

DIBUJANDO LA REALIDAD PERIODISMO Y CÓMIC, UN JUEGO DE MARCOS

Henry Pablo Pérez Pulgarín¹

RESUMEN

El cómic periodismo es un género narrativo facticio de reciente incorporación al campo del periodismo. La creciente producción y diversidad de esta combinación entre el dibujo narrativo y las técnicas de investigación periodística abren un espacio para la reflexión teórica sobre fórmulas comunicativas que expanden las fronteras conceptuales del periodismo. Para abordar teóricamente este campo de investigación, el autor utiliza el Comparatismo Periodístico-Literario de Albert Chillón, una disciplina que le permite explorar las relaciones diacrónicas y sincrónicas entre periodismo y cómic y su expresión en Colombia.

Palabras clave: estudios sobre cómic, comparatismo periodístico-literario, periodismo, reportaje, cómic, la noticia como marco.

¹ Periodista, historietista e ilustrador. Estudiante de la Maestría en Periodismo de la Universidad de Antioquia. Ganador del Premio Nacional de Periodismo Simón Bolívar 2018, categoría entrevista en prensa, con el cómic periodístico *El Momento Fatal, una Entrevista a Joe Sacco*. Compilador de *Crónicas de una mujer de 1,49. Antología periodística de Emilia Pardo Umaña* del Fondo de Cultura Económica (2018) y coautor de *Emilia*, cómic periodístico publicado por el sello Cohete Cómic de Laguna Libros (2019). **Correo electrónico:** pabloperezaltais@gmail.com / henry.perez@udea.edu.co

DIBUJANDO LA REALIDAD PERIODISMO Y CÓMIC, UN JUEGO DE MARCOS

Consideraciones iniciales

Dibujar es luchar por atravesar
un invisible muro de hierro que
parece alzarse entre lo que sientes
y lo que eres capaz de hacer.

Vincent Van Gogh, Cartas a Theo

El cómic periodístico es un subgénero tanto del noveno arte (cómic) como del periodismo en el que se destacan autores y autoras que unen en sus perfiles la investigación y el dibujo como métodos para abordar y desarrollar una forma de reportaje gráfico que profundiza en el acontecimiento noticioso. Entre los nombres de exponentes que sobresalen a nivel mundial se encuentra el del periodista maltés Joe Sacco (1960), quien por medio de un periodismo visual *sui generis* aborda y dibuja la historia de los conflictos desarrollados en la franja de Gaza y Europa central en cómics como *Gorazde: Zona protegida* (2001), *Palestina: en la franja de Gaza* (2002) y *Notas al pie de Gaza* (2010).

Durante una entrevista realizada en 2009 por la periodista italiana Lucia Magi, Joe Sacco lanzó una provocativa defensa del cómic periodístico al afirmar que: “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” (Magi, 2009).

Preguntarse por las llaves que permiten al lenguaje del cómic tener la fuerza narrativa de la que habla Joe Sacco resulta pertinente para el periodismo del siglo XXI. La actual lógica de comunicación en red, donde se crean contenidos en la inmediatez y la actualización informativa permanente se erige como un valor noticia deseable, invita al periodismo a aprovechar las ventajas tecnológicas actuales. Primero, para contar historias interesantes a audiencias que cambian permanentemente su perfil; y segundo, para mantener su vigencia en un nuevo campo de competencia por la palabra pública, en el que el mismo ciudadano ejerce hoy un papel activo en la creación y distribución de contenidos informativos.

Las redes digitales han hecho posible la existencia del espacio virtual. El ámbito donde los internautas pueden establecer relaciones y, al tiempo, operar con la información. En la perspectiva de sus aplicaciones sociales, defino la virtualización como la utilización de recursos comunicativos e informativos, para acompañar a las actividades presenciales o para sustituirlas (Serrano, 2019, p. 2).

En este escenario se renueva la permanente relación del periodismo, los medios y el periodista, con la ética y la estética que enmarca su ejercicio de mediación entre

la audiencia y la realidad. Ejercicio que presenta hoy manifestaciones emergentes como los periodismos de datos, de soluciones, de alfabetización noticiosa, de *fact checking*, entre otros, y donde el lenguaje del cómic, en los últimos treinta años, también se ha labrado un espacio de figuración, como medio y método propicio para el desarrollo de un periodismo visual que propone nuevas miradas y otros tiempos de producción y lectura del relato periodístico.

Los estudios sobre cómic desde la perspectiva periodística

Muchas de las conversaciones que se dan sobre el periodismo en el cómic pasan por la enunciación de anécdotas que subrayan las conexiones entre los dos medios y no profundizan en sus potencialidades e intercambios metodológicos. Por ejemplo, se menciona el hecho cierto de que personajes ficticios, icónicos y de amplia referencia en la cultura popular como Tintín, Louise Lane, Peter Parker, Clark Kent o Spider Jerusalem, entre otros, son reporteros y periodistas. Sin embargo, poco se analiza cómo estos personajes, desde los estereotipos que representan, hablan de la percepción que el cómic y los lectores mismos tienen de las prácticas periodísticas y el autodiscurso del periodismo. Y poco se ahonda en la comprensión de los mecanismos que operan en el desarrollo de narrativas de lo real y relatos periodísticos.

El cómic periodismo es un género narrativo de lo real, facticio, de reciente incorporación al campo del periodismo. La producción y diversidad de este maridaje entre dibujo narrativo y técnicas de investigación periodística ha abierto un espacio de reflexión sobre nuevas fórmulas comunicativas que expanden las fronteras conceptuales, prácticas y estéticas del periodismo. Asimismo, el cómic periodismo se consolida como un género que revalida el valor periodístico de la observación y la investigación, propone tiempos de producción más reposados que rompen con el *breaking news* y la permanente actualización que impera en el periodismo del siglo XXI. Su desarrollo estético y expresivo para cubrir noticias o eventos noticiosos resuena con el *framing* periodístico y la teoría de la Noticia como Marco. Utilizar el dibujo y el lenguaje del cómic en la labor periodística reaviva la discusión alrededor de conceptos tradicionalmente abordados por el periodismo como la verdad, el equilibrio, la noticiabilidad, el hecho, el dato, el registro, el testimonio y lo facticio.

Si bien escritores, periodistas e ilustradores han argumentado en sus trabajos la validez del cómic periodístico, este no está exento de críticas y despierta incomodidad entre lectores y académicos, quienes tienen la noción “de que el dibujo y sus abstracciones son ‘no verdaderos’ o ‘son ficcionales’; en oposición a la escritura, un sistema de comunicación percibido de manera general como transparente, verdadero o exacto” (Chute, 2016, p.2).

