

DIGITALIZACIÓN. LOS BLOGS DE HISTORIETAS. EL CASO DE “HISTORIETAS REALES”

ROBERTO HÉCTOR VON SPRECHER Y JOSÉ MANUEL PESTANO RODRÍGUEZ

RESUMEN

Luego del cierre de la industria argentina de historietas, en los noventa, y la crisis de 2001-2002, el campo de la historieta local se reconstituye a partir de las historietas independientes publicadas en blogs en Internet. El sitio más importante, *Historietas Reales*, implica un cambio en el modo de producción, edición, circulación y consumo y un método que permite a los creadores producir obra con una libertad narrativa y gráfica como no existiera anteriormente. La generación de autores formada en la historieta independiente, más que desplazar a *lo viejo* en el campo, ante la quiebra de la industria, va a pasar a ocupar directamente el espacio de *lo nuevo*.

Palabras clave: historietas - digitalización - renovación - autonomía

ABSTRACT

After the closing of the Argentine comic industry, in the 90s, and the 2001-2002 crisis, the field of the local comic is reconstituted from independent comic published in internet blogs. The most important site, *Historietas Reales*, imply a change in the way of production, edition, circulation and consumption and a method that allows the creators to produce work with a narrative and graphical freedom as it would not exist previously. The generation of authors formed in the independent comic more than to move *the old* in the field, with the industry closing, is going to directly occupy the space of *the new*.

Keywords: comics - digitization - renovation - autonomy

SOBRE LOS AUTORES

Roberto von Sprecher. Doctor en Ciencias de la Información. Profesor de Teorías Sociológicas y del seminario de Sociología de la Historieta (Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba). Director del equipo de investigación ECI- SECYT UNC, Estudios y Crítica de la historieta argentina y de la revista del mismo nombre (www.historietasargentinas.wordpress.com). Ha publicado textos sobre el tema en diversos medios académicos. Autor del libro *El Eternauta: la sociedad como imposible*. Coeditor y coautor de *Héctor Germán Oesterheld: de El Eternauta a Montoneros*. Correo electrónico: rvonsprecher@yahoo.com.ar

José Manuel Pestano Rodríguez. Doctor en Ciencias de la Información. Profesor de Comunicación Social en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de La Laguna, Tenerife, España. Sus líneas de investigación se refieren al papel de los medios de comunicación en la sociedad, educación y tecnologías emergentes. Ha participado y dirigido varios proyectos y tesis doctorales relacionados con estas cuestiones; también ha publicado artículos e informes de investigación sobre estos temas en revistas académicas europeas. Correo electrónico: jpestano@ull.es

DIGITALIZACIÓN. LOS BLOGS DE HISTORIETAS. EL CASO DE “HISTORIETAS REALES”

ROBERTO HÉCTOR VON SPRECHER Y JOSÉ MANUEL PESTANO RODRÍGUEZ

1. INTRODUCCIÓN

La digitalización, que incluyó fenómenos como la informática, la proliferación de las computadoras personales e Internet, ha afectado, directa o indirectamente, a casi todos los aspectos de la actividad humana. También ha constituido y constituye un factor importante en la modificación del campo de la historieta argentina.

Nos detendremos en los cambios que la digitalización ha contribuido a producir en el interior del campo de la historieta. Brevemente nos referiremos a cómo se altera el trabajo de los productores culturales reales, guionistas y dibujantes, a partir de la disponibilidad e intrusión de nuevas tecnologías digitales; con mayor detenimiento revisaremos cómo la publicación de historietas en Internet resulta clave en la modificación de las formas de producción, edición, circulación/distribución y consumo, y el cambio de los modelos de la desaparecida industria local de historietas.

2. INTERNET E HISTORIETAS

En este apartado, nos concentraremos particularmente en las transformaciones del campo local a partir de la multiplicación de los blogs de historietas en Internet. Antes recordemos que tanto la digitalización como la proliferación de las computadoras personales y la extensión de las redes informáticas, entre otros factores, han modificado, de manera diferencial según las condiciones de cada país o región, los modos de producción, edición, distribución/circulación, consumo, como asimismo de los mecanismos y las instancias de consagración del campo de la historieta.

