

Recibido: 09/08/2022 - Aceptado: 24/08/2022 - Publicado: 21/10/2022

CUANDO LA MEDICINA GRÁFICA ES PERIODISMO CÓMIC: HISTORIAS DE PANDEMIA EN VIÑETAS

WHEN GRAPHIC MEDICINE IS COMICS JOURNALISM: PANDEMIC STORIES IN COMIC STRIPS

 **Diego Matos Agudo**

Complejo Asistencial Universitario de Salamanca. España
dmatosa@saludcastillayleon.es

Cómo citar el artículo:

Matos Agudo, D. (2022). Cuando la Medicina Gráfica es Periodismo Cómic: Historias de pandemia en viñetas. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 55, 262-275.
<http://doi.org/10.15198/seeci.2022.55.e808>

RESUMEN

El cómic, entendido como “una yuxtaposición de palabras e imágenes, en una determinada secuencia, con el objetivo de comunicar historias e ideas”, ha dado el salto a la comunicación sanitaria en forma de lo que se conoce como Medicina Gráfica, que aúna el lenguaje de las viñetas, con el contenido de información para la salud, desde las patografías gráficas a las historias autobiográficas o divulgativas. Un concepto naciente que está en boga. Asimismo, de forma histórica, el Periodismo Cómic se ha considerado como un mero formato de reportaje, de crónica, o, según algunos estudios, como un subgénero del periodismo gráfico. Aunque está claro que este “periodismo lento”, que, en palabras de Joe Sacco, se centra en “la gente que está debajo de los titulares”, es ya un objeto diferente, innovador y único, que desborda el marco teórico-conceptual de los géneros periodísticos dejando a estas obras en un limbo complicado de catalogar. Grandes cabeceras como *The New Yorker*, *Details*, *Time*, *New York Time Magazine*, XXI, *El País*, *El Norte de Castilla*... han usado estas historietas de no ficción del mismo modo y al mismo nivel que plantean sus reportajes, sus fotografías, sus infografías... Este fenómeno global también se ha asentado, llegando a trasladarse en propuestas informativas o narrativas de primer orden, en medios de comunicación tradicionales, más allá de las obras más largas en forma de novela gráfica. Periodismo Cómic y Medicina Gráfica; dos conceptos novedosos que convergen en una fina línea, sobre todo cuando en el 2020, una pandemia global llegó para cambiarlo todo. De entonces a ahora, varias piezas en la frontera de los cómics periodísticos y la medicina gráfica han surgido en todo el mundo. En esta línea, en España destacan: *Efectos Secundarios*. 19 historietas del covid, de AA.VV.; *Pandemia*, de AA.VV, y *Una historia del Confinamiento*, de Paco Roca. En este texto se pretende profundizar en el uso del cómic periodístico en la medicina gráfica con el estudio de caso de las obras surgidas durante la pandemia de la COVID-19, dentro de estos

parámetros informativo-divulgativos, como un nuevo formato, una nueva tendencia en comunicación y salud repleta de posibilidades. Un repaso; una hoja de ruta de este nuevo género periodístico que está en auge, con paso lento, pero firme y sus confluencias con el concepto de la *graphic medicine*.

Palabras clave: Periodismo cómic, medicina gráfica, COVID-19, comunicación, información, cómic, novela gráfica, viñetas, salud

ABSTRACT

Comic book genre, understood as "a juxtaposition of words and images, in a certain sequence, with the aim of communicating stories and ideas", has made the leap to health communication through what is known as Graphic Medicine, which combines the language of comic strips, with health information content, from graphic pathographies to autobiographical or informative stories. A, emerging and trendy concept. Also, historically, Comic Journalism has been considered as a mere reporting format, chronicle, or, according to some studies, as a subgenre of graphic journalism. Although it is clear that this "slow journalism", which, in the words of Joe Sacco, focuses on "the people who are under the headlines", is already something different, innovative and unique which goes beyond the theoretical and conceptual framework of journalistic genres, leaving these works in a complicated limbo to classify. Major newspapers and magazines such as The New Yorker, Details, Time, New York Time Magazine, XXI, El País, El Norte de Castilla... have used these non-fiction comics in the same way and at the same level as their reports, photographs or infographics. This global phenomenon has also been established, reaching the point of moving into first-rate informative or narrative proposals in traditional media, beyond the longest works of graphic novels. Comic Journalism and Graphic Medicine; two novel concepts that converge on a fine line, especially when in 2020, a global pandemic came to change everything. From then until now, several pieces on the limits of journalistic comics and graphic medicine have emerged all over the world. Along these lines, the following stand out in Spain: Side Effects. 19 covid comics, by AA.VV.; Pandemic, by AA.VV, and A Tale of Confinement, by Paco Roca. This text intends to delve into the use of journalistic comics in graphic medicine with the case study of the works that emerged during the COVID-19 pandemic, within these informative parameters, such as a new format, a new communication and health trend full of potential. A review; a roadmap of this new journalistic genre that is on the rise, slowly but surely, and its confluences with the concept of graphic medicine.

Keywords: comics journalism, graphic medicine, COVID-19, communication, information, comic, graphic novel, comic strip, health.