Al igual que en el periodismo tradicional, no hay un marco rígido de reglas para el desarrollo de relatos periodísticos en viñetas. Y si bien esta condición ha dado espacio a una gran variedad de prácticas, la flexibilidad de la narrativa gráfica también permite entablar conversaciones con los estudios sobre la ciencia periodística, para tratar de perfilar lo que sucede al interior de la producción del cómic periodístico y lo que este género puede proponer, desde el dibujo de la realidad, al campo del periodismo.

Estudiar las relaciones entre el cómic periodismo, su historia y su validez como medio de recuperación y elaboración del relato periodístico resulta importante. El maridaje entre periodismo (como metodología de investigación) y otras artes, como la literatura, el cine o la radio (y sus métodos de narración), no es nuevo en la práctica y la teoría periodística. Como lo acusó Albert Chillón en *Lapalabrafacticia. Literatura, periodismo y comunicación* (2015), se ha hecho evidente que en el siglo XXI se multiplican las mezclas e intercambios entre los distintos medios, tendencia que nació en el siglo XX y que en el campo periodístico se presentó bajo diferentes motetes como el Nuevo Periodismo o el Periodismo Literario.

Esta «hambre de realidad» constituye uno de los rasgos más destacados de la modernidad tardía, fuente de la que surgen, ante todo, las muy diversas modalidades de mimesis verbal y audiovisual que oscilan entre el afán de documentación rigurosa y una suerte de invención disciplinada y responsable, puesta al servicio de la comprensión de «los hechos» (Chillón, 2015).

Dentro de este marco de referencia, o más precisamente en esta «hambre de realidad» que caracteriza a las audiencias que operan en las lógicas de comunicación en red, el periodismo ha encontrado la posibilidad de generar nuevas formas de enunciación: el periodismo de datos, el transmedia, el visual, el de comprobación de datos (*fact-checking*), el cómic periodismo, entre otros. En estas nuevas expresiones, ya sea que se defiendan valores tradicionales o se exalten nuevas dicciones del periodismo, el oficio del periodista ha cambiado, y para entender estos cambios es necesario profundizar en las relaciones entre el periodismo y la literatura, el periodismo y la tecnología, el periodismo y las artes.

Hoy en día se constata, no obstante, que las relaciones promiscuas entre literatura y periodismo a las que acabo de aludir no se dan solo entre esos ámbitos, sino también entre otros afectados por la misma o semejante tendencia. Pienso en la literatura documental y en la prosa factográfica de John Berger, Miguel Barnet, Bruno Bettelheim, Javier Cercas o Peter Weiss. O bien en las narrativas cinematográfica y televisiva, que con tanta frecuencia coquetean con la mezcolanza de géneros y estilemas en modalidades híbridas como el docudrama, el infoentretenimiento, los espectáculos de realidad o las ficciones «basadas en hechos reales». O en algunas de las nuevas y no tan nuevas corrientes del cómic y de la novela gráfica, cuyos autores –Joe Sacco, Carlos Giménez, Marjane Satrapi, Alison Bechdel, Chester Brown– pretenden reportar hechos o documentar realidades. O también, en fin, en la creciente presencia de la «narrativa transmedia», proclive a difuminar las hasta hace poco rígidas barreras entre los distintos soportes y medios (Chillón, 2015).

El uso del lenguaje del cómic por parte del periodismo, tema central de esta investigación, ha supuesto un rompimiento con el imaginario social de medio infantil que se hermanaba al cómic; y la adquisición de un medio gráfico, plástico si se quiere, válido para el análisis de la sociedad, de reflexión política y de reportaje para el periodismo.

Si bien Colombia está lejos de ser considerado un país con una gran tradición en la producción de cómic, no ha sido ajeno a la aparición de obras y autores que mezclan técnicas de investigación periodística con el lenguaje de las viñetas, para producir relatos visuales que abordan desde una perspectiva local temas como la memoria, el conflicto armado, la historiografía y el periodismo.

Son varios los ejemplos a citar que dan cuenta de la irrupción del cómic en el periodismo colombiano: *Historia gráfica de la lucha por la tierra en la Costa Atlántica* (1985) es un cómic con cuatro historias, desarrolladas por Orlando Fals Borda y su grupo de investigación mediante la Investigación Acción Participativa e ilustradas por Uliyanov Chalarka, en el que se aborda la tenencia de la tierra, el despojo y la organización de movimientos campesinos en esta zona del país a lo largo del siglo XX. Este ejercicio *sui generis* de narrativa visual realizado en 1972 se constituye en un interesante caso de análisis sobre cómo el cómic permite emprender, desde una construcción colectiva y comunitaria, complejas realidades históricas y sociales. Un referente necesario para explorar y entender la naturaleza del cómic colombiano.

Otro caso que resulta interesante de indagar es el de la Comisión de la Verdad, entidad del Estado colombiano que busca el esclarecimiento de los patrones y causas explicativas del conflicto armado interno, y que a través de un proceso de participación amplio y plural, en el que la comunicación pública cobró una gran importancia, ha echado mano de una buena variedad de formatos y narrativas para contar no solo los hallazgos investigativos, sino para promover relatos que inviten a la reflexión por parte de los ciudadanos colombianos. Dentro de este esfuerzo de narración colectiva, se han elaborado cuatro novelas gráficas: *¿Dónde están?* (2020), cuyo propósito es dar a conocer el delito de la desaparición forzada en el marco del conflicto armado interno colombiano; *Transparentes* (2020), un relato sobre la verdad de víctimas y sobrevivientes de la problemática del exilio; *La fuerza de la tierra* (2020), basada en testimonios del Encuentro por la Verdad, que reconoció las afectaciones y el impacto del conflicto armado a la población campesina; y *Sin descanso hasta encontrarlos* (2020), una novela gráfica sobre familiares que buscan personas desaparecidas.

Otro caso reciente de publicación es *Emilia* (2019). Este cómic periodístico es resultado de un ejercicio historiográfico en torno a la figura de una de las primeras mujeres en ejercer de manera profesional el periodismo en Colombia. Finalmente, *Voragine.co*, fundación sin ánimo de lucro y medio periodístico bajo la dirección

del comunicador social y periodista José Guarnizo, ofrece en su espacio digital una sección de periodismo en cómic que cubre gráficamente una interesante variedad de temas de interés.

Los estudios del cómic desde la perspectiva periodística son dispersos y ocasionales, lejanos geográfica y temporalmente y en muchos casos carentes de rigor. Como lo planteó Chillón en *Periodismo y Literatura, una propuesta para la fundación del comparatismo-literario*, muchos teóricos siguen mirando de soslayo al periodismo, más si se expresa en viñetas.

Esta orfandad teórica puede ser atribuida, a mi juicio, a dos razones: por un lado, historiadores y críticos literarios no han creído necesario ocuparse del periodismo, ni mucho menos de los lazos que este mantiene con la literatura; por otro, los estudiosos del periodismo y de la comunicación, quizá a causa de la adolescencia de las disciplinas que cultivan, han menospreciado o simplemente soslayado la cuestión –en el mejor de los casos, se han referido a ella de pasada, como quien alude a un tema menor–. Y sin embargo, el olvido de unos y otros contrasta con el interés que estos estudios comparados merecen y con la importancia que, a mi juicio, cabe atribuirles (Chillón, 1994, p. 26).

