

VII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2007.

Cultura e historieta: experimentación, identidad y política en la revista Fierro.

Laura Vazquez.

Cita:

Laura Vazquez (2007). *Cultura e historieta: experimentación, identidad y política en la revista Fierro*. VII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-106/547>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Cultura e historieta: experimentación, identidad y política en la revista *Fierro*

Laura Vazquez

UBA – CONICET

lauravazquez@2vias.com.ar

EXPERIMENTACIÓN Y EVOCACIÓN:

El objetivo de esta presentación parte de dos ejes. Por un lado, entiendo que para dar cuenta de la evolución de la historieta, es indispensable su reconstrucción a partir de procesos que la pongan en correlación con la historia social de su época. Por el otro, mi investigación se recorta sobre un campo de análisis y un trasfondo teórico más específico: una historia de los medios que tiene como objeto de estudio el mercado de producción de historietas en la Argentina.¹

Es obvio que ello supone partir de una concepción específica sobre la investigación en el campo de la comunicación y la cultura. En este sentido, forma parte mis objetivos pensar a la historieta no sólo como un capítulo de la historia de los medios sino, y en un sentido más abarcador, como un capítulo de la historia de la cultura argentina. Cabe advertir, que aunque pueden relevarse algunos trabajos sólidos, la historieta sigue siendo un campo de investigación desatendido en la historia de los medios.

Ahora bien, en estas páginas me interesa desarrollar algunos aspectos de mi tesis de doctorado en curso sobre la historieta argentina en el periodo 1968-1984. Particularmente, quisiera centrarme en una publicación que desde su política editorial permitió plasmar cierta experimentación estética, temática y narrativa. La revista *Fierro* (1984-1992) fue el resultado de un proceso de recambio en el campo de la historieta que la editorial había iniciado ya en proyectos anteriores.

El hecho de que la revista se titulara *historietas para sobrevivientes*, no es un dato soslayable e intentaré plantear algunas hipótesis al respecto. *Fierro* se posiciona en el mercado de historietas nacionales, como articuladora de las rupturas producidas durante los años de la dictadura. Se trata de una publicación que se dirige a los argentinos "sobrevivientes", y ello permite leer las características que se asignan a esa comunidad nacional, así como los mecanismos mediante los cuales *Fierro* legitima esa apelación. El subtítulo de la revista *Fierro* "historietas para sobrevivientes" encierra una paradoja explícita: ¿se dirige a los vivos o los muertos de la historia reciente argentina? ¿sobrevivientes políticos o sobrevivientes del mercado? ¿militantes o lectores?.

Por un lado, el slogan plantea una continuidad histórica, evoca un pasado deseable y en ese acto, lo legitima. Pero ya se sabe que las tradiciones no son cándidas “sobrevivencias” del pasado en el presente sino categorizaciones y revisiones hechas desde el presente sobre el pasado. Sigo en este punto a Raymond Williams. Para Williams la tradición “es algo más que un segmento histórico inerte; es en realidad el medio de incorporación práctica más poderoso” (Ver: Williams, 1980 y Williams, 1982). Subraya Horacio Tarcus (1997:232):

“La pertenencia a una tradición no es algo gratuito o superfluo, sino que constituye un elemento central en la justificación de una ruptura, una refundación, o bien, en términos más generales, en la configuración de una identidad. Su construcción no es, pues, inocente: las tradiciones inventadas, dice Hobsbawm utilizan la historia como legitimador de acción y cementador de cohesión de grupo”

Precisamente esta es la apelación de *Fierro*: establecer determinada continuidad entre el pasado y el presente para hacer aparecer como *necesaria* una continuidad *deseada* por un sector social que de manera paradigmática es representado en *Fierro* como legado del movimiento peronista. En un escenario caracterizado por el intento de autodiferenciación respecto del pasado inmediato, la publicación se construye como espacio de reconfiguración identitaria y cultural. Para ello, y a partir de la revaloración del campo de la historieta como lugar privilegiado para la evocación de un “pasado dorado de la industria nacional”, *Fierro* postula un registro sobre lo nacional y lo popular en donde lo autobiográfico/testimonial es prevaeciente. Puntualmente, ya en sus primeras editoriales se puede leer este gesto valorativo.²

Su posición es de ruptura con el pasado reciente y de reivindicación y defensa de la democracia como estado de derecho. Por ejemplo, se hace referencia al género “Falcon Ficción” y las alusiones críticas a la dictadura son constantes en historietas como “Sudor Sudaca”, “La triple B” y “La batalla de Malvinas”, entre otras. Por otro lado, *Fierro* se presenta como la revista de la transición con un marcado corte “juvenilista”. Una revista cultural que incorpora a la historieta otros lenguajes y géneros.

