

## EL RELATO SOBRE LA MUERTE DE LA HISTORIETA ARGENTINA EN LA DÉCADA DEL NOVENTA.

Prof. Laura Cecilia Caraballo FBA - UNLP

### La historieta argentina en los noventa

El presente trabajo se inscribe en la investigación *La historieta argentina contemporánea y los nuevos medios de comunicación*, realizada en el marco de la Beca de Iniciación a la Investigación o Desarrollo Científico, Tecnológico y Artístico, UNLP, año 2008.

El plan de trabajo plantea el relevamiento, búsqueda y análisis de historietas publicadas en nuestro país desde el comienzo de la década del noventa hasta la actualidad y de los discursos asociados a este campo. Aquí se esbozan aspectos referidos específicamente al primer corte temporal, establecido entre los años 1992 y 2001.

A partir del establecimiento de un primer estado de la cuestión, hallamos algunos aspectos recurrentes que determinan el funcionamiento social del dispositivo historietístico en argentina en la década analizada. A partir del establecimiento de un panorama general sobre funcionamiento del campo, indagamos sobre los metatextos, los discursos relacionados con su situación y su crisis.

A grandes rasgos, el análisis de la situación de historieta argentina en los noventa puede fraccionarse en tres ejes fundamentales: por un lado los condicionamientos socio-económicos al desarrollo de la industria de historieta argentina y la importación de productos (paridad cambiaria, importación masiva de comic-books norteamericanos y manga japoneses), por otro, el consecuente decaimiento o cierre de los lugares fundamentales en la industria historietística nacional (Editorial Columba y Revista Fierro) y por último el surgimiento de nuevos espacios, como la revista *Comiqueando*, la editorial independiente *La Productora* (surgida del nucleamiento de autores en la *Asociación de Historietistas Independientes*) y la *segunda ola de fanzines*<sup>1</sup> en la segunda mitad de la década.

### ¿La muerte de la historieta?

*Los autores europeos y argentinos, abandonados por lo dioses, encuentran en Venus, último recurso, su alimento terrestre. Se entregan, resignados, a la realización de historietas eróticas. Los comics de superhéroes y la historieta japonesa, desembarcada en occidente durante la década anterior, mantienen cautivo a su público. Trabajan en su ayuda los dibujos animados y, a veces, una eficaz interpretación de la vanguardia.* (De Santis: 1998)

¿De qué hablamos cuando nos referimos a la *historieta argentina*? ¿Qué significa que ésta muera, entre en crisis o desaparezca? A partir del pasaje por los textos y los relatos sobre lo que era, el lugar en que estaba la historieta argentina durante la década del noventa, encontramos una mezcla de cuestiones que implican al dispositivo como una industria cultural. De modo que cuando decimos *historieta argentina* no nos referimos aisladamente a dibujantes, guionistas, editoriales, diarios, lectores o kioscos de revistas, sino a todo eso en conjunto: analizar todas estas cuestiones implica la observación desde diferentes puntos de vista que en última instancia son todos lo mismo. Todas las piezas que forman parte del funcionamiento social de nuestra historieta se entremezclan e interinfluyen y mientras nos referimos a los dibujantes argentinos cuyos trabajos sólo eran requeridos en el exterior también deberíamos referirnos al nuevo lector, o al material a disposición en los puntos de venta en nuestro país. En estos términos resulta ilustrativo escuchar las voces de los propios integrantes del campo, entre otros, los dibujantes, guionistas y editores. Un lugar en que estas voces se hallaron en constante presencia durante los noventa, fue en *Comiqueando*, una revista que puede considerarse un *termómetro* de la situación de la historieta argentina durante la década. Se trata de una publicación de información general para el nuevo lector de historietas al que apelaba con su tono informal y despreocupado. Había sido durante los años 1986 y 1987 un *fanzine* sobre la historieta reproducido a través del fotocopiado. En el año 1994 reaparece en

---

<sup>1</sup> El término *fanzine* alude a aquellas publicaciones (llamadas autoediciones) independientes, de circulación alternativa, gratuita, de tiradas pequeñas y está construido a partir de la abreviatura de la frase *fanatic magazine*. El *prozine* es el *fanzine* que logra una calidad de edición mayor, aún sin llegar a constituirse en una revista comercial, ejemplos de esto son *Lápiz Japonés*, *El tripero* y *Turco*, Carlos Meglia, Cristian Montenegro, Carlos Nine, Ottoshonsohn, Elenio Pic, Miguel Rep, Juan Zanotto y los guionistas: Jorge Morhain, Robin Wood. *Suélteme*.

formato de revista mensual y se convierte en un éxito de ventas. Su último número impreso de ese ciclo salió a la venta en el mes de noviembre de 2001.

