

Vols. 1-2, 2011

El cómic como medio periodístico

Xavier Melero

Resumen

La no-ficción es una de las corrientes expresivas de más reciente incorporación al cómic, y dentro de ella, la narración informativa con códigos importados del periodismo. De la creciente producción y diversidad de estas hibridaciones deriva un conflicto teórico: la existencia de nuevas fórmulas comunicativas que desbordan las fronteras conceptuales del Periodismo. Este artículo expone la secuencia histórica que ha coadyuvado a este maridaje, somete a revisión crítica la dimensión periodística de los productos, y define las características del llamado “cómic-periodismo”.

Palabras clave

Periodismo, cómic, comunicación, información, medios, periodismo gráfico, documental.

Introducción

En su edición del 2 al 8 de febrero de 2007, el semanario italiano de información general Internazionale incluye la pieza *Cartoline da Roma* [Postales de Roma], una doble página en formato cómic con guión del periodista Marco Lodoli y dibujos de Lorenzo Mattoti. El trabajo inauguró *Cartoline da...* una sección regular que la revista sitúa bajo el epígrafe *Graphic Journalism* [Periodismo Gráfico] y donde incorpora relatos de actualidad en viñetas con el único requisito de “que tengan un vínculo con lo contemporáneo o las impresiones de un lugar”, en palabras de su editor Giovanni de Mauro (Rossi, 2007). Un año más tarde, se edita en Francia el primer número de *XXI/Vingtetun*. Una publicación de tirada trimestral, gran formato y venta en librerías centrada en el reportaje y el periodismo de investigación. Cada número se divide en tres áreas: reportaje escrito, fotoperiodismo y *reportage de bande dessinée* (BD) [reportaje en cómic]. La mancha editorial define el *reportage de BD* como un género autónomo y garantiza en cada número un encargo periodístico en este formato. Su redactor jefe, el ex reportero del diario *Le Figaro* Patrick Saint-Exupéry afirma que: “nuestra publicación explora el universo de la narración (...) y se narra de la misma manera que un texto con imágenes y con dibujos”.

Internazionale y *XXI* constituyen el primer ejemplo regular de utilización del cómic como soporte de no-ficción y contenidos de actualidad desde las páginas de información general. Un recurso que desde 2004 han ensayado de manera puntual cabeceras como *Le Temps*, *The New Yorker* o los dominicales de *The New York Times* y *The Guardian* mediante autores como Joe Sacco o Patrick Chappatte. Estos trabajos representan, sin embargo, una muestra marginal de un fenómeno mucho más amplio y heterogéneo que nace en la historieta, como resultado de una larga evolución en búsqueda de nuevos cauces de expresión y ofrece, desde los productos autónomos del medio, los frutos más sofisticados de hibridación entre las sintaxis del cómic y los géneros periodísticos. *Comic journalism*, *graphic journalism*, *novela gráfica*, *cómic-periodismo*, *cómic de no ficción*, *cómic-reportaje*, *reportage en bande dessinée*, *récit graphique*, *giornalismo a fumetti* o *giornalismo illustrato* son algunos de los neologismos que industria, crítica y lectores emplean para etiquetar una vasta diversidad de trabajos de explosión reciente y en producción ascendente, bajo la premisa de la no-ficción y con resultados que oscilan entre el relato autobiográfico y la narración fáctica con códigos importados del periodismo. Es objetivo de este trabajo ofrecer una radiografía del presente de esta novedosa corriente híbrida, explicar su génesis e identificar sus conexiones con la comunicación periodística a partir de una revisión historiográfica, tematólogica y genológica del fenómeno, con el comparativismo periodístico-literario como herramienta de trabajo.



Editorial

GRAN ANGULAR

La comunicación, disciplina y campo de estudio

Miquel de Moragas

PERSPECTIVAS

Dolby y el diseño sonoro en el cine contemporáneo

Jorge Ruiz Cantero

Cinéma, couleur, mouvement. Kinémacolor et abstraction

Benoît Turquet

DOSSIER

L'Europe et la culture. Préface

Aude Jehan

L'idée d' Europe à la Renaissance

Yves Hersant

Existe-t-il une poétique de la culture européenne ?

Pascal Dethurens

Convergence or Divergence?

Michael Minkenberg

Culture as a key factor within Western societies and a political tool for the European Union

Aude Jehan

United Europe of Research and Innovation

Sabine E. Herlitschka

La télévision, coeur battant du système médiatique

Monique Dagnaud

El cómic como medio periodístico

Xavier Melero

CALEIDOSCOPIO

L'identité de l'Europe

Chantal Delsol et François Mattéi

The Origins of Political Order

Francis Fukuyama

Europe 2020

Daniel Hamilton

Scrittura civile

Juan Carlos de Miguel y Canuto

El prisma del lenguaje

Guy Deutscher

Seminario La bestia y el soberano

Jacques Derrida

Cómo saborear un cuadro / La invención del cuadro

Victor I. Stoichita

Del sainete al esperpento

José Luis Castro de Paz y Joseetxo Cerdán

El secuestro de la democracia en España

J.A. Piqueras/F.A. Martínez/A. Laguna/A. Alaminos

Poder, medios, cultura

Luis A. Albormoz, ed.

La risa periodística

E.Borderia/F. A. Martínez/J.L.Gómez Mompert (dir)

Prima dei mass media

Stefano Cristante

Oteiza y el cine

Santos Zunzunegui, ed.

WHO'S WHO

Monique Dagnaud

Pascal Dethurens



El dibujante-reportero Joe Sacco, grabadora en mano

A efectos de análisis, entenderemos el cómic según la definición de Román Gubern, esto es, como “un medio expresivo perteneciente a la familia de medios nacidos de la integración del lenguaje icónico y del lenguaje literario” y más específicamente como “una estructura narrativa formada por la secuencia progresiva de pictogramas, en los cuales pueden integrarse elementos de escritura fonética” (Gubern, 1974: 105-108) y donde unos y otros se relacionan de manera interdependiente según el principio de *solidaridad icónica* (Groensteen, 1999: 21). Asimismo, como un medio de difusión masiva (Eco, 1973: 299) con recursos expresivos propios (Gasca y Gubern, 1988; Barbieri, 1993; McLoud, 1993 y Eisner, 1985), capaz de integrar otros lenguajes y géneros (Barbieri 1993: 13); al tiempo que un *objeto social*, reproducido en soportes diversos y determinado por su uso común (García, 2010: 42).

El cómic de no-ficción: una conquista de madurez

Después de un siglo y medio de evolución, el medio ha conquistado un alto grado de madurez y está en condiciones de liberarse de complejos propios y ajenos. Para empezar, de la hipoteca terminológica que tradicionalmente ha constreñido su potencial expresivo al terreno de la comedia (cómic), la diversión infantil (*funnies*) o el relato menor (historieta). Un obstáculo común, en mayor o menor medida, a todas las formas culturales de producción (la tradición canónica encorsetó durante siglos toda concepción de literatura a sus fronteras etimológicas, esto es, a la letra impresa). En el caso del cómic, el problema ha sido especialmente castrador y ha retrasado considerablemente el desarrollo del medio. Concebido ya en los orígenes por Töpffer, como un mero divertimento; popularizado por la prensa amarillista de Hearst y Pulitzer como pasatiempo infantil de tiradas multimillonarias; tendrá que pasar medio siglo antes de que la industria comience a incorporar –desde una motivación esencialmente económica– las primeras aproximaciones adultas a la historieta. Y otro tanto para que ya en los últimos veinte años, la normalización de las obras de *autor*, favorezca el despertar de la no-ficción en el cómic. Esta revolución de estructuras, formatos y contenidos no puede disociarse del advenimiento y consolidación de la sociedad de la comunicación de masas. La incorporación de audiencias millonarias a la prensa y a los sucesivos productos y medios periodísticos, unido a la progresiva alfabetización de las capas populares, ha contribuido a generalizar el consumo de información de actualidad. Un hábito, convertido hoy en necesidad global y cotidiana, que explica la *inyección de realidad* en soportes y medios culturales tradicionalmente adscritos a la ficción narrativa, como la novela. En este sentido y pese al retraso evolutivo del cómic, parecía cuestión de tiempo que el apetito de no-ficción convergiera con las sensibilidades artísticas y el momento editorial adecuado. Dentro de esta línea, la introducción de contenidos de actualidad con códigos importados del periodismo constituye hoy una de las principales fórmulas de superación histórica del medio. Este novedoso dispositivo retórico se alimenta del prestigio natural asociado a la actividad periodística y, en sentido contrario, nutre el ecosistema referencial de la prensa, multiplica los elementos de interpretación de la realidad y favorece la incorporación de nuevos públicos.

La reciente incorporación de la no-ficción al repertorio temático del cómic resulta de las dinámicas de autor que desde finales de 1960 exploran el potencial expresivo del medio en la búsqueda de nuevos públicos y la autoconciencia artística. El *comix underground* de los Estados Unidos ejerce de catalizador y punto de inflexión entre el estancamiento creativo de la industria –derivado de la autocensura del *Comics Code* (1955)– y el descubrimiento de nuevas fórmulas y discursos desde la contracultura, la autoedición y la ausencia de condicionamientos empresariales. Autores como Robert Crumb, Spain Rodríguez o Gilbert Shelton ejercerán de cronistas de la realidad político- social de la época, en clave irónica y desde una óptica juvenil a menudo integrada en la órbita del movimiento hippy de San Francisco. Cada uno con su propia voz, sus experiencias personales de materia prima recurrente y un estilo personal y distinguible. Según el dibujante y teórico del cómic Will Eisner “esa gente estaba utilizando el cómic como una auténtica forma literaria. Abordaban problemas sociales. Sí, eran procaces, y eran burdos, y eran sucios, ¡pero utilizaban el cómic como una forma literaria!” (García, 2010: 189). El carácter independiente, socarrón y políticamente incorrecto del *underground* ilustrado esconde una reivindicación, más intuitiva que reflexionada, del concepto de autoría en el cómic. Una faceta amputada por la industria serial, salvo excepciones como la de la etapa de Harvey Kurtzman al frente de la editorial EC. Hatfield (2005: 7) sostiene que el “comix underground convirtió al comic-book en un producto para adultos”. Para Marta Pérez Pereiro, (2007: 20) “acerca el relato secuencial a dos lenguajes clave para entender esos álbumes alejados de los superpoderes y más “humanos”: las memorias, el género autobiográfico, y la narración cinematográfica”.

