

EN BUSCA DE LA VITALIDAD



La historieta argentina dice presente. Jóvenes editoriales, nuevos dibujantes y guionistas abren un abanico amplio de producciones locales con estéticas y temáticas de las más diversas. El aumento del público lector se demuestra con una fuerte presencia en blogs, Festivales nacionales, tiras diarias y fanzines, conformando una cantera comunicacional que promete devolverle a esta expresión artística la vitalidad de la que gozó en sus orígenes. Las jóvenes promesas del cómic local expresan su visión, pronuncian su deseo de ver al cómic inserto en el mundo cultural y relativizan un poco la noción de “boom”.

El "boom" puesto en cuestión

Para algunos puede resultar una ficción generada por periodistas amantes del género, para otros una realidad más que palpable que comenzó hace unos años. Lo cierto es que la fuerza masiva de la historieta -esa que encuentra en el feedback autor-lector su equilibrio perfecto- parece estar de vuelta. Por lo menos, la tendencia a considerar a la historieta como un arte menor o destinado a los niños puede que esté cambiando. Algunos matices aislados pueden dar el indicio de un "agite" comiquero más que movido: por un lado, algunas editoriales grandes como Sudamericana o

"En los noventa quebraron las editoriales que publicaban historietas en el país, que fue una de las tantas industrias devastadas por el neoliberalismo".

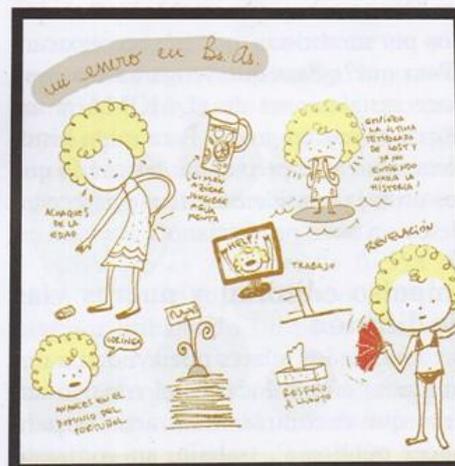
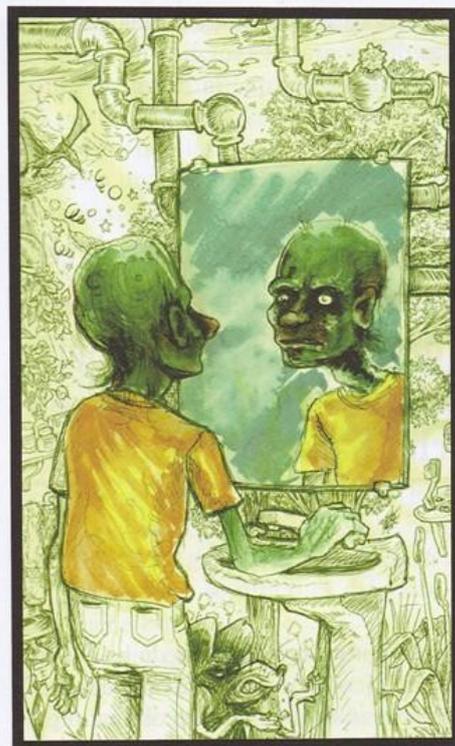
Mondadori se animan a editar libros de historietas. Por otro, el surgimiento de editoriales nacionales más pequeñas que editan a jóvenes autores. Esto, sumado a un evento que le da un marco institucional al fenómeno como el Festival Viñetas sueltas, parece estar configurando al cómic como un fenómeno en expansión. Por su parte, Max Aguirre -autor de la tira diaria Jim, Jam y el otro- asegura que el cómic estaba necesitando "un refresco" con respecto a décadas anteriores, y afirma: "si lo tengo que comparar con los años noventa, te diría que el momento actual es bastante promisorio. Notablemente, hubo un crecimiento de la historieta, o más bien una recuperación del espacio que históricamente había quedado vacío. Sólo había gente que hacía historietas independientes. En los noventa habían quebrado las editoriales que publicaban historietas en el país, que fue una de las tantas industrias devastadas por el neoliberalismo." El hecho de que la crítica de historieta se vaya generalizando también contribuye a pensar que se le está prestando una atención de la que antes no gozaba. "Hoy en día

hay espacios destinados a reseñar historietas tanto en revistas especializadas como culturales o de rock, y eso ayuda a que mucha gente se interese", continúa Max Aguirre, quien de todos modos no se muestra convencido de que haya un "boom", sino el comienzo de un camino hacia la consolidación de un mercado historietístico más estable y rendidor.