Ya en la primera editorial (septiembre de 1984) Juan Sasturain, su director, sostiene: “Finalmente, hicimos una revista como queríamos” y en el mismo párrafo agrega que la revista será un espacio para “toda una generación que está pidiendo páginas”. Es interesante la observación que ofrece Federico Reggiani (2003) sobre las editoriales de la revista:

“las preocupaciones de la revista a través de su primer año de existencia –por lo menos-, son recurrentes: los editoriales sucesivos harán referencias constantes a un público preexistente que no encuentra las historietas que quiere leer (...) *Fierro* se sitúa, por lo tanto, como articuladora de las rupturas producidas durante los años del Proceso”.

Cabe subrayar, que la publicación reunía una serie de inquietudes que no se clausuraban en el campo historietístico. La revista tenía una política cultural que incluía intereses dispersos y no siempre afines. El escritor Pablo De Santis, director en la tercera etapa de la publicación, destaca:

“... tenías un poco de todo. Estaba (Ricardo) Piglia, había adaptaciones literarias, había cine, crítica de géneros, notas sobre novela policial entre otras. Era un mundo en el que la historieta era parte, pero había una cantidad de cosas y de información que quedaban afuera de la historieta”³

No es casual, que la publicación se subtitule *historietas para sobrevivientes* ya que buscaba conjugar un proyecto de recuperación con un proyecto de innovación. Es cierto también, que el slogan también habilita una lectura política e histórica: Se pregunta Juan Sasturain, primer director de la publicación: “¿Estaban vivos o muertos los lectores de *Fierro*? Apostamos –cautelosa y macabramente tal vez- a los sobrevivientes”. (Sasturain, 2003)

Por su parte, el dibujante Alberto “Pez” Quiroga recuerda de esa experiencia:

“Yo tenía mis proyectos preparados, y quería ver si tenía alguna chance de mandarlos a algún lado, como *Columba*, o a lo sumo *Record*. De repente, veo *Fierro* y digo: “quiero hacer algo para acá”. Porque la línea política de *Fierro* era muy libre. Se trataba de buscar lo novedoso o lo experimental, el lenguaje no tenía pautas. Querían eso, que la maquinaria funcionara con creación pura”⁴

En tanto que el guionista Gustavo Schimpp asegura: “*Fierro* nos ayudó a muchos treintañeros a descubrir la otra historieta, la que está condimentada con referencias, con literatura, con política, con sentimientos (y no los de *Intervalo*)”. (Schimpp, 1999) La respuesta del público lector de clase media fue inmediata y la revista tuvo un rápido afianzamiento editorial. La estrategia de editorial *La Urraca* fue marcar la diferencia entre el tipo de producción gráfica de las revistas tradicionales y los tanteos estéticos de la nueva generación. En este sentido, es relevante notar, el discurso que en una publicidad gráfica de septiembre de 1981, sostenía la revista *SuperHumor*:

“¿A usted le gusta que le digan idiota? No, no le gusta. Por eso nunca lee revistas de historietas. Por lo menos, no las lee en público. Sí. Es así: leer historietas es una actividad vergonzante. Y entonces, el que lo hace (y somos muchos, vea), lo hace a escondidas. Por eso, porque teníamos ganas de tener una revista que pudiéramos comentar con los amigos, que no nos diera calor sacarla en el tren, que se comprara sin necesidad de tener que esconderla adentro del diario, por eso inventamos SuperHum® Una revista de historietas sin vergüenza...”

Esta dirección editorial es la que prevaleció durante los años de transición a la democracia. Una mirada que parecía sostenerse en el débil equilibrio que sustenta cierto snobismo marcado por la apertura en contraposición a lo tradicional. El anuncio es una evidente alusión a las revistas de *Columba* que entonces, se sostenían en el mercado a duras penas. Pese a todos los intentos, hacia finales de la década el proyecto editorial evidencia los síntomas de una crisis de la que no se repondrá en la década siguiente. Finalmente, *Fierro* deja de publicarse en su número 100. Recuerda Juan Manuel Lima, director creativo de la revista:

“Era una muerte anunciada, el número cien me pareció un buen número. Nos sacamos un peso de encima, iba a caer y era previsible. Los lectores mandaban cartas, algunos lloraban, se sentían mal, Pero punto, es así. Con Pablo (De Santis) nos pasamos a *Raff* y nos sacamos el fantasma de *Fierro*. De ahí salieron grandes artistas. Fue una revista que estuvo siempre buscando límites, puro arte, un lenguaje”⁵

La operación de la publicación fue cambiar las “reglas del juego” y elevar la calidad de las revistas. Se forzaron las fronteras de la gráfica y la letra y se desdibujaron los campos y los géneros: el periodismo, la política, la crítica literaria y el cine tenían su espacio en las páginas de *Fierro*. La publicación se planteó desde sus inicios romper con la idea de unidad indivisible: “todo podía pasar, el juego estaba abierto”.⁶