En Europa los ecos del *underground* estadounidense espolean discursos más adultos y propuestas gráficas arriesgadas, que renovarán géneros tradicionales como la ciencia ficción, el terror o las aventuras y por otro lado allanarán el camino hacia los primeros planteamientos deliberadamente cultos y el advenimiento, va en los 70, de una fase de experimentación y

Sabine Herlitschka
Yves Hersant
Aude Jehan
Xavier Melero
Michael Minkenberg
Miquel de Moragas
Jorge Ruiz Cantero
Benoît Turquet

Contacto

info@eu-topias.org

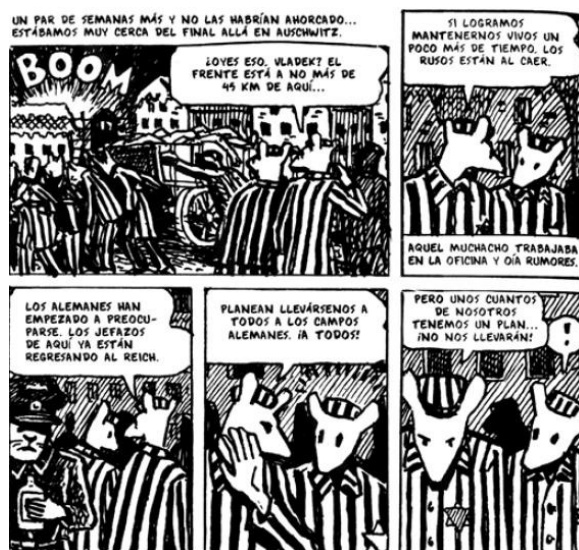
ISSN: 2174-8454 / eISSN: 2340-115X

2011 © EU-topias

vanguardia. Daniele Barbieri (1993: 277) entiende que “por primera vez el cómic se proponía al mundo como tal, como un cómic, como instrumento lingüístico y expresivo autónomo; se proponía por todo su valor, no como “simple entretenimiento” [...] Al mismo tiempo se autoanalizaba y se afirmaba”. Esta labor de reflexión y autoconciencia europea cristalizará, al otro lado del Atlántico, en la influyente *Raw* (1980-1991) de Art Spiegelman y Fraçoise Mouly. Una revista neoyorquina imán de propuestas experimentales que defendía la relevancia artística del cómic como vehículo de Bellas Artes. Esto es, más por innovación estética y narrativa que revolución de contenidos.

El salto a la madurez también se gesta desde el *comic-book* más convencional y de consumo masivo, a partir de un cambio del modelo de distribución con efectos a largo plazo. La crisis de ventas en EE.UU. obligó a las editoriales a acercarse al público, a través de los correos de aficionados y la incorporación al circuito de distribución de un catálogo flexible, adicional al inventario cerrado que se imponía a los quioscos. Así nacen las librerías especializadas, que contratan por encargo títulos y número de ejemplares en función de la demanda, asumiendo el riesgo comercial de los *stocks*. A partir de esta cesión de soberanía, “los cómicbooks se convirtieron cada vez más autorreferenciales, esotéricos y herméticos al lector ocasional, y empezaron a dirigirse a un público de mayor edad” (García, 2010: 171). Santiago García habla de cambio de paradigma y sitúa en este episodio el verdadero nacimiento del cómic adulto de Estados Unidos. La lógica de las librerías especializadas admite empresas más pequeñas y productos más arriesgados—frente a las tiradas millonarias de las *majors*—y permite la aparición de editoriales independientes, entre las que destacará Fantagraphics. Sello del *Comics Journal*, —prestigiosa revista de crítica e información de cómics, todavía en activo— y *Love & Rockets* (1981-1996), de los hermanos Gilbert, Jaime y Mario Hernández, uno de los primeros *comic-book* de autor. Hablamos de una obra serial, de tintes literarios y marcado protagonismo femenino, donde cada autor desarrolla su propio universo artístico y temático, con personajes reales y verosímiles, continuidad en el tiempo y el blanco y negro como soporte.

Contemporánea a la propuesta de los hermanos Hernández, es *Weirdo* de Robert Crumb, donde el miembro más sobresaliente del *comix underground*, actualiza su discurso y patrocina jóvenes promesas del cómic, que ilustran un nuevo retrato generacional alternativo. La convivencia en el tiempo de *Love & Rockets*, *Weirdo* y *Raw* resulta fundamental para entender la revolución venidera de fórmulas y estructuras del medio. El cambio decisivo se producirá con la publicación, en esta última, de las primeras entregas de *Maus* (1986) de Art Spiegelman. Un relato autobiográfico, en clave simbólica, sobre los efectos del Holocausto en una familia de supervivientes. La recopilación de *Maus* en tomo único recibe el premio Pulitzer en 1992, pero ello no supone el reconocimiento inmediato del cómic como medio de expresión adulto. El desconcierto del establishment cultural ante la potencia de *Maus* condujo a ubicar la obra en la esfera de la literatura. Sin embargo, algo había cambiado ya en el medio. La conquista de la audiencia adulta, que el cómic europeo trabajaba desde la exploración artística, la revisión de los géneros, la visualización del sexo y la sobrecarga de violencia, incorporará un itinerario adicional en el caso estadounidense. Allí la fecundidad de las editoriales independientes favorece la explosión del cómic alternativo —por contraposición ética y estética a los títulos convencionales— y de una nueva y heterogénea realidad de trabajos con la sobriedad del blanco y negro como registro creativo común. Autores como Peter Bagge, Daniel Clowes o Charles Burns acercan la viñeta a planteamientos del cine independiente desde el costumbrismo adolescente o la confusión de géneros. Como en el caso de *Maus*, la recopilación en tomo único de estas obras, inicialmente serializadas, participa de la metamorfosis de los cómics en *graphic novel* [novela gráfica]. Una etiqueta de calidad asociada al formato libro, el tomo único y la tapa dura, que los creadores y la industria llevaban décadas ensayando con intermitencia y éxito desigual, en un intento de conquistar públicos adultos y con mayor poder adquisitivo¹. En el caso franco-belga, por ejemplo, era un soporte absolutamente normalizado bajo el apelativo de álbum.



Maus (1986-1991), de Art Spiegelman

El éxito de *Maus* servirá para ensalzar, reeditar y popularizar entre los lectores propuestas *cultas* de moderada repercusión inicial, como la de Eisner, a menudo separadas de la época post-*Maus* por décadas de silencio. El reconocimiento posterior de estas obras se explica por la construcción de públicos más exigentes y la incorporación de nuevas audiencias instruidas en cotas de madurez temática y estilística cada vez más altas. El cómic, como cualquier actividad creativa o forma cultural de producción, “presupone un público y se realiza como tal sólo en el acto del consumo” (Chillón, 1999: 61). El origen de la prensa, por ejemplo, observa Madeleine Varin D’Anville (Gomis, 1991: 54) “no es simultáneo de los medios técnicos necesarios para su existencia. Gutenberg inventó los tipos móviles de imprenta y publicó las primeras obras entre 1445 y 1455. Se empezaron a publicar libros. Se imprimían carteles. Pero no había prensa. No faltaban ya recursos técnicos [...] Lo que faltaba era el público”. Este público es el que despierta el *comix underground* y alimentan las sucesivas revoluciones creativas que propician la aparición de *Maus* y, más adelante, la normalización de propuestas de autor en torno al concepto de *graphic novel*. Un término que puede llamar a engaño, pues “no hay que entender que con el mismo nos referimos a un cómic con características formales o narrativas de novela literaria, ni tampoco a un formato determinado, sino, sencillamente, a un tipo de cómic adulto moderno que reclama lecturas y actitudes distintas del cómic de consumo tradicional” (García, 2010: 16). Esto es, un término convencional que ha calado en el imaginario colectivo como sello de calidad, contenidos adultos y marcado sesgo personal, impulsado por un boom editorial posterior a la obra de Spiegelman y todavía hoy vigente.

Con el apelativo “*graphic novel/novela gráfica*” se distinguirán ejercicios de revisión y superación de géneros aparentemente agotados –como los superhéroes del *Watchmen* (1986-1987) de Alan Moore y Dave Gibbons y el *Batman, The Dark Knight* (1986) de Frank Miller– la reedición en tomo único de las mejores series de cómic alternativo y a partir de 1990, una explosión de títulos de apabullante variedad temática y estilística donde cristalizan los

hallazgos artísticos y ambiciones profesionales del anterior medio siglo de cómic. El formato admite retratos generacionales como *Cages* (1998) de Dave McKean–; el existencialismo de *El caminante* (1992), de Jiro Taniguchi; la asimilación de las vanguardias y la experimentación gráfica de Chris Ware en *Jimmy Corrigan* (2000) o *Acme Novelty Library 18* (2007); el conflicto religioso –*Blankets* (2008) de Craig Thompson– de pareja –*Chumsy* (2002) de Jeffrey Brown– de identidad sexual –*Fun Home* (2006) de Alison Bechdel–; la aproximación a temas sociales como el SIDA –*Pildoras Azules* (2001) de Frederick Peeters– el Alzheimer –*Arrugas* (2007) de Paco Roca– el autismo –*María y yo* (2007) de María y Miguel Gallardo– o la pedofilia –*Por qué he matado a Pierre* (2006) de Alfred & Oliver Ka–; o la revisión autobiográfica –*El arte de volar* (2010), de Antonio Altarriba y Kim.

En el manifiesto *The Fate of the Artist* (2006) el dibujante Eddie Campbell² defiende la novela gráfica como una *nueva forma de arte*, un *movimiento* y una *causa*. Para Sergio García (2010: 266) esta nueva fórmula encuentra su espacio por la crisis de la tradición comercial anterior del cómic, basada en un producto de entretenimiento masivo y barato: “Lo que parecía un proceso que llevaría a la muerte del cómic, en realidad ha sido un proceso en el que la forma artística del cómic ha conseguido desgajarse del cómic de masas para fundar una tradición nueva basada en valores literarios y artísticos propios, una forma artística que ya no compite con la televisión como medio de masas, sino que se plantea como medio culto con su propia identidad y sus propios espacios –el libro, las librerías generales, el museo incluso– y su nuevo público, un público general acostumbrado más que nunca a descifrar textos integrados por palabras e iconos superpuestos sobre un lienzo rectangular, después de quince años de masificación de los ordenadores personales”.

