



Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Escuela de Artes Plásticas y Audiovisuales: Licenciatura en Arte Digital

Alacena de Cuentos: Narrativa secuencial vertical y plataforma de
divulgación sobre la gastronomía y relaciones interpersonales

Abril 2021

Obra artística presentada para obtener el grado de Licenciatura en Arte
Digital

Presenta: Diana Ilithya Delfín Vidal

Directora de obra artística: Eloisa Sheng-li Chilián Herrera

Índice

Introducción	4
Justificación.....	4
Marco teórico.....	10
Arte digital	10
<i>Evolución histórica del arte digital.....</i>	11
<i>Tipos de arte digital.....</i>	14
El cómic.....	17
Evolución histórica de los cómics.....	18
Elementos.....	25
Público	31
Plataforma	32
Metodología.....	34
Webcomic	35
Plataforma	35
Libro de artista.	37
Resultados.....	39
Webcómic	39

Plataforma	40
Libro de artista	42
Hallazgos.....	43
Plataforma	43
Guiones	44
Narrativa	46
Conclusiones.....	48
Trabajos citados	50
Apéndice A	56
Guion	56
Visuales.....	59
Apéndice B	62

Introducción

El presente proyecto consiste en del primero de diez capítulos de una antología en formato de viñeta. Las viñetas serán publicadas digitalmente por medio de una página web que responde a los intereses de nuestro público. Dado que la naturaleza de la plataforma incentiva al poco tiempo de visualización por publicación. El estilo visual buscado será de proporciones exageradas y simplificadas, puesto que, las formas complejas requieren un mayor lapso de atención por parte del consumidor. Las viñetas serán realizadas con el uso de herramientas digitales que evoquen la textura y estética de pinceles y lápices tradicionales. Se incluye también el respectivo guion y proceso artístico además de un prototipo del sitio web cuyo diseño será basado en un menú donde cada platillo es una receta-historia.

Justificación

Actualmente, la industria de los cómics no centrados en los superhéroes se encuentra en un interesante estado, para la semana 39 del presente año (2019), *Publisher's Weekly* reveló que la novela gráfica *Guts* por Raina Telgemeier fue el primer lugar en ventas por sobre literatura tradicional como los libros más recientes de Stephen King y Margaret Atwood (*Publisher's Weekly*, 2019). De igual manera, *The New York Times* anunció el regreso de la lista de novelas gráficas más vendidas (MacDonald, 2019).

En el caso de México, la industria tuvo su época de oro entre los 40 y los 50 donde un solo ejemplar podría vender hasta 350 mil ejemplares, siendo Los supersabios, La familia Burrón, Kalimán y Memín Pinguín entre los más populares

(La Jornada, 2017). Actualmente, Editorial Televisa, Kamite y Pannini son las principales editoriales en el país, distribuyen cómics americanos de DC, Marvel, Vertigo, Image Cómics, entre otros; también venden manga de distintos géneros. Para el sector independiente no existe una industria formal. Son unos 150 autores aproximadamente en activo que en su mayoría recurren a la autoedición (Barco, 2019) o financiamiento colectivo a través de *Kickstarter* (Gámez, 2018) Sin embargo, el panorama no es tan oscuro, existen becas gubernamentales diseñadas para promover la creación de narrativa gráfica (Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, 2019)

Muchos proyectos como *The Mountain with Teeth* (Gámez, *The Mountain with teeth*, 2018) y *Jours de Papier* (Camacho & Martínez, 2013) iniciaron como webcómic y posteriormente gracias a su popularidad publicaron sus obras en formato físico además de proseguir con otros proyectos de narrativa gráfica. A nivel internacional el webcómic Lore Olympus, que debutó en la plataforma WebToons, está en proceso de ser adaptado a una serie animada por The Jim Henson Company (Boucher, 2019).

La relación entre autores de comics y sus lectores se diferencia mucho que aquella formada con el cine o con la prosa. En los comics, el lector llena los espacios entre viñetas con la acción de su imaginación y le da voz con su propia mente a cada personaje (McCloud, 2000). Es una conexión más íntima y llena de simbolismos contenidos en las imágenes estáticas (McCloud, 2000).

En general, la lectura de comics es similar tanto en el formato impreso como en el digital. Algunos *storytellers* dejan a un lado por completo al medio impreso y deciden desarrollar su contenido específicamente para la web. Esta decisión tiene implicaciones en el arte, el *lettering*, la legibilidad, entre otras facetas de producción (Eisner, 2008)

Se ha elegido hacer webcómic debido a la flexibilidad y potencial narrativo que posee, así como la facilidad y bajo costo de distribución que otorga publicar la obra de manera virtual. De igual manera, hacer webcómic es una manera eficiente de poder acercarse tanto al público meta como al potencial debido a sus hábitos de consumo y distribución del tiempo dedicado al entretenimiento. (Westcott, Loucks, & Srivastava, 2018)

El lienzo infinito es un formato utilizado en los webcómic que permite al lector seguir el flujo de la imagen y el texto desplazándose a través del largo campo diseñado por el *storyteller*. Este formato ofrece un amplio rango de despliegue de imagen y panel, además implica participación por el lector a través de la navegación (Eisner, 2008).

Para la realización del lienzo infinito se toma la pantalla como una página que a la vez sirve como vínculo a la siguiente página pantalla a través del desplazamiento hacia abajo. No existe límite en el número de páginas que pueden existir en un webcómic a diferencia de un cómic tradicional que está restringido por costos de impresión y formato físico (McCloud, 2000)

Debido a esta carencia de restricciones y las múltiples posibilidades de auto publicación y distribución, el webcómic puede tocar una inmensa variedad de temas sin preocuparse por la venta de números físicos y los creadores pueden apoyarse con plataformas de financiamiento colectivo y/o donaciones de los seguidores. Un ejemplo de esto es el webcómic Taste (Tanaw, 2018) el cual tiene 12,500 visitas y una página de Patreon donde recibe donaciones. Otro caso es la publicación 1 pun 2 pun (Urbanowicz, 2017), la cual lleva más de 100 mil visitas y casi 2 mil seguidores suscritos. Su tema principal es *slice of life* de pareja y tiene números enfocados a la comida como el de *Happy New Year* (Urbanowicz, Happy New Year, 2017)

La comida es algo inevitable en nuestras relaciones interpersonales, nos acompaña en nuestro día a día, desde lo que nos preparaba la abuela en reuniones familiares hasta el puesto de tacos que sacia el antojo de la madrugada. Son estas historias y vivencias lo que queremos contar y dar a conocer haciendo uso de nuestras habilidades artísticas y narrativa.

Particularmente en México, la comida tiene una enorme importancia cultural, desde costumbres como la sobremesa hasta tradiciones de gran impacto como el día de muertos

El público objetivo para el proyecto está compuesto por personas en un rango de edad entre 20 a 25 años que tienen un fuerte interés en temas relacionados al medio ambiente, deportes, tecnología, apoyo social, entre otras

cosas que consultan en su mayoría del tiempo en internet desde sus teléfonos celulares.

Las viñetas están planeadas para realizarse con el objetivo de generar interés entre jóvenes de ambos sexos que se encuentren en su mayoría estudiando o finalizando sus estudios universitarios, sobre todo en aquellos que no se encuentren viviendo en su núcleo familiar. Nuestro público meta es, además de lo anterior, clase media en adelante dado que son los que generalmente pueden costear los estudios fuera de su lugar de origen.

Se espera que el proyecto tenga mayor impacto con los hispanohablantes tanto por el idioma como por la temática, dado que esas culturas tienen lazos interpersonales más cercanos comparados con los anglosajones y germanos.

En cuanto al público potencial hemos identificado a la población de 25 a 30 años como parte de este dado que son la segunda demografía que más usa Instagram, redes sociales y el Internet en general.

En cuanto a la relación con las asignaturas vistas a lo largo de la licenciatura, se hará uso de lo aprendido en las materias concernientes a la línea “Ilustración y Dibujo” de las optativas de Arte Digital, así como el uso de las herramientas tridimensionales enseñadas en la línea “Escultura y Modelado” de las optativas de Arte Digital. De igual manera, se usarán conocimientos del “Área de Narrativa” tanto del ciclo básico del plan estudios como del ciclo formativo. Por último, para la gestión y coordinación del proyecto, se estará apoyando con lo

impartido en el “Área de Producción y Logística” de las materias de la licenciatura en Arte Digital.

El apartado visual fue elaborado principalmente por Diana Chiñas mientras que la plataforma, el guion y el *lettering* por Diana Delfín. Hubo colaboración y trabajo de las dos en la estructura narrativa que aprovecha el formato de arte secuencial vertical, también en el desarrollo del argumento de la historia. El proyecto, en general, fue una retroalimentación y asistencia constante mutua.

El presente documento consta de un marco teórico donde se habla del contexto y fundamentación académica del proyecto. Se recorren conceptos de arte digital, secuencial, webcómic, el canvas infinito, así como el público al que va dirigido principalmente. La siguiente sección describe la metodología y procesos usados para la elaboración de este trabajo que incluye el webcómic, la plataforma y el libro de arte. Posteriormente se incluye un apartado con los resultados. Al final, en hallazgos y conclusiones esperamos hacer una reflexión sobre el camino que atravesamos para realizar nuestro producto final, desde aspectos que en el proceso tal vez se podrían mejorar, confirmar nuestras fortalezas y debilidades, saber si nuestro estudio sobre públicos, al igual que nuestra forma de adaptar el proyecto a la plataforma deseada fueron idóneos hasta cambiar nuestra perspectiva respecto a la idea principal, donde esperamos ver y comprender cosas que en este punto aun no visualizamos

Marco teórico

Arte digital

Desde los 90s hasta principios del presente siglo, el medio digital se ha movido a velocidades sin precedentes, moviéndose de “la revolución digital” a la era del *social media*. Los artistas siempre han sido de los primeros en experimentar los nuevos medios y tecnologías a su alcance. En el caso del arte digital, al principio fue periférico al arte convencional. Era relegado a simposios y exhibiciones especiales de tecnología y medios electrónicos, pero, para finales del siglo pasado, el término “arte digital” comenzaba a establecerse y tanto museos como galerías alrededor del mundo comenzaban sus exhibiciones.

