

HISTORIETA ARGENTINA: DEL FANZINE AL WEBLOG

Laura Cecilia Caraballo

Introducción

El presente trabajo expone un avance de la investigación *La historieta argentina contemporánea y los nuevos medios*, enmarcada en el cumplimiento del plan de trabajo de la beca de Iniciación a la investigación o desarrollo científico, tecnológico y artístico (sistema de becas internas) de la Universidad Nacional de La Plata.

La investigación se centra en el análisis de las producciones historietísticas y su circulación en Argentina durante las últimas dos décadas (1992-2007). Se fijó un corte diacrónico, que delimitó dos fragmentos temporales a estudiar: 1992 a 2001 y 2002 a 2007, subdivisión que responde a cambios y modificaciones dentro del objeto estudio. El tema trabajado aquí refiere al segundo corte temporal (2002-2007) e intenta abordar el desarrollo contemporáneo de la historieta argentina a través del *Weblog* o *bitácora*. En primer lugar se describirá brevemente este nuevo dispositivo y su inserción dentro de los nuevos medios (NM) y los llamados medios sociales, para luego observar su utilización por parte de los autores de historieta en Argentina y la redirección del público hacia las historietas *on line*.

Algunas consideraciones sobre los NM y el Weblog

Es necesario en principio centrar la descripción del Weblog en el marco del desarrollo de los NM, estructuras de comunicación dentro de Internet diferenciadas de aquellas pertenecientes a los procesos de comunicación de masas. Uno de sus principales elementos estructurantes es la forma textual del hipertexto, que se define en el mundo de los NM como *hipervínculo* o *hiperenlace* y define la red en sus infinitas posibilidades de ramificación. A propósito de los NM, Bensadon Toso (2006) enumera conjuntamente con el concepto de hipertexto, sus principales características, a saber: la *multimedialidad*, que implica que los mensajes puedan crearse y transmitirse combinando texto, imagen y sonido, la *actualización*, denotando la cualidad de instantaneidad y de *flexibilización de los parámetros temporales* y finalmente la *interactividad*, es decir, el modo característico en que los usuarios se vinculan al propio medio y/o a otros usuarios. Continuando con la diferenciación respecto de los medios de masa, la autora cita a François Sabbah quien hace hincapié sobre el tipo de público determinado por ambos medios de comunicación. Los NM instauran una audiencia *segmentada y diferenciada*, la cual continúa siendo masiva en términos cuantitativos pero no en lo que concierne a la *simultaneidad y uniformidad* del mensaje que recibe. Los espectadores ya no forman una masa homogénea dada la multiplicidad de mensajes y fuentes, es decir la diversificación de las posibilidades de elección.

Los NM vienen a generar una diversidad de usos y apropiaciones novedosas, por ejemplo la dependencia en la vida cotidiana hacia dispositivos con pantalla (televisión, computadora, teléfono móvil, GPS, etc.), utilizados simultáneamente y en los que puede hallarse a disposición una serie de contenidos y de posibilidades de interconexión, como las redes sociales. Esta lógica de uso se vincula, en palabras de Igarza (2008), a un modo de vivir el ocio en la sociedad contemporánea altamente *hiperconectada*. Se trata de un ocio intersticial, fragmentado, mezclado con el resto de los momentos de la vida en que las terminales móviles se usan simultáneamente.

Las redes sociales se enmarcan en la llamada "Internet 2.0" (propiciada por la banda ancha) que se caracteriza por una nueva lógica de uso, la de la utilización grupal de las herramientas y una democratización y compartimiento de los contenidos, una tendencia a la "grupomanía" (blogs, fotologs, Wikipedia, etc.). A propósito, Igarza cita

la expresión *Peering*, es decir el proceso por el cual los usuarios utilizan Internet como medio de interconexión; siendo *Peer to peer* la interconexión de igual a igual entre 2 o mas computadores en red. Se trata de una concepción de Internet como red descentralizada para compartir y contribuir en los contenidos entre los diferentes actores, un útil de comunicación que permite modalidades variadas y originales de puesta en contacto.

