria comercial de otros países pero que usan internet para dar salida a un proyecto personal en forma de webcómic. Algunos proyectos colectivos *online* creados en España, los mencionados *El Estafador* y *Caniculadas* y otros como Tik Tok Cómics o *El heptágono de las Bermudas* también tienen su sitio en este informe, igual que los webcómics dedicados a la crónica de la realidad (sobre el 15-M o sobre Palestina) o ciertos casos ya desaparecidos de cómics *online* que tuvieron su momento de popularidad. Aunque Serrano deja claro el carácter divulgativo de su informe, un «primer menú degustación», y renuncia a una exhaustividad inviable en internet, sí analiza ciertos patrones en los modos de comercialización, como la tendencia a acudir al patronazgo o al *crowdfunding* para ediciones impresas posteriores.

La vanguardia que llega de internet

En «LA VANGUARDIA DIGITAL» Alberto García Marcos ofrece, desde una selección que confiesa «limitada y subjetiva», una panorámica internacional del cómic experimental o «alternativo» en internet. Un análisis de los mentados *Touch Sensitive* y *The Last Saturday*, de Chris Ware, abre la puerta a un informe que incluye desde autores que se dieron a conocer en la red como el australiano Simon Hanselmann al estadounidense Dash Shaw y su ambiciosa novela gráfica *online*, *BodyWorld* (2007-2009). El texto comenta asimismo los casos de los franceses Ruppert y Mulot y de *Grandpapier*. La «visita guiada» de Alberto García por la vanguardia digital prosigue por el portal *Electrocomics* (no confundir con la citada Electricomics, de Alan Moore y otros autores), impulsado desde Alemania por la historietista Ulli Lust para amparar un elenco de firmas mayormente europeas, y los sitios web estadounidenses Study Group y *What Things Do*.

Para cerrar esta primera parte, en «SALTANDO A LA RED» el autor de estas líneas analiza un doble tema mediante una combinación de ensayo, perspectiva histórica y reportaje: el estudio de determinadas obras y tendencias del cómic *online* o producido para dispositivos digitales; por otro, el impacto de internet en los modos de consumo, difusión y comercialización del cómic digital reciente.



Patrick Kyle, detalle de «Groan World», en *What Things Do* (2013).

James Kochalka, «Introducing Oliver Jonco Kochalka», en *American Elf* (2007).