QUANDO A MEDICINA IMPRESSA É JORNALISMO EM QUADRINHOS: HISTÓRIAS DE PANDEMIA EM VINHETAS

RESUMO

Os quadrinhos, entendidos como "uma justaposição de palavras e imagens, em uma

determinada secuencia, con el objetivo de comunicar historias e ideas", dieron una apertura en la comunicación en salud en la forma que es conocido como Medicina Gráfica, que combina la lengua en cómics, con contenido de información en salud, desde las infografías gráficas hasta las historias autobiográficas o informativas. Un concepto emergente que está en moda. Además de esto, históricamente, el periodismo en cómics ha sido considerado como un mero formato de reportaje, crónica o, según algunos estudios, como un subgénero del periodismo gráfico. Aunque sea claro que este "periodismo lento", que, en las palabras de Joe Sacco, se centra en "la gente que está debajo de los titulares", es ya un objeto diferente, innovador y único, que desborda el marco teórico-conceptual de los géneros periodísticos dejando a estas obras en un limbo complicado de catalogar. Grandes títulos como *The New Yorker*, *Details*, *Time*, *New York Time Magazine*, *XXI*, *El País*, *El Norte de Castilla*, e infográficos... Este fenómeno global también se consolidó, llegando al punto de pasar a propuestas informativas o narrativas de primera línea, en los medios tradicionales, además de las obras más largas en la forma de *graphic novels*. Periodismo en cómics y Medicina Gráfica; dos nuevos conceptos que convergen en una línea tenue, especialmente cuando en 2020, una pandemia global llegó para cambiarlo todo. De allí para acá, varias piezas en la frontera del periodismo gráfico y de la medicina gráfica surgieron en todo el mundo. En este sentido, en España destacan: *Efectos Secundarios*. 19 cómics covid, por AA.VV.; *Pandemia*, de AA.VV., e *Una Historia de Confinamiento*, de Paco Roca. Este texto pretende profundizar el uso de historias en cómics periodísticos en la medicina gráfica con el estudio de caso de las obras que surgieron durante la pandemia del COVID-19, dentro de estos parámetros informativo-divulgativos, como un nuevo formato, una nueva tendencia en comunicación y salud llena de posibilidades. Una revisión; un guion de este nuevo género periodístico que está en ascenso, lento pero seguramente, y sus influencias con el concepto de medicina gráfica.

Palabras-clave: Periodismo en cómics, medicina gráfica, COVID-19, comunicación, información, historia en cómics, novela gráfica, viñetas, salud

1. INTRODUCCIÓN

El cómic, entendido como una yuxtaposición de palabras e imágenes, en una determinada secuencia, con el objetivo de comunicar historias e ideas, ha dado el salto a la comunicación sanitaria en la forma que se conoce como Medicina Gráfica, que reúne el lenguaje de las viñetas, con el contenido de información para la salud, desde las infografías gráficas a las historias autobiográficas o divulgativas. Un concepto emergente que está en boga en nuestro país, con congresos consolidados, editoriales especializadas y hasta un máster académico.

Asimismo, de forma histórica, el Periodismo Cómic se ha considerado como un mero formato de reportaje, de crónica, o, según algunos estudios, como un subgénero del periodismo gráfico. Aunque está claro que este "periodismo lento", que, en palabras de Joe Sacco, se centra en "la gente que está debajo de los titulares", es ya un objeto diferente, innovador y único, que desborda el marco teórico-conceptual de los géneros periodísticos dejando a estas obras en un limbo complicado de catalogar.

Periodismo Cómic y Medicina Gráfica, dos conceptos novedosos que convergen en una

una línea, sobre todo cuando en el 2020, una pandemia global llegó para cambiarlo todo. De entonces a ahora, varias piezas en la frontera de los cómics periodísticos y la medicina gráfica han surgido en todo el mundo. En esta línea, en España destacan: *Efectos Secundarios. 19 historietas del covid*, de AA.VV.; *Pandemia*, de AA.VV., y *Una historia del Confinamiento*, de Paco Roca, en cuanto a volúmenes editados; así como *Charly y la otra pandemia. De la herida económica de la COVID a la solidaridad vecinal*, adaptación a viñetas de la historia de Carlos San Miguel de la Fuente, que fue contada en *El Norte de Castilla*, y vio la luz en el suplemento "Vivir", el 13 de marzo de 2021.

En esta investigación se pretende profundizar en el uso del cómic periodístico en la medicina gráfica con el estudio de caso de las obras surgidas durante la pandemia de la COVID-19, dentro estos parámetros informativo-divulgativos, como un nuevo formato, una nueva tendencia en comunicación y salud repleta de posibilidades. Un repaso, una hoja de ruta de este nuevo género periodístico que está en auge, con paso lento, pero firme y sus confluencias con el concepto de la *graphic medicine*.

2. EL CÓMIC COMO HERRAMIENTA COMUNICATIVA

2.1. ¿Qué es el cómic?

Entender el cómic es esencial, con sus características propias, conocer su historia, su evolución, sus tendencias, sus herramientas, es básico para poder analizarlo y encontrar los puntos de unión entre Periodismo Cómico y Medicina Gráfica.