En los últimos años se ha producido un incremento de los llamados medios sociales y el acceso al blog ha devenido una de las actividades de Internet que mas ha crecido, ubicándose una de las primeras posiciones del ranking, liderado por las *búsquedas*.

La bibliografía sobre estos temas no se encuentra hasta el momento ampliamente desarrollada y compone mayormente de artículos y sitios de Internet a través de los cuales estudiosos y usuarios elaboran diferentes reflexiones y a su vez definiciones, por ejemplo de Weblog. Construir una definición no es uno de nuestros objetivos en este caso, sin embargo resulta de gran utilidad caracterizar el blog en su especificidad para luego observar de qué modo se utiliza en vinculación al dispositivo historietístico. El término *blog* es homologado en la lengua castellana como *bitácora*. Esto da una idea de recorrido, de registro de vida, de diario. Este tipo de utilización fue la primera que se hizo de la herramienta, que usuarios individuales utilizaban para mostrar su vida, sus ideas, sus opiniones y sus vinculaciones a otras webs. Esto pone en evidencia la dimensión relacional y narcisista del blog, espacio de interacción suscitada por la participación del público en el comenario. La doble identidad autor/lector, dada por la activa participación de los bloggers dentro de otros blogs fuera de los propios caracteriza el estatus particular de la enunciación dentro del universo blog.

Los usos se diversificaron, por ejemplo, en la creación de blogs grupales. Igarza por su parte, aporta como una de las principales características del Weblog la autoría unipersonal. Pero como decíamos, no es una condición primordial; intentamos definir al blog en su carácter de herramienta o útil, a la vez sin dejar de lado la influencia del formato sobre los contenidos que en muchos casos determina los tipos de mensajes, tendientes a ser acotados y breves, hipervinculados y determinados por el orden cronológico inverso y la frecuencia de actualización. Otra de las características que define el autor es la de la dinamización de los contenidos (actualizados con nuevos contenidos y comentarios de lectores), la tecnología, de sencilla manipulación donde la actualización y publicación es apta para usuarios inexpertos (el autor elige la propuesta cromática, la gráfica, etc. a través de modelos y plantillas de diseño que personalizan el espacio, actualizándose los contenidos mediante un formulario que se completa en pantalla). Existen al menos dos grandes modos de publicación de los blogs, que se dividen entre: aquellos que se actualizan a través del mismo proveedor en línea sin necesidad de softwares adicionales y con una interfaz semejante para todos los usuarios (*Blogger*) y aquellos que requieren de programas específicos de publicación (*Wordpress*).

Le blog s'inscrit dans l'histoire des dispositifs de l'Internet comme le point de rencontre de deux filières de services précédemment distincts, celle des outils d'auto-publication, notamment de la page ou du site personnel, et celle des outils de communication collective, notamment les forums et les listes de discussion. (Cardon, Delaunay-Tetere : 2007)¹

En una Internet concebida como un compendio redes sociales de intercambio contante, el Weblog se da en la forma de una amplia red de hipervínculos, siendo uno

¹ *El blog se inscribe en la historia de los dispositivos de Internet como el punto de contacto de dos fuentes de servicios anteriormente diferenciados, la de los útiles de auto-publicación, como la página o el sitio personal y aquella de los útiles de comunicación colectiva, como los foros y las listas de discusión.*

de sus espacios característicos la columna de vínculos favoritos o frecuentados por el autor. El feedback con los lectores, los seguidores acentúa el dinamismo del blog. Ellos tienen la posibilidad de participar dejando registrados sus comentarios a propósito de los diferentes mensajes. Esto también puede tener una gran influencia sobre la selección de los contenidos y la confección de los mensajes.