Teniendo siempre presente esta invitación luminosa de Albert Chillón, me propongo en estas páginas explorar, desde la disciplina del Comparatismo Periodístico-Literario, las relaciones entre periodismo y cómic y su expresión en Colombia.

El objeto y métodos del comparatismo periodístico-literario

El objeto de estudio del Comparatismo Periodístico-Literario (CPL) propuesto por Albert Chillón en 1994 “viene delimitado por el conjunto de relaciones y conexiones, tanto diacrónicas como sincrónicas, entre la cultura periodística y la cultura literaria” (1994, p. 26). Objeto que en este caso particular se entenderá como las relaciones entre la cultura periodística y la cultura del cómic. Desde esta perspectiva y citando a Chillón:

Se trata pues, de un comparatismo de carácter interlingüístico, en la medida en que investiga los contactos entre dos tipos de actividad cultural basados en el lenguaje verbal. Tomando como referencias ordenadoras los criterios que la Literatura Comparada suele utilizar a la hora de acotar externa e internamente su propio objeto de estudio, el CPL acoge en su seno las siguientes parcelas de estudio (Chillón, 1994, p. 26)

1. Estudio histórico (comparatismo historiológico y de relaciones)

Esta modalidad del CPL busca establecer los nexos históricos que existen entre el periodismo y el cómic. Lo que consigue es tender puentes entre la historia del cómic y la historia del periodismo y la comunicación, “conexiones de tipo diacrónico –entre épocas, periodos y generaciones– y de tipo sincrónico –entre movimientos, escuelas, corrientes o tendencias coetáneas–. [...] De manera que

sea posible ordenar con la necesaria perspectiva diacrónica todas las otras facetas del CPL” (Chillón, 1994, p. 27).

Para el uso y la aplicación del CPL Historiológico Chillón advierte que:

Al talante historicista de esta rama del CPL no debe ser de cariz positivista —a manera de mero catálogo erudito de fechas, obras y autores—, sino dialéctico, es preciso que interprete históricamente su objeto de estudio relacionándolo con las demás esferas de la vida social y cultural (1994, p. 27).

2. Estudio de los temas y motivos (comparatismo tematólogo).

El CPL Tematólogo se establece teóricamente sobre la asociación interdisciplinaria de dos perspectivas, la Literatura comparada y los Estudios de tematización, para generar rutas de acercamiento y análisis sobre el cómic periodismo. Rutas que a su vez tomarán en cuenta las aportaciones de las investigaciones sobre cómic en áreas como la educación, la medicina, la historia y el documental y las cruzará con teorías de la historia de la comunicación social, la sociología cultural y el periodismo.

La tematólogía entonces puede contribuir a explicar cómo se da la conversión de un hecho o situación en un relato gráfico periodístico, describiendo y clasificando en virtud de qué criterios, ideas o creencias los periodistas historietistas construyen los temas que ofrecen a los públicos a través de la narrativa gráfica.

3. Estudio de las modalidades de estilo y composición (comparatismo morfológico)

En el CPL Morfológico se unen la lingüística, la semiótica, las estilísticas, la retórica, la estética y la teoría literaria para analizar y describir la constitución morfológica de los textos verbales y visuales que constituyen el cómic periodístico. En esta modalidad entran a conversar particularmente los estudios literarios, los estudios periodísticos y los estudios sobre cómic, para explorar y perfilar las convenciones, rutinas y estrategias de composición y estilo a los que responden los relatos producidos por el cómic periodista. De acuerdo con Chillón, “el CPL Morfológico proporciona, en definitiva, un enfoque insustituible, encaminado a la comprensión de los mecanismos formales con los que son construidos los textos periodísticos literarios” (1994, p. 27).

4. Estudio de los géneros y los formatos (comparatismo genológico)

Por último, el CPL Genológico orienta el estudio sistemático de las conexiones que emergen entre los géneros literarios, los géneros periodísticos y los géneros del cómic, enfatizando en las influencias, intercambios y relaciones recíprocas

desde una mirada a la vez diacrónica y sincrónica. “Dado que la problemática de los géneros atraviesa transversalmente todas las disciplinas lingüísticas y literarias contemporáneas, parece acertado plantear su estudio desde perspectivas diferentes” (Chillón, 1994, p. 30).

Estas cuatro modalidades de estudio comparativo, propuestas y desarrolladas por Albert Chillón, abren la posibilidad de conjugar disciplinas, conceptos, métodos y teorías para abordar y explorar el campo de relaciones que se crean en el cómic periodismo.

La noticia escrita puede ser dibujo

En una afirmación generalista, el periodismo busca retratar la realidad a través de la exhibición de un mosaico de voces que presentan y representan una variedad de actores, testigos y perspectivas, conectadas a un acontecimiento noticioso de interés público. En el centro de este ejercicio se encuentra *la noticia*, definida por Robert E. Park, periodista y sociólogo norteamericano, “como una forma de conocimiento que contribuye desde su registro de eventos, no solo a la historia y a la sociología, sino al folklore y a la literatura; no solo a las ciencias sociales sino a las humanidades” (1940, p. 681).

Desde la perspectiva que ofrece Robert E. Park se puede intuir que la noticia no es natural; el contenido que llamamos noticioso no se manifiesta de manera espontánea, sino que se construye a partir de la observación de la realidad, sea social, política, económica o cultural. La noticia como “forma particular de conocimiento” es elaborada y escrita por el periodista, quien ajusta el relato de los hechos a los signos reconocibles en nuestra cultura, y en ese sentido es un producto cultural.

Las noticias son, básicamente, objetos culturales que combinan un repertorio más o menos variado de fórmulas convencionales accesibles a un público dado. Los hechos adoptan unos u otros estereotipos para hacer comprensivos los acontecimientos. Los periodistas, dice Schudson (2006: 17), asimilan el nuevo acontecimiento –aparentemente novedoso, único y sin precedentes– a maneras familiares de entender el mundo. Y estos moldes culturales remiten a los contenidos ideológicos del contexto sociocultural (Luengo, 2008, p. 329).

Al escribir, el periodista dirige la imaginación del lector por las diferentes perspectivas que ha recogido sobre el acontecimiento informativo que reconstruye y representa en el formato noticia. Así, como lo expresó Park, “la función de la noticia es guiar a las personas y la sociedad en el mundo real” (1940, p. 669) [...] “La noticia es algo que hace hablar a la gente” (p. 679), [...] “con carácter de documento público” (p. 679), y que habla de manera característica de hechos que provocan cambios bruscos y decisivos” (p. 681).