La terminología “arte digital” siempre ha sido muy fluida. En sus inicios (1960-1990) se usaba “arte por computadora”, luego arte multimedia y de ahí ciberarte. En la actualidad, “arte digital” se usa de manera sinónima a “arte de los nuevos medios” o *new media art* en inglés (Paul, 2015).

Comúnmente el término es usado para describir el arte creado mediante el uso de tecnologías digitales y en una acepción más extensa se puede decir que el arte digital es arte contemporáneo que utiliza métodos de producción masiva a través de medios digitales (Gere, 2006). El Museo de Arte Digital de Austin (AMODA) lo define como arte que utiliza tecnología digital en cualquiera de estas tres formas: como producto, como proceso o como tema (Amoda, 2019)

Existen dos categorías amplias del arte digital. En la primera, la tecnología sirve como una herramienta para la creación de objetos de arte más tradicional

como la fotografía, escultura, teatro, música, entre otros. La segunda, la puramente digital; nace, se almacena y se presenta a través de medios digitales. Esto es lo que se le conoce como *new media art*. (Paul, 2015)

Evolución histórica del arte digital

El término gráficos por computadora fue acuñado por la compañía aeroespacial Boeing en los 60s en sus simulaciones de aterrizajes y para determinar los posibles movimientos de un piloto en la cabina. (Reichardt, 1971)

Steve Rusell crea lo que es considerado el primer juego interactivo por computadora, *Spacewar!* (Ilustración 1). Este simulador espacial y de disparos fue desarrollado junto con otros estudiantes en el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) (Computer History Museum, 2019)



*Ilustración 1 Spacewar-
Wikimedia Commons*

La primera animación por computadora conocida fue creada por E. E. Zajac en 1963. *Simulation of a Two-Gyro Gravity-Gradient Attitude Control System* (Ilustración 2) fue realizado con la finalidad de definir como un tipo particular de satélite se movería en el espacio. (AT&T Archives, 2012)



Ilustración 2 Simulation...

Entre las primeras obras estáticas de arte digital más famosas fue creada en los 60s. Fue en Bell Labs, compañía de investigación científica, donde el especialista en gráficos por computadora Kenneth C. Knowlton creó *Young Nude*

(1966). Knowlton tomó la fotografía de una mujer desnuda y la transformó en una imagen hecha a partir de píxeles.

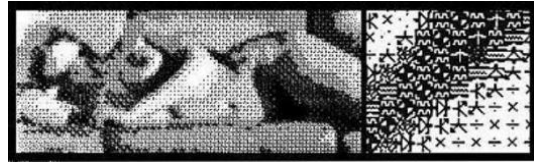


Ilustración 3 *Young Nude* por Ken Knowlton en Bell Labs

(Souter, 2017)(Ilustración 3)

En 1967, los ingenieros Billy Klüver y Fred Waldhauer; y los artistas Robert Rauschenberg y Rober Withman formaron el colectivo Experimentos en Arte y Tecnología o EAT por sus siglas en inglés. Su misión era promover la colaboración entre el arte y el floreciente mundo de la tecnología. El resultado fue una serie de instalaciones y *performances* que incorporaron sistemas electrónicos innovativos para la época, tales como video proyección, proyección sonora inalámbrica, circuitos electrónicos, entre otros. (Souter, 2017) Andy Warhol fue uno de los artistas que llegaron a colaborar con EAT (Paul, 2015)

A principios de los 70s, la Escuela de Arte Slade de la Universidad de London estableció lo que posteriormente sería llamado “*Experimental and Computing Department*”. Esta Escuela era una de las pocas instituciones en el mundo en ese momento con la intención de integrar el uso de las computadoras en el arte. (Victoria and Albert Museum, 2016)

Durante los 70s y los 80s, pintores, escultores, fotógrafos y demás artistas de disciplinas variadas comenzaron a experimentar más con las nuevas técnicas de imágenes por computadora. Fue en esta época donde el arte digital evolucionó en diferentes tipos, desde el orientado al objeto a piezas que incorporaban

aspectos dinámicos e interactivos que dieron lugar una técnica más orientada al proceso. (Paul, 2015)

La industria del entretenimiento comenzó a incorporar gráficos generados por computadora en los 80s en películas

como *Star Trek II: The Wrath of Khan* y *Tron* (Ilustración 1982), ambas de 1982. (Victoria and Albert Museum, 2016)

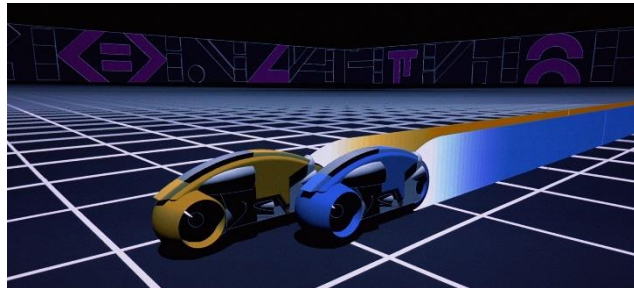


Ilustración 4 Tron 1982

Para 1985 *First Comics* publica *Shatter* por Peter B. Gilis y

Mike Saenz. *Shatter* fue el primer cómic enteramente digital con distribución comercial. (McCloud, 2000)

Ya en los 90s el arte convencional comienza a aceptar al arte digital.

Museos y galerías comenzaron a realizar exhibiciones en torno a este nuevo medio. (Paul, 2015) En el 95 se estrena *Toy Story* de Pixar, el primer largometraje animado generado completamente por computadora (Davis, 2019). (Ilustración 5)



Ilustración 5 Toy Story 1

En la actualidad, la tecnología nos rodea cada vez más y sigue cambiando como los artistas ven el mundo y como se aproximan a su propia obra. Personas como James Faure Walker, que se denominan tanto artistas digitales como

pintores que integran la tecnología en su proceso artístico, unen lo digital con lo análogo en lo que se conoce como *mixed media* o medios mixtos. (Victoria and Albert Museum, 2016)

Tipos de arte digital

Es complejo realizar una clasificación de los tipos de arte digital que puedan existir, ya que muchas veces las obras utilizan una combinación de medios y herramientas. Las siguientes son algunas de las categorías en las que se podría clasificar una obra de arte digital

Film, video y animación

El medio digital ha cambiado a la imagen en movimiento para siempre. Las tecnologías digitales han ampliado el espectro de posibilidades que existen y han desafiado la idea del concepto “grabando la realidad” gracias a la incorporación de efectos visuales en las películas. (Paul, 2015). No solamente esto ocurre en acción viva, también en animación considerada “análoga” como lo es *StopMotion* (Wolfe, 2017) Cada vez vemos menos animación análoga tradicional (Child, 2013), ahora existen herramientas como TVPaint que permiten realizar animación 2D por computadora (TVPaint, 2019).

Instalación

Las instalaciones a base de arte digital pueden venir de diferentes maneras. Algunas involucran proyectores como las instalaciones tradicionales, otras buscan colocar al espectador en ambientes virtuales. La finalidad de una instalación es la inmersión. Las instalaciones digitales son escalables y no cuentan con

dimensiones predefinidas. Puesto que buscan establecer una conexión con el mundo físico, este tipo de instalaciones incluyen elementos espaciales y arquitectónicos subyacentes (Paul, 2015)

Internet art, software art y networked art

Nació al tiempo que la misma *world wide web*, entre sus primeras concepciones se encuentra el arte ASCII, imágenes construidas a partir de diversos símbolos. El primer registro que se tiene de *net.art* fue cuando Vuk Cosic organizó una pequeña reunión llamada “net art per se” en Trieste, 1996. En 1997 surgen los WWWArt Award y el internet se fue poblando de diversas galerías virtuales. Varios artistas jugaban con el código HTML de las páginas y sus elementos. (Paul, 2015)

Arte Generativo

Es el arte que se produce usando una serie de reglas y el artista deja que la computadora tome alguna de las decisiones a partir de tales reglas que ha introducido (Ilustración 6). A

diferencia de los algoritmos que van paso a paso,

aquí el artista deja al sistema “decidir” de acuerdo con el conjunto de reglas

establecidas sin que el artista sepa que elecciones toma la computadora (Boden & Edmonds, 2009)



Ilustración 6 Arte Generativo

Ilustración, escultura y pintura digital

Utiliza herramientas digitales donde se aplican técnicas tradicionales. Los programas para computadora especializados para estos fines simulan acabados tradicionales. En el caso de la escultura digital, el programa simula un entorno en tercera dimensión para

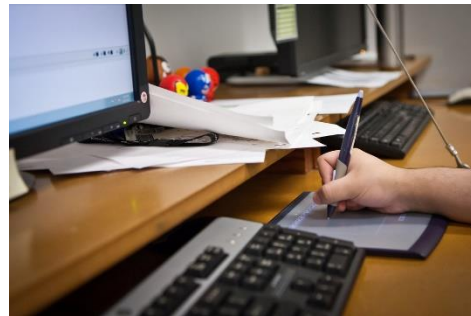


Ilustración 7 Tableta digitalizadora para arte digital

la realización de las obras. La pintura digital tiene como base el pixel, la ilustración digital es a partir de vectores y la escultura digital de polígonos tridimensionales. (Concept Art Empire, 2019)

Medios interactivos

El arte interactivo deja de asumir al espectador como un ente pasivo y lo vuelve activo. En los medios interactivos responden y cambian a partir de las señales que reciben. Usualmente se le conoce como “multimedia” porque combinan texto, sonido, imagen y video. Un ejemplo de esto son los videojuegos (The Editors of Encyclopaedia Britannica, 2019)

Arte por inteligencia artificial

Es uno de los tipos de arte digital más reciente. Las obras son creadas a partir de algoritmos que usan aprendizaje automatizado (Ilustración 8). A diferencia del arte generativo, aquí los artistas usan algoritmos no para seguir reglas