Besandon Toso (2006) cita una diferencia entre el blog y la página web tradicional, que define otro elemento constituyente de éste: Bausch, Houghey y Hourihan (2002) desarrollan las diferentes lógicas de organización de los sitios: las páginas web tradicionales son una recopilación de páginas con texto e imágenes, organizadas a través de una diversidad de métodos (que pueden funcionar facilitando la navegación o por el contrario dificultándola). Estos portales se basan en el paradigma de página (*page paradigm*), estructurados en el *página a página* y los vínculos entre éstas. Por otro lado, los Weblogs, con una estructura diferente, se basan en el paradigma de post (*post paradigm*), un escrito breve con hipervínculos que extiende los contenidos a otros sitios. En este caso el *post* es interpretado por los autores como la unidad mínima de publicación de las bitácoras. Los *posts* se articulan en el orden temporal inverso y pueden organizarse de diferentes modos.

Estrategias y supervivencia en la historieta argentina: del fanzine al blog.

Advirtiendo algunos puntos de contacto, puede establecerse una vinculación entre dos modos paradigmáticos de la resistencia ante la crisis editorial de los jóvenes autores argentinos: los fanzines de historieta durante los años noventa y los blogs de historieta a partir del año 2004.

Con respecto a los fanzines de historieta, es necesario esbozar el contexto de su emergencia. La escena historietística durante los noventa en Argentina vivió una gran crisis y tomó una determinada forma, directamente vinculada a la realidad social y económica del país. Una de las cuestiones que generó consecuencias directas sobre las instancias de producción, circulación y consumo, fueron los cambios en el campo económico (como la implementación de la *ley de convertibilidad*) que trajeron aparejadas modificaciones sobre la industria nacional en general y la industria de historietas en particular. Consecuentemente devino la clausura de editoriales y publicaciones que constituían el núcleo de la tradición y de la innovación historietística, lo que provocó el desplazamiento de los medios de producción (los productores se apropiarían del recurso de la autoedición). Estas dos cuestiones incidieron en el nuevo consumo de historieta; el lector pasó a comprar productos extranjeros (comic-books norteamericanos y *manga* japonés) y los puntos de venta se corrieron del marco del tradicional quiosco de revistas a los locales llamados *comiquerías*, sitios donde se vendían historietas y *merchandising* relacionado. Ahora bien, a pesar del declive de las editoriales comerciales, la producción no se extinguió, y los autores iniciaron su publicación (o la continuaron) casi exclusivamente en el exterior del país. A su vez, se produjo la aparición de nuevos y jóvenes autores y un gran desarrollo creativo, en el marco de la autoedición, la distribución alternativa, a través de revistas de información sobre el comic y *fanzines* de todo tipo. Hubo en este sentido, una liberación respecto de las restricciones editoriales.

Brevemente, el término *fanzine* designa aquellas publicaciones producidas y distribuidas de modo amateur, lo que evidencia la inexistencia de un distribuidor, tarea que se encuentra a cargo del propio productor (dibujante, guionista, etc.). Del mismo modo, no existe un circuito formal de venta, siendo a su vez las tiradas muy limitadas y sin periodicidad en la edición.

En Argentina, el primer gran movimiento de autoediciones se dio durante la década del ochenta, propiciado por el acceso al fotocopiado económico y la convocatoria de la revista *Fierro* a nuevos autores. La ocurrida en la década del noventa fue considerada la segunda ola de publicaciones *subte*, favorecida por los bajos costos de la reproducción en papel y el uso doméstico de la PC. Los espacios de circulación de

estas publicaciones oscilaban entre el mano a mano, las *comiquerías*, los eventos, convenciones, etc. Algunas tuvieron cierta trayectoria superando los primeros números y formaron parte de un fenómeno que trascendió la Capital Federal y tuvo un extenso desarrollo en el interior. Los autores emergentes, quienes eran en su mayoría los productores de estas publicaciones aficionadas se identificaron con el surgimiento contracultural y alternativo del dispositivo (EE.UU, década del 60). De todos modos, se produjo una readaptación de éste y una utilización diversa, definida en parte por la realidad en que se dio su emergencia. Los lugares que ocupó el dispositivo en su origen histórico y en su instalación en una realidad como la argentina de los noventa son diferentes advirtiéndose una variación en la lógica de uso, en tanto que alternativa única de difusión de la producción. Esto puede a su vez aplicarse a los blogs de historieta, que surgidos con un fin muy similar al del fanzine, se constituyeron como espacios de transmisión del trabajo de nuevos autores (y también como espacio de intercambio con el público para autores consagrados).