Los cómics son algo más que la suma de sus partes, no son simples secuencias de imágenes a lo largo de una serie de páginas consecutivas en un folleto, un libro o la pantalla de un ordenador. No son únicamente imágenes hermosas que ilustran una historia. No se reducen a las palabras, a la fuente de los caracteres, los bocadillos, el tamaño y la forma de las viñetas, o la presencia o ausencia de marco en las mismas. Los cómics son una combinación de todos estos elementos y mucho más. (Spencer, 2010, p. 8)

Los cómics, en cualquiera de sus formatos, son una combinación de palabras e imágenes en una determinada secuencia con el objetivo de comunicar historias e ideas. Will Einser utilizaba el término "arte secuencial" (1998). Scott McCloud define la historieta como "un conjunto de ilustraciones yuxtapuestas y otras imágenes en secuencia deliberada con el propósito de transmitir información u obtener una respuesta estética del lector" (2007, p. 9). Mientras que Guiral destaca la narratividad propia del medio: "Narración secuencial de una historia por medio de viñetas que combinan dibujos y textos (o no), todo ello manufacturado con una técnica narrativa que le es propia" (1998, p. 11).

Precisemos brevemente, y como principio, que el cómic es una expresión figurativa, una narración en imágenes que logra una perfecta compenetración (e interrelación) de palabra y dibujo gracias, fundamentalmente, a dos convenciones: la viñeta (que distingue la continuidad del relato en el tiempo y en el espacio) y el globo (que encierra el texto y delimita al protagonista). (Arizmendi, 1975, p. 7)

En *Reinventar el cómic*, Scott McCloud repiensa sus teoremas expuestos en *Entender el cómic*, obra en la que exploraba el funcionamiento interno de esta forma artística. Y lo hace desde la base:

El medio que llamamos cómic se basa en una idea sencilla: La de situar una imagen tras otra para mostrar el paso del tiempo. El potencial de la idea es ilimitado, pero queda perennemente eclipsado por una aplicación limitada en la cultura popular. Para entender el cómic, necesitamos separar forma de contenido... Observar con una mirada fresca cómo en otras épocas se ha empleado esa misma idea con fines hermosos... Y cuán limitado es el espectro de conceptos y herramientas que se le han aplicado en nuestra propia época. (2016, p. 1)

El cómic, entonces, procede de una idea que luego se ejecuta de manera artística en viñetas y en páginas, mediante la conjunción de dibujos y textos. Podría afirmarse que el cómic es un arte, pero es un arte muy especial, un arte que en ocasiones se entremezcla con la artesanía, un arte que se ha transferido a los procesos industriales. Un arte secuencial que contiene su propio lenguaje.

2.2. El lenguaje del cómic

El cómic es un medio narrativo que sirve para contar historias. Lo que lo hace diferente de otros medios es que cuenta esas historias de un modo propio, con un lenguaje y unos códigos específicos.

El lenguaje del cómic se define por: a) Tener un carácter verboicónico, que emplea elementos icónicos (dibujos) y verbales (palabras), con una unión entre ellos dentro de la viñeta; b) Una secuencialidad basada en la elipsis narrativa, para contar su historia lo hace mediante el avance por las viñetas que la conforman, que se suelen leer de arriba a abajo y de izquierda a derecha, y entre unas y otras se producen pequeñas elipsis narrativas.

Por el carácter icónico-literario de su lenguaje, los cómics aparecen relacionados de alguna manera con el teatro, la novela, la pintura, la ilustración publicitaria, la fotografía, el cine, la televisión y los rasgos estilísticos del mundo objetual en que viven inmersos sus propios creadores (Gubern, 1972, p. 83).

Este lenguaje está basado en un complejo sistema de convenciones, aprendido desde la infancia mediante el hábito de leerlos, con un carácter altamente simbólico. Un cómic se lee, pero, al mismo tiempo, un cómic se ve.

[...] Es el receptor el que leyendo las imágenes en una rápida sucesión establece una relación entre los encuadres, una continuidad entre las viñetas, permite una interacción que determina que una visión sobre una superficie plana, detenida, estática, adquiera una dinamicidad. No sólo, sino que para comprender la totalidad del mensaje, el lector debe completar el significado porque la imagen de la historieta es indiscutiblemente elíptica, es decir suprime, en su aproximación a la realidad, una serie de actitudes, eligiendo el gesto más representativo, más significativo para la claridad del relato. Y asimismo

interviene el receptor con su capacidad aprehensiva para impedir que esta falta de sincronización entre el gesto estático del protagonista y la expresión del discurso verbal distorsione la continuidad narrativa. (Arizmendi, 1975, p. 50)

Los cómics tienen diferentes convenciones semióticas que podría dividirse en tres grandes apartados fácilmente discriminables: el primero relativo a la iconografía, el segundo a la expresión literaria y el tercero a las técnicas narrativas. El cómic muestra y narra.

La viñeta es la unidad narrativa básica de los cómics, el elemento esencial característico de cualquier historia gráfica.

Posteriormente, las viñetas pueden articularse para formar unidades superiores como la secuencia –como sucede en el lenguaje cinematográfico– o la página –que también puede constituirse como unidad narrativa según el criterio de simultaneidad que domina en la recepción del cómic. [...] La calidad expresiva de un buen cómic dependerá en buena medida de la pericia narrativa del autor a la hora de “congelar” el momento que ha de expresar cada viñeta; de ello dependerán la lógica temporal y la relevancia significativa de lo narrado [...]. (Varillas, 2009, pp. 106-107)

La viñeta es la representación lexicográfica sobre la que se compone una página, la que determina los pasos de la narración. El conjunto de viñetas representa el espacio y el tiempo, que pasan de una viñeta a otra.