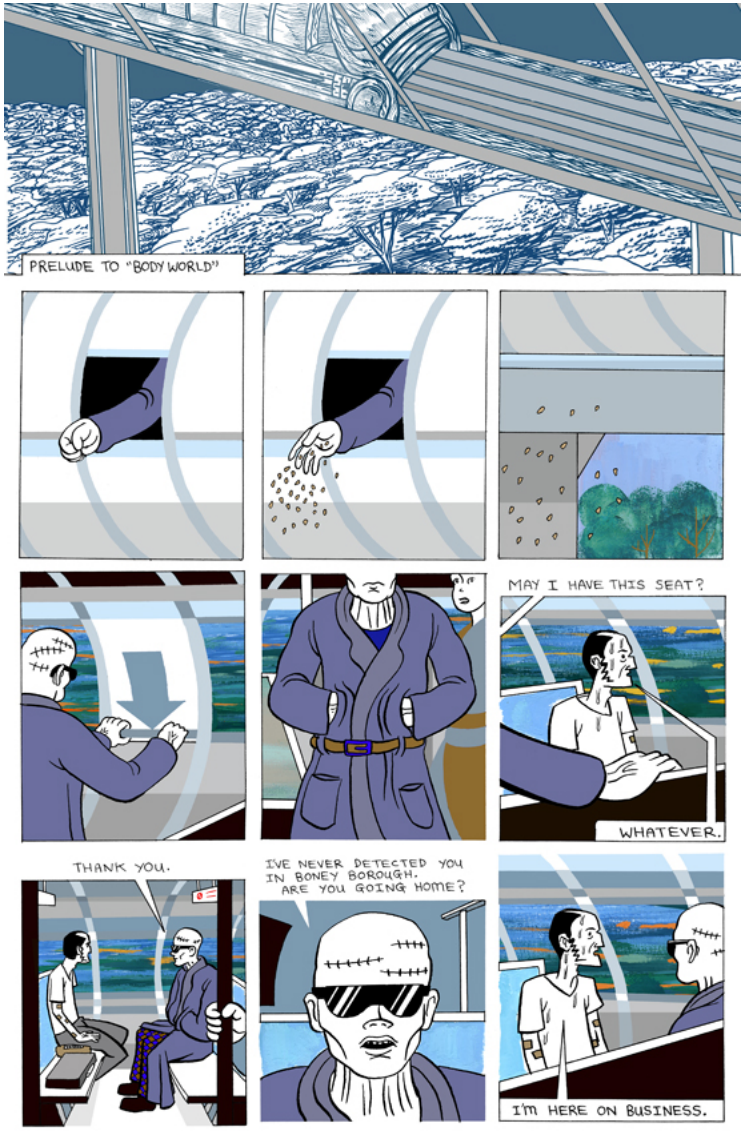
Estudiando casos

La segunda parte de esta antología, frente a la perspectiva panorámica de la primera, se centra en casos de estudio específicos. «*American Elf*. Un diario en viñetas», de Irene Costa Mendia, es un análisis pormenorizado de uno de los ejemplos más singulares que ha dado el webcómic. Si lo autobiográfico ha sido uno de los caminos más transitados desde el lejano *comix underground* de los primeros setenta al cómic «alternativo» de los ochenta/noventa y la novela gráfica del siglo XXI, el estadounidense James Kochalka es tal vez el autor que mejor ha sabido utilizar las posibilidades de internet para convertir su cómic autobiográfico en un acontecimiento único. *American Elf* es una colección de tiras breves que reflejan el devenir cotidiano del autor, un diario prácticamente ininterrumpido que publicó en su web entre octubre de 1998 y diciembre de 2012. Irene Costa examina semejante empresa apoyándose en el marco teórico de estudiosos del diario en forma de cómic y analiza las peculiaridades de *American Elf*, en particular las derivadas de su publicación en internet.

El californiano Dash Shaw también quiso ensayar en la red con una obra realizada expresamente para ella. Su *BodyWorld*, una extensa novela gráfica *online* publicada entre 2007 y 2009, es objeto de estudio en «*BodyWorld*. Melodía y mapa de lo extraño», un texto en el que Daniel Ausente pone a prueba el

calificativo de «webcómic revolucionario» con el que fue recibida la obra. *BodyWorld*, una historia de ciencia ficción «social» que participa de los tópicos del género en su vertiente literaria y al mismo tiempo experimenta con ellos, es analizada a partir de tres estrategias artísticas que detecta Ausente: el efecto de extrañamiento, tan querido por Shaw; la búsqueda de un tempo narrativo propio, gracias sobre todo al soporte digital; y el uso de lo que el crítico denomina «detalle metódico». El texto destaca la acusada «verticalidad narrativa», concebida para leerse en ordenador (*BodyWorld* concluyó un año antes de la llegada de la *tablet* moderna), y la compara con el singular diseño de la versión impresa que tuvo la obra en 2010.

En «*Mensaje de Arecibo* (1974): ¿PRIMER CÓMIC DIGITAL?», Breixo Harguindey cuestiona la «historia oficial» del cómic digital proponiéndonos un heterodoxo caso de estudio como «primer» ejemplo del mismo. El autor parte de la contraintuitiva definición de cómic de Scott McCloud para conducirnos por un viaje desde las «orillas del océano cósmico» —la Tierra, lugar de emisión al espacio del *Mensaje de Arecibo* diseñado por Carl Sagan y Francis Drake— a los superhéroes, las pinturas rupestres, la Astraglossa, la ciencia ficción de Philip K. Dick, los orígenes del cómic moderno o *Stark Trek*, entre otras paradas de un itinerario con destino inesperado.



Dash Shaw, comienzo de *BodyWorld* (2007-2009).

Por su parte, Octavio Beares propone a Kate Beaton en «*HARK! A VAGRANT*. SUEÑOS AMERICANOS 2.0» como ejemplo temprano del paradigma de autor contemporáneo de cómic digital. La historietista canadiense se dio a conocer subiendo sus tiras a internet a partir de 2007, la serie de humor «culto» *Hark! A Vagrant*, con un éxito tan veloz que le ganó el calificativo de «webcómic superstar». Beares establece un paralelismo entre el trabajo de Beaton y la tradición norteamericana de la tira de prensa humorística, y compara pertinentemente su estilo de caricatura sintética y «casual» con el de historietistas norteamericanos bien conocidos de la segunda mitad del siglo XX.

Kate Beaton, detalle de «Wonder Woman», en *Hark! A Vagrant* (desde 2007—).