El historietista, ensayista y teórico de cómics Scott McCloud, en su trabajo

Understanding Comics: The Invisible Art, definió al cómic como “Ilustraciones y otro tipo de imágenes yuxtapuestas en secuencia deliberada, con el propósito de transmitir información y obtener una respuesta estética del lector” (1993, p.9).

Tendiendo un puente entre Park y McCloud, me arriesgo a afirmar que *la noticia* también busca “obtener una respuesta estética del lector” (McCloud, 1993, p.9), y a su vez el cómic de naturaleza periodística busca “guiar a las personas y la sociedad en el mundo real” (Park, 1940, p. 669) que representa gráficamente y “hace hablar a la gente” (Park, 1940, p. 679).

Al usar el lenguaje del cómic, el periodista le presenta al lector un mosaico de imágenes (en orden secuencial) que expone una variedad de actores, testigos y perspectivas de unas fuentes sobre un acontecimiento noticioso. Así, pues, el periodista que utiliza el lenguaje del cómic se enfrenta a los mismos desafíos del reportero tradicional: encontrar a los personajes del acontecimiento noticioso, dar con las fuentes pertinentes que pueden ofrecer perspectivas sobre el suceso y aprehender los detalles de las acciones humanas que permitan reconstruir los hechos a través de imágenes, dando a los lectores un retrato y recuento de “hechos que provocan cambios bruscos y decisivos” de su realidad (Park, 1940, p. 669).

La viñeta y el marco periodístico

Aunque como lector y consumidor de cómic no recuerdo el momento en el que tuve mi primer contacto con una historieta, lo que sí recuerdo es que ese encuentro se dio gracias a otro dispositivo de narración de la realidad: el periódico. Desde entonces, no deja de intrigarme la potencia expresiva que se enmarca en la viñeta como unidad de montaje del cómic.

Fue la prensa escrita uno de los primeros espacios que dio acogida dentro de sus páginas a la historieta. La lógica de las secciones del periódico, un mosaico temático que tiene por objeto abordar y presentar en orden cronológico la mayor cantidad posible de sucesos de interés público, fue el espacio propicio para el desarrollo del cómic a lo largo del siglo XX.

Resulta paradigmático el caso de *El Niño Amarillo* (*The Yellow Kid*), un personaje de cómic estadounidense creado y dibujado por Richard F. Outcault, en la tira cómica *Hogan's Alley*, que apareció de 1895 a 1898 en el *New York World* de Joseph Pulitzer, y más tarde en el *New York Journal* de William Randolph Hearst. A pesar de ser una tira humorística con comentarios sobre las tensiones de clase y el nascente consumismo que marcaría el siglo XX, *El niño amarillo* de Outcault favoreció la aparición del término “prensa amarillista”, por la relación que hizo el público neoyorquino de la tira cómica con las historias sensacionalistas que publicaban los diarios de Pulitzer y Hearst.

Aún hoy, el periódico impreso o digital opera como un vehículo de presentación y exposición de narrativas gráficas que conectan con diferentes públicos y sirven a diferentes objetivos de la empresa periodística. Sigue siendo importante en el montaje del periódico la caricatura política, una viñeta cuyo contenido satírico se ubica regularmente en la sección editorial y que aborda en una frase visual un acontecimiento noticioso o un personaje público; la tira cómica –de un personaje clásico o de producción reciente– conserva un espacio en la sección de entretenimiento; la infografía –como ilustración o hipertexto– transita entre las diferentes secciones de la prensa como recurso visual para desenredar los más complejos temas; y el cómic de corte periodístico gana espacio en secciones de periódicos impresos como *El Espectador* o medios digitales como *voragine.co*, para desarrollar reportajes visuales que expanden las posibilidades narrativas del periodismo.

La relación del cómic con el periodismo tiene su primer punto de contacto en el hecho de que el noveno arte –el cómic– ha estado presente con variable fuerza en las diferentes secciones de la prensa, oscilando entre el entretenimiento y el comentario político. Pero los lazos de cercanía son más variados y se profundizan gracias a una serie de conceptos que han sido explorados por ambos medios. Uno de esos conceptos es el del **Marco**, que se estudia con diferentes énfasis en la teoría del periodismo y la del cómic. Este concepto permite entrever paralelos que acercan la construcción del relato periodístico a la construcción del relato visual que propone el cómic. Desde estos abordajes teóricos trataré de enlazar el comentario de Joe Sacco con el que inicié este ensayo, para entender la fuerza y posibilidades que entraña el cómic periodístico como expresión visual del reportaje.

Empecemos con el periodismo y con una afirmación extraída de *La producción de la noticia, estudio sobre la construcción de la realidad*, en la que la socióloga estadounidense Gaye Tuchman aplica los conceptos de constructivismo social y encuadramiento en un estudio cualitativo de la producción de medios de comunicación en Nueva York.

La noticia es una ventana al mundo. A través de su marco, los norteamericanos aprenden sobre sí mismos y sobre otros, sobre sus instituciones, líderes y estilos de vida, y sobre los de otras naciones y sus gentes [...] Pero, como todo marco que delinea un mundo, el marco de la noticia puede considerarse problemático. La visión a través de una ventana depende de si la ventana es grande o pequeña, si tiene muchos o pocos cristales, si el vidrio es opaco o claro, si la ventana da cara a una calle o a un patio. La escena que se despliega depende también de donde está uno, lejos o cerca, alargando el cuello hacia un costado o mirando recto hacia adelante, con los ojos paralelos a la pared en la que está colocada la ventana (Tuchman, 1983, p.13).

La premisa con la que Tuchman inicia el desarrollo de su estudio, la de la noticia como ventana al mundo, abre un segundo punto de contacto con el cómic en referencia al **Marco**. “Las viñetas de los cómics, como sugiere Valerie Rohy, pueden ser entendidas como vitrinas que centran nuestra atención en el sujeto, y el objeto de investigación” (Chute, 2016,

p. 193). La viñeta, en tanto unidad de montaje del cómic, opera como una ventana que permite echar una mirada al mundo propuesto por el autor o los autores, y en esa sumatoria de marcos asistimos al desarrollo de acciones, situaciones y personajes que nos permiten un entendimiento del relato, de una realidad.

Ese efecto opera de igual manera en la noticia, en el periodismo: “La noticia como construcción social de la realidad” (Tuchman, 1983, p. 9) [...] tiende a decirnos qué queremos saber, qué necesitamos saber, y qué deberíamos saber. [...] La noticia es, inevitablemente, un producto de los informadores que actúan dentro de procesos institucionales y de conformidad con prácticas institucionales (Tuchman, 1983, p. 16).