Del cómic de no-ficcional periodismo en cómic

El auge de la novela gráfica abre el cómic a la revisión, incorporación e hibridación de géneros y normaliza las aproximaciones del medio a la no-ficción. Un camino anecdóticamente transitado, al que ahora se acerca desde la Historia, la autobiografía y el Periodismo. La prensa de finales del siglo XIX fue el soporte experimental de contados intentos de instrumentalización del cómic como vehículo de contenidos informativos. Thomas Nast, por ejemplo, realizó unas caricaturas con apoyo de texto por encargo de *Harper’s Weekly* para popularizar entre el gran público una investigación periodística contra William Tweed, miembro del partido demócrata. Años después, la revista *The New Masses*, envió a algunos de sus dibujantes a cubrir huelgas y protestas sindicales, estableciendo un primitivo precedente para el *cómic-reportaje* (Mackay, 2008). Este territorio permanecerá yermo durante medio siglo hasta que ya a principios de 1960 Harvey Kurtzman recoge el testigo por encargo de revistas como *Esquire*, *Pageant* o *TVGuide*. La fama de Kurtzman y el prestigio de su sello personal –cimentado en el éxito de su etapa en la revista satírica *MAD*– posibilitó estos trabajos de reporterismo y entrevista en viñetas. La mayoría alrededor de sets de rodaje, como el de *The Perry Como Show*, y actores famosos (Marlon Brando entre ellos). Kurtzman continuará el modelo como editor del *magazine* humorístico *Help*, donde asignó a sus dibujantes estrella –como Jack Davis o Arnold Roth– encargos tan dispares como entrevistas a deportistas de élite o informes sobre la vida cotidiana en el Moscú soviético. El ejemplo no trascenderá de inmediato, aparentemente limitado a la idiosincrasia de Kurtzman y su universo. Pero 30 años más tarde, Art Spiegelman desempolvará la fórmula para la revista *Details*. Como editor gráfico, asignaba encargos sobre temas de actualidad a sus dibujantes colaboradores y les exigía tratamiento informativo. Entre los más destacados, una entrevista gráfica de Kim Deitch a

CAJAS DE COMICARIO MOTIVADO. Entre los tres destacados, una caricatura gráfica de Kim Deitch a un interno en el corredor de la muerte y la cobertura en cómic de las primeras sesiones del Tribunal de Crímenes de Guerra de la ex Yugoslavia, a cargo de Joe Sacco. Spiegelman describe estos productos como “la primera ola de cómics periodísticos” y los justifica en la

necesidad de revitalizar con autores contemporáneos el trabajo de los pioneros del reportero gráfico: los llamados *special artists* (Bastida, 1989: 343), *artistas de la mancha*, *corresponsales artistas* o *artistas viajeros* (Abreu, 2000: II-2). Es decir, aquellos dibujantes que a mediados del siglo XIX aportaron las primeras referencias gráficas de actualidad en un momento en que la tecnología de transposición de la fotografía al papel impreso no estaba madura.

El dibujo fue, junto con la caricatura, la forma expresiva iconográfica más utilizada en la prensa hasta la perfección del huecograbado en 1880. Las principales imágenes que documentan los conflictos armados del siglo XIX no fueron fotografías del campo de batalla, sino ilustraciones de dibujantes a sueldo de diarios y revistas: “Hay fotografías de la Guerra Civil [Americana], pero siempre después de las batallas, porque las cámaras necesitaban exposiciones de cinco a diez minutos” (Mackay, 2008). En un momento de gran demanda informativa y lucha por la audiencia, cabeceras como *The Illustrated London News*, *Le Monde Illustré*, *Frank Leslie’s Illustrated Newspaper* o *La Ilustración Española y Americana* contrataron ilustradores como corresponsales gráficos. La guerra civil americana (1861), la Guerra de Crimea (1853-56), la III Guerra Carlista española (1872-76), la guerra ruso-turca (1877) y los conflictos coloniales europeos fueron algunos de sus destinos de trabajo. Estos dibujantes se desplazaban al lugar de los acontecimientos, hacían borradores sobre el hecho informativo y los trasladaban a toda prisa a diarios y revistas –a menudo por mensajeros a caballo– para su posterior reproducción mediante un elaborado proceso artesanal, donde los dibujos eran tallados de forma natural en bloques de madera. La representación bélica se construye por primera vez con criterios informativos y de valor-noticia, frente a la exaltación y propaganda con que abordaba el tema la pintura decimonónica (Bastida, 1989: 351-352). Estas coberturas gráficas encumbrarán a autores como los estadounidenses Theodore Davis y Alfred Waud; los ingleses William Simpson y Melton Prior; los franceses Dick de Lonlay y Constantin Guys o el español Josep Lluís Pellicer. Mientras investigadores como Jordi Artigas i Candela (2005: 69) sitúan el trabajo de Pellicer como un antecedente claro de los reporteros fotográficos actuales, historiadores del cómic como Jeet Heer y el propio Art Spiegelman entienden que el fenómeno actual del *cómic periodístico* ancla sus raíces en el trabajo de aquellos *special artists*.





Las fuentes directas, materia prima de *Notas al pie de Gaza*

El dibujante maltés Joe Sacco constituye uno de los ejemplos más sobresalientes. Antes que Spiegelman lo contratara para *Details*, Sacco ya había sorprendido con *Palestina* (1993-1995). Una obra pionera de planteamiento inédito: el autor se desplaza a Gaza e Israel durante la primera Intifada palestina para documentar el conflicto y explicar sus claves a través del cómic. A lo largo de nueve volúmenes y más de 300 páginas, Sacco hace partícipe al lector de su día a día en la zona, comparte lo que ve, oye y siente, y lo contextualiza en sus orígenes históricos. El comportamiento de Sacco –que éste retrata a través de su propia representación gráfica– recuerda al de un reportero. El resultado de su trabajo, al de una *action story*³ en viñetas; un producto híbrido a medio camino entre el cómic y la crónica periodística. La estructura y puesta en escena de *Palestina* es heredera de la formación universitaria del autor, graduado en Periodismo y a cuya práctica profesional se dedicó antes que al cómic. Sacco se mantendrá fiel al modelo de *Palestina* en sus próximos trabajos. Para el siguiente, se desplaza a un enclave bosnio en plena guerra de los Balcanes. Del viaje resultan el tomo *Gorazde. Zona Protegida* (2000) y varios relatos cortos, como *The Fixer: Una historia de Sarajevo* (2003). Lo que en *Palestina* nace de la intuición, en *Gorazde* emana de una calculada metodología y estructura. Sacco aborda los porqués del conflicto a través de sus víctimas, con quienes convive y cuyo testimonio recopila bajo la amenaza de una incipiente invasión serbia. Marta Pérez (2007: 26) defiende el valor documental de *Gorazde. Zona Protegida* como producto periodístico de pleno derecho: “una crónica en la que se insertan otros géneros periodísticos: la entrevista, el reportaje o la encuesta periodística. La libertad de la narración y la implicación de su autor en los hechos que relata acercan su obra a las formulaciones del Nuevo Periodismo”.

A raíz de *Gorazde*, un sector de la crítica literaria eleva una primera línea de defensa del potencial expresivo del cómic como medio documental. En las páginas de *The Guardian*, Veronica Horwell (2007) concluye que “*Gorazde, Zona Protegida* evoca una mezcla familiar entre el reportaje y la narrativa de viajes de guerra en primera persona (...) De forma crucial, posee la cualidad emblemática de una buena novela política o histórica. Y de alguna manera, por lo menos en manos de Sacco, la forma del *comic-book* ofrece unas ventajas que ni las novelas ni la prosa de no ficción pueden alcanzar. Inmediatez cinematográfica”. La reseña de *The Washington Post* describe el libro como “Una obra de arte convincente que proclama al mundo la relevancia del arte secuencial para documentar la historia moderna”. “Es también la obra de un genio en un género inédito: el periodismo en formato cómic”, publica *Los Angeles Times*. El tirón de la crónica bosnia de Sacco favorece la reedición en tomo único de la, por entonces, poco conocida *Palestina*, que concitará nuevos aplausos: “*Palestine* no sólo demuestra la versatilidad y potencia de este medio; también establece el punto de referencia para un nuevo género, todavía por catalogar, de reportaje gráfico”, publicará *The Observer* (2001). “*Palestina*, el libro, merece un lugar de excepción entre los mejores documentales” – señala *The Journal of Palestinian Studies* de la Universidad de California (Chaves y Serrano, 2002).

Footnotes in Gaza [Notas a pie de Gaza] (2009) siguiente trabajo largo de Sacco, evidencia un nuevo salto cualitativo. Con una nota a pie de página en un informe de la ONU como punto de partida, el autor plantea y resuelve una metódica investigación personal sobre una olvidada incursión militar israelí en 1956, que dejó 300 civiles palestinos muertos en Khan Younis y Rafah. Sacco reconstruye la secuencia de los hechos mediante un laborioso ejercicio de recopilación de la memoria de los supervivientes, que hace de este cómic el registro histórico más extenso y completo que existe hoy sobre aquellos sucesos. Una verdad que contrasta con la de archivos oficiales e historiadores. Sacco se muestra especialmente pulcro en la representación de las fuentes y recurre –como en obras anteriores– a convenciones periodísticas: las declaraciones aparecen entrecomilladas, como en la prensa y la asociación relato-rostro remite al informativo audiovisual. El autor ordena y purga los testimonios ante el lector en un insólito ejercicio de transparencia informativa, en el que sustenta una velada reflexión sobre la memoria histórica. La muestra destaca por su exhaustividad y diversidad, y conluga con los requisitos de *número*, *calidad* y *pluralismo* de la teoría de fuentes (Borrat, 1989: 57). El trabajo de campo, las estrategias de localización de los testimonios, los callejones sin salida de la investigación, están profusamente documentados y sirven de columna vertebral de un relato que funciona en un doble plano: la narración del conflicto presente y la documentación de un pasado oculto. Entendemos, por ello, que pese a la transgresión formal, *Footnotes in Gaza* debe ser considerado sin titubeos como lo que es: un solvente reportaje de investigación periodística.

La obra se ha convertido en el primer cómic que recibe el *Rindenhour Book Prize*⁴, con el que la *Fertel Foundation* distingue los mejores trabajos periodísticos de investigación. El jurado justificó la decisión por “la tenacidad del reportaje” de un autor “legítimamente único”.

Seis años separan el trabajo de campo en la franja de Gaza de la publicación de *Footnotes*. Un producto artesanal financiado, en parte, a través de los reportajes cortos en cómic por encargo, entre otros, de *Harper's magazine* (2005), los dominicales de *The New York Times* (2003-2004) y *The Guardian* (2005) o la revista *XXI* (2011). Trabajos que han llevado al autor a Irak o la India. En 2008 Sacco también trabajó en Chechenia en un proyecto a beneficio de Amnistía Internacional.