La fragmentación fue un tópico recurrente, de hecho, la publicación de “La Argentina en pedazos” (*La Urraca*, 1993), alude directamente al problema de la necesidad de “unir las partes de la historia argentina”. Algunas de las obras literarias adaptadas en los sucesivos números fueron: “El Matadero” y “Los dueños de la tierra” (dibujadas por Enrique Breccia), “Las puertas del cielo” (dibujada por Carlos Nine y adaptada por Norberto Buscaglia), “La gallina degollada” (dibujos de Alberto Breccia y adaptación de Carlos Trillo) y “Boquitas pintadas” (dibujada por El Tomy y adaptación de Manuel Aranda). La serie rompe con una larga tradición en la historia de la historieta argentina: el empobrecimiento y síntesis de las adaptaciones tradicionales.

“La Argentina en Pedazos”, transpone cuentos y novelas a la historieta con un fin que no es el de ofrecer a sus lectores una versión sencilla y digerida de la literatura. Obviamente, se parte para ello de la consideración de que los lectores de *Fierro* conocen perfectamente las obras transpuestas mientras que en las adaptaciones tradicionales éstas se ofrecían como historias de primera mano. En otros términos: el lector popular conocía esa literatura gracias a la historieta mientras que los lectores de *Fierro* podían complejizar la literatura a partir de un nuevo soporte. Escribe Ricardo Piglia en la presentación de las transposiciones de novelas y cuentos en historieta: “La Argentina en pedazos. Una historia de la violencia argentina a través de la ficción”.

Violencia y ficción como drama de una realidad impotente. El momento histórico particular en el que estas adaptaciones fueron producidas está marcado por la reelaboración de tomas de posición sobre la nación y la identidad. Las adaptaciones realizadas a mediados de los ochenta colaboran a través de las imágenes en la

construcción de la nación como unidad. Se trata de una re-lectura del pasado (el trabajo de la memoria como reinscripción y retorno) y la necesidad de erigir el futuro nacional: juntar “los pedazos” de un país fragmentado y recomponer la identidad a través de la ficcionalización de la historia.

El libro de la serie “La Argentina en Pedazos” (*La Urraca*, 1994) “abre” y “cierra” con dos historietas, que re-producen una de las tramas centrales de la historia cultural argentina: sin el otro no hay identidad posible. Así, la empresa de “juntar las partes” (los pedazos) se erige como una utopía deseable. Y no son sólo las fronteras de la geografía, la pasión, la utopía y el crimen los ejes que atraviesan la serie. Lo que está en discusión son los mismos márgenes del lenguaje: cierto tráfico (o conspiración) entre la historieta y la literatura.

En síntesis, *Fierro* apela a la modernización por un lado y a la tradición por el otro. Publica historietas extranjeras de avanzada, publica la obra de argentinos exiliados o de profesionales que residen en el país pero que no pueden editar dada la ausencia de un mercado editorial y publica, por último, las obras de ruptura estética de la llamada “nueva generación de historietistas”. Así, la producción del denominado movimiento *under* de la historieta nacional convive con la obra de los “maestros de la edad de oro” de la industria historietística argentina. Las zonas más experimentales de la revista (que de manera emblemática están representadas en el “Subtemento Oxido”) son articuladas con las zonas del rescate y el homenaje constante (a través de entrevistas, reediciones y artículos) en las que se rehabilita con el ejercicio de la memoria una etapa dorada en la que los profesionales del medio parecían vislumbrar un futuro promisorio.

LUJOSAS EDICIONES DE EXPORTACIÓN Y REVISTAS USADAS EN PARQUE RIVADAVIA:

Tras el cierre en diciembre de 1992 de la revista *Fierro*, los autores o tuvieron dos caminos posibles: o encontrar nuevos canales de expresión fuera del medio (la especialización en artes afines como el cine, la ilustración, el diseño gráfico, etcétera) o generar los mecanismos necesarios para la venta de sus trabajos en el exterior. Este último caso es el que gobierna la situación laboral de todos los historietistas profesionales en la actualidad.

Si bien la exportación de historietas tiene en la Argentina una tradición de larga data, marcada por la adaptabilidad de las obras a otros mercados, podríamos situar al año 92, cierre de *Fierro*, como el año que produjo un quiebre decisivo en el modo de trabajo de los guionistas y dibujantes. En este momento muchos profesionales vieron truncada la última posibilidad de supervivencia de una industria nacional. Finalmente, sería cuestión de tiempo para que toda la producción narrativa de los autores, se convirtiera en lujosas ediciones de exportación.