La viñeta representa pictográficamente, por lo tanto, un espacio y un tiempo o, más precisamente, un espacio que adquiere dimensión de temporalidad [...], pues la viñeta está compuesta con signos icónicos estáticos, que a pesar de su inmovilidad pueden asumir una dimensión temporal gracias a las convenciones de la lectura. Nos encontramos, por lo tanto, ante un caso de espacio temporalizado o de tiempo espacializado. (Gubern, 1972, pp. 115-116)

De manera psicológica, ordena el orden de la lectura y tiene un sentido y una dirección. Puede haber varias viñetas por página o incluso páginas formadas por una sola viñeta. Gubern habla de “pictograma” (1972). La colocación de las viñetas representa la forma del cómic.

Porque en las viñetas, el tiempo es más amplio, el lector puede pasar para delante o para atrás a su ritmo, así como el autor. Entre las viñetas se pueden dar elipsis temporales y entre las páginas se puede observar, a la vez puntos diferentes de tiempo. El lenguaje del cómic, como narración gráfica, tiene unas potencialidades especiales, que destacan. Una de las claves del cómic es la secuencia, medida en viñetas y en páginas.

Dentro del diseño de un cómic, desde su particular lenguaje, hay que tener en cuenta el tiempo y el ritmo, los marcos de las viñetas y las calles de las páginas, la composición y el diseño dentro de cada viñeta, los puntos de vista (encuadres, planificación y perspectiva), las manchas negras (tanto en los

fondos como en las figuras), así como diversas técnicas y trucos narrativos (como los paneos o las panorámicas de las cámaras de vídeo, que algunos autores simulan utilizando un dibujo en varias viñetas) propios de cada autor. (Spencer, 2010)

Roberto Bartual da un paso más y en su obra *La Secuencia Gráfica. El cómic y la revolución de su lenguaje* (2020) habla de que la verdadera unidad del cómic no es la secuencia, sino la página, y “ésta nos permite ver al mismo tiempo, de un solo golpe de vista, todas las piezas narrativas contenida en ella. Al contrario que otras artes narrativas, el cómic es secuencia y simultaneidad a la vez. Primero vemos a la vez todas las imágenes contenidas en la página; luego, las leemos en orden”.

Recapitulando, en los cómics, la narrativa lo es todo. Los elementos de cada viñeta rivalizan entre sí y hay que saber cómo hacer para resolver esta relación. Por ello es tan importante el tamaño con el que se dibuja cada elemento dentro de cada viñeta. La historia debe fluir y los elementos de dentro de la historia tienen que atraer a los lectores, pero sin llamar toda la atención hacia ellos.

3. PERIODISMO CÓMIC

La relación entre el cómic y el periodismo es larga, es antigua y siempre ha sido muy productiva. La prensa diaria norteamericana fue el primer *mass media* que acogió la publicación de cómics de manera continuada. Como tiras durante la semana y como páginas completas los domingos. Esto acarrió la configuración de propuestas creativas y comerciales que iban surgiendo en los tebeos y dio nombre a las famosas “tiras de prensa”. De esas tiras de prensa diarias se pasó a diferentes formas básicas de edición: como los *comic-books*, las revistas periódicas, los álbumes o las novelas gráficas.

Un momento: ¿Estamos hablando de cómic y periodismo? Sí, pero dejemos a un lado a Tintín. Y a Clark Kent, Peter Parker y a sus respectivas tapaderas profesionales en el Daily Planet y el Daily Bugle. Hablamos de reportajes secuenciados, de crónicas narradas en viñetas, de entrevistas transcritas en bocadillos de texto, de noticias dibujadas. En realidad se practica desde hace décadas, pero ahora toma verdadera fuerza, impulsado por las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías. (Pissed off Readers, 2013)

Thomas Nast (1840-1902) fue uno de los pioneros en el uso del cómic dentro de la labor periodística con sus colaboraciones en periódicos de la época y en el semanario *Harper's Weekly*. De Nast, hasta Art Spiegelman, llegando a Joe Sacco, sin olvidar a otros que han continuado con este tipo de obras después como Sarah Gliden, Susie Cagle, Mark Fiore o Dan Archer.

Estos cómic-periodistas heredan su fuerza de la de los pintores de noticias de la época anterior a la fotografía. Aquellos dibujantes de batallas se trasladaban hasta el lugar de los hechos, hacían esbozos y después enviaban las piezas resultantes a las redacciones de sus periódicos o revistas para que las reprodujeran mediante un laborioso proceso artesanal. Todo ello, junto con la conexión entre periodismo y cómic se ha impulsado también gracias al género autobiográfico y a los autores completos,

que realizan labores de guion y dibujo.

El periodismo cómic, entonces, coge lo mejor de cada lado. Utiliza las rutinas, las herramientas y los códigos importados de uno, dejando de atrás la inmediatez y la dictadura de lo noticioso, con la plasticidad, el impacto de la página completa y la fuerza gráfica del otro. Hay técnicas de periodismo de datos y de periodismo de investigación, al igual que la crónica de lo acontecido, todo ello con la planificación documental audiovisual y una pluralidad de fuentes como base. Además de la pluralidad de fuentes y la documentación como base. Con un periodista testigo, la mayoría de las veces, que construye desde lo autobiográfico un relato de no ficción honesto y autocrítico, con el que describe la realidad desde el punto de vista de los que no tienen voz, los que están debajo de los titulares. Sin discursos grandilocuentes. Sin moralejas finales. Que cada lector piense por su cuenta y extraiga sus propias conclusiones.