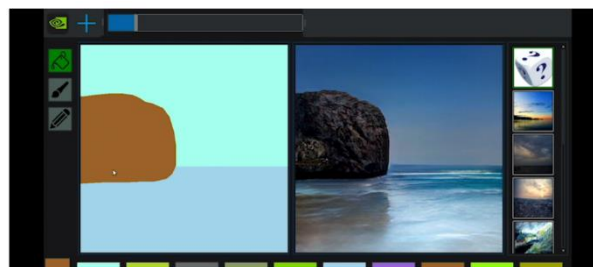


Ilustración 8 GAN art por Nvidia

sino para “aprender” una estética específica a través el análisis de miles de imágenes. El programa entonces genera nuevas imágenes a partir de la estética que ha aprendido. Este tipo de algoritmos se denominan Redes generativas antagónicas o GANs en inglés y fueron introducidos por el científico computacional Ian Goodfellow en 2014 (Elgammal, 2019)

El cómic

Will Eisner, padre de la novela gráfica lo define como una forma de arte secuencial en las cuales las imágenes y, usualmente, texto son ordenados para contar una historia. Scott McCloud, en su libro *Understanding Comics* los define como “ilustraciones (Eisner, 2008) y otras imágenes yuxtapuestas en una secuencia deliberada con la intención de transmitir información y/o producir una respuesta estética en el lector” (Eisner, 2008)

Esta última definición abre las puertas a que un sin número de cosas puedan ser consideradas cómics tales como un manual ilustrado, pero deja fuera a ilustraciones de un solo panel. McCloud argumenta que no puede haber yuxtaposición de una sola imagen y que bien podría ese panel solitario podría ser llamado arte de cómic. (McCloud, *Understanding Comics: The Invisible Art*, 1994) A la vez, McCloud contraargumenta que el mismo panel sí podría ser considerado cómic debido que existe una yuxtaposición entre el texto y la imagen (McCloud, *Understanding Comics: The Invisible Art*, 1994) como en la obra Rodolphe Topffer en los 1800s.

La definición de qué es y qué no es un comic es un proceso continuo que va a la par de la evolución del medio y sus formas.

Evolución histórica de los cómics

Si bien tanto el cine como los cómics son un tipo de narrativa gráfica, el cine refuerza su historia con sonidos e imágenes en movimiento en diferentes planos y el comic tradicional la cuenta a través de paneles fijos donde palabra e imagen comparten espacio. (Eisner, 2008)

McCloud considera a Rodolphe Topffer como el padre de cómic moderno. Topffer hacía ilustraciones satíricas a mediados del siglo XIX (Ilustración 9), en su trabajo ya utilizaba la estilización caricaturesca, los

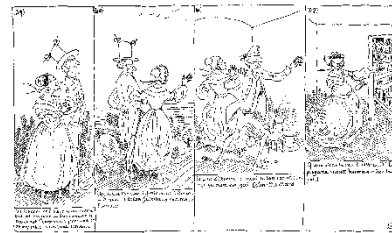


Ilustración 9 Toepffer
Cryptogame

bordes en los paneles y la primera combinación independiente de palabras e imágenes vistas en Europa (McCloud, *Understanding Comics: The Invisible Art*, 1994). Las revistas británicas de caricaturas siguieron la tradición y principios del siglo XX el medio comenzaba a prosperar (McCloud, *Understanding Comics: The Invisible Art*, 1994)

En un principio los comics eran publicados como tiras cómicas en los suplementos dominicales de los periódicos, el contenido era netamente humorístico. Fue con la publicación de *Little Nemo in Slumberland*

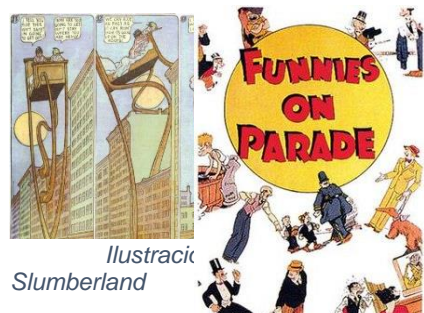


Ilustración
Slumberland

(Ilustración 10) en 1905 que las tiras cómicas empezaron a abordar otros temas, aventuras y fantasía en este caso (Bui, n.d.)

Uno de los primeros casos de un cómic en el formato de cuadernillo clásico o *comic book* se dio en 1933 cuando la *Eastern Color Printing* publicó *Funnies on Parade* (Ilustración 11), una complicación de tiras cómicas que habían aparecido anteriormente en periódicos (Bui, n.d.)

Cinco, en 1938 después surge lo que Richard A. Lupoff llamaría la Edad Dorada de los Cómics. Esta época nace con la aparición de Superman en el primer número de *Action Comics* (Ilustración 12). Durante este período proliferan el género de super héroes y coincide con el desarrollo de la Segunda Guerra Mundial (Quattro, 2004) Los temas

principales durante esta época fueron de patriotismo y del bien triunfando contra el mal. Surgieron además, historias de adolescentes como las de Archie Andrews (Archie Comics) en 1941 (PBS, 2014)

Will Eisner planteó en 1940 que los comics fueran vistos de manera literaria y artística, no obstante, su propuesta fue recibida con burla (McCloud, *Reinventing Comics: How Imagination and Technology Are Revolutionizing an Art Form*, 2000) Para 1943 la industria del comic vendía 25 millones de copias mensuales, no obstante, debido a la guerra, hubo escasez de papel y los niños eran alentados a vender sus copias para la causa, resultando en la actual situación donde encontrar copias de esa época es una rareza y las que se encuentran en buen estado se



Ilustración 12
Action Comics No. 1

venden por miles de dólares (Misiroglu & Sanderson, 2018) En la década siguiente, la industria en Japón experimentaría un surgimiento de géneros variados.

Aunque recibe el nombre de la Era Dorada de los Comics, las historias de esta época no se caracterizaban por su complejidad, al contrario, el medio recién empezaba, los dibujos no eran los mejores ni tampoco la narrativa. Estereotipos culturales y de género, que hoy en día se pueden considerar racistas y sexistas, abundaban en las historias de aquellos años, reflejo de la sociedad de la época (Misiroglu & Sanderson, 2018)

El término de la Segunda Guerra Mundial trajo consigo un cambio en la industria del cómic. Diversas editoriales se fueron a la quiebra y las que sobrevivieron, vendían historias más allá de los super héroes, tales como de vaqueros, horror, romance, ciencia ficción, entre todos. Los temas también cambiaron, el temor hacia el comunismo y un enfrentamiento nuclear en la Guerra Fría influyeron en las series publicadas (Misiroglu & Sanderson, 2018)

En 1954 comienza la debacle de la Era Dorada cuando el psiquiatra Fredric Wertham publica su libro *Seduction of the innocent*, en el cual implicaba a los comics en la delincuencia juvenil, las perversiones sexuales y el odio racial. Esto desato histeria sobre los comics en los próximos años. (McCloud, Reinventing Comics: How Imagination and Technology Are Revolutionizing an Art Form, 2000) A respuesta de esto, se crea el Comics Code Authority, el cual regularía por décadas a la industria del comic de forma severa, desapareciendo cualquier

representación de sangre, sexo o comportamiento sádico. (McCloud, *Reinventing Comics: How Imagination and Technology Are Revolutionizing an Art Form*, 2000)

La Era Plateada de los comics inicia en 1956, la industria sigue resintiendo los 41 estándares de la Comics Code Authority, editoriales se fueron a la quiebra y las que quedaron, simplificaron sus historias para cumplir con las reglas.

Fue en esta época cuando Marvel Comics y Stan Lee comenzaron la publicación de sus personajes más famosos empezando por *Fantastic Four* en noviembre del 61 y en los siguientes años fueron creados Hulk, Thor, X-Men y Spider-Man. Las historias de DC Comics fueron vistas como más estereotípicas

del bien contra el mal, mientras que las de Marvel contenían más complejidad en sus temas, lidiando desde política hasta situaciones sociales. Gracias a esto y a



Ilustración 13 Kalimán

personajes más diversos que su

competencia, Marvel Comics superaba a en ventas a DC Comics y ésta termina la Era Plateada en el sin recuperar su vieja gloria, aunque sus personajes invadieran la televisión en aquella época (Misiroglu & Sanderson, 2018) En el caso de

México, fue durante el 65 que surgió Kalimán (Ilustración 13) llegando a vender 3.5 millones de copias, superando cualquier número comercial estadounidense.

(Kunzle, 2017)

La Era de Bronce comienza en el comienzo entre 1969 y 1970 y terminaría hasta 1985. La incorporación de una nueva generación de autores como Frank Miller y George Perez, entre otros; que fue desplazando a la vieja guardia dio pie a un estilo más realista tanto en historias como en estética (Norman Rockwell Museum, 2018) El surgimiento de este nuevo estilo también fue posible gracias que la *Comics Code Authority* relajase sus reglas y permitiera más variedad de contenidos. Para 1978, Will Eisner crea *Un contrato con Dios* (Ilustración 14) e inaugura la revolución en la forma en que los comics americanos son vistos, surgiendo el término “Novela Gráfica” para narrativa gráfica con mayor longitud y complejidad en sus historias comparados con el *comic book* tradicional (McCloud, *Reinventing Comics: How Imagination and Technology Are Revolutionizing an Art Form*, 2000)



Ilustración 14
Contrato con Dios, Will Eisner

Los cómics se vuelven socialmente relevantes gracias a la adaptación que tienen las historias en acción viva tanto en televisión como en cine. De igual manera, hay un incremento en la diversidad debido al surgimiento de personajes de minorías como *Falcon* (Misiroglu & Sanderson, 2018) En 1984, debido a las pocas regalías que recibían de las editoriales, Kevin Eastman y Peter Laird crean su propia compañía de comic para publicar lo que sería su famosa obra *Teenage Mutant Ninja Turtles*. (McCloud, *Reinventing Comics: How Imagination and Technology Are Revolutionizing an Art Form*, 2000)

Para algunos autores en 1985 empieza la Era Moderna, para otros como el *Noroman Rockwell Museum*, es en este año donde empieza la Era Oscura. Se le llama así debido a los contenidos maduros que poblaban los comics en aquella época que culminaría en 1996. Esta época comienza con Crisis en las Tierras Infinitas de DC comics, un *crossover* de sus superhéroes y sus líneas temporales con el objetivo de ordenar las inconsistencias argumentales surgidas en la Era Dorada y la Era de Plata (Norman Rockwell Museum, 2018) El primer cómic publicado en línea se da en 1985 cuando Eric Millikin subió una parodia del Mago de Oz llamada *Witches In Stitches* (Jensen, 2018)