En la nota de *Comiqueando* n° 18 (diciembre de 1995), Andrés Accorsi (director de la revista y editor) se refiere a la crisis de la historieta argentina e invita a dibujantes, editores y guionistas a encontrar alguna alternativa o reflexión sobre la posibilidad de una recuperación.<sup>2</sup> En la introducción otorga un breve estado de situación:

*Las cosas no están bien para nadie, es cierto. Pero este año ha sido especialmente duro para los autores de la historieta nacional. Columba que no compra mas material, Italia que restringe los encargos a la Argentina, EE.UU. que todavía busca un piso a la caída de ventas iniciada en el '93 y la casi total ausencia de opciones generadas en el país para el mercado local han puesto al historietista argentino al borde de la extinción.*

Sentencia que la historieta argentina ha muerto e invita a responder una menuda pregunta acerca de su eventual resurrección. Este es un ejercicio que el editor efectúa, no sólo en esta nota en particular, sino en la mayoría de las entrevistas que realiza en *Comiqueando* a autores nacionales (sobre lo que volveremos mas adelante). Es innegable que Accorsi se refiere a una cuestión que circulaba en los discursos sobre el campo de la historieta argentina en la época, enrostrando a su modo la crítica situación del progresivo cierre de los espacios de publicación.

Las opiniones de los entrevistados giran en torno a un conjunto de cuestiones que vemos reiterarse: *la culpa* es de los editores o de los lectores. En general la presencia de una producción fuerte y constante (competencia de los autores) se da por sentada y el buen momento *creativo* no se cuestiona en absoluto. De este modo, las respuestas se alternan entre: por un lado, la referencia a la falta de editores, de espacios de edición, de apuestas comerciales a la historieta, y por otro la falta de sensibilidad de los lectores/consumidores, que sólo compran/leen productos extranjeros masivos. Ante esta realidad de lectores adictos al manga y a los superhéroes norteamericanos, algunos optarían por dejarse llevar por la marea sin plantear una alternativa (produciendo una historieta como *Cazador*). Asimismo, en un número considerable de respuestas, se enuncia que la historieta argentina no está muerta y se vislumbra una diferenciación entre las instancias de esta industria cultural (autor, editor, distribución, venta, etc.), planteando la relativización del problema. La situación contextual también es un fuerte factor considerado, dentro de la generación de ausencia de consumo y edición y de las dificultades económicas a la hora de optar por comprar una historieta del ciudadano común. Frente a esto, la esperanza siempre está puesta en las nuevas generaciones, la libertad creativa y los canales alternativos de producción y distribución. La falta de editores, es decir la falta de un eslabón en la cadena, es suplida por los propios productores que editan su material además de producirlo. Un índice de la crisis también se encuentra en las palabras de los entrevistados ante la falta de un referente, de una revista que nuclea a diversos autores, tanto consagrados como emergentes, como había sido *Fierro* en la década anterior. Por otro lado, se reitera la mirada apocalíptica de que el consumo y el gusto por las historietas fueron reemplazados por otros medios como la televisión, el video, el cable.

Esta idea apunta al reemplazo de un dispositivo *menos evolucionado* por parte de otro *mas evolucionado*, que seduciría con su atractivo de novedad al consumidor. Éste, como un niño con un juguete nuevo, lanzaría por el aire la revista de historietas para ocupar el lugar vacío en sus manos con un joystick. Esa idea puede remontarse a un pasado lejano, por ejemplo, en el que la fotografía dejaba sin sentido la existencia de la pintura. Sin embargo la pauta ha sido que los nuevos dispositivos no llegan para reemplazar a otros previamente existentes.

Opuestamente, complejizan la escena, interactúan y se constituyen en una diversidad de usos particulares que en muchos casos no se relacionan con los prefijados por el inventor/creador/vendedor.