La elasticidad de la viñeta, que puede cambiar de forma y contornos según la necesidad del relato, no solo problematiza sino que ofrece la posibilidad de crear variaciones en el punto de vista, crear puntos de tensión y acentos dentro del marco que la contiene. Si bien este primer intento de acercamiento teórico puede parecer endeble, debo recordar que —como sucede con la noticia en tanto género—

la rica complejidad del sistema semiótico del cómic, que constituye, no lo olvidemos, un medio escrito-icónico basado en la narración mediante secuencia de imágenes fijas consecutivas, que pueden integrar en su seno textos literarios. Y esta narración está gobernada, por ello, por códigos diversos de lenguajes o paralenguajes diferentes, verbales e icónicos (Gasca, Gubern, 2011, p. 10).

Como sucede con el **Encuadre** en la fotografía, con el **Fotograma** en el cine y la televisión o con la **Noticia** en el periodismo, el cómic posee en la **Viñeta** un marco que permite representar bidimensionalmente un espacio en cuyo interior acontecerá una acción de duración temporal variable. Dentro de este marco, por medio de una imagen fija, se escenifica un instante, una composición gráfica que presenta los elementos necesarios para dotar de significado a este **Marco** (personajes, diálogos, contexto, escenario, onomatopeyas, atmosfera, color, entre otros). La sumatoria de viñetas permite desarrollar una secuencia que hará avanzar la historia y encuadrar el contexto —**Diégesis**— por el que transitan los personajes. El mosaico de imágenes que llamamos cómic, gracias a un amplio abanico de convenciones semióticas, iconografías y estereotipos, tanto propios como tomados de otras artes, posee entonces la cualidad de mostrar a la vez que narrar.

El autor estadounidense de historietas Will Eisner, pintor, ilustrador, guionista, editor y uno de los primeros en preocuparse por abordar teóricamente los mecanismos que permiten al lenguaje del cómic producir y transmitir de manera efectiva relatos tanto de ficción como de no ficción, planteó en 1985 que:

La función fundamental del arte de los cómics, comunicar ideas o historias por medio de palabras y dibujos, implica el movimiento de ciertas imágenes (ya sean personas o cosas) a

través de un espacio. Para habérselas con la captura o encapsulación de esos acontecimientos en el flujo de la narración, es preciso desmenuzarlos en una secuencia de segmentos. A estos segmentos se les llama viñetas, y no corresponden exactamente a fotogramas cinematográficos. Más que un resultado de la tecnología, las viñetas son sobre todo parte del proceso creativo (Eisner, 2007, p. 15).

El montaje, entendido como el proceso de unir viñetas en el caso del cómic o marcos de información en el caso del periodismo, permite la estructuración de temporalidades y el desarrollo de una narrativa evocadora que capta la subjetividad de la experiencia individual del tiempo. Así, el cómic como método narrativo puede engranar con el ejercicio periodístico, pues “el periodismo opera por reducción en el tiempo. No trata de interpretar toda la realidad, sino sólo un fragmento de ella: un periodo” (Gomis, 1991, p. 39).

Basta retomar la teoría de marcos de Gaye Tuchman para entender cómo este concepto puede transitar entre disciplinas:

Goffman (1974) se basa claramente en la interpretación etnometodológica de Schutz para elaborar dos conceptos centrales en su obra sobre el análisis del marco. Un “marco” es “los principios de organización que gobiernan a los sucesos –por lo menos a los sociales– y a nuestra involucración en ellos”. Los marcos organizan tiras del mundo cotidiano (o de cualquier otra de las realidades múltiples). Goffman define a la tira como “una tajada o un corte arbitrario hecho en la corriente de la actividad en curso” (1974: 10 y 11) “Como Schutz, Goffman da por sentado que experimentar la realidad impone orden sobre la realidad. Como los etnometodólogos, se desentiende de la posibilidad de que el orden sea una característica intrínseca del mundo cotidiano. De ese modo, los marcos convierten en suceso discernible a los acontecimientos no reconocibles o a la conversación amorfa” (1983, p. 206).

Esta definición de marco está pensada por Tuchman para la producción de la noticia y, por lo tanto, es posible afirmar que la noticia como género periodístico puede no ofrecer un campo completo de análisis que abarque la totalidad del potencial del cómic periodístico como método y género para explorar el hecho noticioso. Es aquí donde aparece el reportaje al que Joe Sacco considera la médula de su propio trabajo. La noticia, como materia prima del periodismo, es el punto de partida de procesos de investigación-creación más amplios y profundos que dan vida a géneros como la entrevista, la crónica y el reportaje.

Para Marques de Melo, la diferencia entre la nota, la noticia y el reportaje está en la progresión de los acontecimientos. La nota corresponde al relato de acontecimientos que están en proceso de configuración y por eso es más frecuente en la radio y en la televisión. La noticia es el relato de un hecho que ya ha irrumpido en el organismo social. El reportaje es el relato ampliado de un acontecimiento que ya ha repercutido en el organismo social (Pena, 2009, p. 75).

Si bien ese relato realista puede rastrearse en la historia del cómic, en diferentes momentos, latitudes y autores, se acentúa como tendencia en los noventa, gracias a la novela gráfica *Maus: A Survivor's Tale* (1980), escrita y dibujada por el

historietista neoyorquino Art Spiegelman. Esta novela fue el primer cómic en ganar el Premio Pulitzer en 1992. *Maus*, a grandes rasgos, es una entrevista gráfica realizada por Art Spiegelman a su padre Vladek Spiegelman, en la que narra cómo sus padres, judíos polacos, sobrevivieron al holocausto en un campo de concentración. En este relato de no ficción se presenta a los judíos como ratones y a los nazis como gatos. Uno de los logros de *Maus* es su contribución a solidificar la presencia de un nuevo género dentro de la historia del cómic: el cómic de no ficción. Javier Melero Domingo, Licenciado en Periodismo de la Universidad Cardenal Herrera-Ceu San Pablo y Doctorando en Ciencias de la Comunicación de la Universitat de Valencia, sostiene que no es esta la única razón de la permanencia y crecimiento de estas narrativas.

La reciente explosión del cómic de no ficción se ha visto acompañada del nacimiento de un subgénero que se caracteriza por la narración de contenidos de actualidad. Esta fórmula creativa importa códigos del periodismo para informar sobre hechos reales y con voluntad de veracidad en un relato secuencial (2012, p. 541).

Cómic Documental, Comic journalism, Graphic journalism, Reportage en bande dessinée, Récit graphique, Giornalismo a fumetti, Giornalismo illustrato, Periodismo visual, Novela de no ficción, Cómic-reportaje, Cómic-periodismo o Cómic periodístico son algunos de los términos que se usan para etiquetar la gran diversidad de obras que desarrollan, desde el lenguaje del cómic, relatos reales que transitan entre la noticia, la narración autobiográfica y el reportaje sobre acontecimientos noticiosos.