Al año siguiente, empieza a popularizarse el termino de novela gráfica y artistas como Alan Moore (*Watchmen*) y Frank Miller (*The Dark Knight Returns*) aprovechan el medio para contar sus historias en un formato de mayor extensión que las publicaciones convencionales (McCloud, *Reinventing Comics: How Imagination and Technology Are Revolutionizing an Art Form*, 2000) Fue el período de los antihéroes, del pesimismo y de *shocks* culturales tales como la muerte de Superman (Norman Rockwell Museum, 2018) A principios de la década, en México 8 de cada 10 de los seriales más vendidos eran cómics. (Kunzle, 2017)

En 1992, *Maus* por Art Spiegelman se convierte en la primera novela gráfica en condecorarse con un premio Pulitzer. Esta obra dio origen a dos de las formas de la novela gráfica contemporáneas, la independiente y autobiográfica (Biblioteca Nacional de España, 2017)

Ese mismo año, en medio de la tensión causada por la exigencia de los derechos autorales a los editores, un grupo de los autores más vendidos forman su propia compañía dando la espalda a la editorial dominante, dicha compañía sería Image Comics (McCloud, *Reinventing Comics: How Imagination and Technology Are Revolutionizing an Art Form*, 2000)

A pesar de que desde 1984, la industria se encontraba en buen estado gracias a las ventas e innovaciones que surgieron, la Era Oscura termina con un declive masivo debido al exceso de números de colección y series producidas debido a la especulación en el mercado. La industria no se recuperaría hasta 1998, haciendo que muchos artistas desistieran de seguir dedicándose a ello (McCloud, *Reinventing Comics: How Imagination and Technology Are Revolutionizing an Art Form*, 2000)

La Era Moderna de los Comics tiene su inicio en 1996 con la publicación de *Kingdom Come* por Alex Ross. Las editoriales redujeron el número de títulos en circulación y a la vez aumentaron su calidad narrativa y visual. Un año después, el fracaso de la película *Batman and Robin* congeló las adaptaciones de superhéroes hasta tres años después que se estrena *The X-Men* (Norman Rockwell Museum, 2018). El advenimiento del siglo 21 trajo consigo innovaciones tecnológicas y nuevas maneras de distribución debido al internet como plataformas de venta directa como Comixology y de publicación tales como blogs personales y redes sociales. Los autores ya no están restringidos a contratos con las grandes editoriales gracias a estos cambios en la industria.

Elementos

Historia

Las historias se utilizan para enseñar comportamientos dentro de la comunidad, para discutir la moral y los valores o solo para satisfacer curiosidad. Una historia es la narración de una secuencia de eventos escogidos y



Ilustración 15 Historia ordenada. Will Eisner 2008

arreglados deliberadamente por el contador (Eisner, 2008) Antes de la historia existe lo abstracto (Ilustración 15). Se convierte en historia cuando se cuenta en un orden ordenado y decidido (Eisner, 2008) (Ilustración 16)

Esto genera un reto en cuestiones narrativas. Mientras el cine cuenta su historia La sorpresa, el *shock* y la retención puede lograrse con el pasar de las páginas, sin embargo, siendo un elemento inseguro ya que depende de un lector estricto en el cual se pueda confiar de no ojear las páginas de

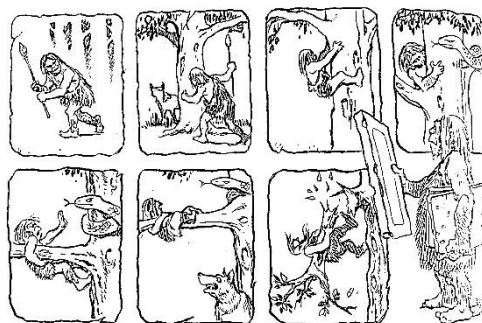


Ilustración 16 Historia desordenada. Will Eisner 2008

forma previa, se consideran otras formas de lograrlo. Para esto, Will Eisner nos explica que la solución se presenta en dar sorpresa con el personaje con el cual el lector se envuelve (Eisner, 2008) De igual manera, Eisner propone para esqueleto de una historia iniciar con una introducción, de ahí establecer un problema, le

sigue lidiar con el problema para pasar a su solución y posteriormente el final (Eisner, 2008)

Slice of life story

Para efectos del presente trabajo, las historias que se manejarán serán del estilo *slice of life*. Este género, extrae un interesante segmento de la experiencia humana y la examina de forma realista. El escritor cuenta con la experiencia vital de la imaginación del lector para proporcionar el impacto de la historia. Es importante que se retrate una actuación creíble en la narrativa visual (Eisner, 2008)

Imagen

La imagen es el recuerdo o idea de un objeto o experiencia grabada por el narrador, esto ya sea mecánicamente (fotografía) o mecánicamente (dibujo). En los comics, las imágenes son generalmente impresionistas. Se economiza su representación para facilitar su utilidad como lenguaje (Eisner, 2008) Sin embargo, es precisamente la imagen como elemento del comic la que provoca resistencia a que este medio sea aceptado como una lectura seria, siendo acusado de inhibir la imaginación

Como se mencionó antes, la imagen impresa o filmada transmite con la velocidad de la vista, y es debido a esto que nace la necesidad de elementos en la imagen que nos permita hacer entender a nuestro lector a la misma velocidad de transmisión, esto dentro del corto tiempo y espacio que nos permite el comic. Ante este problema se crean los estereotipos. Estos son la simplificación de las

imágenes en símbolos repetibles, se extraen a partir de comunes características físicas asociadas a una ocupación (Eisner, 2008)

Diálogo

A diferencia de otros medios, el comic no cuenta con sonido o movimiento, esto hace que se requiera un gran énfasis en la actuación de la historia. El diálogo por lo tanto se convierte en un elemento crítico dentro de la narrativa (Eisner, 2008)

En los cómics, el diálogo es percibido después de que la acción es divisada. No se puede tener plena certeza del orden de lectura entre el diálogo y la imagen, pero de igual forma ambos deben complementarse y darse sentido el uno al otro (Eisner, 2008)

Cuando no exista un diálogo establecido, el autor dependerá de las experiencias del lector quien interpretará la acción y actuación que ocurra en las viñetas. Es importante que al momento de presentar una secuencia sin dialogo se empleen buenos gestos y lenguaje corporal fácilmente identificables con el dialogo (Eisner, 2008)

Lettering

Las letras son símbolos que se crean a partir de imágenes, las cuales se crean a partir de formas familiares, objetos, posturas y otros fenómenos. Estos símbolos a medida que se hacen más sofisticados se simplifican y abstraen. Asimismo, el arte de la caligrafía nace de esta simplificación de símbolos y emerge hasta convertirse en una técnica que, en el comic, contribuye al énfasis y

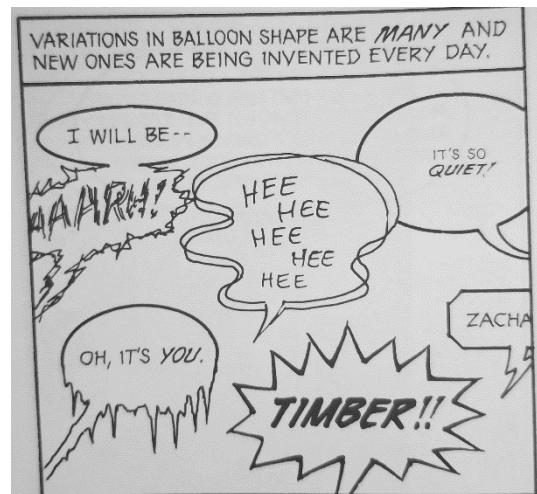


Ilustración 17 Lettering aplicado a diálogo

significado de las formas y letras (Eisner, Comics and Sequential Art: Principles and Practices from the Legendary Cartoonist, 2008) (Ilustración 17)

Dentro del globo las letras reflejan la naturaleza y emoción del discurso, esto es resultado tanto de la personalidad del artista (reflejado en el estilo) y del personaje que habla.

Timing

El fenómeno de la duración y su experiencia, comúnmente conocido como "tiempo", es una dimensión integral del arte secuencial. La importancia de la medida del tiempo en los seres humanos no debe ser subestimado, ya que este tiene un gran impacto psicológico al ayudarnos a lidiar con la vida moderna. Esto, entre otras cosas lo convierte en un elemento estructural esencial en el comic. (Eisner, Comics and Sequential Art: Principles and Practices from the Legendary Cartoonist, 2008)

Will Eisner dice que para lograr transmitir el “*timing*” o ritmo, que es

manipulación de la temporalidad y sus elementos con el fin de lograr un mensaje o emoción específica, los paneles son elementos

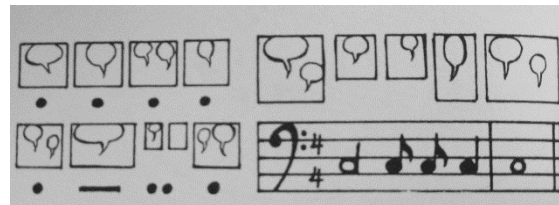


Ilustración 18 Timing

críticos. (Ilustración 18) De aquí se deduce que un comic se vuelve “real” cuando en su proceso de creación el tiempo y el ritmo o “*timing*” son tenidos en cuenta (Eisner, Comics and Sequential Art: Principles and Practices from the Legendary Cartoonist, 2008)

Panel

La función principal de un cómic de comunicar ideas o historias a través de imágenes y palabras involucra expresar el movimiento de tales imágenes a través del espacio. Para lograr la captura de estos eventos dentro de la narrativa, se tienen que dividir en segmentos en secuencia (Eisner, Comics and Sequential Art: Principles and Practices from the Legendary Cartoonist, 2008)

Dentro del comic tradicional, el control de la atención del lector a través de los paneles es un gran obstáculo ya que el artista no puede asegurar que el lector no visualizara de forma ordenada los paneles. Sin