En una línea parecida a la crónica en primera persona de Sacco, el dibujante suizo-libanés Patrick Chappatte⁵ elabora *reportages en BD (bande dessinée)* como enviado especial para *Le Temps* y el *Herald Tribune*. Mediante estas piezas informativas —un paréntesis en su trabajo como humorista gráfico— el autor ha documentado una cumbre de Davos, la posguerra del Líbano, la miseria de Somalia, la crisis de Ossetia, su propia visita a Irán o más recientemente la revolución de Túnez. Chappatte se desplaza *in situ* al escenario de los hechos. Su narración se distingue por cierta distancia objetiva, estructura de reportaje-corto y un mayor peso de la tercera persona que del relato-protagonista al estilo Sacco. Más locales, pero con un trasfondo igualmente social, son los temas del periodista canadiense David Stapples⁶ para el *Edmonton Journal*. Las denomina *illustrated stories* y las ha utilizado para ilustrar —con la ayuda de diversos dibujantes— desde biografías de políticos a crónicas de sociedad, como la historia vital de un veterano camionero parálítico.

En esta nueva receptividad de los viejos diarios hacia el cómic influye la creciente segmentación de las audiencias en el mercado de la información, derivada del auge de internet y la televisión, y la exploración de narrativas más visuales con la esperanza de atraer a lectores jóvenes (McKay, 2008). Según Patrick de Saint-Exupéry, fundador y redactor jefe de XXI, este nuevo reportero gráfico en cómic surge “precisamente a causa del “impasse” de los medios tradicionales”. La revista es una apuesta comercial por la calidad y el producto elitista frente a la banalización de contenidos. En su reivindicación trimestral del reportaje ilustrado de gran formato, XXI incluye un “reportage en BD” en cada número. Para Lucia Magi, Saint-Exupéry ha tenido la intuición de “saciar con nuevos instrumentos formales la exigencia de volver a las bases del periodismo, a la escritura narrativa. A las viejas pautas de: “He ido, escuchado, visto, sentido y ahora te estoy contando esta historia porque creo que es importante”. Para el editor, cabeceras como la suya se explican porque “los medios de comunicación tradicionales pasan por momentos difíciles, no el periodismo”. Las ventas parecen avalar la apuesta de Saint-Exupéry, que coloca unos 50.000 ejemplares por número. En Italia, el semanal *Internazionale* tiene un puñado de dibujantes colaboradores, a los que envía por medio mundo y cuyos reportajes gráficos publica desde 2007 en la sección ‘*Cartoline da...*’ bajo el epígrafe *Graphic Journalism*. Vende unos 100.000 ejemplares por semana. Su responsable, Giovanni de Mauro, explica que en el debate sobre el futuro inmediato del periodismo, no puede faltar este nuevo periodismo gráfico, junto con internet y la fotografía (Rossi, 2007). A esta senda se ha incorporado desde el humorismo gráfico la más reciente y modesta, Mamma! (2009), autoproclamada “The first Italian magazine of graphic journalism” y que funciona por autoedición, “la única manera hoy en día en Italia de hacer periodismo independiente en cómic”, según su editor Carlo Gubitosa. El manifiesto de creación de la revista subraya que: “En un país donde los actores son políticos y los políticos hacen reír, no sabemos cuáles son los límites entre el diseño, la sátira, la ilustración, el periodismo, el cómic, el compromiso político y el diseño artístico, y por lo tanto queremos atravesarlos todos, mezclando géneros, idiomas, herramientas y códigos de expresión”.

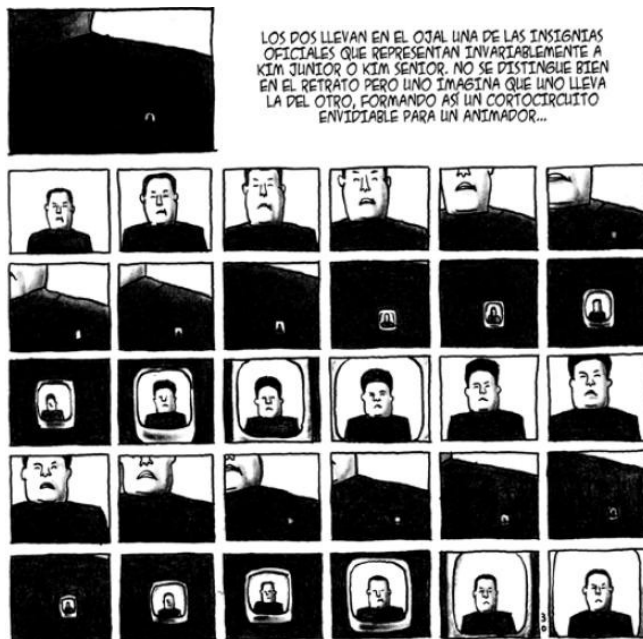
Pese a la reciente atención de la prensa y la apuesta de las revistas de información general, la realidad es que el álbum, el libro o el tomo único han ejercido de soporte más frecuente la interpretación periodística de la realidad social a través del cómic. Ahora bien, desde fórmulas muy distintas. En *Fax From Sarajevo* (1996) Joe Kubert reconstruye el periplo del agente de cómic Ervin Rustemagic y su familia durante el asedio serbio a la capital de Bosnia-Herzegovina, a través de los cientos de faxes que éste le envió a lo largo de dos años y medio. Kubert no es un periodista, ni opera como tal. La estructura del relato no esquiva determinados tics del *comic-book* de aventuras (donde el autor ha desarrollado la mayor parte de su trabajo). Kubert utilizaba un esquema narrativo de ficción para un contenido, sin embargo, veraz: “El argumento es cierto. Los personajes son reales. Me he tomado ciertas libertades para crear algunos diálogos, dramatizaciones y secuencias temporales para enfatizar (y en algunos casos acotar) los “aspectos narrativos del volumen”. De todas formas, en esencia, el relato se ajusta a los hechos. Algunos nombres son ficticios, pero la mayoría son verdaderos. Si después de la lectura, siente que la narración es producto de la imaginación, demasiado increíble, puedo entenderlo. Al leer y releer los faxes de Ervin (cientos de ellos), sentí lo mismo. Sin embargo, la historia es de verdad”.

La veracidad documental y la práctica periodística coinciden en *Le Photographe* [El fotógrafo] (2003), un producto mixto de reportaje fotográfico y cómic que documenta, mediante las instantáneas del voluntario Didier Lefebvre y los dibujos de Emanuel Guibert, las vicisitudes de una expedición de la ONG Médicos Sin Fronteras a Afganistán en 1986, en el fuego cruzado entre muyahidines y tropas rusas. La fotografía se encaja en el relato secuencial. La viñeta cumple la función de apoyo del texto escrito de un reportaje gráfico convencional. El dibujo completa los silencios entre foto y foto y la contextualización expande el significado de las instantáneas. Además de ver desde la cámara del fotógrafo, también vemos a éste desde la cámara del dibujante. “Gracias a la personalización, el lector se identifica y se acuerda de un cómic más que de un frío artículo”, asegura Guibert (Magi, 2010). Quizá esta persistencia en la memoria es lo que espera el periodista Denis Robert con la incorporación del cómic a su proyecto multimedia de investigación del caso *Clearstream*. Después de infinidad de artículos, un puñado de libros y diversos documentales sobre este entramado financiero luxemburgués, el ex reportero de *Libération* decidió trasladar al cómic parte de sus pesquisas. *El Negocio de los negocios 1. El dinero invisible* (2009) y *2. La investigación* (2010)⁷ reconstruyen la secuencia de filtraciones, presiones interesadas y pactos con las fuentes que permitieron poner al

El periodista Denis Robert y sus fuentes en *El negocio de los negocios* (2009)

En otras ocasiones, este acercamiento a la realidad por parte del cómic se produce desde una calculada objetividad y ascetismo artístico. Es el caso de *The 9/11 Report: A Graphic Adaptation* (2006), de Sid Jacobson y Ernie Colon, versión ilustrada de las conclusiones oficiales del informe del Pentágono sobre el ataque al World Trade Center de Nueva York el 11-S de 2001. El cómic destaca por su fidelidad al informe, que reproduce al pie de la letra, y por el gran valor infográfico de sus dibujos, la única aportación original. Joan Mundet, Antonio Guiral y Pepe Gálvez exploraron un camino parecido en *11-M, la Novela Gráfica*, síntesis en cómic de la sentencia de la Audiencia Nacional. Ahora bien, con algunos personajes ficticios como apoyo de una estructura dramatizada. Jacobson y Colon repitieron formato en 2008, con mayor carga subjetiva. *After 9/11: America's War on Terror (2001-)* reconstruye la gestión de la administración estadounidense en los siete años posteriores al 11-S, a partir de la selección y reproducción de un abultado número de informaciones publicadas. La obra trata de poner orden, frente a la propaganda y la saturación. Los autores se limitan a seleccionar, reproducir y simplificar, con el objetivo de optimizar la comprensión entre el gran público, pero no aportan nuevas revelaciones. Pese a la ausencia de una investigación como tal, llama la atención el subtítulo en la portada: *A work of graphic journalism*, indicador del valor-reclamo que ya hoy despierta la etiqueta en un sector del público.

Fruto de este interés han nacido encargos editoriales como *Extraction! Comix Reportage* (2007), una investigación coral sobre los entresijos de la industria minera en Canadá, a cargo de un nutrido equipo de guionistas y dibujantes, con *The Road to Wigan Pier* (1937) de George Orwell como inspiración. O también, la aparición de líneas editoriales de no ficción como el sello Comic Journal de la española Norma (2008) o el caso de Beccogiallo en Italia (2005). Esta última se ha convertido en el principal impulsor del cómic de no ficción italiano, con aproximaciones biográficas como *Anna Politkovskaja* (2010) o la reproducción de investigaciones judiciales y periodísticas, caso de *Ilaria Alpi, el precio de la verdad* (2007) —sobre el asesinato de la periodista italiana y su cámara en Somalia en 1994— o también de *El caso Pasolini. Crónica de un asesinato*, de Gianluca Maconi, un trabajo de síntesis de autos judiciales y entrevistas al entorno del poeta.