El desarrollo de contenidos de actualidad es consecuencia tardía, en el cómic, del advenimiento y consolidación de la llamada sociedad de la comunicación de masas. La adhesión 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. Este hábito, convertido en necesidad global y cotidiana, explica la inyección de realidad que han experimentado soportes y medios culturales tradicionalmente adscritos a la ficción narrativa, como ya ocurrió con la novela durante la primera oleada del *new journalism*, y como sucede, de manera más reciente, en el caso del cómic. Las temáticas de no-ficción de inspiración periodística constituyen hoy una de las principales fórmulas de superación histórica del medio (Melero, 2012, p. 543).

Las viñetas y el reportero

El cómic periodístico implica un trabajo paciente y lento de observación y construcción, preciso y detallista, que lo acerca al ejercicio investigativo y narrativo del reportaje. En este espacio de investigación-creación se establece un diálogo de subjetividades en constante reflexión en torno a la imagen, el periodismo, la representación visual, la información, la comunicación y la sociedad. En el centro de este diálogo se encuentra el reportero:

El reportero es la persona clave en los medios [...] Es el filtro mayor en el proceso de acceso. No obstante, el reportero es también una persona de la organización que trabaja para un periódico con metas, estructuras, procedimientos normalizados y políticas que de algún modo limitan y dan forma a la discreción que tienen los reporteros individuales en el acopio de noticias y en el reportaje [1975: 145] (Tuchman, 1983, p. 148).

Como lo señaló Pierre Bourdieu en *Sobre la televisión*,

los periodistas, influidos tanto por las predisposiciones inherentes a su profesión, a su visión del mundo, a su formación y a sus aptitudes como por la lógica de su profesión, seleccionan dentro de esa realidad particular [...] un aspecto absolutamente particular, en función de las categorías de percepción que les son propias (1996. p. 24).

Este *habitus* que señala Bourdieu se articula bien con la teoría de marcos de Tuchman, en la que queda claro que los directores de medios, los editores, jefes de sección y reporteros, desarrollan su oficio en la búsqueda permanente de marcos que les permitan incluir el relato noticioso en el periódico, y pone énfasis en los procesos que operan en esta búsqueda.

En todos estos casos, dos procesos se realizan de manera simultánea: un suceso es transformado en acontecimiento, y un acontecimiento es transformado en relato informativo. El marco de las noticias organiza la realidad cotidiana y el marco de las noticias es parte importante de la realidad cotidiana, pues, como vimos, el carácter público de la noticia es una característica esencial de la noticia (Tuchman, 1983, p. 207).

El marco de las noticias es la materia prima con la que trabaja el periodista en el cómic para desarrollar el reportaje visual; puesto así, su trabajo pasa por transformar el acontecimiento en relato gráfico noticioso para enmarcar en la viñeta el paso del tiempo, el movimiento que implica la presencia de pensamientos, ideas, acciones y lugares.

El artista secuencial “ve” por el lector, pues una de las particularidades del cómic es que no requiere del lector tanto su capacidad para analizar algo como para reconocerlo. Así pues, la cuestión vital es disponer la secuencia de acontecimientos (o dibujos) de forma que se llenen los vacíos de la acción. De tal forma que el lector pueda completar los acontecimientos interpuestos por medio de la propia experiencia. El logro depende de la habilidad del dibujante (por lo general más visceral que intelectual) para calibrar el conjunto de experiencias del lector. [...] En la narración visual, la tarea del guionista/dibujante es registrar un flujo de experiencias y mostrarlo tal como sería captado por la vista del lector. Eso se consigue desmenuzando arbitrariamente el curso de experiencias en segmentos o escenas “congeladas” y encerrándolas en el interior de una viñeta (Eisner, 2007, pp. 40-41)

Al usar únicamente el texto escrito, al escribir, el reportero dirige la imaginación del lector por los diferentes elementos e interacciones que configuran el relato periodístico, los describe. En el cómic periodístico el reportero le da al lector lo imaginado. La imagen se convierte en una exposición del relato que invita a otras formas de interpretación. El cómic muestra a la vez que narra, y como lo dijo Sacco: “Sus imágenes repetidas enfocan la realidad”. El reportaje en texto, el reportaje fotográfico, el reportaje sonoro o el reportaje audiovisual se ciñen a temas eminentemente noticiosos de interés público. Independiente del medio

técnico que utilicen como soporte, en tanto reportajes, su función pasa por obtener y presentar imágenes que den testimonio de los hechos de interés que aparecen en los medios de comunicación. Un reportaje en cómic se presenta como medio y método para continuar con este objetivo general, usando el dibujo como forma de comunicación escrito-icónica.

El reportaje literario parte del hecho verídico, buscando las explicaciones más sutiles, emprendiendo un viaje de retorno hasta encontrar una composición creativa con sus múltiples voces. Como investigación, puede ser considerado como una metodología que recoge diversas perspectivas en contrapunto, exagera dinámicamente el contraste y nos hace descubrir nuevas formas de leer o de ver lo ya visto o leído (Osorio, 2017, p.16).

En el cómic periodismo, las secuencias de viñetas son enmarcadas (puestas en yuxtaposiciones convencionales) para crear relaciones entre los componentes de un relato de manera gráfica, pues el cómic como medio de comunicación es, ante todo, visual. La suma de viñetas propone un desarrollo rítmico que va revelando el suceso a medida que el lector lo recorre al leerlo. Como dice Joe Sacco, “el lector que puede elegir su ritmo”.

La gramática básica del cómic compuesta por texto e imágenes se presta para el registro del testimonio y el testigo, y para el desarrollo en profundidad del suceso noticioso. Resulta innegable, como lo expresó Javier Melero, que

esta nueva receptividad de los viejos diarios hacia el cómic se entiende por la creciente segmentación de las audiencias de la información, derivada del auge de Internet y la televisión, y la necesidad de explorar narrativas más visuales con la esperanza de atraer lectores jóvenes (2012, p. 546).

Pero aceptar esta variable –cierta aunque de limitado alcance– como única razón para abrazar el lenguaje del cómic dentro de los métodos del periodismo sería quedarse en la superficie del potencial que le ofrece el cómic al relato periodístico. El lenguaje del cómic es un método para acercarse, enmarcar y relatar la realidad. El lenguaje del cómic ofrece la posibilidad plástica de expresar con claridad los marcos desde los que opera el periodista para encuadrar la realidad que aborda en el reportaje.

El cómic reportaje

Un periodismo que busque comprender la profundidad del mundo, observa, participa, interpreta, relata, guía y enseña. Es un periodismo que encumbra la libertad de pensamiento, la expresión y el diálogo social, como los valores más elevados de su ejercicio, y que encuentra en el reportaje el mejor método para reflexionar sobre la realidad. Aquel periodismo en el que el reportero puede abrir la puerta para desarrollar mejores prácticas y coberturas que permitan a los públicos forjar sus discursos y ponerlos en circulación.