En el trabajo de los productores culturales reales, la comunicación por Internet ha fomentado un trabajo de mayores contactos, interacción, intercambio y cooperación en la tarea de guionistas y dibujantes, en contraposición al período en que existió una industria cultural de la historieta en Argentina, cuando era raro el trabajo cooperativo. La nueva forma de funcionamiento del campo, que se forja con la historieta in-

dependiente, en papel o en blogs, suele seguir parcialmente vigente en algún grado cuando hoy se trabaja para las nuevas empresas, pequeñas editoriales por lo general, y para los diarios. Sin embargo el modelo industrial persiste como el central en los países del primer mundo, para los cuales trabajan muchos de los dibujantes y algunos guionistas argentinos.

Los nuevos recursos tecnológicos informáticos han facilitado la producción de cambios, con diversa intensidad, particularmente en el trabajo de los dibujantes. Algunos, cada vez menos, siguen trabajando con exclusividad sobre papel, de manera analógica, en un extremo de las formas posibles del dibujo de historietas, aunque deben escanear sus imágenes y pasarlas a soporte digital para su publicación. La mayoría utiliza una base de dibujo a mano sobre papel, eliminando a veces el pasado a tinta, que puede ser realizado en forma digital, empleando tanto tableta, lápiz ópticos, pantallas sensibles, como distintos programas –*software*– particularmente aplicables al caso. En otro extremo de las formas posibles desaparece el original en papel en cuanto todo el dibujo es realizado con lápiz óptico.

En los Estados Unidos de Norteamérica y otros países suele utilizarse la denominación *webcomics* para referirse a las historietas publicadas en Internet. En Argentina se utilizan las denominaciones *historietas digitales* o *blogs de historietas*, rara vez traducidos como *bitácoras*.

El caso de los Estados Unidos, como el de otros países del primer mundo, resulta muy diferente del de la Argentina, a partir de que en aquellos continúa, en mejores o peores condiciones, existiendo un buen número de empresas dentro de lo que podríamos llamar la “industria cultural del cómic”. A partir de esas condiciones y de las restricciones que la industria impone a los productores culturales reales, publicar en Internet aparece como una alternativa a dichos condicionamientos. También permite, a algunos autores, vivir de la publicación en línea, cosa que no sucede en la Argentina:

(...) sostenemos (...) que la tecnología digital ofrece nuevas vías para la experimentación estética a los artistas del cómic y que Internet ha permitido a algunos de esos artistas una modesta prosperidad que hubiera sido imposible sin ella como medio de distribución. El beneficio obvio de Internet como un medio de distribución para muchos artistas de la web es la libertad para producir *comics* que el grueso de la industria y de la audiencia rechazaría” (Fenty, Houpp y Taylor 2004: 2-3).

En esas condiciones consideran los autores citados que los *webcomics* están conectados con el *comix underground* de los sesenta y setenta y que se centran en temáticas, creadores y consumidores conectados con la subcultura “*hacker-geek*” y temas relacionados con la computación”, como con el reclamo de *softwares* de código libre (ídem: 5).

De cualquier manera, desde que Fenty, Houpp y Taylor (2004) escribieran el artículo citado a la fecha, han crecido en Estados Unidos los sitios web que no se conectan con esa subcultura, sino como una forma de publicación y de lograr visibilidad

para aquellos que aún no se han insertado en la industria; incluso para las propias editoriales funciona como promoción y existen un número extenso de páginas y blogs dedicados a difundir novedades, realizar críticas, e incluso ofrecer cómics a los navegantes para su descarga.

En la Argentina, en cambio, la historieta digital, las historietas publicadas en blogs, fenómeno que no comienza pero crece desde fines del 2005, ha tenido consecuencias estructurales sobre el campo de la historieta que sólo se pueden entender en relación con particulares condiciones de producción que incluyen la crisis de la industria nacional de historietas y las crisis socioeconómica del país, especialmente en 2001-2002. Nos detendremos brevemente en esas condiciones.