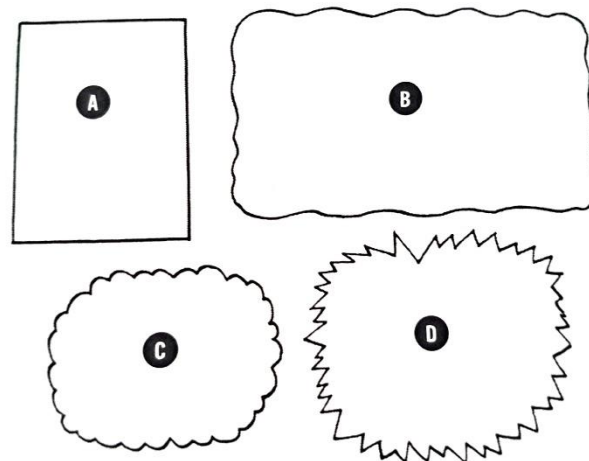


Ilustración 19 Paneles, ejemplos

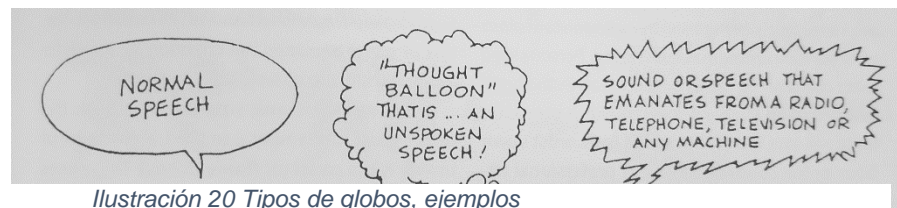
embargo, en el comic digital el artista tiene un mayor control en el timing, la presentación de los paneles y el detalle en estos. El panel muestra solo los elementos necesarios que ayuden a la narración de la historia, esto va desde la perspectiva dentro del cuadro, hasta el diseño mismo del panel que nos sirve para dar mayor énfasis a la intención y tiempo, convirtiéndolo en parte de la historia misma (Eisner, Comics and Sequential Art: Principles and Practices from the Legendary Cartoonist, 2008) (Ilustración 19)

Globos

Los globos son un mecanismo o recurso desesperado, puesto que intenta reflejar y hacer visible un importante, pero a la vez complejo elemento: el sonido. Será la distribución de estos globos – por medio de las posiciones en relación con un personaje con otro, acciones, o en relación con el personaje locutor- los que contribuirán a la mediada del tiempo dentro del comic.

Por otro lado, será también al lector a quien se le pida cooperación y disciplina para la lectura de los globos, esto principalmente en el orden de la lectura, pues ayuda a comprender el tiempo del discurso (Eisner, Comics and Sequential Art: Principles and Practices from the Legendary Cartoonist, 2008).

Las primeras representaciones del globo no eran más que simples cintas que salían de la boca del personaje. Sin embargo, a



medida que el globo se fue empleando más extensamente, sus contornos se fueron afinando y creando para algo más que simple contenedores de mensajes. Pronto a los globos se les dio características que permitieran añadir y transmitir características de sonido a la narración (Eisner, Comics and Sequential Art: Principles and Practices from the Legendary Cartoonist, 2008) (Ilustración 19)

Onomatopeyas

Debido al medio cinematográfico que se suele consumir no hemos acostumbrado a usar principalmente los sentidos de la vista y el oído. El comic se diferencia en este aspecto ya que solo recurre a aprovechar el de la vista, sin embargo, eso no llega a ser un obstáculo gracias al uso visual de las palabras. En palabras de Scott las palabras se convierten gráficamente en lo que describen, permitiendo al lector escuchar con sus ojos (Ilustración 20). Es aquí donde los efectos de sonido tienen su lugar visual dentro del comic y dan apoyo

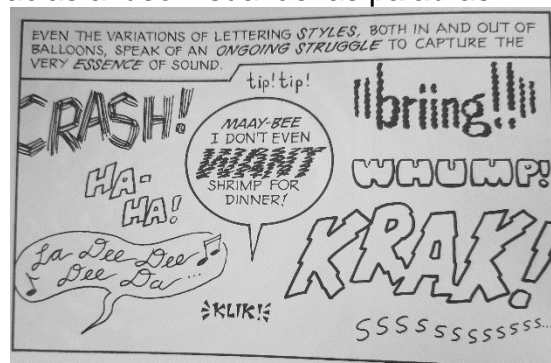


Ilustración 21 Onomatopeyas, ejemplos

a la narrativa e inmersión en la historia (Eisner, Comics and Sequential Art: Principles and Practices from the Legendary Cartoonist, 2008)

Público

El diseño del proyecto se hizo pensando en la generación Z (de aquí en adelante *zoomers*), nacidos aproximadamente entre 1997 y 2010, como público primario y a la generación Y (de aquí en adelante *millennials*) como audiencia secundaria. Esto se debe principalmente el proyecto en un principio ha sido

planeado a un consumo digital y estos son los segmentos poblacionales que más internet utilizan, en especial Instagram el sitio que hemos escogido como medio principal de publicidad para crear interés sobre el proyecto y la plataforma de lectura.

Los *millennials* crecieron con el internet y los mayores de esta generación llegaron a su adolescencia en el despegue de las redes sociales. YouTube (88%), Facebook (83%) e Instagram (67%) son las plataformas más utilizadas por esta generación.

Los *zoomers* de Norteamérica, Latinoamérica y Europa son los más activos en las redes sociales, nacieron en un mundo ya interconectado, nunca han conocido un mundo sin internet Han dejado atrás Facebook para pasar su tiempo en plataformas multimedia como YouTube e Instagram. Las redes sociales ahora se han vuelto su medio para descubrir productos y marcas en vez de sitios de búsqueda tradicionales como Google o Bing (World Economic Forum, 2019).

Si bien éstas son las generaciones principales, no se descartan las demás como los llamados generación X o *genXers* y la generación denominada *baby* y *boomers*. Latinoamérica en especial, está teniendo un crecimiento exponencial en el uso de varias redes sociales además de Facebook en las viejas generaciones. (World Economic Forum, 2019)

Plataforma

Como se mencionaba anteriormente, este proyecto incluye el desarrollo de un prototipo de sitio web propio que contiene un lector donde consumir la obra. La

temática del sitio gira en torno a la comida. Se ha realizado el diseño visual pensando en un restaurante. El índice se mostrará a manera de menú y las historias contienen la descripción a manera de ingredientes.

La estructura del sitio ha sido desarrollada bajo el paradigma *mobile first*. Esto quiere decir que ha sido diseñada enfocada a que primariamente el sitio será visitado, y por lo tanto las obras serán consumidas, desde dispositivos móviles como celulares inteligentes y tabletas.

La razón por la cual se adoptó ese paradigma es porque actualmente más del 50% del tráfico en internet viene de dispositivos móviles. Esto es un incremento de un 68.8% en cinco años. (Lin, 2020) Expertos predicen que en Latinoamérica el número de usuarios accediendo a internet desde móviles será de al menos 423 millones para 2025 (GSM Association, 2020).

Desde el punto de vista de desarrollo, el mantenimiento del código se facilita siguiendo los lineamientos de *mobile first*. Para los consumidores, el sitio se vuelve accesible en cualquier pantalla gracias a que se utiliza el diseño responsivo, es decir, los elementos que aparecen en el sitio se adaptan al según las dimensiones del dispositivo o ventana en el cual se está accediendo. Y por último, desde la perspectiva económica y de divulgación del proyecto, un sitio *mobile first* obtiene mejor posicionamiento dentro de los buscadores ya que estos le dan mayor relevancia a las páginas que estén optimizadas para móviles. (Vega & De Granda, 2020)

Metodología

Para la creación de la propuesta del flujo de trabajo del presente proyecto se utilizaron como referencia los procesos descritos en *Writing for Animation, Comics and Games* escrito por Christy Marx (2006), *Making Comics: Storytelling Secrets of Comics, Manga and Graphic Novels* por Scott McCloud (2006) y las anotaciones presentes en *Saga Book One, Saga Book 2 y Saga Book 3* (Vaughan & Staples, 2014) por Brian K. Vaughan y Fiona Staples.

Como ideal, se tenía el siguiente flujo de trabajo:

- | | |
|---|--|
| 1. Entrevistas a diversas personas para conocer anécdotas relevantes. | 9. Limpieza y entintado. |
| 2. Elección de platillo y premisa. | 10. Color |
| 3. Elaboración de la sinopsis. | 11. <i>Lettering</i> . |
| 4. <i>Breakdown</i> de las acciones principales. | 12. Aplicación de efectos. |
| 5. Escritura del guion | 13. Diseño del wireframe de la plataforma. |
| 6. Diseño de personajes. | 14. Prototipado de la plataforma. |
| 7. Diseño de escenarios. | 15. Lanzamiento de la plataforma. |
| 8. <i>Breakdown visual</i> y borrador. | 16. Publicación de la historia. |
| | 17. Desarrollo del libro de arte. |

Webcomic

Al momento de trabajar, se decidió modificar el flujo propuesto y adaptarlo a nuestros procesos artísticos, reflexivos y de creación. Algunos puntos se mantuvieron, otros se adelantaron y la mayoría se volvió simultáneo.

Los primeros dos puntos tres puntos mantuvieron su orden inicial. Donde comenzaron los cambios fue en la elaboración de la historia. Se encontró que un mejor flujo de trabajo para el equipo era ir explorando la historia tanto escrita como visual dando énfasis en la narrativa del medio. El primer capítulo fue construido haciendo un *breakdown* visual con correcciones constantes al flujo visual y a la historia.

Una vez terminado ese primer acercamiento visual en conjunto, se procedió a hacer simultáneamente:

Diana Chiñas: diseño de personajes y locaciones; *lineart*, entintado, efectos y color; y *assets* visuales para la plataforma.

Diana Delfín: guion del webcómic, diseño y programación de la plataforma.

La integración de los textos (*lettering*) por Diana Delfín se hizo como último paso. La plataforma ya estaba en línea y el color final del webcómic realizado.

Plataforma

El desarrollo del sitio web, como se comentó anteriormente, se realizó en paralelo a la creación del webcómic. Se realizó primero una investigación

enfocada tanto a referencias de otros sitios similares como *WebToons* y *Tapas* como tendencias y buenas prácticas en el desarrollo web. De los sitios similares se tomaron interacciones estándares que un lector de webcómic espera al encontrarse leyendo tales como la navegación vertical y la carga por capítulos.