El reportaje es un ser en comunicación. La conversación se llama reportaje de las palabras, de los gestos, de las imágenes y de los diversos modos de comunicarse. Cada uno con su forma, a su modo, nutre nuestros diálogos humanos. Y a través de la narrativa encontramos la imagen de aquellos que son necesitados. [...] Y allí está el periodista para ponerse a dialogar con la ciudad como un todo humano, con sus diversos prismas, con sus múltiples hablas (Osorio, 2017, p.96)

El metódico ejercicio de secuenciar un relato gráfico a través de una cuadrícula de paneles le propone al relato periodístico la elaboración de una serie de ventanas que ordenan y presentan, como un metrónomo, los cambios, arranques y evoluciones de la narración. El cómic periodismo propone una conversación entre subjetividades para la elaboración de un relato pensado que presente visualmente hechos facticios; es decir, en el más puro espíritu transgresor del periodismo literario, el cómic periodismo busca y es capaz de hacer algo más que registrar y transmitir el punto de vista del narrador. Puede –gracias al dibujo– presentarnos las voces y el punto de vista de los otros, de los personajes periodísticos, como les denomina Roberto Herrscher (2018), mostrarnos sus lógicas, sus sensibilidades y narrar, en una construcción colaborativa, los sucesos y sus derivaciones. Esto lo consigue, en parte, gracias a la identificación y la empatía que permiten los retratos. La representación de un humano real a través del dibujo señala en el relato gráfico que “este es un humano real”, “este espacio existe”, “estos hechos acontecieron”. Así, el periodismo y la ficción usan las mismas técnicas para interesar al lector: la individuación y la humanización.

La relación entre encuadres sucesivos muestra la existencia de una sintaxis específica, o mejor de una serie de leyes de montaje. Hemos dicho “leyes de montaje”, pero la alusión al film no debe hacernos olvidar que la historieta se “monta” de forma original, aunque solo sea porque el montaje de la historieta no tiende a resolver una serie de encuadres inmóviles en un flujo continuo, como en el film, sino a realizar una especie de continuidad ideal a través de una real discontinuidad. El cómic desmenuza el continuum en unos pocos elementos esenciales. Que luego el lector une estos elementos en su imaginación y los ve como continuum, es cosa evidente (Eco,1970, p. 172).

Los relatos en cómic nunca son simples, la yuxtaposición de dibujo y texto y la relación dinámica entre las viñetas que componen la secuencia, articulan los espacios, tiempos y ritmos de la historia. El montaje de un cómic plantea el reto de pensar y elaborar los elementos precisos para lograr el continuum al que se refiere Umberto Eco. La tarea aumenta en dificultad cuando los relatos abordados desde este lenguaje son facticios, pues para lograr presentar de manera correcta el relato y su subsecuente lectura, el historietista debe entablar una conversación con la realidad; con los referentes visuales que permiten retratar a personajes, objetos y espacios; con los archivos que permiten construir/reconstruir la diégesis que se configura alrededor de los personajes y por la que se mueven.

Para crear un cómic que se convierta en una ventana hacia una realidad es necesario entrar en relación con personajes, con seres de carne y hueso, con sensibilidades. Como sucede en el trabajo de Joe Sacco, de Marjane Satrappi o de autores

colombianos que se analizaron en esta investigación como Lina Flórez, Paula Ortiz, Camilo Aguirre, Pablo Guerra, Henry Díaz, entre otros, la construcción del relato facticio gráfico demanda del investigador, escritor y dibujante, entablar conversaciones con los diferentes signos, rasgos, símbolos, manchas y composiciones, que desde la realidad serán llevados a la narrativa visual. Y para lograr esto, para aprehender estos elementos, la entrevista como conversación que se plantea entre dos subjetividades, entre sujetos, se hace condición *sine qua non* para la elaboración de una narrativa que ofrece rostros, espacio, e historia, y que, por lo tanto, tiene un impulso ético que invita a la empatía.

En resumen, los reportajes son una negociación específica del medio entre el hecho y el artefacto, entre el periodismo remodelado artísticamente y el arte legitimado periodísticamente. Responden así a lo que podría llamarse una “ética del testimonio” con un doble deber: es su deber informar fielmente, pero fielmente a su visión, a cómo aprehenden esa realidad (Ludewig, 2019, p. 26)

El periodismo en cómic es pensado y desarrollado al margen de la Teoría de la Agenda Setting, sus temas y motivos suelen no corresponderse con los temas coyunturales del panorama informativo y en ese sentido traen de nuevo a la conversación pública temas aparentemente olvidados. Además, suele evadir el *gate keeping* al desarrollarse por impulso e interés de un individuo o de un colectivo y no por los medios periodísticos tradicionales, en un contexto de conversación permanente con los actores y los hechos que se relatan.

Siempre habrá, al presentar el periodismo en forma de cómic, una tensión entre las cosas que pueden verificarse, como una declaración grabada, y las cosas que no pueden verificarse, como un dibujo que pretende representar un suceso particular. Los dibujos son interpretaciones incluso cuando constituyen serviles representaciones de fotografías, generalmente entendidas como captaciones literales de algo real. Pero en dibujo no hay nada literal. Un dibujante de cómics ensambla elementos deliberadamente y los coloca con intención en una página. No hay en ello nada del azar del fotógrafo que toma una instantánea en el momento justo. Un dibujante de cómics “toma” su dibujo en el momento que él o ella elige. Esta elección convierte el cómic en un medio inherentemente subjetivo (Sacco, 2014, p. 2).

Nosotros mismos al enfrentar la lectura de una página de cómic, como lectores, actuamos de manera directa en el relato resolviendo la serie de momentos estáticos que nos propone como una cadena en movimiento. Son varios los ejemplos de disrupción que propone el cómic con los tiempos de producción noticiosa: los cómic reportajes de Sarah Glidden (1980), Didier Lefèvre (1957-2007), Emmanuel Guibert (1964) y Frédéric Lemercier (1962), hablan del poder que tienen los relatos escritos con imágenes enmarcadas en viñetas, para despertar el interés de los lectores por las personas y temas que son dibujados, retratados, mediante una puesta en escena gráfica, a veces sutil y a veces visualmente llamativa.

Producir un reportaje en cómic (sobre todo, leerlo) requiere de una mirada activa:

Pero también requiere que el espectador sea consciente de su propia contribución a la producción de significado. Por tanto, requiere la aceptación de que el acto de mirar, social e históricamente específico, es parte integrante de lo que ha venido llamándose “cultura visual”. Tal acto es un acto de “pirateo”, igual que lo son las otras lecturas (Bal, 2016, p. 22).

La lectura de un cómic en general, y de un cómic reportaje en particular, plantea una conversación entre sujetos en la que la representación realista de un hecho noticioso se consigue por el encuentro de miradas, por los aportes de un sujeto que escribe y un sujeto que lee, dando como resultado una evocación eficaz y una comunicación ética del acontecimiento que se reconstruye.