En la serie de entrevistas que realizó Accorsi a diversos integrantes del campo de la historieta argentina fueron recolectadas muchas visiones sobre su situación crítica. Mientras él habla de *muerte*, los entrevistados dan con sus respuestas y comentarios un panorama de la realidad del productor en el mundo de la historieta.

---

<sup>2</sup> Los consultados son: los dibujantes Patricia Breccia, Mauro Casciolo, Agustín Comotto, Alfredo Falugi, Pablo Fayó, Lito Fernández, Luis García Durán, Lucas, Alberto Macagno, Leonardo Manco, Marinero Turco, Carlos Meglia, Cristian Montenegro, Carlos Nine, Ottoshonsohn, Elenio Pic, Miguel Rep, Juan Zanotto y los guionistas: Jorge Morhain, Robin Wood.

Por su parte el guionista Carlos Trillo, entrevistado en el primer número de *Comiqueando*, se refiere a la realidad de aquellos autores que producen para el exterior y la dificultad (o imposibilidad) de producir para el mercado local. A propósito afirma él mismo:

“...Ahora estamos haciendo un número monográfico especial, dividido en tres partes de 32 páginas y lo vamos a sacar acá en un comic-book a color, con todos los chiches, coloreado por computadora por Meglia, muy lindo. Quedó un trabajo muy interesante... y lo vamos a probar. Para nosotros es un mercado nuevo. En realidad, hacemos todos estos experimentos con el comic en la Argentina porque los materiales ya los tenemos.<sup>3</sup> Yo creo que iniciar una aventura de sacar revistas de historietas basadas en el mercado local hoy por hoy es algo muy arduo. Las tiradas son muy chicas y... (...) Si te tenés que sentar a producir material y le calculás el costo por página, es muy difícil que puedas sólo para una revistita que sale en Buenos Aires y vende 3000 ejemplares. La ecuación venta/público/autor/costos y todo eso nunca te da. Tenés que trabajar con costos muy bajos y te quedan revistas de una producción muy económica pero feas de ver...”

Estas dificultades de las que habla Trillo se relacionan directamente con las dificultades de edición que devenían de la recesión económica, los altos costos de producción y la imposibilidad de competir con los productos importados. En este sentido, muchos autores se refieren a la falta de editores en Argentina y al caso particular de la crisis de la editorial *Columba*. Robin Wood, que si bien fue un prolífico productor y de cuyos guiones se publicaron innumerables historietas en nuestro país, al momento de ser entrevistado, en el año 1994, producía casi exclusivamente para el mercado italiano. Habla en su entrevista de los malos manejos en *Columba* durante la que fue su decadencia:

“Acá hay un gran mercado, lo que pasa es que ha sido muy mal manejado. Este último giro de *Columba* ha sido, en mi opinión, un disparate total. Es algo que todavía no consigo entender cómo lo han hecho. Se puede ir agregando, cambiando, pero todo tiene que ser un proceso paulatino. No se puede cambiar todo de un día para el otro como hizo *Columba*”

En un sentido similar al de Wood, el dibujante Carlos Meglia, se refiere a *Columba*, pero en el marco de una crisis mas general, la de la situación económica nacional y la competencia de las publicaciones extranjeras y sus bajos costos, en tono consternado afirma:

“Es un caos. Un caos. Yo creo que acá se tiene que revertir la cosa como está pasando en Italia. La historieta se fue haciendo muy popular, peor tan popular que se fue haciendo en papel muy berreta, todo muy berreta para que esté al alcance del público. Si un tipo tiene cinco pesos, se puede comprar una revista o un kilo de carne ¿y que va a comprar? Hasta que no salgamos de este problema económico que estamos pasando y que yo considero que es un problema grosso, aunque todos digan que estamos re-bien, esto no se va a revertir. Mirá a *Columba*. Está haciendo lo posible por volver a vender poco. No están vendiendo nada. Están desesperados. Eso no puede ser, es terrible. Es un momento malo. Y encima llegan de España, por dos mangos, revistas con unas tapas impresionantes, 120 páginas, papel ilustración y que sé yo... por dos mangos. No se puede competir con eso. Ese es el problema.”

Juan Sasturain, guionista y editor, va a insistir con la cuestión recurrente de la falta de espacios de edición:

“Porque no hay ningún editor que se ponga las pilas ni que vea el negocio. La posibilidad de hacer cosas que no sean negocio es cada vez menor. Yo creo que acá se podría hacer una revista que no sea negocio. Yo la haría pero en este momento tampoco tengo energía para decir “me pongo a hacer eso”.