De mejores prácticas recomendadas por *mobile first* se tomó el flujo de diseñar primero para la pantalla de un celular y posteriormente adecuar ese esquema de página a pantallas más grandes como tablets, laptops y computadoras de escritorio. El objetivo era que tanto el sitio como el lector tuvieran diseño responsivo, es decir que el diseño se adapta según el sitio gracias a marcadores en el código.

Para el paso número trece del flujo de trabajo propuesto se utilizó primero lápiz y papel para idear qué elementos visuales se iban a utilizar y dónde. Se utilizaron las convenciones simbólicas del diseño de páginas web y la señalización pertinente para las interacciones planeadas. Posteriormente se pasó ese diagrama en papel a uno digital utilizando Figma en su versión web. Una vez refinado el diseño y las interacciones con las herramientas que provee Figma, se comenzó a programar el sitio con BootstrapStudio, una aplicación de escritorio para desarrollo de sitios web bajo el *framework* de Bootstrap.

Este *framework* está orientado al desarrollo de diseño responsivo *mobile first*. El programa da la opción de construir los sitios mediante el arrastre de módulos preprogramados editables y también agregar código propio. Para este proyecto se utilizaron tanto los módulos pre programados los cuales fueron

editados desde código para satisfacer las necesidades del sitio como código propio.

Libro de artista.

La maquetación del libro de artista se planeó conforme a la línea temática del proyecto. Así como el sitio web fue hecho un restaurante, el libro de artista sería un recetario.

Desde la portada con un molcajete que evoca un recetario, hasta el índice donde se escribieron las secciones imitando el paso a paso de la elaboración de un platillo, cada detalle del libro de artista fue cuidado para mantener la línea editorial al tiempo que se cumplían los requisitos académicos de contenido. Se utilizó terminología gastronómica como emplatado, mise en place, entre otros para la organización de los contenidos según su ubicación dentro del proceso de elaboración del proyecto.

El libro de artista se escribió en primera persona, inspirado por otros libros de artistas que han sido significativos para ambas integrantes de este proyecto. Se cuentan las influencias personales, artísticas y los pilares narrativos sobre los cuales este webcómic fue elaborado. De igual manera, dentro del libro se puede encontrar un análisis de la primera historia que abarca desde la ideación del guion hasta las técnicas narrativas que se utilizaron para aprovechar el medio lo mejor posible.

Como detalle final, se incluyó una sección llamada “En el horno” que habla sobre la historia que se encuentra en planeación. Este último apartado contiene

las exploraciones iniciales de los personajes, los diseños finales, así como la diagramación de los espacios donde se desarrollará la nueva historia.

Resultados

Es con orgullo y satisfacción que se muestra el producto de año y medio de trabajo. A continuación, se describirán los resultados, cuyos elementos visuales completos se encuentran en la sección de apéndices.

Webcómic.

Es una historia autoconclusiva donde Nico, un joven español, nos cuenta sobre la temporada que pasó en México, los recuerdos que le acompañarán toda la vida y su encuentro con un platillo en especial. El sentimiento principal que se quiso plasmar en esta historia es la melancolía y en segundo lugar, el descubrimiento. Se trabajó con mucho cuidado la narrativa de la historia. Las transiciones entre espacios y tiempos van de la mano de una lectura que se desplaza verticalmente.

A través del protagonista se buscó establecer una conexión con los lectores usando la experiencia que muchos pasan en algún momento de nuestra vida: vivir fuera del lugar que los vio nacer. Se diseñó a Nico, como chico tímido en sus 20s que nunca había vivido sólo hasta su viaje a México. Durante su estancia hace dos grandes amigos que le ayudarán a integrarse y descubrir un sabor especial en la vida y la comida.

Para la primera historia, se cambiaron las viñetas tradicionales por transiciones visuales verticales. Se planearon cuidadosamente la composición de tal manera que un elemento de una escena guíe a la siguiente. El sabor que las conecta y las hace sentir parte de un todo continuo. Ese elemento cambia, evoluciona (Ilustración 22 e Ilustración 23)

El apéndice A contiene el guion, diseño de personajes, borrador y webcómic final completo.

Plataforma

Como se ha

anteriormente, en un principio se consideró subir las historias solamente en Instagram. Al crecer las ideas y ambición para el futuro del proyecto, se decidió que la mejor plataforma sería una propia.

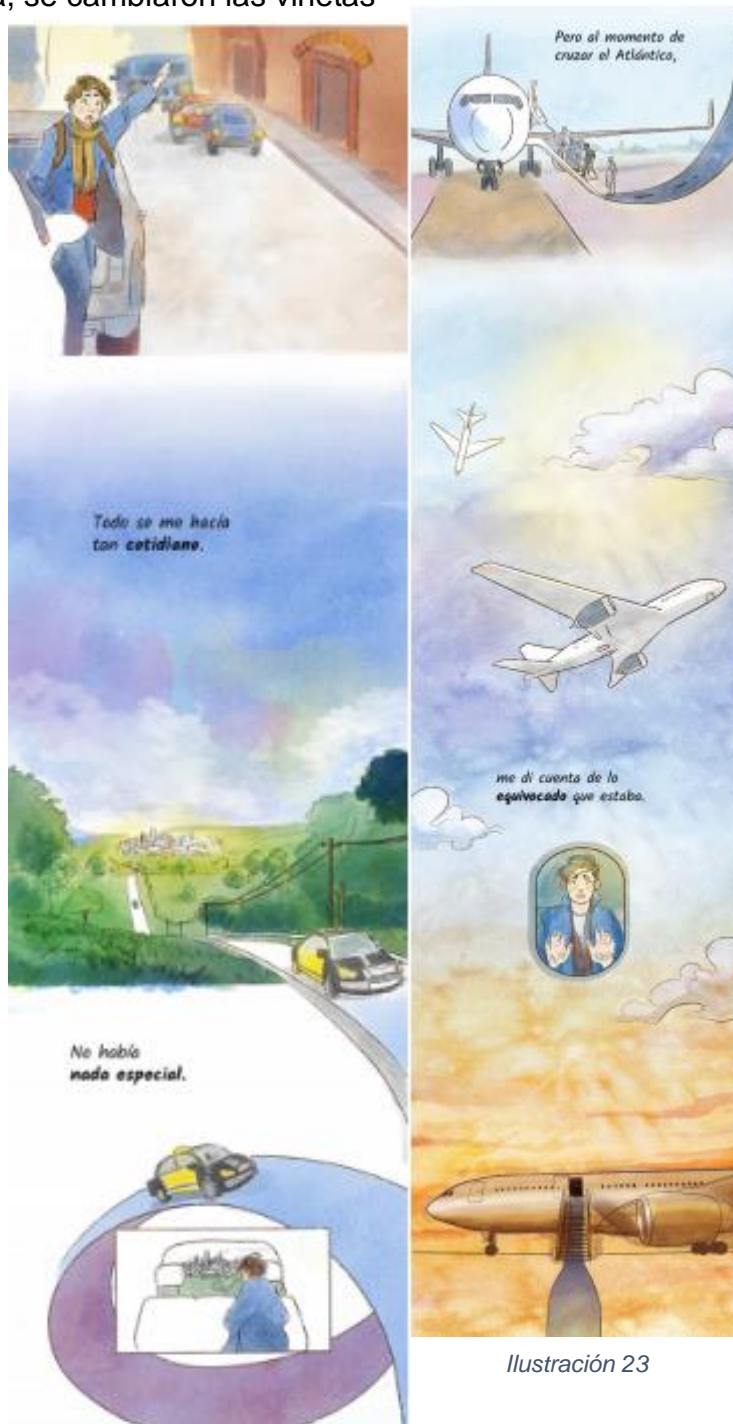


Ilustración 22

Ilustración 23

mencionado

El celular es el principal medio por el cual se consume contenido. La plataforma fue creada con un diseño responsivo en mente. Cada página del sitio se adapta al tamaño de la pantalla. Así las historias podrán disfrutarse sin importar el dispositivo de nuestros lectores.

El sitio está bajo la temática de restaurante. La comida resalta en el estilo visual que se ha escogido, los fondos son sobrios para dejar que los ingredientes de la cocina mexicana y sus colores sean los protagonistas.

La página de inicio es una presentación del proyecto, la redacción de los textos tiene presente siempre la temática de comida. Se ha usado un efecto llamado *parallax* para crear una sensación de profundidad, que debajo están los platillos que se muestra en el arte. También se ha incluido una sección de quienes integran el equipo y, por último, un botón en forma de huevo estrellado que invita a la lectura.

El índice de historias es un menú de restaurante. Cada historia se presenta como un platillo tanto en el índice como en su página propia. La plantilla base de cada cómic es una imagen encabezado que hace alusión a la trama, debajo de esa sección existe una de ingredientes, los cuales son los elementos principales de cada cómic: sentimientos y platillos. Posteriormente está el webcómic en una sola exhibición y al finalizar un botón con temática de comida para regresar al inicio.

En el apéndice B se podrá encontrar el resultado final visual de la página, así como un enlace a la misma.

Libro de artista

Para la presentación y recopilación final del proyecto, se ha elaborado un libro de artista con enfoque reflexivo y en primera persona donde se cuenta la trayectoria de todo el trabajo. Siguiendo la misma línea editorial, se ha hecho pensando en una analogía de recetario.

La redacción es íntima, acerca a quién lo lee al pensar artístico y personal de quienes integran este trabajo. El estilo fue inspirado por el libro *Cómo agua para chocolate*, escrito por Laura Esquivel. (Esquivel, 1989)

El libro de artista no cuenta con todos los visuales desarrollados en el proyecto, sólo los que se consideraron pertinentes para mantener cohesión y armonía entre palabra e imagen. Se ha incluido a manera de anticipo borradores de los personajes de la historia en preparación.

A diferencia de los otros resultados, este sí se diseñó pensando no sólo en una lectura digital, si no también física. El libro completo se encuentra anexo como apéndice C.



Ilustración 24

Hallazgos

Plataforma

En un principio pensamos el proyecto como una serie de comics cortos diseñados especialmente para aprovechar la narrativa que ofrece Instagram. Esta iba a ser nuestra principal plataforma de distribución debido a su popularidad entre la Generación Z y la Generación Millennial.