Lucas Varela, uno de los grandes nombres del cómic local, tampoco cree que se esté viviendo nada parecido a un "boom", ni que la presencia de reseñas en los medios sea tan habitual. Más bien opina todo lo contrario: "en Argentina el cómic es tomado como una actividad frívola y de entretenimiento. En los suplementos culturales está marginado y las colecciones que saca Clarín (del Hombre Araña y la de El Corto Maltés) apelan al adolescente y a la nostalgia. No vi ni una actitud seria hacia el cómic en los medios, salvo cinco periodistas a los que les gusta y les dejan escribir algo. Los cultores del arte y la literatura llamada "seria" ven al cómic como una aberración hecha para subnormales. No es el caso de otros países, donde el cómic está más incluido en la cultura", afirma el autor de Estupefacto y Matabicho, dos libros imprescindibles para quien quiera adentrarse en el mundo actual del noveno arte.

El lenguaje del cómic en su contexto

Abrir el juego al cuestionamiento sobre si hay o no una explosión en el mundo de las viñetas posibilita discutir sobre otro tema, no menos rico en matices de lo más variados: por qué históricamente el mundo de la Literatura Dibujada -término acuñado por Oscar Masotta- estuvo relegado al público infantil o a un público al que se consideraba un lector lego, si de literatura llamada "cultura" hablamos. Tal vez porque se la consideró como un arte a mitad de camino entre la literatura y la plástica. Acusada de parasitar artes más "puras y nobles", la historieta siempre ocupó el lugar de la gran expatriada de la comunidad de lectores "serios". Pero muy al contrario- la historieta tiene su forma particular de hacer sentido en el mundo, combinando lo visual con lo verbal en sus propios términos. Dice Umberto Eco en Apocalípticos e integrados: "[la historieta] es un "género literario", dotado de elementos estructurales propios, de una técnica comunicativa original, fundada en la existencia de un código compartido



por los lectores y al cual el autor se remite para articular (...) un mensaje que se dirige simultáneamente a la inteligencia, la imaginación y el gusto de los propios lectores". Aún a fuerza de pensarla en diálogo con la literatura, el ensayista italiano ya señalaba al cómic como un arte autónomo hace casi 40 años.

Tal vez de este hábitus, de esta consideración ideológica que mira al cómic como género menor, se desprendan algunos hechos materiales que pueden impactar -por ejemplo- en los modos de exhibición en puestos y revistas, relegando a los libros del género a ser el "último orejón del tarro". Martín Casanova, director de la editorial Moebius, se expresa al respecto: "la gente no sabe dónde encontrar los libros de historietas. En los puestos de diarios están mal exhibidos, en las librerías no tienen una sección destinada. Lo que más se encuentra es lo que surge de las tiras diarias de los grandes medios".

Lo cierto es que la historieta carece

"Los cultores del arte y la literatura llamada "seria" ven al comic como una aberración hecha para subnormales".

de la legitimidad del resto de los lenguajes artísticos, como el cine o la música. Y tal vez esa sea una buena condición para la libertad creadora. Max Aguirre comenta: "No se si hay que estar tan preocupados por ser artistas, que nos reconozcan. ¿Para qué? ¿Para que venga un tipo que hace instalaciones en el MOMA y me diga que soy un groso? Para mí la historieta es un arte, pero andar buscando que los otros la consideren arte me parece un deseo un poco provinciano".