La nueva generación de historietistas argentinos surgió de la necesidad, editándose como fuera posible (en una realidad en que la industria se hallaba quebrada) y continúa haciéndolo hoy en día, en su paso a Internet, siendo que muchos de los autores que publicaban *fanzines* durante los noventa instauraron las propuestas recopilatorias online. La realidad durante el segundo período considerado por la investigación (2002-2007) se modificó, habiéndose recuperado en parte industria editorial. Surgieron nuevas editoriales y nuevas voluntades de publicar historieta argentina. Sin embargo aún hoy no existe un circuito formal de producción-edición-consumo de historietas como se había encontrado hasta los años setenta en nuestro país.

Durante los noventa el modelo de publicación en revista de antología pasó de ser un formato predominante a desaparecer casi completamente volviendo a surgir en el año 2006 con la vuelta de la revista Fierro en la edición de historieta argentina. A partir del año 2002 comenzó a desarrollarse con mucha fuerza (junto con las diferentes propuestas de Internet) el formato libro. A propósito, Reggiani, que a las pruebas se remite:

Los registros de la Cámara Argentina del Libro contabilizan 1226 libros clasificados en la categoría "741.5: Tiras cómicas. Caricaturas. Dibujos humorísticos. Historietas" entre el año 2001 y fines de 2008. (...) creo que el dato da cuenta del volumen creciente del fenómeno del libro que, si es sin dudas importante para la edición de historietas en general, fue junto con Internet el formato que vehiculizó mayor cantidad de páginas de historieta en Argentina en el período analizado, al menos hasta la aparición de un revista mensual (la segunda época de Fierro, en noviembre de 2006). Y el dato se vuelve aún más significativo si se compara con los datos para el período 1990-2001, en que los títulos registrados son apenas 47: menos del 4%. (Reggiani: 2008)

Siguiendo la frase del mismo autor, *Pensar una historieta sin considerar sus condiciones de publicación es un despropósito.* (Reggiani: 2008), se hace necesario analizar el weblog como herramienta de difusión, publicación e intercambio.

Con respecto al fanzine (tiradas muy pequeñas y artesanales) el blog se constituye como un medio masivo que puede alcanzar audiencias insospechadas. Con respecto a esto, Igarza (2008) marca esa diferencia de acceso, entre los medios masivos y los NM:

En la sociedad industrial, la producción de contenidos estaba estrechamente ligada a la capacidad de difusión. Comunicar masivamente o en grandes volúmenes requería a las editoriales capacidades técnicas, logísticas y económicas importantes para hacer llegar el contenido hasta los destinatarios del mensaje. Estas disposiciones no eran accesibles para cualquier ciudadano, sino reservadas en exclusividad a las industrias

de contenidos. La comunicación era unívoca. Al inicio, el modelo digital no presentó diferencias con el modelo anterior ya que ofrecía tantas dificultades técnicas para la edición y publicación de contenidos, que el mandato social anterior se prolongó sin mayores cuestionamientos debido a que las barreras a las que debía enfrentarse el autor a la hora de publicar sus opiniones en Internet resultaban prácticamente infranqueables. Pero los blogs hicieron que la tarea fuese mucho mas simple. (Igarza: año).

Los blog permitieron el acceso de contenidos y mensajes a un público masivo (también fragmentado como fue dicho anteriormente) y a su vez un amplio intercambio con el público/espectador/lector. Este feedback constante inaugura una nueva dimensión de simultaneidad en el consumos historietístico incluso modificando sobre la marcha los propios contenidos y mensajes.

El blog de historietas argentino

En esta investigación fueron fichados aproximadamente 200 weblogs de historietas argentinos y comenzaron a ensayarse algunas clasificaciones. Para comenzar, se discriminaron en dos grandes grupos análogos a las categorías de texto y metatexto, es decir, blogs que publican historietas y blogs que la comentan o se relacionan con ésta de algún modo. Luego se establecieron algunas subclasificaciones. El primer grupo (blogs de historietas) se dividió en dos subgrupos: blogs colectivos y blogs individuales, mientras que el segundo, se fragmentó en: información y actualidad sobre comics, revistas virtuales, blogs de publicaciones en papel.