Como puede observarse, el tema de la industria local, las dificultades de edición y los malos manejos de las editoriales son los problemas fundamentales, de acuerdo a las palabras

---

<sup>3</sup> Trillo hace referencia a la publicación en Argentina de la su historieta (dibujada por Carlos Meglia) *Cybersix*, que había sido editada previamente en Italia.

de los propios autores. También se evoca la figura del producto importado como una competencia difícil de combatir, lo cual tal vez no sólo se generaba por la paridad cambiaria en nuestro país, que permitía la importación masiva de historietas del extranjero, sino también por los aspectos referidos al gusto del lector. Los grandes consumidores de historieta, en su mayoría adolescentes, compartían el interés por una serie de productos que se les ofrecían y promocionaban incesantemente. En este lugar, es indudable la contribución de *Comiqueando*. Cacho Mandrafina, dibujante argentino de trayectoria, también habla de los condicionamientos generados por la industria local y la competencia del material extranjero:

“(…) el mercado es chico y con pocas posibilidades de desarrollarse seriamente. Siempre me extrañó que un lugar con tanta producción de historietas, con la enorme cantidad de dibujantes de historietas que hay acá, con tradición historietística propia, no tenga por lo menos un canal masivo, como lo fue Columba en una época. Por ahí el problema es el costo. El material extranjero es tan barato que resulta mas fácil comprarlo que encargarlo a dibujantes de acá, que necesitan un precio para sobrevivir y para hacer posible esa calidad. Porque la cuestión también pasa por ahí. Si a mí me pagan el triple, yo bajo mi producción a un tercio y seguramente va a ser mejor. Por ahí también pasa la cosa.”

Eduardo Riso se refiere a las cuestiones mencionadas previamente sobre las crisis económica y la falta de editores, pero también a un tema que se repite en las diversas opiniones: el de la aparición de nuevos dispositivos que apartan la atención del consumidor de las revistas de historieta:

“Yo creo que hay una crisis, pero no se si es propia de la historieta o si es una crisis global. Se fueron sumando varias cosas: la expansión de la computación, el video, la tele, y los pibes que, por lo menos en este país, cada vez leen menos. Y además está la crisis económica, que hace que tengas que elegir entre comer o comprar la revista y, obviamente, elegís dejar la revista. Respecto del mercado nacional, creo que nos falta un referente mas autóctono, como en su momento fue Fierro. (...) hace falta un editor. No hay editores. Yo supongo que sacar una revista debe ser caro, debe ser difícil recuperar los costos. Y encima está el bombardeo del exterior. Hoy, sacar una revista significa competir con las publicaciones de EE.UU. que aparecen acá un día después que allá. ¿Cómo hacés? Necesitas una campaña publicitaria que te respalde y eso sale caro. En la época en que salió Fierro no había una entrada tan masiva de material del exterior. Acá materia prima hay, pero evidentemente debe ser muy difícil editar bien en el país ”

Finalmente, el comentario de Maitena se centra en la cotidianeidad del dibujante, preso de una realidad de inestabilidad constante, dada por las dificultades de la edición:

“(…) en eso me llaman de Para Ti y me ofrecen una página de humor (...) Mas que un desafío, lo acepté por una cuestión de necesidad económica. Era un trabajo en una editorial importante, en una revista que salía todas las semanas hacía 85 años... o sea que no se iba a acabar. El problema típico del historietista es que las revistas mueren y uno va por ahí, cambiando de revistas. Y era la posibilidad de trabajo con continuidad. Yo, madre de dos hijos, estaba un poco agotada y necesitaba urgente meterme en algún lugar un poco mas seguro que el under para trabajar.”