Indignados y divertidos

El de Kate Beaton es un modelo de «éxito vía internet» relacionado con la inmediatez en la publicación. El uso de la red como medio para «conectar directamente» con el público estaba también tras la intención de los historietistas españoles que, durante las manifestaciones y acampadas del 15-M de 2011, subían viñetas a la red intentando capturar el momento de indignación de la llamada *Spanish Revolution*. En «AL FILO DE LOS ACONTECIMIENTOS [UNAS CONSIDERACIONES EN TORNO A ALGUNOS CÓMICS DIGITALES INDIGNADOS]», Fernando Castro Flórez selecciona algunos webcómics de aquellos «días indignados» para leerlos hoy bajo un marco teórico sobre crisis de la representación democrática, desobediencia civil,

acontecimiento colectivo y arte político de resistencia. Resistencia frente a la autoridad corrupta, se entiende. «Nadie esperaba nada y, sin embargo, ocurrió algo decisivo», escribe Castro. La principal necesidad de los historietistas del 15-M era una muy humana: establecer algún tipo de *relato* sobre lo que estaba pasando, en parte para dar testimonio de ello, dentro y fuera del país, pero sobre todo para *entenderlo*. Si la «revolución» estaba siendo «tuiteada», algunos autores de cómic sintieron la misma urgencia por ofrecer una crónica personal de lo que estaban viviendo, siguiendo una lógica de resistencia contra el estado de cosas que se había tornado intolerable. De la improvisación de algunos francotiradores de la viñeta, a pie de calle y de ahí a internet, se pasó a publicaciones colectivas *online* más organizadas. De todo ello se da buena cuenta en este texto.

Algunas de esas viñetas sobre el movimiento 15-M se publicaron en *El Estafador*, en un multitudinario especial titulado «#SpanishRevolution» (2011), y Moderna de Pueblo era una de las muchas firmas implicadas. A ambos se dedican los dos capítulos siguientes. En «ESTAFAR A UN ESTAFADOR. ENTREVISTA CON JAVIRROYO Y JUANJO SÁEZ», el autor de estas líneas recapitula el origen y desarrollo de *El Estafador* en conversación con sus dos principales fundadores. Ambos dibujantes, afincados en Barcelona, rememoran los logros y fracasos de un webcómic colectivo que nació en 2009 al calor de la crisis financiera con la vocación de fanzine satírico *online* y semanal. Entre sus éxitos, el gran número de visitas, suscriptores y autores de una comunidad hispana transnacional a lo largo de siete años de trayectoria; entre sus fracasos, el de no conseguir la «monetización» del trabajo. Los condicionamientos a la libertad creativa y de crítica derivados de posibles anunciantes, que *El Estafador* ha conseguido evitar exprimiendo la «libertad de publicación» de internet, y los ciberataques que sufrió su servidor tras un par de números especialmente «críticos» son otros momentos destacados de esta

entrevista. Por su parte, Isabel Cortés Navarro aborda en «CÓMO SER MODERNA DE PUEBLO» el proceso por el cual Raquel Córcoles, alma máter de Moderna de Pueblo (su alias habitual, que incluye en cómics concretos a Marta Rabadán y Carlos Carrero), convirtió en «marca» sus viñetas humorísticas sobre la cultura y costumbres juveniles contemporáneas, gracias en buena parte a una intensa labor en las redes sociales durante unos años en que fue pionera en España. Isabel Cortés analiza esos procesos preguntando expresamente a Raquel Córcoles; según esta última, la mitad de su trabajo consiste en gestionar las redes sociales, a través de las cuales le llega la gran mayoría de encargos.

En «*EL JOVEN LOVECRAFT*: LA «INFANCIA» DEL HORROR CÓSMICO», Jorge Iván Argiz analiza en profundidad el webcómic de José Oliver y Bartolo Torres, verdaderos pioneros en España: tiras de humor protagonizadas por una versión infantil de Lovecraft (entre la fantasía, las alusiones metaliterarias y la documentación sobre la biografía real del escritor) que ambos historietistas comenzaron a publicar *online* nada menos que en 2004 y que se convirtieron en una serie de libros impresos, reeditados gracias a la buena acogida de ventas.

Moderna de Pueblo, «Democracia versión demo» (detalle), en el especial #SpanishRevolution de *El Estafador* (2011).

Argiz parte de un conocimiento profundo de la vida y obra del escritor de Providence para rastrear los recursos y constantes de *El joven Lovecraft*, uno de los trabajos más extensos y populares que ha dado el webcómic español.

Otro pionero del ramo en nuestro país es el protagonista de «ENTREVISTA A ANDRÉS PALOMINO, AUTOR DE *LAS CRÓNICAS PSN*», donde Óscar Senar indaga en la exitosa experiencia de Andrés Palomino, «guionista de televisión de profesión y dibujante de webcómic por pasión», en el terreno del cómic *online*. *Las Crónicas PSN*, tiras de humor publicadas en la red desde 2008, surgen inspiradas en parte por la lectura de *El joven Lovecraft,* que a Palomino le abrió la puerta del cómic digital. Tras descubrir que existía una importante comunidad de historietistas en internet, se animó a poner en marcha su propio webcómic humorístico sobre «las aventurillas de mis amigos frikis». Imponiéndose el ritmo de una tira al día, descubrió las facilidades de la red para llegar a un gran público y generar una comunidad entusiasta que respondía inmediatamente. La adaptación a formatos cómodos para leer y compartir *online*, las reacciones de sus amigos al verse representados en las tiras y la rentabilización del trabajo son otros momentos destacados de la entrevista.