Con el final de la dictadura se produjo un proceso de renovación en la industria y creación locales –iniciado en las publicaciones de humor– que no logró extenderse en el tiempo. Se destacó la revista *Fierro*, que publicó a creadores ya consagrados, creando un espacio –el suplemento “Óxido”– para los nuevos artistas e incluyendo algunos de los creadores más experimentales de esa época, como también la publicación de parte de las historietas europeas prohibidas durante la dictadura. Sin embargo, al cerrar en su número cien la tirada de *Fierro* rondaba los tres mil ejemplares, un anticipo de lo limitado que las cifras de publicación iban a ser en el futuro. La conformación de los lectores ya estaba mutando.

Durante la dictadura se habían ido acumulando, como inéditos o cuasi-inéditos, creadores de un extendido rango de edades, que al acabarse el régimen militar editaron una multitud de revistas y fanzines, tanto en Buenos Aires como en el interior del país; muchas provincias tuvieron su primera revista de historietas realistas, pero casi sin excepción desaparecieron con la hiperinflación de 1989. En los noventa, con la profundización del neoliberalismo y la apertura en condiciones desiguales a los mercados globales, el cierre de toda la industria cultural de la historieta local fue correlativo a la crisis y reducción masiva de la industria nacional. Varios factores confluyeron en esa crisis:

- (a) La pérdida de poder adquisitivo o del trabajo de sectores bajos altos y medios bajos que habían posibilitado, como lectores, que durante varias décadas, aunque en forma declinante, la industria de historietas argentina realizara grandes tiradas y exportara a otros países de Latinoamérica. Ese tipo de consumidores desaparece.
- (b) El ingreso, a partir de la paridad del peso con el dólar y la apertura aduanera, de revistas españolas, comercializadas a través de las comiquerías, con las cuales las publicaciones nacionales debieron competir en una relación desigual.
- (c) Modificaciones en los gustos de los nuevos lectores relacionadas con la extensión global de la oferta de las transnacionales del entretenimiento, en particular con la rápida extensión de la televisión por cable y la difusión global por cable del *animé*, dibujos animados japoneses que generalmente van acompa-

ñados por álbumes de manga. Consumidores identificados con las modificaciones estéticas y narrativas que suponen los sucesivos relanzamientos de superhéroes norteamericanos y la variedad de ofertas y formas de involucramiento que posibilita el manga y poco dispuestos a consumir historietas locales.

- (d) La importación incidió en la proliferación de comiquerías que sólo lateralmente ofrecen espacios de distribución a las ediciones y autoediciones nacionales. Estas comiquerías, “tiendas de cómics”, pero también tienda de juegos de rol, de remeras temáticas, de libros, de mercaderías relacionadas con la ciencia ficción, con el cine masivo, también tiendas de DVD o de series y películas en formato *avi* y similares, se basaron como tendencia en los productos importados.
- (e) El desajuste de quienes dirigían las editoriales industriales ante la nueva situación. Los *habitus* y el sentido práctico de los editores funcionaron a destiempo respecto de las nuevas condiciones objetivas, acentuándose la escasa autonomía del campo de la historieta realista respecto del campo económico.

Las variables citadas, entre otras, explican la desaparición de Columba (*El Tony*, *D'Artagnan*, *Fantasia*, *Intervalo*, etc.), La Urraca (*Fierro*), Record (*Skorpio* y otras) y El Globo (*Puertitas*). La desaparición de la tradicional industria editorial argentina de historietas es parte significativa de las condiciones de posibilidad y de producción de autoediciones independientes y distribución alternativa. Nos detenemos en estas cuestiones porque allí estaba la base de productores culturales reales, sobre todo en los miembros de AHI –Asociación de Historietistas Independientes–, que iban a renovar la historieta argentina en Internet luego de la crisis de 2001-2002.