En lo que respecta a los autores emergentes o nuevos durante la década, se produjeron, como fue dicho, algunos nucleamientos. Por su parte el grupo que devino en editorial *La Productora* relata la situación de inestabilidad en la publicación planteada por Maitena, describiendo una alternativa posible para la autogestión: la edición de historias autoconclusivas. Apostaron a los números únicos con una buena calidad de papel e impresión. En una entrevista realizada por Accorsi a algunos integrantes del grupo, ellos se refieren a la situación de los nuevos autores en el marco de la crisis local:

“Los mejores artistas son los que están trabajando para afuera, o los que no están haciendo nada. No hay punto de comparación entre lo que podemos hacer nosotros y lo que podrían hacer un Trillo, un Mandrafina los grandes. Pero somos nosotros los

que estamos haciendo algo porque vuelva a existir un mínimo mercado. (Diego Agrimbau) (...) para los autores consagrados, el trabajo de la autoedición es un problema. Para nosotros, es una necesidad. Esa es la única manera que tenemos de ver publicadas nuestras historietas. (Cristian Mallea) (...) Además, es gente que se formó cobrando. Nosotros nos tenemos que formar editando, pagando. Para nosotros, hacer historieta es sinónimo de hacer revistas, con todo lo que eso implica. (Jok) (Comiqueando, nº 54, 2001)

Por otro lado, y con una búsqueda completamente diferente desde lo temático y lo estilístico, se halla el grupo de autores que editó la revista *Cazador*. Al interior de la misma editorial *La Urraca*, que durante los ochenta había publicado *Fierro*, revista de antología al estilo europeo, comenzó a editarse este comic-book, formato de revista al estilo superheróico norteamericano (el tipo de producto más consumido en ese momento). Explicando la razón de ser de un comic como *Cazador*, Mauricio Cascioli, dibujante afirma en otra entrevista de *Comiqueando*:

“Yo creo que los pibes de ahora no leen buenos comics, leen mucho de lo que viene de afuera, -que a mi no me gusta salvo pocas excepciones- y como no tienen sensibilidad, se dejan llevar por lo impactante, lo fuerte y lo chocante- Yo no estoy para nada de acuerdo, pero creo que nosotros no vamos a cambiar nada haciendo una historieta y bueno... decidí acoplarme a la masa, a la mayoría de los pibes y hacer algo especial para ellos -aunque no estoy de acuerdo-. Como no podemos contra el enemigo, vamos todos con él. Por eso hacemos una revista muy violenta y agresiva, especial para los jóvenes de los '90 ”(Comiqueando, nº 18, 1995)

Ambos grupos con diferencias entre sí, se autodefinen como los *nuevos redentores* de la historieta argentina. Ponen su propia actividad como un ejemplo de *lo que hay que hacer* para salvar al comic nacional. En un sentido es válida la palabra de los autores que hablan de problemas y soluciones desde adentro, es decir en plena actividad de autogestión. Hablan desde el hacer, producir y crear nuevas situaciones que revitalicen el consumo de la historieta argentina. Ariel Olivetti (dibujante de *Cazador*) responde a la pregunta de Accorsi sobre las alternativas para la resurrección del comic argentino:

“Y, no sé. Más de lo que hicimos nosotros, no sé. Cada uno tendría que hacer algo parecido a lo que hicimos nosotros con el *Cazador*. Es la única: producir y bancarse la que venga. Nosotros nos bancamos, por ejemplo, laburar un año sin cobrar un mango. Si todos trataran de ocupar espacios... nosotros ocupamos un espacio que estaba vacío. Esa es una fórmula infalible. Ahora está faltando una revista *Mad* en Argentina, por ejemplo ”

En su editorial del número 30 (noviembre de 1997) de *Comiqueando*, Accorsi se refería al fenómeno que se vivía en nuestro país en el mundo de la historieta con la importación (cuestión que excedía a este campo y que se trasladaba al consumo de los argentinos en general). Nos da un panorama de la presencia concreta de un mundo de comics diferente, nuevo, importado:

“El proceso que estamos viviendo es el de una apertura fenomenal. Hoy podemos tener todos los comics americanos dos días después de su aparición en los USA, todo el material que se edita en España (es decir, algo de material europeo, toneladas de superhéroes y toneladas de manga) con pocos meses de diferencia, cientos de dibujos animados distribuidos en decenas de canales de espacios dedicados al comic en programas de radio de gran popularidad, horas y horas de cine y series de culto a televisión por cable, decenas de líneas de muñecos basados en comics en todas las jugueterías del país, cines que estrenan películas de *Star Trek* a pedido de los fans, numerosos clubes de juegos de rol y card games y la nada despreciable cifra de cuarenta y pico de comiquerías en todo el país. Evidentemente, si alguien me hubiese vaticinado este panorama hace diez años, lo habría mirado totalmente desconcertado, para luego recomendarle (a modo de un *Doctor Miróli* fuera de época) un buen tratamiento para dejar las drogas. Ahora bien, las cosas se han dado de tal modo que toda esta fabulosa panacea ha tenido un costo altísimo: nuestra identidad. Cualquiera de los muchos artistas, editores, comerciantes o fans

extranjeros que visitarán Fantabaires podría inferir -con sólo observar los comics que compramos, las películas que miramos, los temas que tocamos en las charlas- que todo esto no está pasando en Buenos Aires, sino que ha sido engañado y transportado a San Diego, Barcelona, Londres o Tokio.”