La retórica visual del cómic al servicio de la información en *Pyongyang* (2003) de Guy Delisle

El interés también se produce desde el ámbito académico. El colectivo Monogatari, surgido de una academia de Bellas Artes de Berlín, explora el lenguaje del cómic para documentar el presente cotidiano, por inspiración de *Maus*, Sacco y el costumbrismo de Heirich Zille. Fruto de su trabajo son sendos *Comicroportagen* —en terminología propia— sobre la vida en Berlín (2001) y Basilea (2004). El dibujante Nick Bertozzi dirige en la School of Visual Arts de Manhattan un proyecto de cómic-realidad. De esta línea de trabajo nace *Iraq War Stories by Bertozzi students* (2009); adaptación gráfica de episodios militares de la guerra de Irak a partir de los dietarios, blogs y entrevistas de algunos soldados. El Stanford Graphic Novel Project es un proyecto de fin de estudios de la universidad californiana por el que los alumnos tienen que publicar una novela gráfica sobre casos reales y tras un proceso de investigación. Desde 2008 se han editado tres: *Virunga* (2008), reportaje sobre la primera mujer ranger de un parque nacional del Congo; *Shake Girl* (2009), periplo vital de la víctima de un ataque de ácido durante la dictadura de los Jémeros Rojos; y *Pika Don* (2008), retrato de un doble superviviente a las bombas atómicas de Hiroshima y Nagasaki, reconvertido en activista de los derechos civiles estadounidenses.

Internet se ha convertido en soporte inicial para estos trabajos —recopilados más tarde en

paper— como también para decenas de proyectos profesionales del nuevo cómic de notificación. La periodista Susie Cagle publica en el diario *San Francisco Appeal*, uno de los productos más interesantes de hibridación entre lenguaje secuencial y periodismo. Son noticias dibujadas y pequeños reportajes online en cómics de una página. Cagle desborda convenciones y fronteras mediante estructuras visuales arriesgadas, un trazo naif, el lenguaje informativo y la crítica política. Esta mezcla genuina de información, comentario, cómic y caricatura es un complemento regular de la web del diario. Cagle también ha documentado las miserias del voluntariado social, al trasladar al cómic y en papel *Nine Gallons* (2009), su experiencia personal en la campaña *San Francisco Food Not Bombs*.

La búsqueda de una madre a su hijo desaparecido tras una manifestación en Irán, es el soporte de ficción sobre el que Amir y Khalil—identidades falsas para salvaguardar la seguridad de sus familias— narran casos reales de represión y exterminio de la disidencia en el país de los ayatolás. *Zahra's Paradise* funciona desde 2009 como una plataforma online que utiliza recursos literarios y el lenguaje del cómic para documentar un presente verdadero. Internet fue también el formato original donde vio la luz *New Orleans after the Deluge* (2009) de Josh Neufeld. La reconstrucción de la tragedia del huracán Katrina a partir de siete historias personales reales y un laborioso proceso de investigación. En la versión online algunas viñetas incorporan hiperenlaces a noticias y videos de la prensa. La web ha sido, igualmente, el soporte escogido por Dan Archer y Nikil Saval para *The Honduran Coup* (2009), reconstrucción en cómic de la crisis Zelaya-Micheletti y contextualización de ésta en la larga historia de injerencia extranjera en el país. El trabajo supera las 15.000 visitas online. Archer, activo defensor del concepto comic-periodismo, lo define como *reporting* y a sí mismo como un *comic-journalist*. En realidad, *The Honduran Coup* navega entre la propaganda y la información al servicio de una tesis y no tanto como resultado de una auténtica investigación periodística. El comic de notificación discurre en ocasiones por este tipo de territorios confusos. Entre el cómic político, el artículo de opinión y la información económica se encuentra *Understaning the Crash* (2010), de Seth Tobocman. Entre la Historia y el ensayo, *A People's History of American Empire* (2008), de Howard Zinn. La proliferación de obras que mezclan crónica, autobiografía y relato histórico constituye ya casi un subgénero del cómic, con aportaciones tan notables como *Persépolis* (2000-2003), de Marjane Satrapi. Un recorrido por la historia reciente de Irán y su transformación en república islámica, desde la experiencia vital de la autora. La autobiografía de Satrapi es la columna vertebral de un relato con un marcado valor documental, que bebe de la Historia y del Periodismo. Como ejercicio estricto de memoria personal surge la novela gráfica *We Are On Our Own* (2006), repaso autobiográfico sobre la invasión nazi de

Hungría. El cómic reciente también acoge ficciones inspiradas en la realidad. Como la recreación de la vida del prisionero Petro Walter en el campo de concentración *KZ Dora* (2010); o *Luchadoras* (2009) de Peggy Adams, que narra la violencia machista de Ciudad Juárez mediante un perfil-tipo, síntesis de entrevistas a decenas de víctimas.

Mención aparte merece el neoyorquino Steve Mumford. Un autor que ha devuelto la ilustración al campo de batalla, pero desde la pintura. Mumford ha desarrollado la mayor parte de su trabajo en Irak y Afganistán, en ocasiones empotrado en las tropas estadounidenses como enviado de la plataforma Artnet. Sus dibujos pueden verse en la sección Baghdad Journal⁹, como apoyo de un dietario de impresiones personales. Mumford no es un dibujante de cómics, sino un pintor que desde el siglo XXI evoca a aquellos pioneros que desde los conflictos armados del siglo XIX tejieron los primeros lazos entre el reportero gráfico y la ilustración.

El “cómic-periodismo” frente a la teoría periodística

Aislar y localizar indicios absolutos de periodismo en el cómic puede conducir a un ejercicio frustrante. Buena parte de la teoría periodística vigente está construida desde la descripción de la *buena práctica profesional* a partir de actividades y comportamientos previos. Una rutina conceptual que comporta la ignorancia transitoria de nuevas tecnologías, soportes y cauces de expresión. La herencia analítica de los formalistas rusos nos previene contra actitudes excesivamente prescriptivas e impone miradas más heterodoxas, descriptivas e integradoras sobre los medios culturales de producción. Entendemos que esta premisa resulta obligatoria ante una actividad profesional tan viva y mutante como el Periodismo. Hoy sabemos que el canon no es nada dado *a priori*, sino el resultado de dinámicas de producción y consumo; del diálogo entre creadores, receptores y crítica, y de la ampliación del horizonte de expectativas de todos ellos: “El nuevo texto evoca para el lector (oyente) el horizonte de expectativas que le es familiar de textos anteriores y las reglas del juego que luego son variadas, corregidas, modificadas o también solo reproducidas. La variación y la corrección determinan la libertad de movimiento, la modificación y la reproducción de los límites de la estructura de un género” (Jauss, 1976: 171-172).

Dolors Palau (2005: 102-106) nos previene de las dificultades de buscar la pureza informativa en el buen estilo periodístico. Poco tiene que ver la excelencia comunicativa con la falsa imparcialidad que determinados ejercicios de manipulación ocultan bajo el disfraz de la objetividad informativa. Para Albert Chillón (1999: 46): “no existe un supuesto estilo característico de la comunicación periodística en su conjunto sino una muy heterogénea y compleja diversidad de estilos y registros, distintos tanto en lo que hace a su fisonomía expresiva como a sus aptitudes comunicativas: ¿qué tienen que ver los estilos del redactor de teletipos de agencia y del cronista taurino, del crítico de cine y del informador científico, del reportero de investigación y del columnista de opinión?”

A partir de estas hipótesis Chillón fundamenta su defensa de la condición periodística-

A partir de estas hipótesis, Chillón argumentará su defensa de la corriente periodístico-informativa de pleno derecho del *new journalism*. Un vasto repertorio de productos híbridos entre la literatura y el periodismo que surge a finales de 1960, producto de la revisión crítica de algunos de los profesionales más dotados de la información. El auge de esta corriente expresiva coincide con un periodo de movimientos contestatarios y cambios profundos en Estados Unidos, de cuestionamiento del establishment social y cultural, a los que el Periodismo no será impermeable. El denominador común será la incorporación de recursos de la literatura para optimar la comunicación periodística; a menudo desde tecnologías exógenas, como la novela de no ficción. “Más que postular un estilo alternativo –explica Chillón (1999: 238)– los nuevos periodistas mostraron su empeño en librarse de los rígidos moldes retóricos propios de la prensa convencional, y optaron, en cambio, por utilizar cualquier procedimiento, técnica o recurso de composición y estilo apto para mejorar la calidad informativa y estética de sus trabajos”. Con frecuencia el resultado desbordaba las fronteras conceptuales de la actividad periodística, un factor que coadyuvó a confinar algunas de estas obras y autores en un limbo teórico. Chillón demuestra, sin embargo, que en la mayoría de los casos debe hablarse sin duda ni vacilaciones de auténtico Periodismo. En los textos del *new journalism* la realidad se estira, se retuerce, pero jamás se convierte en ficción. Lo que allí se pone en duda no son los hechos, sino la manera de narrarlos.

El desconcierto original frente a estos productos híbridos entre la literatura y el periodismo, recuerda a la nube de confusión que envuelve hoy las aproximaciones del cómic a la retórica y los códigos del periodismo. Uno y otro fenómeno surgen de la autoafirmación de los profesionales frente a la reiteración de fórmulas agotadas y el encorsetamiento de la práctica profesional en estructuras rígidas y limitadoras. Las tres décadas que separan ambas *revoluciones* son la prueba del retraso endémico que arrastra el cómic. Cuando Tom Wolfe o Gay Talese expandían las fronteras del periodismo, la historieta vivía aún una fase de renovación adolescente, a través de la contracultura y el *comix underground*. La no-ficción es el *nuevo periodismo* del cómic. O dicho de otra manera, la explosión de periodismo, historia y autobiografía es, para el cómic de hoy, lo que el *new journalism* fue para la prensa escrita de finales de los 60. Pero la conquista de madurez del medio es asimétrica a su consagración como vehículo de expresión adulto. Así lo demuestra el vicio recurrente de desnaturalizar obras cumbre, para circunscribirlas al ámbito literario –caso de *Maus*– o con subrayados del tipo “más que un cómic” –caso de *Footnotes in Gaza*. El peso de estos prejuicios históricos debe tenerse en cuenta a la hora de objetivar las aportaciones periodísticas del medio. El prologuista de *Gorazde: Zona Protegida* prefiere asociar a la literatura de viajes la misma obra que, tras un meticuloso análisis, la investigadora Marta Pérez defiende como una crónica de guerra.