Impulso editorial y nuevas vías de difusión

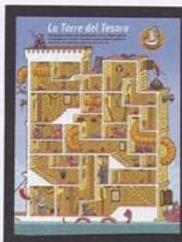
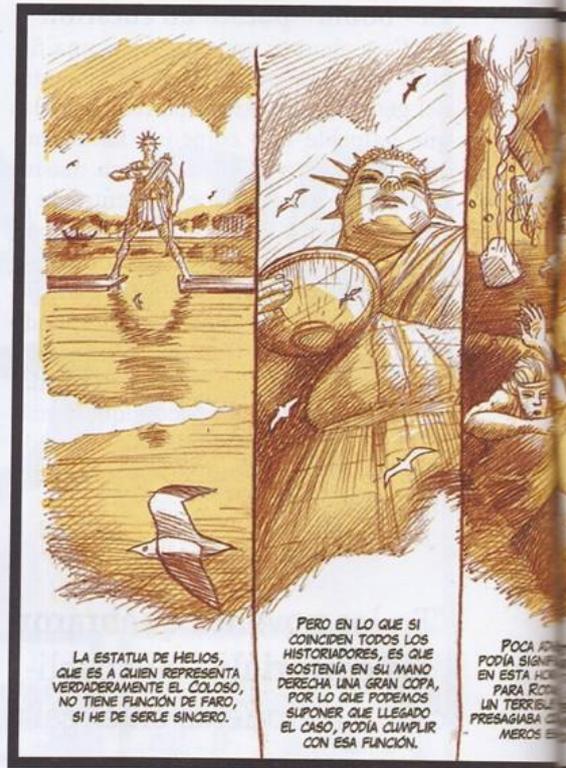
Uno de los pilares que ayudan a impulsar al cómic local es el relativo acceso que encontraron los artistas para hacer público su trabajo, en contraste

con décadas anteriores. Los modos de difusión dejaron de reducirse al monopolio de la tira diaria en los grandes medios gráficos, o a las explosiones aisladas del fanzine en los años noventa. El lenguaje del cómic fue hallando otras vías de llegada con la aparición de la web como una de sus fuentes más fructíferas. El siempre enjambreado recorrido del cómic en internet es un hecho revolucionario sin parangón, desde allí autores y lectores juegan con una dinámica propia, y el lenguaje -cuanto menos- se expande y reverbera a escalas impensadas en su derrame bloguero.

En este sentido, un sitio que sirve como ejemplo por su nivel de sistematización del trabajo semanal es el colectivo comiquero Historietas Reales (HR): un blog que nuclea a varios autores que tienen como premisa común hacer entregas semanales de matiz autobiográfico. Con el blog se puede anunciar el nacimiento de un nuevo lector, así por lo menos lo cree Clara Lagos, una de las plumas femeninas (junto con Carochinski) que le dan vida a este blog: "en los 90 tenías que ser fanziner o consumidor de ciertas publicaciones muy específicas para enterarte de las cosas y todo terminaba en un círculo muy pequeño, a lo sumo te ponías en contacto con gente de otras ciudades para intercambiar material, pero siempre era todo muy limitado.

Gracias a los blogs, esos límites se fueron desdibujando y lo que pasó fue que la historieta ahora tiene una llegada a más personas de diferentes lugares o que no solamente son amantes del cómic y afines. Por ejemplo, hay una historieta mía que habla sobre Juana Molina; le puede llegar vía mail a una secretaria que nunca lee historietas, pero que es fan de Juana, por medio de algún amigo que visite HR".

De hecho, el crecimiento de este medio es inédito: de ser un claro ejemplo de uno de los nuevos espacios de la historieta argentina, pasó a ser, según afirma Max Aguirre -quien también se suma a las filas de este blog en expansión- un espacio "de federalismo y reunión latinoamericana, entre los autores actuales hay colombianos, ecuatorianos, uruguayos, y hasta un cubano-boliviano (...) Historietas Reales es un espacio con clara intención y mirada de integración, así que para mí, hoy por hoy es un espacio ya no de la nueva historieta argentina, sino latinoamericana".