La mayoría de los trabajadores profesionales, la hoy *vieja* –en cuanto hay una *nueva*– generación de dibujantes y guionistas, pasaron a trabajar para el exterior. La digitalización de las comunicaciones, Internet y el correo electrónico –luego las redes sociales– facilitaron el trabajo a distancia, trabajo en el cual también se involucrarán muchos dibujantes biológicamente más jóvenes pero generacionalmente ligados a la generación formada en la industria.

En el caso de las autoediciones independientes, que cobran significación al mismo tiempo que la pierden las editoriales, la importancia del capital económico es parcialmente reemplazada por la valoración de un capital estético y expresivo, aunque existan algunas tensiones –hasta hoy– en cuanto parte de quienes editan no profesionalmente en espacios alternativos se planteen llegar a vivir de su creación y, de hecho, algunos ya comenzaron a hacerlo. Se verifica que a menor importancia del capital económico, mayor autonomía del campo de la historieta y menores restricciones para la creación de los productores culturales reales, como también que a mayor importancia del campo económico, menor autonomía. Esta tendencia va a consolidarse con la extensión de la historieta digital.

Sin embargo, también habría que pensar, como plantea Bourdieu (1995), que para los nuevos ingresados al campo el defender la historieta no comercial no es más que la necesidad convertida en virtud; o sea, lo consideran lo más valioso, lo único que las condiciones imperantes del campo les permite hacer. Y, en todo caso, sus posturas heréticas respecto de las demandas y limitaciones comerciales pueden ser solamente una forma, en principio irreflexiva, de posicionarse en el campo, de distinguirse de las versiones dominantes, sobre el rol de guionistas y dibujantes, o de género y narración por ejemplo, y que finalmente aceptan jugar el juego que se lleva a cabo en el campo desde las posiciones que les son posibles de ocupar por el momento. A pesar de ellos, la ruptura con la generación anterior es definitiva.

Estas características de la región autónoma del campo van a seguir existiendo, con algunas variantes, pocos años después, cuando la historieta digital se vuelva importante. La autonomía tiene grados variables. Se produce un período de alta autonomía, con el auge de las autoediciones de mediados de los noventa hasta la crisis de diciembre de 2001; la crisis de la autoedición sigue a la de la producción industrial, pero sin embargo la autoedición sin estructuras complejas, o directamente sin ninguna estructura material especial, se recupera con cierta rapidez y vuelve a ser activa en el 2003 y en los años posteriores, tanto en soporte papel como en soporte digital en Internet.

Con las autoediciones, en especial en la web, los mecanismos de consagración se desplazan de las cifras de ventas masivas a las consideraciones de una estética particular con un complejo sistema, que incluye los comentarios de colegas y lectores, de sitios web especializados, encuentros, eventos, foros y en los últimos años redes sociales como Facebook, canales de comunicación a través de los que se contactan con fluidez creadores y consumidores y se producen reconocimientos, situación casi inexistente en el período anterior.

Recapitulando, consideramos que la edición de historietas independientes en papel sufre la crisis general de 2001-2002, pero con posterioridad a ella se produce una situación donde crecen las regiones autónomas, se quiebra el sistema existente de posicionamientos en el campo (de editores, guionistas y dibujantes, distribución/circulación, lectores...) y se constituye una *nueva* generación de productores culturales reales que efectúan una expansión de las formas de narrar y de dibujar historietas.

En el proceso de autonomización de regiones del campo tienen gran importancia los blogs, resultando central el sitio www.historietasreales.blogspot.com (hoy en www.historietasreales.wordpress.com) como espacio para la publicación de historietas independientes fuera de las normas del sistema de producción previo. Laura Caraballo, en su investigación, trabajó sobre un número aproximado de doscientos blogs entre los que sobresalía claramente *Historietas Reales* (Caraballo 2010: 5).