El principio de solución a esta nebulosa comienza por entender al creador, periodista o no, como un operador semántico, que interpreta la realidad social por aplicación de a) un método específico, bajo b) unas convenciones de forma y estilo –los géneros– (Gomis, 1991: 35-39), y sobre c) una tecnología concreta. Sea ésta tan elástica como la novela o “capaz de integrar otros lenguajes y géneros”, como el cómic (Barbieri, 1993: 13). La dimensión periodística de un producto cultural emana, en primer lugar, de la actitud del operador semántico. Como recuerdan Kovach y Rosentiel, “la primera obligación del periodista es la verdad” (2003: 18). El periodismo es una afirmación y se fundamenta en la verificación de los hechos. Toda interpretación está tamizada por la propia subjetividad y las limitaciones del lenguaje. Por este motivo los textos periodísticos deben estar amparados en hechos y datos. En periodismo, la interpretación del operador semántico no puede ser imaginativa, sino factual. Entendemos que el cumplimiento de estas premisas sitúa la forma y el soporte en un segundo y tercer plano. Los géneros pueden ser revisados, la tecnología puede incorporar nuevos canales de comunicación, pero el producto periodístico debe ser fiel a la realidad.

Los autores del *new journalism* incorporan recursos narrativos novelísticos a la comunicación periodística, pero los subordinan a las exigencias de rigor informativo. El *Relato de un naufrago* de García Márquez, el Vietnam en primera persona de Michael Herr o las narraciones *gonzo* de Hunter S. Thompson, son muestras de periodismo por encima de la forma. Pero el cómic sugiere un conflicto adicional. El plus de subjetividad intrínseco a la naturaleza verbo-icónica del medio. La codificación gráfica de la realidad siempre será imperfecta, como ocurre en el plano estrictamente textual. Por lo tanto, el requisito debe ser el mismo: lo significativo debe ajustarse a la verdad, aunque necesariamente ésta sea interpretada a través de la singularidad artística del dibujante. El estilo del ilustrador, en este sentido, sería equivalente a las capacidades expresivas del autor en lengua impresa. Y la documentación exhaustiva mediante fotografías, notas y bocetos a pie de campo, el mejor antídoto contra las trampas de la memoria. Con estas herramientas trabajan dibujantes como Patrick Chappatte o Joe Sacco: “Básicamente actuó como un periodista, porque esa es mi formación, entrevistando a gente, tomando notas, elaborando un diario religiosamente, tomando fotografías...”¹⁰. La representación del trabajo de campo y los esfuerzos documentales son una constante gráfica en los trabajos de este último. No es un añadido inocente. Cuando Sacco emplea la figura de narrador-testigo y su propia investigación de columna vertebral del relato, cuando se autorretrata con una libreta o una grabadora, está estableciendo una primera línea de defensa del rigor documental de su trabajo. De su valor periodístico. Esta preocupación se verbaliza en diversas ocasiones en la reciente *Notas a pie de Gaza*. Estamos aquí ante un ejercicio de reconstrucción de un pasado oculto. De localización, registro y contraste de testimonios. Pero también de un ensayo metaperiodístico sobre las limitaciones del informador y la volatilidad de su materia prima: “Un periodista quiere los hechos –escribe el autor– la versión definitiva, no un puñado de “por otros lados” o de “posiblemente” o incluso de “probablemente”. Y juro que no conseguiré otra cosa que los hechos del próximo grupo de testigos, tan frágiles e imperfectos como pudieran

ser”.

A partir de su propósito, actitud y resultados a lo largo de una serie de obras de trayectoria coherente, Joe Sacco ha sido definido como “un meticuloso reportero” –Charles Shaar Murray en *The Independent* (Shaar, 2003); “un dibujante-reportero por su habilidad para combinar la narración artística con el reportero de investigación de la mayor calidad” –Patrick Cockburn en *The New York Times* (Cockburn, 2009); “un reportero de guerra que, en lugar de plasmar la realidad con fotos, frases o una cámara de vídeo, la recrea con trazos de tinta” –Mónica García Prieto en *El Mundo* (García Prieto, 2010) o “un reportero que no conoce la prisa” –Lucía Magi en *El País* (Magi, 2009). Pero ¿qué entiende la teoría periodística por “reportero”? Según Lorenzo Gomis (1991: 45) “El reportero se acerca al lugar de los hechos, a sus actores, a sus testigos, pregunta, acopia datos, los relaciona, y después todo eso lo acerca al lector u oyente, con los recursos de la literatura y la libertad de un texto firmado, para que el público vea, sienta y entienda lo que ocurrió, lo que piensan y sienten los protagonistas, testigos o víctimas, y se haga cargo de lo que fue el hecho en su ambiente. Esta función la cumple lo mismo el reportaje literario que el fotográfico o el cinematográfico”. Faltaría añadir que, en ocasiones, también en el cómic, como pone en evidencia el trabajo de Sacco. La cuestión ofrecería pocas dudas para Ryszard Kapuscinski (2006: 119-120), para quien Heródoto, el primer historiador griego, debería ser considerado también un precedente pionero del reportero: “¿Cómo trabaja Heródoto? Es un reportero nato: viaja, observa, habla con la gente, escucha sus relatos, para luego apuntar todo lo que ha aprendido o, sencillamente, recordarlo. [...] No se contenta con lo que alguien le ha dicho, sino que intenta comprobarlo todo, contrastar las versiones oídas, formarse una opinión propia”.

Esta labor de recopilación de información original veraz y su contraste es un factor de peso a la hora de atribuir o descartar la condición periodística. Pero la metodología de trabajo debe aplicarse sobre una forma precisa: el género. Un molde no siempre fácil de catalogar, susceptible a cambio, mixtificación y superación. Martínez Albertos ya abordó la dificultad de situar conceptualmente algunas manifestaciones del reportaje y la crónica, que bautizó como géneros híbridos (1992: 280). En esta categoría incluye aquellos productos que desbordan las exigencias de estilo neutro y objetividad periodística mediante recursos expresivos de la literatura y dinámicas de autor.

Precisamente, Albert Chillón y Sebastià Bernal acuñaron la categoría Periodismo Informativo de Creación ó PIC (1985: 83-102) para dar cobijo conceptual a los productos informativos derivados del empleo de la convención dramática y recursos importados de la literatura. Y es este marco, pensado desde el *nuevo periodismo* de Tom Wolfe, el que mejor comprende,

entre otras transgresiones formales, las utilización del cómic como vehículo de informaciones periodísticas. Por supuesto, no todo vale. El PIC exige una serie de requisitos. Los trabajos informativos de creación son: (1) eminentemente informativos. Esto es, deben producir textos con el objetivo de informar acerca de los acontecimientos de actualidad periodística, y no necesariamente de la actualidad histórica. Unen a su función referencial o informativa una función estética o poética, que les confiere brillo, calidad narrativa, cadencia y amenidad (2). Como producto artístico se caracteriza por la ambigüedad semántica y estructural (3). Es decir, por ser un crisol de connotaciones; en oposición al texto informativo, cuyas características son la exactitud, su referencialidad esencial, su función denotativa, unívoca y cognoscitiva. Sus autores (4) se enfrentan de modo innovador a su tarea informativa mediante lenguajes, estilos y estructuras también nuevos que a menudo (5) rompen, hibridan o diluyen los géneros periodísticos tradicionales. Los PIC pueden ser a la vez narrativos, descriptivos y argumentativos (6) frente a los trabajos informativos convencionales, que son narrativos, no explicativos. Y a distancia, a su vez, de los textos de creación no periodística, ya que éstos no responden a ninguno de los “topoi” fundamentales –las 6 Ws–. (7) Entre sus recursos expresivos más habituales destacan: (a) el uso de diversos puntos de vista narrativos. (b) Las obras tienden a *mostrar*, antes que a decir. (c) Reconstruyen escenarios y no se limitan a la mera descripción de lo acontecido. (d) Emplean la técnica del retrato global del personaje y de su entorno; y en ocasiones (e) la transcripción del diálogo en su totalidad. Su retórica (8) huye del lenguaje estereotipado, aburrido y a menudo farragoso del periodismo informativo tradicional. En el Periodismo Informativo de Creación es frecuente el uso de modelos de narración que (9) reivindican y explicitan la subjetividad del periodista que los confecciona y escribe y donde éste se representa como narrador-protagonista o narrador-testigo de los acontecimientos. La suma de estas innovaciones sitúa estos trabajos (10) en un punto intermedio entre la hipocodificación y la hipercodificación. Innovan el imaginario periodístico convencional, porque construyen nuevas imágenes sobre la realidad, no convencionales, más o menos imprevisibles y, en cualquier caso, enriquecedoras y hasta heterodoxas. Y por todo ello (11) postulan nuevos auditorios, sustantivamente diferentes a los que los trabajos informativos convencionales tienden a conformar. Ahora bien, a menudo (12) relegados a secciones y unidades redaccionales periféricas.

La revisión del cómic de no ficción desde el esquema de Bernal y Chillón conduce a considerar como auténticos productos informativos de creación (PIC) la obra de autores como Sacco, Chappate, Guibert, Cagle, los *reportage en BD* de la revista *XXI* y la mayoría de los *Cartoline da...* de *Internazionale*, entre otros. Al mismo tiempo, sitúa bajo sospecha la atribución de la categoría periodística a publicaciones de alta carga histórica o biográfica, como *Persépolis* y buena parte de los cómics de la editorial Beccogiallo. Las memorias y la divulgación histórica no son Periodismo, aunque documenten hechos reales. Quizá nadie haya explicado mejor la paranoia cotidiana de Corea del Norte que Guy Delisle, pero la carga

subjetiva y la metodología de trabajo que aplica en sus crónicas ilustradas están más cerca de la literatura de viajes que de las rutinas periodísticas. De cualquiera manera, las convergencias con el Periodismo Informativo de Creación de algunos relatos secuenciales de no ficción evidencian que efectivamente sí, el cómic no sólo puede ser un medio hábil de comunicación periodística de pleno derecho, sino que ya está generando muestras numerosas de esta corriente expresiva. Otra cosa será la calidad de los productos. Nada tiene que ver el resultado de *Footnotes in Gaza* de Joe Sacco, un solvente y revelador trabajo de investigación periodística, con el análisis retrospectivo y ligero sesgo ideológico de *The Honduran Coup*.