El recorrido realizado en pos de relevar blogs y a su vez clasificarlos, puso en evidencia la enorme red que los une a través de uno de los elementos mas importantes del dispositivo, los hipervínculos. Todos los blogs relevados están vinculados entre sí a través de una gran red.

Con respecto a los blogs pertenecientes al primer grupo, es decir, que publican historietas y específicamente aquellos actualizados por grupos de productores (y no unipersonales), pueden establecerse puntos en común con el fanzine de historietas de los años 90. En primer lugar en el formato recopilatorio, que historias seriadas (cerradas a través del característico “continuará”) y que reúne varios autores. Por otro lado, hallamos igual que en la variedad de fanzines existentes la década pasada, un amplio rango de autores, que va de los amateurs a los consagrados pasando por autores semi-profesionales emergentes.

Los blogs grupales se construyen a través de los posts de los diferentes autores y cada uno de ellos posee sus seguidores, su propio repertorio de comentarios e intervenciones. Un caso paradigmático del Weblog recopilatorio/grupal de historietas, es el blog *Historietas Reales*. Constituye una buena muestra de muchas de las características vinculadas al formato que revisamos aquí.

Este blog comenzó a publicarse en el año 2005 y continuó activo hasta la actualidad. Pasó por las dos herramientas mas extendidas de publicación, los proveedores Blogger (www.historietasreales.blogspot.com) y Wordpress (www.historietasreales.wordpress.com). Se propone como un espacio de historietas autobiográficas en el que cada autor tiene un día de la semana destinado a su publicación. En la ubicación actual del blog, podemos acceder a una pestaña que explica cuál es su orientación (“qué es Historietas Reales”), donde se cuenta la historia del surgimiento del blog y se afirma que las historietas son “reales” ya que son “verdaderas”, se proponen como autobiográficas y cada autor cuenta su vida una vez por semana. Las apropiaciones de la idea de autobiografía son interpretadas de modos diversos, y personales, apelando a una amplia gama de opciones, desde la literalidad de la vida cotidiana del autor hasta la abstracción total. Una cuestión fundamental a este respecto, es que los blogs se constituyen en este caso como un espacio de experimentación gráfica y narrativa y su vez, de dialogo con los lectores.

En muchos casos se fuerzan los límites del dispositivo rompiendo el horizonte de expectativas de lector modelo y es allí donde se instauran debates e intercambios sobre el dispositivo historietístico, sus límites, sus posibilidades. En muchos casos el lector a través del espacio de comentarios reclama y en algunos casos exige el encausamiento de la historieta dentro de sus límites tradicionales. Es por ello que la relación del público con estas obras constituye una variable de suma importancia en la producción, ya que en muchas ocasiones llega a incidir o tener una presencia en éstas. El blog evocado también continúa una tradición historietística que se remonta a sus inicios en la prensa gráfica, que es la de la entrega de la tira semanal en diarios o revistas. Los formatos de historietas propuestos van de la tira a la plancha en página completa y materializan como dijimos, una diversidad de apropiaciones de la autorreferencialidad. Los personajes principales o protagonistas son los propios autores, que pueden usar su nombre real o su seudónimo.

Esta corriente del género autobiográfico vinculado al formato Weblog se extendió hasta llegar a autores consagrados como Liniers o Tute, quienes publican periódicamente en los medios gráficos más importantes del país.

Una particularidad del Weblog *Historietas Reales*, es que logró a través de su popularidad, trascender las fronteras del soporte virtual. En el año 2006 fue publicado por la Editorial de Historietas Domus, un libro que recopilaba algunas historietas seleccionadas de cada autor. En el año 2007 se realizó una muestra con una selección de dos planchas por autor en el Espacio de Historieta y Humor gráfico del Centro Cultural Recoleta (Ciudad de Buenos Aires). Estos sucesos dieron una visibilidad pública aún mayor a los autores y legitimaron su trabajo de un modo contundente, siendo que ingresaron en los circuitos del libro (vinculado a las letras) y del museo (vinculado a las artes visuales), que poseen una jerarquía social y una legitimación indiscutida desde el nacimiento de la cultura occidental. Más tarde comenzaron a editarse libros que recopilaron trabajos de los diferentes autores por separado, habiendo hasta la fecha publicado sus libros personales una gran cantidad de miembros del blog.