Con este periodismo en viñetas se consigue que los lectores trabajen con su imaginación en su dimensión secuencial y que se establezcan unas conexiones emocionales, unos vínculos, con los protagonistas (que muchas veces son los propios autores). Así se transforman temas complejos en algo más accesible para diferentes públicos. Gary Embury y Mario Minichiello se detienen en la relación de este tipo de obras con los reportajes al uso, centrándose en el espíritu de la objetividad y en la dificultad temática como claves de los reportajes ilustrados:

El reportaje se caracteriza por estar basado en hechos; es decir, que se trata de una disciplina artística aplicada a algún acontecimiento de relevancia. El ilustrador desempeña el papel de un tipo particular de periodista visual, que captura en sus dibujos la dinámica de estos hechos. El reportaje ilustrado combina la captura y la representación gráfica de una determinada escena, con el objetivo de comprender y comunicar una historia empleando el lenguaje visual. [...] El resultado proporciona una autoría visual de una inmediatez que puede conseguirse únicamente con palabras. A menudo se emplea el reportaje ilustrado para aportar este tipo de claridad a asuntos que son complejos y difíciles. (2018, p. 1)

Sobre la perdurabilidad del periodismo cómic cabe detenerse para entender la importancia de este género en la transmisión de informaciones relativas a la pandemia del coronavirus. Como un elemento gráfico y literario de lo acontecido.

Entender el cómic como un género periodístico es algo novedoso. Aunque cada vez son más los autores que han ido pensando las informaciones en viñetas. Es un periodismo de laboratorio en el que se experimenta desde la mezcla. Un periodismo transmediático que aporta novedades narrativas. Con las rutinas periodísticas aplicadas a las virtudes del cómic. Se trata de un periodismo lento, honesto, inmersivo, con rigor y gran lealtad hacia las fuentes. Que tiene una versatilidad especial y que llega a todo tipo de públicos. Es más que un reportaje o una crónica; con una mezcla de lenguajes para contar historias de no-ficción.

Se puede observar que este tipo de obras van más allá del mero estilo reportajeado,

convirtiéndose, a medida que surgen propuestas, en una forma particular y propia de informar, en un género independiente, que deja de lado discusiones sobre la subjetividad y la objetividad porque se trata de un periodismo honesto.

4. ¿QUÉ ES MEDICINA GRÁFICA?

Aunque la salud ha sido un tema de cómic al menos desde los años 40, con la aparición de historietas educativas sobre enfermedades infecciosas y médicos célebres en revistas como *True Comics* y *Real Life Comics*, no es hasta el año 2007, el médico, profesor y creador de cómics británico Ian Williams acuñó el término "*graphic-medicine*" utilizándolo en su web (la bautizó precisamente así) para denominar a aquellos cómics que tenían una utilidad, más allá de lo artístico o de la experiencia de lectura, vinculada a la sanidad y a la salud.

Fue él, junto con la norteamericana MK Czerwiec (enfermera, docente y autora de cómics), comenzaron este movimiento a nivel internacional. Su equipo continúa creciendo así como sus actividades, congresos... Cuentan además con el libro fundacional *The Graphic Medicine Manifesto* redactado por los seis pioneros de esta corriente: Susan Merrill Squier, Michael J. Green, Kimberly R. Myers, Scott T. Smith y los citados MK Czerwiec e Ian Williams.

Entonces, ¿qué es "Medicina Gráfica? Es la intersección entre el cómic como medio y el discurso de la salud. La Medicina Gráfica combina los principios de la narrativa médica con los recursos exploratorios y los sistemas visuales y artísticos del cómic. Describiendo la representación de signos y síntomas, tanto físicos como emocionales, a través de las viñetas. También es un enfoque diferente para la educación de los profesionales sanitarios. Así como un área emergente de estudio académico interdisciplinar. Se trata de un movimiento de cambio que desafía los métodos dominantes de formación en salud, ofreciendo una perspectiva más inclusiva de la medicina, de la enfermedad y de los cuidados. Los cómics dan voz a los que a menudo no son escuchados. (AA.VV., 2015, p. 2)

En la última frase se encuentran paralelismos con lo expuesto por Joe Sacco. Los que a menudo no son escuchados, una de las claves de la medicina gráfica, serían aquellos de los que hablaba el cómic periodista, los que se encontraban debajo de los titulares. Porque como se ve, ambos movimientos se centran en las personas y en sus historias. Aparece entonces el cómic como una herramienta, de nuevo, en este caso orientada a educar, divulgar, informar en el ámbito de la medicina y de la salud. Con las mismas funciones que el periodismo cómic, también centrándose en las enfermedades que padecen esas personas que son protagonistas, dentro de lo que se conoce como "patografías gráficas". Lo explica muy bien M^a Blanca Mayor Serrano en su artículo de Tebeosfera:

La novedosa combinación en la mayoría de las patografías gráficas de experiencia personal y divulgación científico-médica posibilita a los lectores lo siguiente. Por una parte, empaparse de las vivencias personales, de las experiencias, de los sentimientos más íntimos de sus protagonistas y de su

percepción del entorno que les rodea. Son obras que, además de ayudar a romper tabúes, neutralizan el estigma social que rodea a determinadas enfermedades. [...] Por otra parte, estas obras transmiten al lector información rigurosa sobre una enfermedad determinada de manera comprensible pese a la complejidad de los temas abordados. El lector, en definitiva, se instruye sobre temas propios de las ciencias de la salud que algunos dibujantes de cómic explican con meticuloso detalle en el plano gráfico y textual. (2018)