Andrés Palomino, vista de la App de *Las Crónicas PSN* vol. 1 para Android (2011).

La dificultad de establecer un «canon» en el universo de internet por la falta de intermediarios editoriales que filtren lo que se publica, y la paulatina aparición de mecanismos específicos de la red para jerarquizarlos, abre «*NIMONA*, UNA VILLANA EN PRÁCTICAS». El texto, de Eduardo Maroño, está dedicado al webcómic que la estadounidense Noelle Stevenson —la cocreadora de *Lumberjanes* (2014–), *Leñadoras* en la edición española— publicó entre 2012 y 2013, una fábula moral sobre el heroísmo y el poder amén de otro caso de notoriedad ganada en internet, que llevó a un libro en papel editado por HarperCollins y de ahí a una futura adaptación al cine animado. La ausencia de intermediarios editoriales, al menos en su primera publicación, parece la razón de una cierta indefinición del público al que va dirigida *Nimona*, entre la comedia juvenil y la alegoría intertextual apta para otros segmentos de lectores.

Noelle Stevenson, detalle de *Nimona* (2012-2013).

Los dos siguientes capítulos están dedicados al mencionado *Caniculadas*, un blog colaborativo humorístico que se actualizó entre los veranos de 2011 y 2015 (premio del Salón del cómic de Zaragoza al Mejor Webcómic de 2013). En «CUANDO LLEGA EL CALOR... ¡*CANICULADAS*!», Diego Matos presenta el trabajo

desarrollado en este webcómic colectivo así como el perfil profesional de sus autoras, las españolas Carla Berrocal, Mireia Pérez, Clara Soriano, Natacha Bustos, Srta. M., Bea Tormo, Mamen Moreu y Andrea Torrejón. Las siete últimas son entrevistadas por Gerardo Vilches en «EL FINAL DEL VERANO. UNA ENTREVISTA A *CANICULADAS*», una extensa conversación que da cuenta de los orígenes y avatares del proyecto, las estrategias cambiantes para organizar los temas y el tono, las diferencias entre trabajar para internet y para la imprenta o la experiencia de llegar a lectores latinoamericanos y de colaborar en el libro impreso *Institutos* (2014).

El síndrome internet

En «*THE PRIVATE EYE*. RECELAR DE LAS SONRISAS», Raúl Minchinela califica el argumento del primer cómic lanzado desde la plataforma Panel Syndicate como *carencia-ficción*: un futuro dominado no por nuevas ideas o inventos, sino por la cancelación de tecnologías ya existentes en el presente. El mundo de *The Private Eye* (2013-2015, Brian K. Vaughan, Marcos Martín y Muntsa Vicente) es uno donde ya no existe internet, y Minchinela indaga desde la crítica cultural en los temas de la obra y sus implicaciones para nuestra realidad: la identidad, la intimidad, la vigilancia, la confianza, las paradojas del exhibicionismo digital, los tipos humanos como el «hipster de la red» —aquí, un paródico anciano desfasado— o, muy especialmente, la materialización real de los miedos anticipados por el propio relato (caso Edward Snowden; «The Fappening»). Al fin y al cabo, bajo las máscaras de fantasía futurista que llevan los personajes, el verdadero protagonista de esta historia es nuestro presente continuo, desde el que encaramos con incertidumbre las consecuencias socioeconómicas de las nuevas tecnologías digitales.

En «*LET'S PACHECO*: COSAS DE FAMILIA», Diego Matos indaga en la mitología de humor costumbrista con la que se dio a conocer la mencionada Laura Pacheco en su *blog* desde 2011, en el que pronto contaría con colaboraciones de su hermana, la escritora Carmen Pacheco. Con la autobiografía y la experiencia familiar como motivos centrales del humor de sus historietas, *Let's Pacheco* crecería pronto con nuevas secciones y la viralización en redes sociales. De ahí a publicar en uno de los grandes medios nacionales españoles (*El País* y su suplemento *S Moda,* con la serie *Problemas del primer mundo*) y a los cómics impresos solo había un *click* de distancia. O unos cuantos.

«TIK TOK, UNA VENTANA AL CÓMIC CONTEMPORÁNEO EN ESPAÑOL» es el texto que Gerardo Vilches dedica a Tik Tok Cómics, plataforma de difusión del «cómic de los fanzines y de los jóvenes autores, alejado de los medios editoriales tradicionales», en definición de su impulsora, Ana Galvañ. Creado en 2013, Tik Tok se ha convertido en la web de referencia del cómic de vanguardia en España, con series de diferentes autores y algunos contenidos en inglés además del producto habitual en este tipo de portales (la pieza breve, a veces ya publicada en papel, usualmente en fanzine). Tik Tok, un soporte digital y barato para la autoedición, alberga ya una larga lista de historietistas, entre jóvenes y veteranos, y Vilches bucea en ella para destacar una muestra relevante del elenco.