Por otra parte, resulta obvio que la concentración de la comercialización de revistas en sectores sociales medios y altos es una característica del desarrollo del desplazamiento creciente del consumo hacia capas con mayor capital dinerario. Esta

focalización socioeconómica (en la que juegan un papel fundamental las empresas anunciantes) ha implicado también una segmentación cultural, en términos de géneros, temáticas, diseños gráficos, impresión, etcétera.

No es un dato menor el hecho de que la pérdida de capacidad de gasto de los sectores populares tiene implicancias directas en aspectos sociales culturales y educativos, en tanto se reduce la práctica de la lectura en amplios sectores de la población.⁷ La crisis editorial significó para algunos autores la pérdida de uno de los destinos posibles puesto que se habían posicionado muy bien en mercados extranjeros. La mayoría de los autores, en cambio, no poseían trayectoria internacional ni agentes intermediarios. El cierre de las editoriales locales implicó para éstos una brutal y definitiva crisis profesional.

Tuvieron, al menos, dos obstáculos que superar: adaptarse a las exigencias de los mercados internacionales (es decir, tener los estilos que las escuelas extranjeras demandan) y sortear la barrera que impone el conocimiento de otro idioma y el uso de nuevas tecnologías. El desplazamiento en la producción y en el consumo de historietas generó, nuevos fenómenos culturales. Tendencias como el coleccionismo de historietas (clubes de trueque de ediciones agotadas y compra venta de materiales “raros”) y la organización de exposiciones (en distintas regiones del país se arman eventos en los que los autores ofrecen charlas, firman libros y exponen planchas de originales) dan cuenta de un cambio sustancial.

Estas y otras transformaciones, forman parte de la complejidad del campo y la flexibilidad del medio. Y *Fierro* se posiciona en un momento de transición: un *aleph* que puede contenerlo todo, lo que fue y lo que vendrá, el arte y el oficio, la tradición y la novedad, el legado y la promesa. Entre el populismo y la experimentación, su política se erige como un programa de lo ilimitado. Y probablemente allí, en su afán totalizador, resida su límite.

Como conclusión, podría afirmarse que la publicación que intenté reseñar en sus primeros números, tuvo como eje movilizador fundamentalmente, a idea de la “nacionalización de la historieta” (que apelaba en ese contexto, al sintagma “industria nacional”) junto a la necesidad de inventar una “edad de oro nacional y popular”. Pero sería ingenuo leer estas preocupaciones sin conectarlas con un problema más amplio en el que las ideas adquirirían su virulencia en el marco de un entramado complejo entre cultura y política.

¹ Esta ponencia es un avance de una investigación en curso como becaria doctoral del CONICET. Mi tesis de doctorado en Ciencias Sociales (Facultad de Ciencias Sociales, UBA) está siendo dirigida por la Dra. Mirta Varela y lleva por título: *Oficio, Arte y Mercado. La historieta argentina, 1968-1984*.

² La primera época de *Fierro* corresponde al período en el que Juan Sasturain se desempeñó como Jefe de Redacción (1984 -1987) En la segunda etapa, Marcelo Figueras ocupa ese puesto, y *Fierro* amplió su enfoque volcándose hacia la crítica literaria y cinematográfica. Una tercera etapa, esta definida por la dirección de Pablo de Santis.

³ De Santis, Pablo: entrevista realizada por la autora, mayo de 2004.

⁴ Pez: entrevista realizada por la autora, enero de 2002.

⁵ Lima, Juan Manuel: entrevista realizada por la autora, mayo de 2003.

⁶ Sasturain, Juan: entrevista realizada por la autora, febrero de 2002.

⁷ El total de producción mensual estimada de historietas fue en 1991 de menos de 270 mil ejemplares mensuales, frente a 1,3 millones semanales de 40 años atrás. Getino, 1995.

Bibliografía citada:

GETINO, Octavio (1995): *Las industrias culturales en la Argentina*, Buenos Aires, Colihue.

REGGIANI, Federico (2003): *Revista Tram(p)as de la comunicación y la cultura*, Buenos Aires, La Plata, Año 2, marzo.

SCHIMPP, Gustavo (1999): "Fierro (o como aprendí que las historietas servían para contar otras cosas)", *Revista El Picasosos*. Año I, N° 2, Buenos Aires.

TARCUS, Horacio: "Silvio Frondizi y Milcíades Peña o los márgenes del campo intelectual argentino", en: *Cultura y política en los años 60*. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Oficina de Publicaciones del CBC; Universidad de Buenos Aires, 1997. p. 232

WILLIAMS, Raymond (1980): *Marxismo y Literatura*, Barcelona, Península. pp. 137-139.

------(1982): *Cultura*, Barcelona, Paidós. pp. 174-176.