Este tipo de obras se centran en anécdotas reales, en vivencias personales, y hablan del esfuerzo y de la superación. Gracias a la combinación de texto y dibujo, con toda la plasticidad del lenguaje propio del cómic, reflejan anhelos, incertidumbres, pesar y temores varios, ante una enfermedad, humanizando el acto sanitario. Y lo que se consigue es una representación identificativa inmediata, por parte de los lectores. Una empatía mayor gracias al proceso de lectura individual, calmada, meditada. En un proceso interesante de cercanía y lejanía al mismo tiempo.

Inés González cita en su obra (2017) a Ian Williams quien considera que "a la luz de la proliferación de narrativas gráficas en relación a la enfermedad en las últimas décadas, se hace necesario que éstas sean introducidas en el campo de estudio de las humanidades médicas, puesto que constituyen un valioso material para la enseñanza y aprendizaje de la medicina y el cuidado de la salud". Esta representación gráfica de la enfermedad puede influir en la percepción que se tenga sobre ella.

En la web española del movimiento de Medicina Gráfica (proyecto colectivo iniciado por la médico Mónica Lalanda) se detienen también en lo que se entronca en el interior de la definición en cuanto a su potencial comunicativo: "[...] el término engloba material útil como herramienta de información para el paciente y para el sanitario, valioso en la docencia y apropiado para la simple reflexión. Su potencial es infinito y su fortaleza yace en la manera en que humaniza la enfermedad".

5. HISTORIETAS DE PANDEMIA

Desde el año 2020 la vida cambió. Todo se vio modificado por la enfermedad del SARS-CoV-2, que llenó hospitales, abrió informativos a diario y obligó a tomar medidas como el confinamiento global. Se alejaron las interacciones sociales e implantaron las mascarillas obligatorias, los hidrogeles y, más tarde, las vacunas de Pfizer, Moderna o AstraZeneca... El nuevo coronavirus se afianzó tanto en la opinión pública como en las conversaciones interpersonales. Una situación compleja que, no es de extrañar, pronto se trasladó al cómic, también. Desde entonces hasta ahora han surgido en todo el mundo algunas obras que contienen elementos comunes entre periodismo cómic y medicina gráfica. Varias piezas informativas fronterizas que aúnan las herramientas del cómic, las voluntades del periodismo y las posibilidades asociadas a la comunicación sanitaria. Como apunta Álvaro Pons en su texto "Viñetas a la realidad", incluido en el volumen de *Efectos Secundarios*, el cómic se coló en todas partes:

[...] El cómic, ese arte que lleva toda su existencia ligado a la gente de la calle, entraba en Instagram, Twitter o Facebook para contarnos lo que

estaba ocurriendo en cualquier lugar del mundo. Cómicos creados con la rabia de la impotencia nos hablaban de cómo vivir ese confinamiento desde una paradójica ventana dibujada que, a su vez, nos contaba lo que se veía en las otras ventanas, reales o virtuales. [...] Todos coincidentes en la potencia de la imagen como lengua universal que nos permitía entender y compartir situaciones en las que nos reconocíamos. Los escenarios podían ser muy diferentes, pero los sentimientos y sensaciones eran iguales [...]. (2021, p. 10)

En España, también se ha asentado este fenómeno global, transformándose en propuestas artístico-informativas de primer orden, elaboradas por periodistas y artistas, que se han transformado en volúmenes de cómics como: *Pandemia*, una antología de varios autores editada bajo el sello Flow Press; *Efectos Secundarios. 19 historietas del covid*, una iniciativa coral de Cultura en vena, editada por Astiberri; o *¡Venceremos! Una Historia del Confinamiento*, de Paco Roca, que edita Bimedica, además, también han conseguido acomodo en medios de comunicación tradicionales, como en El Norte de Castilla, donde se publicó el 13 de marzo de 2021, en el suplemento "Vivir": *Charly y la otra pandemia. De la herida económica de la COVID a la solidaridad vecinal*. Un relato diferente de la pandemia, sobrecogedor y muy humano que se basaba, a su vez, en dos reportajes previos elaborados por la periodista Laura Negro publicados los días 24 y 28 de enero de ese mismo año. Para la adaptación se suman al equipo el también periodista Víctor M. Vela, como soporte para los guiones, y el ilustrador Iván San Martín al cargo de los dibujos, el color y la rotulación.

Como toda buena adaptación, no se trata de un calco del original, sino de una obra que tiene sentido, que tiene vida, por sí misma. El cómic periodístico de Charly entronca con la realidad sanitaria y social vivida durante los años 2020 y 2021, especialmente, y surge entonces como una obra con entidad propia, independiente, que funciona también de forma complementaria de los otros materiales informativos. Una manera distinta de contar, de narrar, de compartir lo vivido con la fuerza plástica de las viñetas.