Conforme pasó el tiempo nuestra visión que tenemos del proyecto a futuro fue modificándose y comenzamos a ver su potencial *transmedia*. Debido a esto fue que decidimos diseñar nuestra propia plataforma de publicación. Mantener el control creativo y editorial era importante para nosotras, un sitio propio nos podría dar eso y un diseño según nuestras necesidades.

Nuestro proceso comenzó con la búsqueda de referencias y una descripción de lo que queríamos. Hicimos una lista de las características y las dividimos en:

- Mínimo producto viable (MVP): características que sin ellas la plataforma no podría ser lanzada.

- Nice to have: características que, si el tiempo nos permitía, implementaríamos.

- Extra: características especiales que podríamos implementar eventualmente.

Posteriormente borradores en papel de los elementos que compondrían la página basándonos en el MVP y bajo el principio mobile first. Este paradigma de diseño tiene como prioridad que una aplicación o sitio web sean diseñados tomando en cuenta como dispositivos principales los móviles como smartphones y tabletas. Mobile first ocurre porque son el principal medio por el cual las personas están accediendo a internet, sobre todo nuestros públicos objetivo y potencial.

El siguiente paso fue pasar ese borrador en papel a un wireframe o esquema de página digital. Utilizamos *Figma*, una aplicación web, para realizar el wireframe junto con las interacciones que habría en la página. Con esto tuvimos un primer prototipo para mostrar y recibir retroalimentación.

Después de refinar el *wireframe* de la plataforma procedimos a la implementación de este. Para este paso usamos una aplicación llamada Bootstrap Studio que funciona en un paradigma mixto de WYSIWYG (lo que ves es lo que obtienes por su siglas en inglés) y código. *Bootstrap Studio* nos permitió construir la plataforma usando elementos arrastrables (drag and drop) predefinidos que fuimos modificando en su código fuente. También creamos nuestros propios elementos HTML y CSS. Todos los elementos visuales de la plataforma son propios. Diana Chiñas los elaboró mientras yo me enfocaba en el diseño y desarrollo de la plataforma.

Guiones

La elaboración de un guion para comics o novelas gráficas no se encuentra estandarizado en la industria. Si bien se usan convenciones de formato parecidas

al guion cinematográfico, un guion de comic dependerá mucho de los artistas involucrados.

Existen dos estilos principales en el comic norteamericano: estilo Marvel y estilo DC. En el primero el escritor describe la acción de manera general en cada página y el dibujante es quien decide como desglosar la historia en cuanto a número de viñetas y su composición. Los diálogos se agregan al final. En cambio, en el estilo DC cada comic contiene descripción por página y por viñeta de manera detallada.

Utilizamos como base el estilo Marvel ya que era el que mejor se ajustaba a nuestra dinámica de trabajo. En nuestro proceso la parte visual y la parte escrita fueron desarrollados a la par. Comenzábamos con una idea descrita en un párrafo y expandíamos la historia en una escaleta visual sin acabar el guion antes.

En esa escaleta visual, que a la vez servía de primer borrador, explorábamos la historia y la narrativa del medio. Una vez terminada regresábamos al guion y, usando la escaleta como apoyo, procedía a escribir y expandir la historia con más detalle de manera escrita.

Para el formato utilizamos la fuente estándar, la cual se retoma del cine, y una plantilla descargada de internet. Adaptamos el documento de Word según nuestras necesidades. Para la medida de "página", utilizamos la acción que sucede dentro de lo equivalente a una pantalla con un alto de 1080 pixeles.

Narrativa

Nuestra meta artística principal era aprovechar el medio lo mejor posible. El formato vertical y el lienzo infinito de una pantalla nos ofrece un diferente paradigma narrativo al del comic impreso tradicional. El flujo de lectura usualmente es continuo, las transiciones son de arriba a abajo y, usualmente, se ocupan pocas viñetas por página-pantalla. Dear L y Lore Olympus fueron nuestro punto de partida dentro del webcómic para estudiar y analizar cómo utilizar el medio para contar nuestra historia.

Si bien como mencionaba antes este es un nuevo paradigma, no significa que ignoráramos el trabajo de décadas del comic y la novela gráfica impresa, al contrario. Nuestras fuentes visuales principales fueron las novelas gráficas tradicionales. Estudiamos y nos inspiramos con las conexiones que hacían los autores de viñeta a viñeta y de página a página. Así como sus técnicas narrativas para expresar el paso del tiempo dentro de un mismo espacio. Will Eisner, el padre de la novela gráfica, fue nuestro principal soporte teórico y del cual también tomamos referencias visuales.

Como estilo narrativo utilizamos un "hilo visual" conductor en la historia publicada. Este hilo tenía como meta conectar cada momento-viñeta de la historia. Utilizamos elementos dentro de las composiciones de cada viñeta que se fueran entrelazando para hacer las transiciones espacio temporales de nuestra historia.

Uno de los desafíos principales que tuvimos fue pensar en las imágenes como viñetas de comic y no como fotogramas de una película. El timing de una

película y de un comic son bastante diferentes aún si están contando la misma historia. En el caso del webcómic, el timing también involucró iterar los espacios que dejábamos entre viñeta y viñeta para que el flujo de la historia tuviera la sensación de que habíamos imaginado.

Conclusiones

Estamos orgullosas de lo que hemos logrado a lo largo de este año y medio. Cuando comenzamos, esto era lo que sabíamos de hacer comic: cero. No teníamos idea de lo que nos esperaba, pero ha sido un gran camino. Un camino que no ha sido nada fácil, estuvo lleno de tropiezos, vueltas en círculos, noches sin dormir, pero sobre todo de preparación y crecimiento profesional.

Aprendimos el lenguaje de comics desde su origen, no es lo mismo consumirlos que producirlos. Ajustamos nuestro flujo de trabajo sobre la marcha, donde por supuesto subestimamos el tiempo que toma una narrativa tal y como la soñábamos para nuestro trabajo. El objetivo que queremos para Alacena de cuentos nos llevó a buscar formación complementaria en otros lares. Una gran inversión de tiempo y esfuerzo que se refleja en los hermosos visuales de nuestra plataforma e historias.

Pasamos por muchas etapas de experimentación artística. El realismo tomó tiempo y un estilo flexible nos dio una mayor libertad creativa. La plataforma nos dio terribles topes de cabeza, pero para la visión que teníamos era pieza fundamental y conseguimos armar un primer prototipo funcional. Las habilidades y conocimientos que adquirimos en todo este tiempo nos acompañarán el resto de nuestras vidas profesionales.

Dentro de los planes a futuro está terminar la antología y monetizarla de diferentes maneras. Una de ellas incluye alianzas potenciales con sitios de comida

y restaurantes. También la creación de un e-commerce donde los seguidores puedan comprar material tanto físico como digital del proyecto.

Además del sitio web como plataforma primaria de distribución, se tiene contemplado hacer uso de la red social Instagram como medio complementario. El plan incluye que parte del material visual de las viñetas se comparta en Instagram con el objetivo de generar interés y tráfico hacia sitio principal utilizando *hashtags*, llamados a la acción (CTA o Call-to-Action) y referencias al sitio principal dentro del perfil de usuario y en las publicaciones. Para la plataforma de lectura, se tiene planificado en la ruta de desarrollo que exista una forma en la cual los lectores puedan comentar, valorar y compartir cada historia.

Tenemos en nuestro pipeline más historias, de las cuales una ya se encuentra en escaleta y otra en tratamiento. Estamos emocionadas por lo que viene.

Trabajos citados

Amoda. (2019). Obtenido de <http://www.amoda.org/about/>.

AT&T Archives. (18 de Julio de 2012). *Simulation of a Two-Gyro Gravity-Gradient*

Attitude Control System. Obtenido de AT&T Archives:

<https://techchannel.att.com/playvideo/2012/07/18/AT&T-Archives-First-Computer-Generated-Graphics-Film>

Barco, U. (23 de Abril de 2019). Obtenido de UnoCero:

<https://www.unocero.com/entretenimiento/comics-mexicanos-desafios/>

Biblioteca Nacional de España. (2017). Obtenido de Biblioteca Nacional de

España:

http://www.bne.es/es/Micrositios/Guias/novela_historica/obras_destacadas/maus.html

Boden, M., & Edmonds, E. (2009). What is generative art? *Digital Creativity*, 21-46.

Bui, A. (s.f.). *From Comic Strips to Comic Books: The History of Comic Art in*

America. Obtenido de Virginia Commonwealth University:

http://www.people.vcu.edu/~djbromle/cartoon04/projects/barry/barry_comic-strips.htm

Camacho, T., & Martínez, E. (2013). Obtenido de Jours de Papier:

<https://www.joursdepapier.com/>

Child, B. (07 de Marzo de 2013). *Disney turns away from hand-drawn animation*.

Obtenido de The Guardian:

<https://www.theguardian.com/film/2013/mar/07/disney-hand-drawn-animation> 18

Computer History Museum. (2019). *Spacewar!* Obtenido de Computer History Museum.

Concept Art Empire. (2019). *What is Digital Painting?* Obtenido de Concept Art Empire: <https://conceptartempire.com/digital-painting/>

Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. (2019). Obtenido de Convocatoria "Becas CONACYT-FONCA 2019":
<https://www.conacyt.gob.mx/index.php/el-conacyt/convocatorias-y-resultados-conacyt/convocatorias-becas-al-extranjero/convocatorias-becas-al-extranjero-1/convocatorias-abiertas-becas-al-extranjero/conv-bec-extr-19/19084-conv-fonca-2019/file>

Davis, S. (2019). *Movie History – CGI's Evolution From Westworld to The Matrix to Sky Captain and the World of Tomorrow*. Obtenido de AMC.

Eisner, W. (2008). *Comics and Sequential Art: Principles and Practices from the Legendary Cartoonist*. Estados Unidos de América: W. W. Norton & Company.

Eisner, W. (2008). *Graphic Storytelling and Visual Narrative*. Estados Unidos de América: W. W. Norton & Company.