Parafraseando a Lorenzo Gomis “los géneros son formas asimiladas por el hábito, formas que pueden enseñarse y aprenderse” (1991: 40-41). Desde este punto de vista, además de cuestionar a qué género pertenecen las hibridaciones entre cómic y periodismo, cabría considerar en qué

medida podrían estar construyendo un nuevo género y cuáles serían sus características. Más allá del periodismo impreso; la dimensión gráfica, la lectura secuencial y el montaje obligan a confrontar la historieta con los formatos informativos audiovisuales. La heterodoxia del reportaje televisivo y el cine documental evocan la diversidad y riqueza expresiva del “cómic-periodismo”. John Grierson definió el documental como “el tratamiento creativo, por medios cinematográficos, de la actualidad”. Es información, acumulación de datos, representación de hechos, pero también admite un alta dosis de carga emotiva a través de convenciones como el encuadre y el montaje. Parámetros comunes al cómic, que deben ser juzgados en este medio con la misma distancia crítica que los productos informativos de sus hermanos audiovisuales. La pureza de estilo de Flaherty, o del exigente modelo de reportaje del *Kino-Glatz* de Vertov resultan hoy del todo insuficientes para abordar la diversidad de estilos, temas y formatos contemporáneos del documental. Antes que acotar los resultados en una vasta colección de etiquetas de género, parece preferible considerar la originalidad de las obras como los matices de un todo comunicativo; de un medio informativo autónomo. Como explica Jean Breschand (2004: 17) “Los cineastas harán del documental el lugar de una toma de conciencia del mundo, de sus múltiples niveles de realidad, de una forma que ni las actualidades, demasiado elípticas, ni la ficción, demasiado artificial, los presentan a los espectadores”. Entendemos que esta posición es conceptualmente extensible al cómic. Su idiosincrasia verbo-icónica, sus recursos expresivos y su evolución histórica invitan a pensar, no sólo en un medio autónomo, sino en una categoría propia, que identifique y comprenda las diferentes significaciones periodísticas del cómic y la relectura que éste hace de los géneros periodísticos tradicionales. Aplicando el enunciado de Grierson, definiremos el “cómic-periodismo” como el “tratamiento creativo, mediante el lenguaje del cómic, de la actualidad”. Desde esta posición omnicompreensiva, el modelo se enriquecería por la multiplicidad de singularidades y corrientes autorales, y no desde la lógica inclusión-exclusión a partir de un código normativo. Un contenedor donde, por ejemplo, tendría cabida el documental de viajes de Delisle, aunque su trabajo no cumpla los estrictos postulados del *Cómic-Glatz*.

Las virtudes de un nuevo vehículo de información periodística

Afirma Ángel López que: “Todo mensaje lingüístico representa una imagen del mundo. El periodista se sirve de la lengua de manera parecida a como un fotógrafo utiliza la cámara. Dada una cierta situación real [...] el periodista adopta un determinado punto de vista y dispara el obturador lingüístico: el resultado es una oración que podría figurar como titular o entrada” (Palau, 2005: 114). El obturador lingüístico del autor del cómic opera en una doble dimensión icónico-verbal, a través de un revelado artesanal y una convención de producción y lectura. Si cada medio y estilo “tiende a construir su propia realidad representada” (Chillon, 1999: 49), el lenguaje secuencial y la sintaxis del cómic necesariamente enriquecen las fronteras expresivas del Periodismo con sus nuevas posibilidades retóricas y escenarios comunicativos.

Entre las ventajas de partida del medio, están el atractivo visual y la facilidad de lectura. El cómic invita a la aproximación. Su naturaleza verbo-icónica evoca una explicación sencilla, incluso del tema más sofisticado. En palabras de Archer (2009): “La habilidad para presentar un gran volumen de información sobre un asunto complejo, en una forma concisa y accesible. Al resumir una materia polémica en unas cuantas páginas, los lectores tienen la posibilidad de familiarizarse con relatos de actualidad que de otra manera habrían ignorado. Y más allá, al representar visualmente los personajes y sus acciones, el artista puede recrear visceralmente un sentimiento, y activar un impacto emocional que despierte de la apatía sectores de edad poco sensibilizados”.

En el cómic todo puede ser recuperado o *recreado* a partir de bocetos y una buena documentación. “Creo que todo medio tiene su propia fuerza, sea el cine documental, el foto-periodismo o la escritura —explica Joe Sacco (Cooke, 2009)— No creo que los cómics sean más potentes que otros medios, pero en ellos se produce un impacto especial. Con el dibujo siempre puedes capturar el momento preciso. Con la fotografía tienes que ser muy afortunado para conseguirlo”. Los ojos y la conciencia del dibujante, son los objetivos y el magnetoscopio de una cámara que no descansa. Frente a las limitaciones de la tecnología, el cómic revierte toda responsabilidad de la representación periodística a la intuición y habilidades del autor. Asimismo, el mensaje cómic es profundamente connotativo. Todo elemento ha sido incluido o sacrificado por alguna razón. La naturaleza icónico-verbal del medio favorece la alternancia entre los planos referencial y simbólico. Y la condición de producto artístico predispone al público para la decodificación de significados. Las tensiones entre la palabra escrita y la imagen pueden utilizarse para enfatizar ambigüedades e ironías desapercibidas o generalmente amputadas por las convenciones de tiempo, espacio y género de los medios

generalistas (Williams, 2005).

En su dimensión enfática, el cómic es un instrumento perfecto para recrear atmósferas, destacar detalles personales o ambientales invisibles a la tecnología, ocultos al primer vistazo y sólo perceptibles desde la sensibilidad y la conciencia subjetiva del autor. Kapuscinski lo describe como “el clima, el ambiente de la calle, los sentimientos de la gente, las habladurías de la ciudad, los olores, los miles y miles de elementos que conforman la realidad y que son parte del suceso o la noticia que usted leerá en seiscientas palabras en su diario de la mañana” (Chillón, 1999: 312). El montaje escena por escena, que impone la estructura secuencial, favorece la ordenación significativa de estos elementos. Aquello que desde un punto de vista técnico Groensteen denomina *tressage* (1999), y Chillón, desde una perspectiva literaria, *la calidad de la experiencia*. Joe Sacco lo llama *las moléculas perdidas del conflicto*: “los cómics son fuertes en eso [...] si tú dibujas en cada viñeta la mugre, la mugre persigue al lector. No necesitas señalar que el lugar estaba lleno de mugre, porque está allí. Los niños están siempre ahí en el “background”, los grafitis... Tú percibes esas cosas continuamente en el fondo del plano y sigue viñeta a viñeta y es un aspecto que tiene fuerza en los cómics, porque un escritor en prosa, si realmente queda impresionado por la mugre o los niños, ¿cuántas veces va a mencionarlo en el texto?”¹¹

La dimensión visual sitúa la comunicación en un nivel de interpretación que facilita la contextualización de las fuentes y la humanización del relato, en el que ya no cabe separar los “rostros, cuerpos y escenas de las palabras que las explican y los amplifican”¹². Esta vinculación entre oralidad y representación figurativa —a menudo a través de un *cartucho* o un *balloon*— favorece el interés hacia la narración, al tiempo que aumenta el peso de la condición humana como herramienta de comprensión de realidades complejas. Adicionalmente, el trabajo artesanal del cómic impone un nuevo ritmo a la producción, recepción y comprensión de la información periodística de actualidad. Una conquista del tiempo en favor de discursos más meditados, reposados y explicativos, en contraste con el acelerado ritmo de contenidos sobreimpuesto por el mercado de actualidad donde compiten los medios convencionales. Como explica Sacco (Magí, 2009): “El cómic tiene una fuerza que no tiene ninguna otra forma de reportaje. Sus imágenes repetidas enfocan la realidad de manera más lenta, a veces silenciosa, a veces con bocadillos, y trabajan en la mente del lector que puede elegir su ritmo”.

Por último, no podemos pasar por alto la naturaleza insobornable de un medio artesanal y barato, basado en la integridad y el talento profesionales; en la autonomía de la obra firmada. El cómic no necesita grandes despliegues tecnológicos. Cuaderno y lápiz son un aval de imparcialidad frente a las servidumbres de los grandes presupuestos. La exigencia de credibilidad y rigor se traslada, desde el paraguas de la cabecera y el gran grupo empresarial a un creador con nombres y apellidos. Un profesional que se juega su prestigio en cada nueva entrega, como saluda Mariano Guindal¹³: “Los grandes grupos mediáticos lo controlan casi todo. Por esta razón se necesitan nuevos medios de comunicación y de expresión no convencionales que refuercen el derecho de los ciudadanos a ser informados.

Esta vía puede ser una alternativa. Tiene mayor impacto sin tener que caer necesariamente en el sensacionalismo, es más libre porque no la controlan los grandes grupos de comunicación y, sobre todo, cuenta con enormes recursos expresivos para entrar en los detalles, recrear los matices, y sobre todo, para burlar la autocensura. Cualquiera con un lápiz, un papel y una buena idea, lo puede hacer”.

Esta fue la motivación que condujo a Joe Sacco del periodismo al cómic; o la misma por la que nace la revista *Mamma!* Los editores de la francesa *Vingtetun* hacen bandera de su imparcialidad desde la ausencia de publicidad y la reivindicación del producto elitista: un magazine-libro de cuidado diseño y tirada limitada —47.000 ejemplares¹⁴— para reportajes ilustrados de extensión impugnable en los medios generalistas. La apuesta por la calidad, al precio de 15€ al trimestre, incluye un *reportage en BD* en cada número. En un momento de autoanálisis y exploración de nuevas fórmulas de solvencia periodística, el cómic participa como reclamo comercial. Prueba son *XXI*, *Internazionale*, *The New York Times* o *The Guardian*. La reciente atención de las cabeceras de información general por el medio sintoniza con una de las virtudes que Bernal y Chillón (1985: 95) proyectan en los productos informativos de creación: postularse hacia “nuevos auditorios, sustantivamente diferentes a los que los trabajos informativos convencionales tienden a conformar”. Podría ser la mayor contribución del *cómic-periodismo*. Despertar el interés sobre contenidos de actualidad y atraer hacia soportes clásicos de información, a lectores circunscritos a la órbita de cómic y/o la ficción narrativa. Y también en sentido inverso, normalizar el cómic como herramienta de información entre los consumidores de medios de comunicación generalistas.