Laura Pacheco, *Let's Pacheco* (2013).

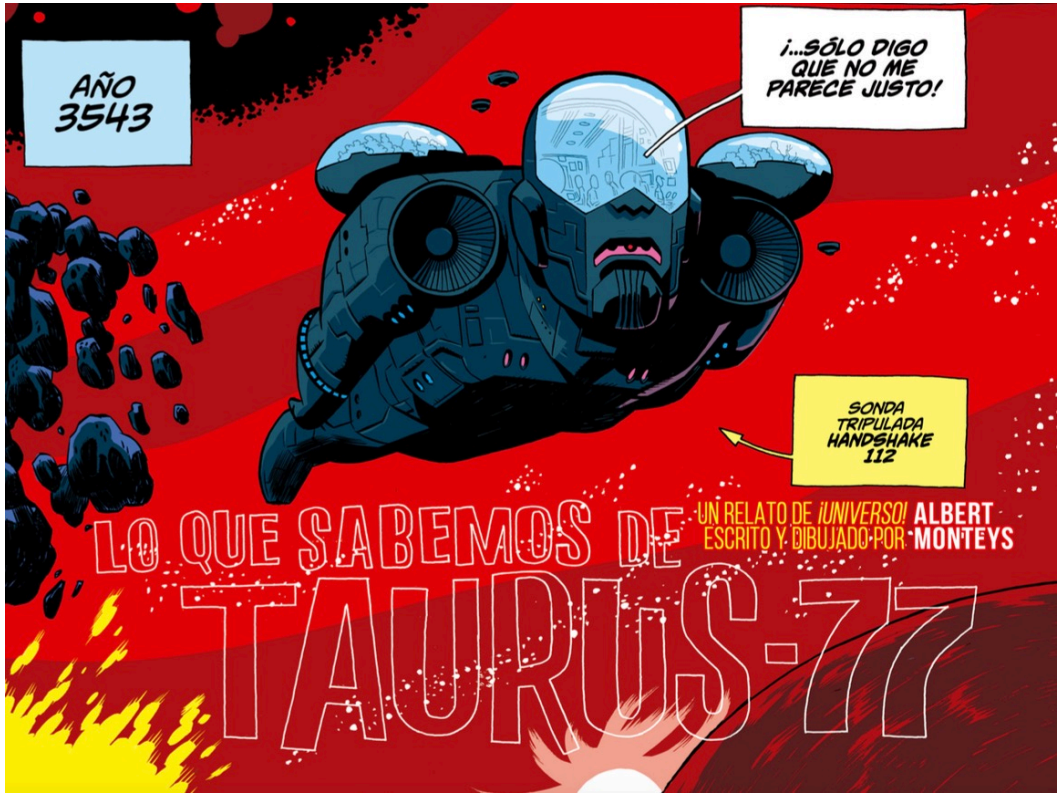
Humor sin dueño

Han pasado dos años desde la creación de *Orgullo y Satisfacción*, otro de los acontecimientos en el cómic digital español que destacábamos al principio, y Yexus ha querido hacer balance charlando con sus fundadores. En «ME LLENA DE *ORGULLO Y SATISFACCIÓN* (LA ENTREVISTA)», Manuel Bartual, Guillermo, Manel Fontdevila, Albert Monteys y Bernardo Vergara son interrogados extensamente sobre sus experiencias al frente de lo que Yexus define como «uno de los proyectos más sólidos, estimulantes y prometedores del panorama del humor satírico y el cómic independiente». De las circunstancias de la dimisión colectiva de *El Jueves* en junio de 2014 a los días agitados que siguieron en los que se fraguó improvisadamente la nueva revista digital; del espaldarazo de 30.000 ejemplares vendidos del número cero (hoy ya 40.000) a la periodicidad mensual; de la «cocina» de cada número en el consejo editorial a las mejoras en la estructura y web de la revista, cada vez más refinada para atraer a los suscriptores.