Como sucede en el periodismo literario, el periodista historietista superpone al ejercicio investigativo un abanico amplio de técnicas narrativas que se originan en la literatura y las artes plásticas para ofrecer impresiones de las personas y los lugares por lo que transita y se desarrolla el relato, ciñéndose al objetivo de entregar una representación realista. Estas mediaciones visuales, como en el periodismo literario, pueden presentar narradores discretos que limitan su intrusión en el relato a comentarios neutros o breves, para contextualizar o matizar la información que se comunica; o, por el contrario, introducirse como personajes en su propio relato, para comentar, cuestionar o reflexionar sobre lo narrado. Las metáforas visuales y los estilos de dibujo oscilan entre imágenes con gran profusión de detalles o cuadros minimalistas en los que solo se presenta lo absolutamente necesario. En cualquiera de estos casos, él, la o los periodistas historietistas ponen en primer plano lo que Hillary Chute ha llamado una “voz visual” distintiva (Chute, 2016, p. 206).

El medio de los cómics no se trata necesariamente de “buen dibujo” –es solo un accidente cuando se hace un buen dibujo, explicó Art Spiegelman a un curador del MoMA– sino más bien de lo que Spiegelman llama escritura de imágenes y Marjane Satrapi llama dibujo narrativo: cómo una persona construye una narrativa que se mueve hacia adelante en el tiempo a través de palabras e imágenes (Chute, 2010, p. 6).

Es así que el dibujo narrativo, materializado por el dibujante en el cómic reportaje, renueva y permite el uso periodístico de la imagen dibujada, recurso narrativo que estuvo presente en los albores del periodismo. El cómic periodismo es heredero de la vocación de universalidad que tiene la imagen para informar, es un método importante para cumplir con el afán periodístico de mostrar el mundo para todos. En él pervive el espíritu de documentar en imagen el testimonio visual de los hechos históricos, una tradición que se puede rastrear en *Los Desastres de la Guerra* de Francisco Goya, 82 grabados creados entre 1810 y 1820 que evidencian la violencia de la Guerra de Independencia Española. Tradición evidente en *El Papel Periódico Ilustrado*, publicación cultural dirigida por Alberto Urdaneta, que entre agosto de 1881 y mayo de 1888 presentó 116 ediciones pobladas de imágenes que ilustraban temas de vida política y social de la Colombia del siglo XIX; o en ejemplos modernos como *Historia gráfica de la lucha por la tierra en*

la Costa Atlántica (Chalarka, 1985) y *Caminos condenados* (Ojeda, Guerra, Díaz y Aguirre, 2018), cómics que abordan diferentes aspectos de la violencia y el despojo de tierras en Colombia. Ejemplos de una tradición con afán documental que convierten al dibujo en un mensaje visual informativo. Obras en las que el dibujante se transforma en un «investigador anfibio», cualidad fundamental para comprender las ideas expresadas por los narradores y transformarlas en abstracciones” (Rappaport, 2021, pp. 164-165), y en un observador que mezcla el cuidadoso escrutinio del periodista con su imaginativa mirada, para ponerse en los zapatos de las personas, espacios y objetos, que habitan los contextos que emergen en el relato visual, en donde su propio testimonio se amalgama al testimonio de los personajes periodísticos para escribir con imágenes relatos perspicaces que dejen al descubierto claves inéditas para comprender la realidad.

En el mejor periodismo siempre hay construcción, siempre hay empalabramiento, siempre hay una apuesta en discurso, y por tanto que, si bien es cierto que el periodismo busca ser veri-dicente, también lo es que el periodismo debe manejar la imaginación y sí estar tras eso que podríamos llamar una invención disciplinada y honrada para dar cuenta de lo que sucede ya que lo que sucede no es en buena medida comprobable. Cuando miramos un hecho partimos de lo el hecho tiene de comprobable, partimos de los que tiene de indiciario y con todo esto tenemos que manejar conjeturas para suplir los huecos que los hechos nos dejan, es decir, el mejor reportero es también un imaginador (Chillón, 2015).

Referencias bibliográficas

- Bourdieu, Pierre. (1996). *Sobre la televisión*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Chillón, Luis Albert. (1994). Periodismo y literatura una propuesta para la fundación del Comparatismo Periodístico-Literario. En: Comunicación, Estudios Venezolanos de Comunicación. Caracas: Centro Gumilla, N° 87, pp. 26-38.
- Chillón, Luis Albert. (2015). *La palabra facticia. Literatura, periodismo y comunicación*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Chute, Hillary. (2010). *Graphic Women: Life Narrative and Contemporary Comics*. New York: Columbia University Press.
- Chute, Hillary. (2016). *Disaster Drawn: Visual Witness, Comics and Documentary Form*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Eco, Umberto. (1984). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Editorial Lumen.
- Eisner, Will. (2007). *El cómic y el arte secuencial*. Barcelona: Norma Editorial.
- Gasca, Luis. y Gubern, Román. (2011). *El discurso del cómic*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Gomis, Lorenzo. (1991). *Teoría del periodismo, cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.

- Institut de la Comunicació InCom-UAB. (Productor). (2015). “La palabra facticia. Literatura, periodismo y comunicación”, Albert Chillón [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/NdNz6NZgn00?list=FL3Nq6pcKvuW-3tzczmN4nbg>
- Ludewig, Julia. (2019). The Art of Comic Reportage. *Diegesis*, 8 (1), pp. 24-47.
- Luengo Cruz, María. (2008). El producto cultural, claves epistemológicas de su estudio. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación*, 13 (24), pp. 317-335.
- McCloud, Scott. (1993). *Understanding Comics: The Invisible Art*. Northampton, Tundra Publishing.
- McCloud, Scott. (2000). *Reinventing Comics: How Imagination and Technology Are Revolutionizing an Art Form*. Paradox Press.
- Melero, Javier. (2012). Footnotes in Gaza. El cómic-reportaje como género periodístico. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18 (2), pp. 541-561.
- Magi, Lucía. (2009, octubre 25). No soy objetivo, pero sí honesto. *El País*. https://elpais.com/diario/2009/10/25/cultura/1256421601_850215.html
- Osorio, Raúl. (2017). *El reportaje como metodología del periodismo. Una polifonía de saberes*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.
- Park, Robert. (1940). News as a Form of Knowledge: A Chapter in the Sociology of Knowledge. *American Journal of Sociology*, XLV (5), pp. 669-686.
- Pena de Oliveira, Felipe. (2009). *Teoría del periodismo*. Ciudad de México: Grupo Editorial Alfaomega.
- Rappaport, Joanne. (2020). El cobarde no hace historia, Orlando Fals Borda y los inicios de la investigación-acción participativa. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Sacco, Joaco. (2014). Reportajes. Barcelona: Ramdon House Mondadori.
- Tuchman, Gaye. (1983). *La producción de la noticia, estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.