Historietas Reales nucleó a numerosos autores, conocidos y desconocidos, de Buenos Aires y del interior, parte de los cuales irían renovándose en el transcurso de sus

más de cinco años de existencia, con entregas diarias, con algunas excepciones alrededor de la temática autobiográfica.

3. EL MÉTODO HR

Federico Reggiani —guionista—, que en diciembre de 2005 comienza a publicar en el blog *Autobiógrafo*, con Francisco López —dibujante—, al cual se unirán pronto otros creadores hasta lograr una continuidad de entregas semanales, es también un investigador del tema y resalta los cambios que se producen con el nuevo espacio en las condiciones del campo. “Pensar una historieta sin considerar sus condiciones de publicación es un despropósito” (Reggiani 2008). El guionista asegura haber quedado sorprendido por el número y tipo de comentarios de los lectores clave en el crecimiento del blog:

(...) uno piensa siempre en el recurso tecnológico, pero lo que hace social a Internet es igual de importante (...) “Un hecho fundamental es que *Historietas Reales* nos dio un sistema de producción”, asegura Federico Reggiani, uno de sus impulsores, al analizar el devenir del blog colectivo. “Para producir, vos necesitás un modo de producción, que puede ser desde el ser empleado de un diario y tener que publicar un chiste todos los días, hasta ser escritor, estar siete años con una novela y después publicarla”, ejemplifica. “Sea lo que sea, necesitás un método.” El medio digital, señala Reggiani, fue central en la constitución de este método. “Es Internet puro, no se me ocurre qué otro medio podríamos haber armado para generar una publicación semanal que no nos fundiera económicamente” (...) el blog permitió a muchos creadores completar una obra sin pensar en el papel, pase que era reclamado por los lectores. Y considera que es “la confirmación de que es posible generar obra sin industria (...) me parece que durante mucho tiempo teníamos un solo modo de producción: una revista que te contrataba. Una cosa como *H.R.* te hace pensar que vos podés generar historieta” (Valenzuela 2009b: s/n).

Muy pronto, las visitas al blog fueron superiores a las mil diarias, y en algunas entregas los comentarios de los lectores rondaron los cien. Si bien la difusión y el crecimiento fue boca a boca, “*mail a mail*”, antes de los tres meses de existencia, un periodista de un diario porteño daba cuenta de que se estaba produciendo algo importante: “Así es como, desde hace diez semanas, *Historietas Reales* se ha transformado en el medio más activo del género, en un país que siempre supo tener al menos una revista de historietas donde las nuevas generaciones podían ir a golpear las puertas para publicar sus trabajos” (Pérez 2006: s/n).

El pedido de los lectores del blog de que se editaran versiones en papel fue satisfecho inicialmente por la editora *Domus*. Algunos de los autores trabajan hoy para medios impresos importantes, como Max Aguirre (*La Nación*, *Billiken*), ganaron premios y, como tendencia, casi la mitad de quienes publican en la segunda época de la revista *Fierro* provienen del blog. También comenzaron a participar de exposiciones

colectivas o individuales en centros culturales y museos. Según considera Laura Caraballo (2010: 6): "Estos sucesos dieron una visibilidad pública (...) 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".

En la actualidad, cuando lo *nuevo* aparece relativamente consolidado y se han modificado las normas centrales, los agentes, criterios y mecanismos de consagración no se refieren sino secundariamente a las cifras de ventas masivas e incluyen agentes, consideraciones y discusiones que circulan en los comentarios en los blogs de historietas, en blogs especializados en crítica, en eventos, foros en Internet, e incluso en los espacios de investigación universitarios, entre otros canales de comunicación en los que suelen contactarse con cierta fluidez creadores, consumidores, estudiosos, editores, etc., situación inexistente en períodos anteriores. Estos espacios de intercambio son un indicador de la conciencia y reflexión de los miembros del campo y consecuencia de la existencia de regiones de autonomía que favorecen la renovación creativa.