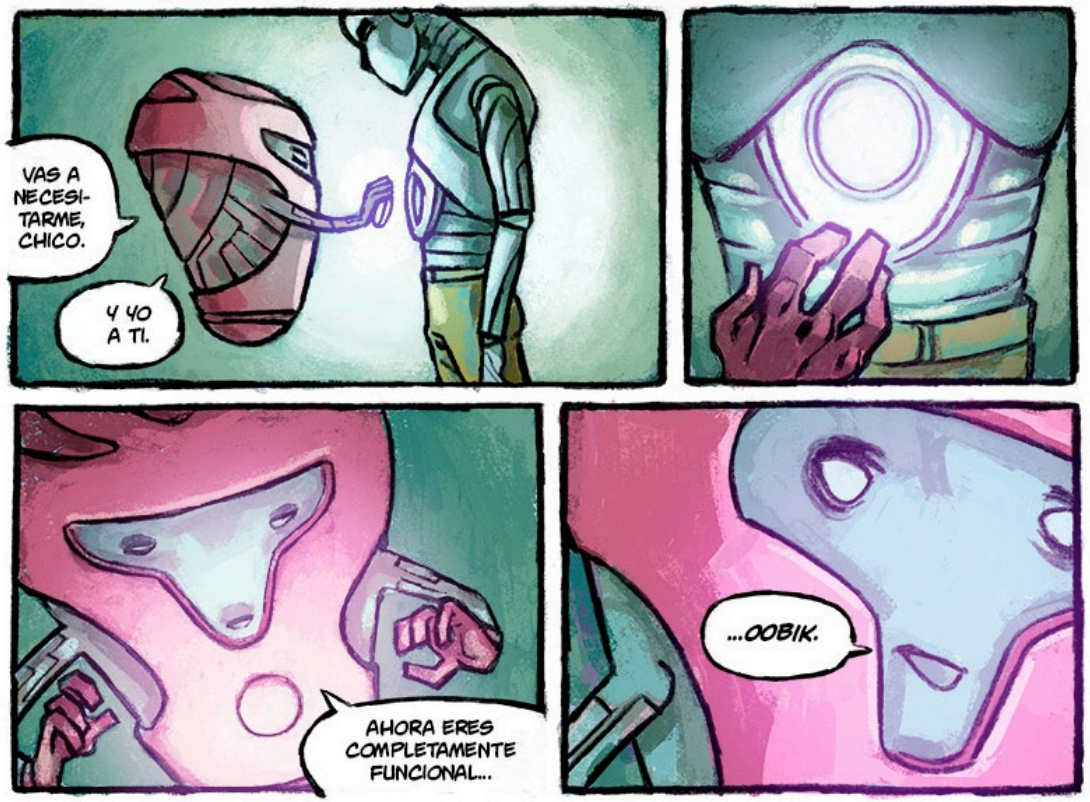
En «HUMORISTÁN O CÓMO CONSTRUIR UN MUSEO VIRTUAL DEL HUMOR GRÁFICO», Jordi Riera Pujal testimonia la gestación, el presente y las expectativas de futuro del museo virtual del humor gráfico Humoristán, una iniciativa que surge de la Fundación Gin, entidad privada sin ánimo de lucro. Riera, a la sazón director del proyecto, expone los objetivos de Humoristán: establecer un diálogo entre el presente y el pasado del humor gráfico mediante diversas secciones web con diseño *responsive*, adaptable a distintos dispositivos, que incluyen exposiciones virtuales con imágenes de calidad, noticias, artículos históricos, bibliografía y cerca de 3.000 fichas que se irán destinando a autores, personajes y series de humor gráfico. El artículo repasa asimismo otros museos virtuales del cómic y webs de interés que comparten intenciones con Humoristán.

Los siguientes dos capítulos de esta antología digital están dedicados al reciente proyecto en solitario de uno de esos autores de humor gráfico con ya larga trayectoria, cofundador también de *Orgullo y Satisfacción*, el barcelonés Albert Monteys. En «¡UNIVERSO! EL FUTURO ES PARA HOY», Mikel Bao reseña los números aparecidos hasta el momento de *¡Universo!*, la segunda serie de cómic digital lanzada por Panel Syndicate: ciencia ficción de «episodios completos» sazonada con humor y sátira, disponible en inglés, catalán y castellano. Por su parte, en «UN UNIVERSO A SU ALCANCE. UNA ENTREVISTA (NO DIGITAL) CON ALBERT MONTEYS», el autor de estas líneas conversa con el creador de *¡Universo!* sobre los desafíos de esta aventura *online*: las posibilidades creativas que permite la pantalla digital, las diferencias en la recepción respecto al medio impreso, la rentabilización del trabajo en internet, el pdf descargable periódicamente como equivalente digital del tebeo impreso, los retos de afrontar por primera vez una narración extensa, el tratamiento de un género tan querido por Monteys como la ciencia ficción o las comparaciones entre la experiencia con Panel Syndicate frente a la de *Orgullo y Satisfacción* son algunos de los asuntos de la entrevista.

Albert Monteys, «Lo que sabemos de Taurus-77», en *¡Universo!* nº 3 (2015).



Radicales libres



Carlos Romá y Gerardo Sanz, detalle de *The Oobik* (2014–).