En el prólogo de libro *Historietas Reales*, Roberto Von Sprecher inicia:

¡Aleluya! ¡Aleluya San Turulo! ¡Como tantos lectores lo pidieron, Historietas Reales ya no sólo será virtual sino también será papel! ¡Santa conversión! (...) Los comentarios también han hecho Historietas Reales. Allí los lectores analizan, contestan, alaban, reclaman, interaccionan con los creadores mientras los creadores interaccionan entre sí, incluso al punto de utilizar epítetos irreproducibles, como putos o maricones, cuando un colega se demora en colgar su plancha.

Esta es una muestra de la satisfacción ante un fenómeno que comenzó a gestarse en los años 90 y se materializó (a través de la edición y publicación) luego de 2002: la legitimación del campo historietístico, como literatura, como arte o como medio gráfico y el progresivo abandono de la idea de éste en tanto producto masivo esclavo del campo económico.

Cierre

En este breve escrito se intentó caracterizar el fenómeno contemporáneo del Weblog de historietas argentino, estableciendo su lugar en el mundo de los Nuevos Medios.

Las dos nociones fundamentales ligadas al Weblog: *vinculación* e *intercambio*, hacen que la historieta dentro de la *blogósfera* se modifique y posea una serie de cualidades particulares definidas por el medio. La vinculación entre los sitios a través del hipervínculo en una gran red que une a los grupos y los autores individuales y el intercambio constante entre autores y público ubica a la historieta contemporánea en el mundo de las redes sociales y a su vez permite observar una amplia gama de

propuestas y estilos y una fuerte tendencia a la experimentación, la mirada personal, la huella de autor, etc.

Siendo que el fenómeno abordado es contemporáneo a nosotros y al menos en apariencia, creciente, es difícil elaborar una teoría, o al menos una idea, acabada de éste. La distancia histórica es inexistente y observar los hechos mientras suceden puede ser engañoso. Sin embargo es importante comenzar a pensar estos eventos contemporáneos (o al menos describirlos, como hicimos aquí) y observar de qué modo se construye y muta la producción de sentido en los discursos.

Bibliografía

BENSADON TOSO, MARÍA IGNACIA. *Weblogs: nuevos paradigmas de comunicación*. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información. Departamento de Periodismo III. Master en Comunicación Periodística, Institucional y Empresarial (Memoria). 2006.

DANAH BOYD. *A Blogger's Blog: Exploring the Definition of a Medium*. [En línea] <http://reconstruction.eserver.org/064/boyd.shtml> (última visita: junio de 2009).

DOMINIQUE CARDON, HELENE DELAUNAY-TETEREL. *La production de soi comme technique relationnelle. Un essai de typologie des blogs par leurs publics*. [En línea] <http://robertoigarza.files.wordpress.com> (última visita: julio de 2009).

IGARZA, ROBERTO. *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. La Crujía ediciones. Buenos Aires: 2008.

REGGIANI, FEDERICO. *De la revista al libro: La edición de historietas argentinas después del 2001*. III Foro de Investigación e Intervención Social. Escuela de Ciencias de la Información, UNC. Córdoba: noviembre de 2008.

-----*Quisiera ser literatura: el prólogo como recurso de legitimación en la edición de libros de historieta en Argentina. El caso de la Biblioteca Clarín de la Historieta*. VII Congreso Internacional Orbis tertius. Facultad de Humanidades, UNLP. La Plata: Mayo de 2009.

VON SPRECHER, ROBERTO. "Prólogo tendencioso y celebratorio". En: *Historietas reales*. Domus. Buenos Aires: 2006.