Conclusión

El cómic es un medio hábil de comunicación periodística y está dando muestras numerosas y en producción ascendente de esta corriente creativo-informativa. Como medio autónomo de expresión, con un lenguaje icónico-verbal propio y una sintaxis particular, la interpretación de la realidad social a través del cómic opera su propia relectura de los géneros periodísticos. La diversidad de estas hibridaciones obliga a acotar las fórmulas asociadas a la historieta de contenido periodístico por oposición al cómic de divulgación histórica o biográfica, y a las confusiones derivadas de la etiqueta “novela gráfica/gráfico novel”; insatisfactoria, pese a su uso común, por la sugerencia de ficción implícita en el término “novela”. El creciente desarrollo de

narrativas de no-ficción y actualidad justifican una categoría distintiva propia. Bien desde una concepción omnicomprensiva de las diferentes singularidades artísticas, como en el cine documental, o a través de una posición más normativa, como la del Periodismo Informativo de Creación. El “cómicperiodismo” (o el término que finalmente se consolide) debe entenderse como una subcategoría del “periodismo gráfico” y columna vertebral donde vincular las diferentes manifestaciones creativas de esta corriente. Y así como el *foto-reportaje* o *reportaje fotográfico* es una demostración concreta del foto-periodismo, los neologismos *cómic-reportaje*, *Comiceportagen* o *reportage en bande dessinée* deberían observarse como válidos, cuando respeten los códigos del género periodístico que interpretan. Y ello en espera de los progresos y consolidaciones que definan las fronteras de este objeto social nuevo, palpitante y en permanente búsqueda expresiva.

Notas

¹ La industria española fue pionera en aprovechar la carga positiva del término novela vinculada al cómic para comercializar adaptaciones literarias [“La novela gráfica”, editorial Reguera, 1948], esquivar la censura en los tebeos románticos y de acción en la década de los 60 [“novela gráfica para adultos”] o vender cómics de superhéroes [Editorial Vértice, 1969]. En el ámbito internacional, el término adquirió popularidad como distintivo de productos de terror y ciencia ficción con carga extra de erotismo o violencia a partir de *Bloodstar* (1976) de John Jakes y Richard Corben. Sin embargo, el concepto actual de novela gráfica deriva de la publicación en 1978 de *A Contract With God* [Contrato con Dios] de Will Eisner. Una recopilación de relatos autoconclusivos en blanco y negro, ambientados en el Nueva York de 1930 en cuya portada Eisner añade el membrete *graphic novel*—que en su caso importa de las novelas por imágenes del ilustrador Lynd Ward— como reivindicación del carácter deliberadamente artístico de su obra.

² CAMPBELL Eddie (2006). *The Fate of The Artist*. Nueva York, First Second / Holtzbrinck Publishers.

³ Según la clasificación anglosajona de los géneros de Carl N. Warren

⁴ Los *Ridenhour Book Prize* son los galardones que desde el 2004 entrega la Fundación Fertel en reconocimiento a aquellos autores que “perseveran con sus acciones en la difusión de la verdad para la opinión pública, promueven la justicia social iluminan una visión más justa de la sociedad”. La *Fertel Foundation* fue creada en reconocimiento de Ron Ridenhour, el veterano de la guerra de Vietnam que hizo pública la masacre de My Lai.

⁵ Chappate publica sus trabajos periodísticos regularmente en *Le Temps*, *Neue Zürcher Zeitung* (edición dominical) y *The International Herald Tribune*. También ha trabajado como ilustrador para *The New York Times* y *Newsweek*.

⁶ La primera de estas historias ilustradas data del 10 de octubre de 2004. El dibujo es de Jill Stanton. En ella se cuenta la situación de Dave Eamer, un conductor de camiones canadiense que perdió una de sus piernas en un accidente y se ha convertido en el primer transportista de larga distancia minusválido de América del Norte.

⁹ *Baghdad Journal* es una publicación online de la plataforma Artnet.com. El trabajo de Mumford ha sido recopilado en libro por Drawn & Quaterly, editora entre otros de Sacco y Deslise.

¹⁰ Conferencia de Joe Sacco en el Walker Art Center de Minneapolis, 13 de noviembre de 2007.

¹¹ *Walker Art Center* de Minneapolis Op. cit., 0h 20' 05”.

¹² Reseña en *The Observer*, *The Guardian*, Londres: 5 de enero de 2003.

¹³ El periodista de *La Vanguardia* es prologuista del citado *El Negocio de los negocios*, de Denis Robert.

¹⁴ La cifra de ventas de cómics es un dato más que difícil de precisar, por la opacidad de las editoriales—especialmente en el caso español— y la asimetría de los mercados. Una obra de Deslise o Sacco vende muy por encima de los 40.000 ejemplares en Francia, mientras en España no alcanza los 10.000 en el mejor de los casos. Según Glénat, los tres tomos de la edición en castellano de *El fotógrafo* han vendido 3.200, 2.600 y 2.000 ejemplares respectivamente.

Referencias bibliográficas

ABREU, Carlos (2000). “La imagen periodística no fotográfica (II) El dibujo: definiciones y orígenes”. En, *Revista Latina de Comunicación Social*, 29, <http://www.uil.es/publicaciones/latina/aa2000rmy/104abreu2.html>

ARCHER, Dan (2009). "The Honduran Coup. A Graphic History". En <http://archcomix.chipin.com/the-honduran-coup-a-graphic-history-32p-comic>

ARTIGAS, Jordi (2005). “Josep Lluís Pellicer (1842-1901), corresponsal de guerra, antecessor dels repòrters fotogràfics actuals”. En *Treballs de Comunicació*, Sept. 2005. Núm. 19, pp. 67-87.

BARBIERI, Daniele (1998). *Los lenguajes del cómic* Barcelona, Paidós.

BARNOUW, Erik (1996). *El documental. Historia y estilo*. Barcelona, Gedisa.

BARRERO, Manuel (2005). 2007) “La novela gráfica. Perversión genérica de una etiqueta editorial”. En <http://www.literaturas.com/v010/sec0712/suplemento/articulo8diciembre.html>

BASTIDA, Maria Dolores (1989). “José Luis Pellicer, corresponsal artístico en la última guerra carlista”. En *Espacio, Tiempo y Forma, Serie VII, Hª del Arte*, pp. 343-376.

BERNAL, Sebastià & CHILLÓN, Luís Albert (1985). *Periodismo informativo de creación*. Barcelona, Mítre.

BORRAT, Héctor (1989). *El periódico, actor político*. Barcelona, Gustavo Gili.

BRESCHAND, Jean (2004). *El documental. La otra cara del cine*. Barcelona, Paidós.

CHAVES, Marta y SERRANO, José A. (2002) “Palestina, de Joe Sacco”. En <http://www.guiadelcomic.com/comics/palestina.htm>

CHILLÓN, Albert (1999). *Literatura y periodismo. Una tradición de relaciones promiscuas*. Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).

COOKE, Rachel (2009). “Eyeless in Gaza”. En *The Observer, The Guardian*, 22 de noviembre.

COCKBURN, Patrick (2009) “They Planted Hatred in Our Hearts”. En *The New York Times*, 24 de diciembre.

ECO, Umberto (1973). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona, Lumen.

EISNER, Will (1985). *Comics and Sequential Art*. Florida, Poorhouse Press.

GARCÍA, Sergio (2010) *La novela gráfica*. Bilbao, Astiberri.

GARGIA PRIETO, Mónica (2010). “Notas al pie en Gaza, mucho más que un cómic”. En <http://www.elmundo.es/blogs/elmundo/orienteproximo/2010/02/01/notas-al-pie-de-pagina-en-gaza-mucho-mas.html>

GASCA, Luís y GUBERN, Roman (1991). *El discurso del cómic*. Madrid, Cátedra.

GOMIS, Lorenzo (1989). *Teoria dels gèneres periodístics*. Barcelona, Centre d'Investigació i Comunicació. Geat.

GOMIS, Lorenzo (1991). *Teoría del Periodismo*. Barcelona, Paidós.

GROENSTEEN, Thierry (1999). “Why Are Comics Still in Search of Cultural Legitimization?” En VV.AA. *A Somics Studies Reader*. University Press of Mississippi, pp. 3-12.

GUBERN, Román (1974). *El lenguaje de los cómics*. Barcelona, Península.

HATFIELD, Charles (2005). *Alternative Comics*. Jackson, University Press of Mississippi.

HORWELL, Veronica (2007). “A Rough Guide to Conflict”. En *The Guardian*, 11 de agosto.

JAUSS, Hans Robert (1976). *La historia de la literatura como provocación*. Barcelona, Península.

KAPUSCINSKI, Ryszard (2004). *Los cinco sentidos del periodista*. México. D.F, Fondo de Cultura Económica y Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.

KAPUSCINSKI, Ryszard (2006). *Viajes con Heródoto*. Barcelona, Anagrama.

KOVACH, Bill y ROSENTIEL, Tom (2003) *Los elementos del periodismo*. Madrid, El País.

MACKAY, Brad (2008). “I Will Alert the World to your Suffering! Behind the Rise of Investigative Cartooning”. En <http://www.thismagazine.ca/issues/2008/01/comics.php>

McCLOUD, Scott (1993). *Understanding comics. The Invisible Art*. Nueva York, Harper Collins.

MAGI, Lucía (2009) “No soy objetivo, pero sí honesto”. En *El País*, 25 de octubre.

MAGI, Lucía (2010) “Noticias Dibujadas”. En *Babelia*, 24 de abril.

MARTÍN VIVALDI, Gonzalo (1993). *Géneros Periodísticos. Reportaje, crónica, artículo*. Madrid, Paraninfo.

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (1992). *Curso general de redacción periodística*. Madrid, Paraninfo.

PALAU, Dolors (2005). *Els estils periodístics*. Valencia, Publicacions de la Universitat de València.

PÉREZ PEREIRO, Marta (2007). "El cómic periodismo como nuevo género interpretativo del periodismo impreso. La legitimidad de Gorazde de Joe Sacco como crónica periodística". Jornadas *Journalismo e Democracia*. Universidad Santiago de Compostela. Págs 20-29.

ROSSI, Sergio (2007) "Giornalismo a fumetti, Un altro modo di raccontare la realtà in cui viviamo". *La Stampa*, 16 de Febrero.

SHAAR MURRAY, Charles (2003). "Palestine by Joe Sacco. The Graphic Truth about Palestinian Existence". En *The Independent*, 4 de febrero.

THOMPSON, David (2003). "Eyewitness in Gaza". En *The Guardian, The Observer*, 5 de enero.

TUHUS DUBROW, Rebecca (2003). "Joe Sacco".
En <http://januarymagazine.com/profiles/jsacco.html>

VV.AA., (1982). *Historia de los cómics*. Barcelona, Toutain.

WARREN, Carl N. (1975), *Géneros periodísticos informativos*. Barcelona: A.T.E.

WILLIAMS, Kristian (2005) "The Case for Comics Journalism: Artist-Reporters Leap Tall Conventions in a Single Bound". En *Columbia Journalism Review*, marzo/abril 2005.

WOLFE, TOM (1998). *El nuevo periodismo*. Barcelona, Anagrama.