En «Del huracán a la célula. El rastro de Gerardo Sanz en la red», Óscar Gual reconstruye con perspectiva histórica la carrera en el cómic del valenciano Gerardo Sanz. Desde sus historietas impresas a finales de los noventa en el fanzine colectivo *Como vacas mirando el tren* y en antologías más recientes al objeto principal del artículo, sus webcómics, que giran en torno a la divulgación científica: las tiras de *Conversaciones con el Huracán* (desde 2011), difundidas también en webs de comunicación de ciencia y tecnología, y *The Oobik* (desde 2014), un proyecto de divulgación multidisciplinar sobre biología celular que incluye un webcómic de Sanz en colaboración con Carlos Romá, doctor en Biología molecular y genética y autor a su vez de un blog de divulgación científica.

«Esto se ha hecho mil veces: "esto me lo hago a boli"» es un reportaje de Borja Crespo en torno a las historietas *online* del vasco Xabi Tolosa, publicista, actor y dibujante. «Estoy en paro y puedo hacer lo que me da la puta gana», escribía Tolosa en la primera entrega de su webcómic autobiográfico humorístico *Esto se ha hecho mil veces* (desde 2012), dibujado con bolígrafo azul. «Lo de no saber dibujar

lo tengo que compensar con muchas palabras para explicar las cosas», escribía en la segunda. Daba igual, el *do it yourself* pasa hoy por internet. Cuando Tolosa recopiló la «primera temporada» en un pdf y la gente empezó a compartirlo e incluso a imprimirlo por su cuenta, se percató de que tenía «algo serio» entre manos, mucho más cuando la editorial ¡Caramba! le abordó para publicarle un recopilatorio impreso. A través de las declaraciones del autor, Crespo indaga en el desarrollo de este webcómic y sus modestas estrategias de rentabilización, que incluyen varios capítulos animados.

Lisa Hanawalt, «Toilets Comics» (2015), detalle.

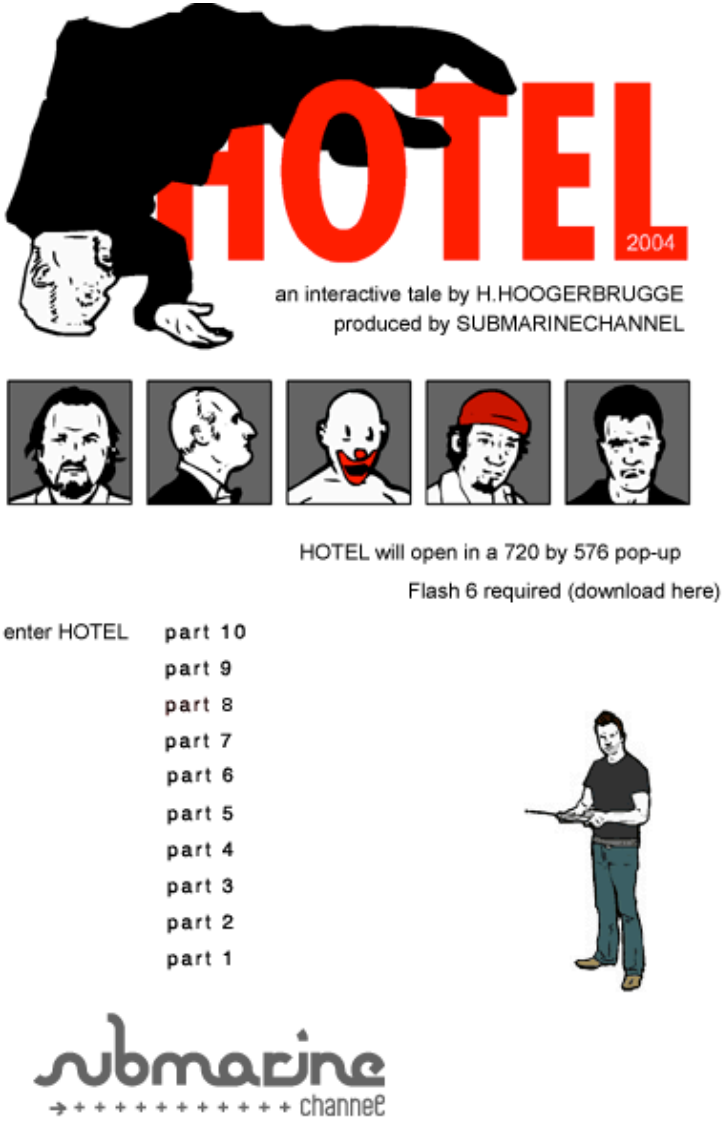
La californiana Lisa Hanawalt es otra de las jóvenes firmas cuya presencia en internet ha contribuido a difundir su obra. En «LISA HANAWALT: ENCANTO *WEIRD*», Isabel Guerrero recorre algunos de sus *highlights*, desde la serie *Tuca the Toucan* (2013-) a «Toilets Comics» (2015) y sus hilarantes reseñas dibujadas sobre cine y cocina para revistas digitales del ramo. Su trabajo en el cómic impreso y *online*, orientado básicamente hacia la comedia, ya ha merecido varios galardones y le ha proyectado al mundo del podcast junto a la comediante Emily Heller (en *Baby Geniuses*) y al diseño de producción de la serie animada de Netflix *BoJack Horseman*. Isabel Guerrero ofrece algunas claves para acceder al universo de Lisa Hanawalt y comenta obras maestras como «Caballos con Carne» (2015), recopilada ahora en su último libro impreso, *Hot Dog Taste Test* (2016).