#### Comentario final

(...) la situación ha registrado cambios importantes, también en la Argentina, con el surgimiento de las librerías especializadas y “clubes del comic”, pero su funcionamiento depende por ahora de una demanda aún novedosamente fragmentada y que se pone mayoritariamente en fase con la gran producción internacional. No hay ya un saber compartido acerca de la historieta, que asocie como en otro tiempo experiencias de lector relacionadas con la entrada a la narrativa de aventuras con hábitos de lectura estables y ejercidos a lo largo del tiempo por distintas generaciones. (Steimberg: 2000)

Como ya fue explicado, al analizar la historieta argentina de los noventa, partimos de una combinación de factores determinantes para su funcionamiento social como productos de una industria cultural. En el caso analizado, estos factores no sólo tienen que ver con el ingreso de productos del extranjero, sino también con la imposibilidad de publicar y producir para el mercado específicamente local. Mientras los consumidores en nuestro país leían productos importados de editoriales y autores extranjeros, los autores locales vendían sus productos a editoriales foráneas. La imposibilidad de editar y consumir historieta local (cuya calidad en términos de producción nunca estuvo en juego) produce también la pérdida de una cierta tradición en el consumo historietístico de nuestro país, que se relacionaba con el gusto del público por ciertos géneros y estilos particulares que llegaban al kiosco de revistas todas las semanas.

Todas estas cuestiones son enunciadas por las voces que fueron traídas a este escrito, algunos lo comentan con cierta nostalgia de lo que había sucedido en otros tiempos y ya no ocurría, otros algo obnubilados por la llegada masiva de revistas del exterior. La muerte de la historieta argentina frente a la situación planteada se construye fragmentariamente en los testimonios, que transmiten y muestran esta idea, relacionada con la crisis y que circulaba incesantemente en los metatextos de la época.

Juntamente con los cambios en la situación socio-económica se produjeron en la siguiente década algunas modificaciones graduales que alteraron la situación de la historieta argentina en el nuevo milenio. Una consecuencia inmediata de la caída de la convertibilidad fue la interrupción de la llegada masiva de revistas extranjeras. Con el paulatino crecimiento económico, el consumo en el mundo de la gráfica subió y permitió la edición de nuevos productos. Por su parte, los nuevos autores, gracias a la extensión del uso doméstico de Internet, comenzaron a circular sus comics allí, constituyendo un lugar alternativo de edición con respecto al habitual circuito de publicación. Con el crecimiento de esta tendencia, algunas páginas web y blogs se ubicaron como referentes de la nueva historieta argentina con un gran éxito en términos de visitas por parte de los internautas. Mas tarde con la recuperación de la economía y el consiguiente aumento del consumo, muchos autores y editores pudieron volver al papel y editar libros y revistas que hoy vemos en los kioscos en la calle. Esta recuperación se vio por ejemplo en el caso de *Comiqueando*, que habiéndose convertido en una revista *on line* luego de la crisis de 2001, pudo volver a publicar en papel una diversidad de productos. La revista *Fierro*, por su parte, volvió a aparecer en los kioscos en el año 2006 (dirigida una vez mas por Juan Sasturain). Muchos de los autores de *La Productora* -que sigue en funcionamiento- hoy se nuclean en el blog *Historietas Reales* que se convirtió en un éxito de lectores, habiendo realizado muestras en espacios como el del Centro Cultural Recoleta y publicando en papel recopilaciones individuales y grupales de sus historietas (a través de la nueva editorial gestionada por los antiguos editores y colaboradores de *Comiqueando*, llamada *Domus Editora*). Como se esbozó brevemente aquí, la situación de la historieta argentina en los noventa cambió en la década siguiente considerablemente y nos atrevemos a decir que en una dirección positiva. Las influencias externas al propio dispositivo, como la situación económica del país, no dejaron de incidir en su funcionamiento social, siendo que de algún modo la gradual recuperación de la industria nacional también incluyó a la industria historietística. De todos modos, existe una diversidad de determinaciones sobre el dispositivo historietístico a analizar; en el presente escrito sólo se consideran algunas, siendo muy vasto el camino a recorrer, que apenas se ha iniciado.