Otra pequeña obra que entraría en este corpus a analizar es *¡Venceremos! Una historia del confinamiento*, el cómic que hizo Roca para Bimedica como regalo a los sanitarios en los tiempos del COVID-19, que se convierte en una pieza más dentro de este puzle de memorias colectivas, al tratar los recuerdos compartidos (vividos y perdidos) por una misma familia durante la pandemia. Un hermoso homenaje a las durezas vividas durante el confinamiento y a las relaciones personales y profesionales con el cambio como bandera. "Nadie podía imaginar que viviríamos algo así. Lo habíamos visto en las películas de catástrofes, de pandemias descontroladas... Pero nunca pensamos que, incluso en una situación así, la vida continuaría con sus rutinas, y que asimilaríamos lo excepcional hasta normalizarlo", comienza Roca en la segunda viñeta (2021).

Veinte historietistas se reúnen en *Efectos Secundarios* con el objetivo de estimular la reflexión sobre la pandemia y sus inmediatos efectos secundarios; pero también sobre los problemas que han salido a la superficie y que se consideraban, hasta cierto punto, "normales". Alfonso Zapico, Amaia Arrazola, Ana Galvañ, Ana Oncina, Antonia Santolaya, Carla Berrocal, Cristina Bueno, Cristina Durán y Miguel Ángel Giner Bou,

Javier Olivares, Josune Urrutia, Laura Pérez Verneti, María Herreros, Martín López Lam, Meritxell Bosch, Núria Tamarit, Paco Roca, Raúl, Sole Otero y Susanna Martín forman parte del proyecto de exposición impulsado por la Fundación Cultura en Vena (cuyos objetivos son “acercar el arte y la música a entornos sanitarios y lugares con riesgo de despoblación; así como investigar los efectos de las prácticas artísticas en la salud y el bienestar”) que recoge una nueva vida en forma de publicación. Diecinueve píldoras de realidad en forma de viñetas, otro ejemplo a medio camino entre la medicina gráfica y el periodismo cómic que invita a disfrutar de la lectura a través de la memoria. Mónica Lalanda se detiene en ellas y en su fuerza, tanto a nivel individual como en su conjunto, en su texto introductorio:

Este volumen que nos ocupa recoge una muestra espectacular de varias de esas historias. Las leo y releo buscando trazas de medicina gráfica entre ellas, intentando encontrar el relato del covid-19 y sus consecuencias. Y, sin embargo, lo que me transmiten de forma variada y muy diferentes unas de otras y con poca presencia directa del virus y sus consecuencias, son los efectos de las medidas tomadas para prevenir la enfermedad que, en sí mismas, han evitado el contagio, pero de alguna manera también nos han afectado, trastornado, alterado. Somos una sociedad herida. Son historias que describen a la vez nuestra vulnerabilidad y nuestra fortaleza, y que representan muchos ángulos de estos meses que nos cambiaron (2021, p. 12).

Así son también las piezas que se incluyen en *Pandemia*, el desembarco en español de The Nib, editorial norteamericana de cómic independiente que se dedica a publicar a autores que dibujan sobre temas relevantes, sobre temas de actualidad. Ellos hablan de “cómic de no ficción para tiempos complejos”. Una publicación de referencia en el cómic alternativo que llega a España de la mano de Flow Press y que reúne a lo más granado del universo independiente de las viñetas para analizar en profundidad, con textos y dibujos, los temas escogidos. El coronavirus es protagonista de este primer número, con varios artistas y periodistas, entre los que destacan: Laura Athayde, Molly Brooks, Niccolo Pizarro, Kalle Benallie, Lisa Rosalie Eisenberg, Ryan Alexander-Tanner, Tuck Woodstock, Sarah Mirk, Will Evans, Anjal Kamat, Gemma Correll o Pia Guerra, entre otros. Un desbocado “viaje gráfico al corazón del año que lo cambió todo”, especifican. Todo ello en una reflexión sobre el caótico absurdo de tratar vivir en el año de la plaga. El editor de la publicación, Matt Bors, lo detalla en el texto introductorio:

Visitamos unos cuantos países donde la vida se ha visto afectada por el virus y la respuesta ante él: Corea del Sur, El Líbano, Brasil, la Nación Navajo y el antiguo epicentro de Queens, Nueva York. También escuchamos historias de artistas de cómic que se han casado, han dado a luz, han ido a funerales y han acudido a manifestaciones durante esta gran reestructuración de la sociedad (2021, p. 2).

Como se puede observar en estas historietas de pandemia, la vida siempre se abre camino y la realidad supera a la ficción. Dentro de los parámetros informativo-divulgativos mencionados anteriormente y desde el foco de la actualidad, con el prisma

de la medicina gráfica de fondo, estos ejemplos estudiados son obras híbridas, entre lo informativo y lo sanitario, desde lo social.

6. CONCLUSIONES: CUANDO LA MEDICINA GRÁFICA ES PERIODISMO CÓMIC

Las obras de pandemia son historietas de realidad; historias de vida. Como un trasunto reflejado a través del espejo, con las viñetas como ventanas. Cómic de no ficción, con temática sanitaria, pero también social. Con testimonios vitales, con pluralidad de fuentes (tantas casi como autores) y un fuerte componente autobiográfico. Con la entrevista como herramienta principal y con la crónica periodística en el fondo de todo.