Memoria, periodismo gráfico y arte contemporáneo

Pero no todo el universo digital del cómic está en internet. La propuesta de dedicar un texto al DVD-Rom que incluye el libro *MetaMaus* (2011) fue de Breixo Harguindey, aunque finalmente la ha materializado Gerardo Vilches. En «*MetaMaus* digital. Las fuentes de la memoria», Vilches explora las diversas secciones de dicho DVD, incluido en el colosal libro coeditado por Hillary Chute que desentraña el proceso creativo de la obra maestra de Art Spiegelman, una muestra ejemplar de las posibilidades del soporte digital para el *companion book*. Dicho DVD no solo ha permitido incluir *todos* los bocetos y versiones de *todas* las páginas de *Maus*, sino también las fuentes primarias y secundarias que utilizó Spiegelman para documentarse así como diversos videos y audios, que suman miles de imágenes y varias horas de grabación. Un documento inabarcable con un valor documental y archivístico «sin parangón en la historia del cómic», en palabras del autor del texto.

El DVD incluido en *MetaMaus* (2011), de Art Spiegelman.

Los dos siguientes capítulos están dedicados a un caso de estudio significativo de viñetas editoriales en la prensa digital española. En «Manel Fontdevila y Bernardo Vergara, viñetas digitales *a diario*», Jaume Vilarrubí firma la carta de presentación de los dos autores de «opinión gráfica» elegidos, dos historietistas veteranos de larga trayectoria en libros de cómic y revistas periódicas, muy



Han Hoogerbrugge, *Hotel* (2004-2006).

especialmente *El Jueves*, semanario en el que trabajaron desde los noventa hasta 2014 antes de fundar junto a otros el mensual digital *Orgullo y Satisfacción*. Tras este texto introductorio, en «FONTDEVILA Y VERGARA: BREVE ENCUENTRO» el autor de estas líneas entrevista a ambos dibujantes a propósito de sus viñetas para diarios digitales: sus recursos artísticos favoritos, en qué medida ha modificado internet su forma de trabajo, cómo es la recepción del público en el entorno digital.

En «*HOTEL*. UN WEBCÓMIC DE HAN HOOGERBRUGGE», Erika Pardo Skoug analiza una obra del artista holandés Han Hoogerbrugge. *Hotel* (2004-2006), un «relato interactivo» en palabras de su creador, es un webcómic con animaciones y sonido creado con el programa Flash cuya interactividad es analizada en el texto. Las influencias artísticas de Hoogerbrugge, su intención de crear con *Hotel* una «cápsula de tiempo» de la tecnología de su época y Facebook como «culpable de la muerte» de su página web son otros de los temas aquí abordados.

«DE LA PÁGINA AL LUGAR. EXPEDICIÓN A TRAVÉS DE LA PANTALLA» es el último capítulo de este libro digital. En él, Carlos Miranda aborda el caso de un autor —«de nombre ficticio Manolo»— que se

plantea un proyecto de narración gráfica como webcómic, buscando el potencial específico de la interfaz digital para crear un nuevo *espacio-tiempo* de la narración. Miranda aporta la perspectiva «externa» de las bellas artes y del arte contemporáneo para arrojar nueva luz sobre las posibilidades del cómic digital. La puesta en abismo del espectador en el «cuadro dentro del cuadro», la imagen «fuera de» la viñeta o bien «expandida» fuera de la ventana de la pantalla, la lógica de *sacar las cosas de las viñetas*, los webcómics que siguen pensados en viñetas a pesar de que en el entorno digital ya no es necesario, la exploración del *espacio continuo* que dicho entorno permite, la idea de *acontecimiento* en el espacio y del escenario como protagonista son algunas de las nociones en las que indaga este capítulo.

Es significativo que el texto de Carlos Miranda concluya con la toma de conciencia del poder de romper los marcos y llevar la narración al *lugar* para entender *realmente* de qué hablamos —o podríamos estar hablando— cuando hablamos de cómic digital. Su trayecto nos conduce del universo *online* al *offline*, del mundo virtual al real, sin el cual no podría existir el primero. A pesar de que este, como decíamos al principio, esté cambiando profundamente nuestra realidad.