Por su parte, Lucas Varela prefiere destacar aristas positivas pero también las desventajas que implica el acto de lectura en un medio como la web: “El blog es imprescindible para cualquier artista. Es un recurso muy válido para el que quiere mostrar sus proyectos, pero en la pantalla me resulta muy engorroso leer algo largo. Y por supuesto, no reditúa económicamente.”

También en la edición en papel hay un relativo crecimiento del material publicado. Existen algunas editoriales grandes que se lanzaron a la publicación de artistas locales e internacionales, como Jim, Jam y el otro (Sudamericana), El síndrome Guastavino (Reservoir Books-Mondadori), Catálogo de novedades Acme de Chirs Ware (Mondadori) o George Sportt de Seth (Grijalbo). Aunque Lucas Varela, agudo en su análisis sobre las condiciones materiales de trabajo de aquellos que hacen comics, prefiere relativizar esa apuesta de las editoriales grandes: “Lo

“Uno de los pilares que ayudan a impulsar el cómic local es el relativo acceso que encontraron los artistas para hacer público su trabajo, en contraste con décadas anteriores”.

que hay son algunas ediciones esporádicas que no hacen negocio y algún intento comercial de los grandes medios. Artistas hay un montón, pero no veo fácil editar un cómic en la Argentina y los pocos que llegan a la edición son muy mal remunerados, con lo que me hace pensar que no hay ningún boom. Si bien el cómic en los países donde está más desarrollado aumentó en ganancias con respecto a otro tipo de lecturas, aquí la ceguera editorial hace que vean al cómic como una inversión riesgosa”. Por su parte, Max Aguirre matiza: “los emprendimientos de editoriales grandes me parecen auspiciosos, es un

momento que va queriendo remontar, pero falta llegar al pináculo”.

Por otro lado está la realidad de las editoriales pequeñas, como la cordobesa Llanto de mudo, editorial Común (que lleva a cabo Liniers), Domus y muchas otras que tienen que luchar contra el alto costo de las ediciones y aquietar la ansiedad por publicar el material que tanto aman. Los emprendimientos independientes como mínimo tienen que lidiar con un carácter a pulmón a priori. “Hay casos en los que la historieta es muy masiva -Maitena y Mafalda siempre se vendieron un montón- pero no sé si Sudamericana se animaría a editar a El Granjero de Jesús. Sudamericana tiene un circuito más armado, sus estantes asegurados en las librerías, pero a las editoriales más chicas eso nos cuesta más”, dice Martín Casanova, quien se define a sí mismo como “dibujante frustrado y editor”. Es responsable de la desaparecida editorial Domus y de la actual Moebius. Domus fue un emprendimiento editorial que - allá por el post 19 y 20 de diciembre de 2001- hizo que las cosas cambiaran por lo menos un poco: “antes de Domus no había casi edición local. Veníamos después del 2001, el papel se dolarizaba, cada vez era más caro. Domus coincidía en ese momento con otras pequeñas editoriales. Hubo pequeñas repercusiones y las editoriales grandes también se entusiasmaron, y se armó algo parecido a un boom. Tal vez eso ayudó a que la gente se acercara más a la historieta. Hoy, el panorama es mejor que hace diez años, pero hay que pelearla igual en términos de guita y de inversión. Sobre todo, lo que es difícil es difundir si no se tiene estructura”.

“Lo peor que puede pasar es que no haya producción”, dice Clara Lagos, y continúa: “de una manera o de otra acá siempre hubo gente dibujando y escribiendo”. Si el boom es real o no, carece de importancia. Lo importante es que progresivamente la historieta va ganando terreno, habitando un rincón más de nuestros corazones. Mientras el deseo de hacer viñetas persista y alimente más deseo en los lectores, su presencia en nuestras vidas está asegurada.

Cierra Max Aguirre: “a fuerza de amor y de cariño, los historietistas estuvimos trabajando sin poder venderle a nadie las historietas y ahora empezamos a emerger, haciendo todo con mucha buena voluntad”. Los lectores les debemos ese mismo esfuerzo. «