Sin embargo, aquellos que lograron pasar a trabajar en forma rentada se encuentran con restricciones que son características de la relación patrón-empleado y tienen reminiscencias de lo que ocurría en el tiempo en que existía una floreciente industria nacional. Ángel Mosquito compara la forma de trabajo en *La Productora*, una editora independiente, y en *Historietas Reales*, con su inserción en la revista *Fierro*, editada como suplemento del diario *Página/12* y en el diario *Tiempo Argentino*:

"Vos estás acostumbrado a trabajar de manera muy libre, apenas limitado por una cantidad de páginas, pero sin condicionamientos estéticos o políticos, y a mucha gente de mi generación le está costando hoy trabajar con condicionamientos editoriales, sobre todo a nivel temático (...) Claro, en *Tiempo Argentino* no puede aludir a las drogas, el sexo ni escapar por la vertiente escatológica". Para las pruebas iniciales, cuenta, re-hizo una tira de *El Granjero de Jesús*, sobre "una mina que tomaba *merca* y aprovechaba el papelito para hacer historietas". Obviamente le dijeron que, de eso, nada (en Valenzuela 2011: s/n).

Estamos ante un campo complejo que no se construye sólo alrededor de la producción, circulación, venta y consumo de ediciones en papel, dado que los espacios en Internet son cada vez más significativos, con regiones más o menos autónomas y otras que dependen de los mercados nacionales y del mercado internacional, aunque desde la mundialización de la historieta de autor y de experiencias de ediciones independientes, de espacios de discusión teórica y crítica, podemos verificar que la autorreflexión y algún grado de autonomía también se producen en el campo global de la historieta.

En el nuevo estado del campo de la historieta argentina, los *nuevos*, que buscan reconocimiento local, saben que es difícil obtenerlo en forma temprana a través de

la masividad, y buscan a *otros* que los reconozcan: pares, críticos, lectores que suelen reunirse en redes virtuales y en eventos, todo lo cual implica un reconocimiento autónomo en lugar del heterónimo del mercado, aunque el peso del campo económico siempre está, aunque se haya reducido y exista una meta de profesionalizarse.

Ya hemos señalado que el cierre de la industria editorial también produce una alteración en los procesos de construcción de posiciones, de *lo nuevo* y *lo viejo*. Ante la desaparición de la industria, la historieta independiente más que desplazar *lo viejo* va a encontrarse casi súbitamente en la posición de *lo nuevo*, en unas condiciones de existencia totalmente distintas a las anteriores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOURDIEU, P. (1995) *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama.
- CARABALLO, L. (2010) "Historieta argentina: del fanzine al weblog", en <http://www.fba.unlp.edu.ar/news/SCYTEC/PDF/CARABALLO%202.pdf>
- FENTY, S.; HOUP, T. y TAYLOR, L. (2004) "Webcomics: the influence and continuation of the comic revolution". En *ImageText: Interdisciplinary Comics Studies*. Vol.1.2. Florida: University of Florida. Traducción párrafos citados: von Sprecher, R. http://www.english.ufl.edu/imagetext/archives/v1_2/group/
- PÉREZ, M. (2006) "Internet: autobiografías en historieta". En "Radar", suplemento del diario *Página 12*. <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-2834-2006-02-26.html>
- REGGIANI, F. (2008) "De la revista al libro: La edición de historietas argentinas después del 2001". III Foro de Investigación e Intervención Social. Córdoba: Escuela de Ciencias de la Información, UNC.
- VALENZUELA, A. (2009a) "Reggiani: 'Por separado no hubiéramos llegado a las 3000 visitas'", en *Cuadritos, periodismo de historieta*. <http://avcomics.wordpress.com/2009/04/08/1449/>
- _____ (2010) "Max Aguirre y el cierre de su ciclo en Historietas Reales", en *Cuadritos, periodismo de historieta*. <http://avcomics.wordpress.com/2010/05/16/4638/>
- _____ (2011) "El Mosquito Suburbano", en *Cuadritos, periodismo de historieta*. <http://avcomics.wordpress.com/2011/03/06/7170/#more-7170>