Elgammal, A. (Enero de 2019). *AI Is Blurring the Definition of Artist*. Obtenido de American Scientist: <https://www.americanscientist.org/article/ai-is-blurring-the-definition-of-artist>

Gámez, A. (23 de Febrero de 2018). Obtenido de Kickstarter: <https://www.kickstarter.com/projects/623630590/the-mountain-with-teeth-historias-de-piedra?lang=es>

Gámez, A. (04 de Julio de 2018). Obtenido de The Mountain with teeth: <https://mountainwithteeth.com/>

Gere, C. (2006). *Art, Time and Technology*. Oxford: Berg Publishers.

Jensen, T. (27 de Noviembre de 2018). *The most influential webcomics of all time*. Obtenido de Polygon: <https://www.polygon.com/comics/2018/11/27/18106566/webcomics-most-important-influential>

Kunzle, D. (21 de Abril de 2017). *Comic strip*. Obtenido de Encyclopædia Britannica: <https://www.britannica.com/art/comic-strip>

La Jornada. (03 de Julio de 2017). Obtenido de La Jornada: <https://www.jornada.com.mx/2017/07/03/espectaculos/a10n2esp>

MacDonald, H. (26 de 09 de 2019). Obtenido de Comicsbeat: <https://www.comicsbeat.com/victory-the-new-york-times-graphic-novel-bestseller-list-is-coming-back>

Marx, C. (2006). *Writing for Animation, Comics, and Games*. Estados Unidos de América: Focal Press.

McCloud, S. (1994). *Understanding Comics: The Invisible Art*. Estados Unidos de América: William Morrow & Company.

McCloud, S. (2000). *Reinventing Comics: How Imagination and Technology Are Revolutionizing an Art Form*. Canada: HarperCollins.

Misiroglu, G., & Sanderson, P. (06 de Diciembre de 2018). *Superhero*. Obtenido de Encyclopædia Britannica: <https://www.britannica.com/art/superhero>

Norman Rockwell Museum. (2018). *Comics: Comic Books*. Obtenido de Norman Rockwell Museum: <https://www.illustrationhistory.org/genres/comics-comic-books>

Paul, C. (2015). *Digital Art*. Londres: Thames & Hudson.

PBS. (2014). *The Golden Age Of Comics*. Obtenido de PBS: <https://www.pbs.org/opb/historydetectives/feature/the-golden-age-of-comics/>

Publisher's Weekly. (25 de Noviembre de 2019). *Publisher's Weekly Top10 Best Sellers*. Obtenido de Publisher's Weekly: <https://www.publishersweekly.com/pw/nielsen/top100.html>

Quattro, K. (2004). *The New Ages*. Obtenido de Comic Art Ville: <https://web.archive.org/web/20150905115607/http://www.comicartville.com/newages.htm>

Reichardt, J. (1971). *Computer in Art*. Reino Unido: Littlehampton Book Services Lt.

Souter, A. (03 de Octubre de 2017). *Digital Art Movement Overview and Analysis*.
Obtenido de TheArtStory.org: https://www.theartstory.org/movement/digital-art/history-and-concepts/#beginnings_header

Tanaw. (30 de Julio de 2018). *Taste 13*. Obtenido de Tapas:
[https://tapas.io/series/Taste 13](https://tapas.io/series/Taste%2013)

The Editors of Encyclopaedia Britannica. (09 de Abril de 2019). *Interactive media*.
Obtenido de Encyclopædia Britannica:
<https://www.britannica.com/technology/interactive-media>

TVPaint. (2019). Obtenido de TVPaint: <https://www.tvpaint.com/>

Urbanowicz, K. (31 de Diciembre de 2017). *1 pun 2 pun*. Obtenido de Tapas:
<https://tapas.io/series/1-pun-2-pun>

Urbanowicz, K. (2017 de Diciembre de 2017). *Happy New Year*. Obtenido de Tapas: <https://tapas.io/episode/934902>

Vaughan, B., & Staples, F. (2014). *Saga Book One*. Estados Unidos de América: Image Comics.

Victoria and Albert Museum. (2016). *A History of Computer Art*. Obtenido de Victoria and Albert Museum:
<http://www.vam.ac.uk/content/articles/a/computer-art-history>

Westcott, K., Loucks, J., & Srivastava, S. (05 de Octubre de 2018). *Digital media segments: Looking beyond generations*. Obtenido de Deloitte:

<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/telecommunications/media-consumption-behavior-across-generations.html#>

Wolfe, J. (06 de Febrero de 2017). *Explore the VFX of LAIKA's 'Kubo and the Two Strings'*. Obtenido de Animaion World Network:

<https://www.awn.com/vfxworld/explore-vfx-laika-s-kubo-and-two-strings>

Apéndice A

Guion

Sin título

09.11.19 - por Diana Delfín & Diana Chiñas -

PÁGINA UNO

Descripción: Tenemos a Nico, un chico tímido en la primera mitad de sus 20s. Está saliendo de casa para emprender un gran viaje

1. LEYENDA: La primera vez que salí de casa..
2. LEYENDA: ...fue para irme a otro país.

PÁGINA DOS

Descripción: Nico baja de las escaleras de su edificio, llega a la calle y hace la seña a un taxi

1. LEYENDA: Todo se me hacía tan cotidiano.

PÁGINA TRES

Descripción: Nico deja la ciudad atrás y llega al aeropuerto

1. LEYENDA: No había nada especial.

PÁGINA CUATRO

Descripción: El avión despegó del aeropuerto y aterriza en otro país.

1. LEYENDA: Pero al momento de cruzar el Atlántico,
2. LEYENDA: me di cuenta de lo equivocado que estaba.

PÁGINA CINCO

Descripción: Nico pasea maravillado por un mercado.

1. LEYENDA: Me asombraron
2. LEYENDA: los colores
- 3 LEYENDA: y el ruido

PÁGINA SEIS

Descripción: Tenemos una vista general de Nico paseando por el mercado lleno de gente

1. LEYENDA: Alguien siempre estaba haciendo algo.

PÁGINA SIETE

Descripción: Es de noche, Nico ve hacia la calle desde un balcón. Está intrigado por los puestos y las personas. De ahí entra al departamento.

1. LEYENDA: Esta ciudad nunca duerme.
2. LEYENDA: Mi nueva familia era muy diferente a la que dejé atrás.

PÁGINA SIETE

Descripción: Hay fiesta, Nico platica, ríe y baila.

1. LEYENDA: Pero a la vez muy similar.
2. LEYENDA: Aunque extrañaba a los míos...
3. LEYENDA: ...aquí nunca me sentí solo.

PÁGINA OCHO

Descripción: Nico está limpiando y bailando.

1. LEYENDA: En poco tiempo limpiaba con ellos al ritmo de Selena.

PÁGINA NUEVE

Descripción: Nico, rodeado de sus amigos, lleva una foto hacia un altar de muertos.

1. LEYENDA: Puse la foto de mi abuelo en su altar.

PÁGINA DIEZ

Descripción: Nico contempla solemnemente el altar y la foto.

PÁGINA ONCE

Descripción: Página completa del altar con todos sus elementos y detalles.

PÁGINA DOCE

Descripción: Nico está una fiesta. Rompen la piñata y se tira al suelo por los dulces.

1. LEYENDA: Rompí la piñata y luché por dulces como si mi vida dependiera de ello.

PÁGINA TRECE

Descripción: Montaje de Nico con sus amigos (pasado) y Nico siendo ayudado al levantarse (presente) por uno de sus amigos.

1. LEYENDA: Nunca olvidaré aquella época.
2. LEYENDA: Ni a su gente.

PÁGINA CATORCE

Descripción: Su amigo le deja dulces y una sorpresa (chapulín) en la mano mientras lo ayuda a levantarse. Nico va comiendo los dulces y se da cuenta que está el chapulín en su mano.

1. LEYENDA: Mucho menos los sabores
2. LEYENDA: y las texturas que descubrí
3. LEYENDA: Una en particular.

PÁGINA QUINCE

Descripción: Nico, con el chapulín en mano, mira extrañado a sus amigos, quienes le insisten en probarlo.

1. LEYENDA: La que más tengo presente.

2. LEYENDA: "Cierra los ojos y come",

3. LEYENDA: me dijeron.

PÁGINA DIECISÉIS

Descripción: Nico accede y come el chapulín. Comienza extrañado por el sabor y la textura, pero termina encantándole.

PÁGINA DIECISIETE

Descripción: Nico mira a sus amigos maravillado; ellos, felices, le celebran que le haya gustado.

1. LEYENDA: "Bienvenido a México",

2. LEYENDA: gritaron de alegría.

PÁGINA DIECIOCHO

Descripción: Vemos a Nico escogiendo chapulines en un puesto. Luego caminando por la calle mientras se los va comiendo.

1. LEYENDA: Salados, adobados o al ajo.

2. LEYENDA: Con limón o sin limón.

3. LEYENDA: Ahora son lo primero que como al regresar.

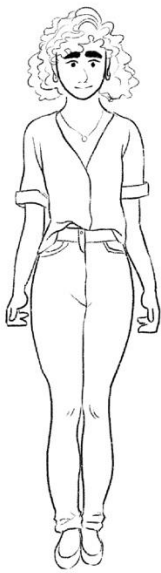
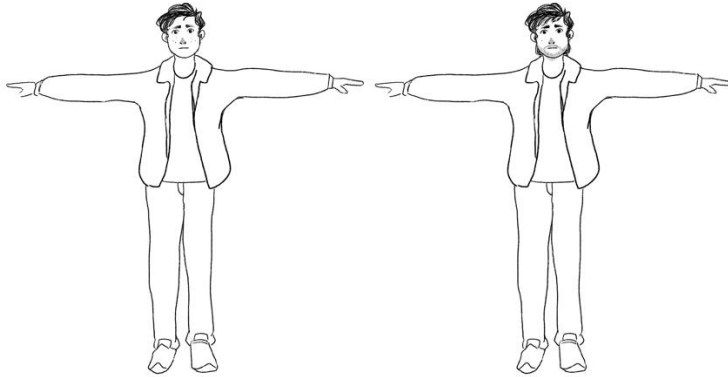
PÁGINA DIECINUEVE

Descripción: Página completa. Nico se reúne con sus amigos, quienes a lo lejos le hacen señas.

1. LEYENDA: Bienvenido a México, en efecto.

FIN.

Visuales



Apéndice B

Página web: <https://buffet.bss.design/>