La medicina gráfica se sitúa así en la intersección del lenguaje del cómic y del discurso de la salud, un lugar desde el que resulta posible cuestionar los métodos dominantes de la educación sanitaria a través de la perspectiva multidisciplinar que combina los principios de la medicina narrativa, con las particularidades del cómic. Y se cruza con el periodismo cómic, entendido como un tipo de periodismo híbrido que combina herramientas del cómic con las rutinas periodísticas para conseguir un género de laboratorio que se centra en el relato y da como consecuencia historias de inmersión que golpean en las tripas. Con aquellos que están debajo de lo noticioso, destacándolos.

En palabras de Álvaro Pons (2021, p. 10), en su texto "Viñetas de Realidad": "El cómic llevaba ya años demostrando su capacidad de comunicación en el ámbito médico, pero, en plena evolución fulgurante del Movimiento de Medicina Gráfica, ha revelado no solo una inmensa capacidad comunicativa, sino todo su potencial analítico y reflexivo".

Milagros Arizmendi (1975, p. 7) decía que "el cómic ha pasado de ser algo que, simplemente, se leía, a ser algo que se lee, medita y estudia". El cómic redefine y subvierte las representaciones cotidianas. La lectura asimétrica y el ritmo individual hacen que las posibilidades de combinadas de ambos, medicina gráfica y periodismo cómic, en el terreno práctico, didáctico, terapéutico (y catártico) y, también, a nivel divulgativo sean enormes. Se trata, por tanto, de formatos complementarios; una nueva tendencia en comunicación y salud repleta de posibilidades.

Si el periodismo sanitario ha preponderado tanto que puede caer en desgaste, encontrar nuevas fórmulas como el periodismo cómic sanitario podría ser un camino a seguir para poder llegar a nuevos lectores, mediante novedosas formas de informar; de narrar lo acontecido: la realidad sanitaria dibujada.

7. REFERENCIAS

- AA.VV. (2015). *Graphic Medicine Manifesto*. The Pennsylvania State University Press.
- AA.VV. (2021). *Efectos secundarios. 19 historietas del covid*. Astiberri.

- AA.VV. (2021). *Pandemia*. Flow Press.
- Arizmendi, M. (1975). *El cómic*. Editorial Planeta.
- Bartual, R. (2020). *La secuencia gráfica. El cómic y la evolución de su lenguaje*. Ediciones Marmotilla.
- Bors, M. (2021). Carta del editor. Número sobre la pandemia. En: AA.VV., *Pandemia*. Flow Press.
- Eisner, W. (1998). *El cómic y el arte secuencial*. Norma Editorial.
- Embury, G. y Minichiello, M. (2018). *Reportaje ilustrado. Del dibujo al periodismo: referentes, técnicas y recursos*. Gustavo Gili.
- González Cabeza, I. (2017). *Imágenes de la enfermedad en el cómic actual*. Grafikalismos.
- Gubern, R. (1972). *El lenguaje de los cómics*. Ediciones Península.
- Guiral, A. (1998). *Terminología (en broma pero muy en serio) de los cómics*. Ediciones Funnies.
- Lalanda, M. (2021). Efectos secundarios. En: AA.VV., *Efectos Secundarios*, 12-14. Astiberri.
- Mayor Serrano, M. B. (2018). Qué es la Medicina Gráfica. *Revista Tebeosfera 3ª época*, 9. https://www.tebeosfera.com/documentos/que_es_la_medicina_grafica.html
- McCloud, S. (2007). *Entender el cómic. El arte invisible*. Astiberri.
- McCloud, S. (2016). *Reinventar el cómic*. Planeta Cómic.
- Negro, L., Vela, V. y San Martín, I. (2021, 13 de marzo). Charly y la otra pandemia. De la herida económica de la COVID a la solidaridad vecinal. *Suplemento Vivir de El Norte de Castilla*, 20-21. El Norte de Castilla.
- Pissed off Readers (2013). Periodismo en viñetas (I): cómic objetivo. <http://pissedoffreaders.com/es/noticias/periodismo-en-vinetas-i-una-breve-historia/>
- Pons, A. (2021). Viñetas de realidad. En: AA.VV., *Efectos Secundarios*, 10-11. Astiberri.
- Roca, P. (2021). *¡Venceremos! Una Historia del Confinamiento*. Bimedica.
- Spencer Millidge, G. (2010). *Diseño de cómic y novela gráfica*. Parramón Ediciones.
- Varillas, R. (2009). *La arquitectura de las viñetas. Texto y discurso en el cómic*. Viaje a Bizancio.

CONTRIBUCIONES DE AUTORES, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Financiación: Esta investigación no recibió financiamiento externo.

AUTOR:

Diego Matos Agudo

Licenciado en Periodismo y Doctor en Comunicación con una tesis sobre el cómic como género periodístico. Amplia trayectoria como investigador y ponente en congresos nacionales, internacionales, charlas y como docente en diversas universidades y centros. Participante en ferias, encuentros y eventos relacionados con el cómic, la comunicación y con la salud. Autor de varios libros de carácter divulgativo y académico. Periodista activo que ha trabajado en prensa, radio y televisión. Docente del Máster propio en Medicina Gráfica de la Universidad Internacional de Andalucía. Actualmente dirige la comunicación del Complejo Asistencial Universitario de Salamanca, centro donde también imparte cursos específicos de formación continuada a los profesionales sanitarios de Comunicación, Atención a los usuarios, Humanización, Gestión del Tiempo, Liderazgo y Medicina Gráfica.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-2264-8946>

Google Scholar: Diego Matos Agudo