## Bibliografía

### Libros:

- DE SANTIS, PABLO. *La historieta en la edad de la razón*. Buenos Aires: Paidós, 1998
- GOCIOL, JUDITH-ROSEMBERG, DIEGO. *Historieta Argentina: una historia*. Buenos Aires: De la Flor, 2001.
- RIVERA, JORGE. *Panorama de la historieta en la Argentina*. Buenos Aires: Libros del Quirquincho, 1992.
- SASTURAIN, JUAN. *El domicilio de la aventura*. Buenos Aires: Colihue, 1995.
- SCOLARI, CARLOS. *Historietas para sobrevivientes. Comic y cultura de masas en los años 80*. Buenos Aires: Colihue, 1999.
- STEIMBERG, OSCAR. *Leyendo historietas*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1977.

### Artículos:

- ACCORCI, ANDRES. "La crisis de la historieta argentina". Revista *Comiqueando* N°18. Diciembre de 1995. Comiqueando Press. Buenos Aires.
- AGRIMBAU, Diego. *Sobrevivencia de la historieta argentina 1992-2002*. Revista Trampas de la comunicación y la cultura. N°11. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP. 2003. La Plata.
- STEIMBERG, OSCAR. "La nueva historieta de aventuras: una fundación narrativa". *Tebeosfera Argentina*. 2000. [en línea] [www.tebeosfera.com](http://www.tebeosfera.com) (último acceso mayo 2008).
- VÁZQUEZ, LAURA. "La industria de la historieta argentina en el último cuarto del siglo XX". 2002 [en línea] [www.tebeosfera.com](http://www.tebeosfera.com) (último acceso mayo 2008).
- VON SPRECHER, ROBERTO. "Ejemplo de campo: la historieta realista argentina". En: Von Sprecher (coord.) *Teorías sociológicas. Introducción a los contemporáneos*. Córdoba: Brujas, 2007.
- VON SPRECHER, ROBERTO, WILLIAMS, JEFF. *El campo de la historieta realista en argentina: la revista Comiqueando y la trayectoria del campo en los noventa*. XXXVI Jornadas de Estudios Americanos. Asociación Argentina de Estudios Americanos. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad Nacional de Tucumán. Septiembre 2002.
- Hitos*. *La revista de historieta Fierro vuelve a los kioscos*. Página 12 On line [en línea] [www.pagina12.com.ar](http://www.pagina12.com.ar). (último acceso junio 2008).
- Entrevista a Carlos Trillo por A. Accorsi. Revista *Comiqueando* N° 1. Mayo 1994. Comiqueando Press. Buenos Aires.
- Entrevista a Robin Wood por A. Accorsi. Revista *Comiqueando*. N°. Julio 1994. Comiqueando Press. Buenos Aires.
- Entrevista a Carlos Meglia por A. Accorsi. Revista *Comiqueando*. N° 6. Octubre 1994. Comiqueando Press. Buenos Aires.
- Entrevista a Cacho Mandrafina por A. Accorsi. Revista *Comiqueando*. N° 11. Abril 1995. Comiqueando Press. Buenos Aires.
- Entrevista a Juan Sasturain por A. Accorsi. Revista *Comiqueando* N° 13. Junio 1995. Comiqueando Press. Buenos Aires.
- Entrevista a Ariel Olivetti por A. Accorsi. Revista *Comiqueando* N° 16. Octubre 1995. Comiqueando Press. Buenos Aires.
- Entrevista a Quique Alcatena por A. Accorsi. Revista *Comiqueando* Enero/Febrero 1996. Comiqueando Press. Buenos Aires.
- Entrevista a Eduardo Risso por A. Accorsi. Revista *Comiqueando* N° 22. Julio 1996. Comiqueando Press. Buenos Aires.
- Entrevista a Maitena por A. Accorsi. Revista *Comiqueando* N° 47. Septiembre 2000. Comiqueando Press. Buenos Aires.