



Remunerados, sindicalizados y en busca de la estabilidad: la experiencia del suplemento «Historietas Nacionales» de *Télam*

*Salaried, unionised and stable:
the experience of Télam's supplement “Historietas Nacionales”*

DEMIAN GERMAN URDIN

Universidad de Buenos Aires

Demian Germán Urdin es estudiante de Ciencias Antropológicas por la Universidad de Buenos Aires, periodista, gestor cultural y divulgador. Es investigador especializado en Historieta y Humor Gráfico argentinos, al analizar los procesos de patrimonialización, de historizar, producción, consumo y distribución. Ha realizado, además, trabajos vinculados con los estudios de performance al investigar en la murga de estilo montevideano en Buenos Aires y la lucha libre sudamericana.

Fue cocreador del ciclo de entrevistas *Guion y Dibujo: Diálogos de Historieta* y, actualmente, es divulgador de la historieta latinoamericana a través de su proyecto multimedial *Grafo: Culturas dibujadas*. Asimismo, es coeditor y colaborador asiduo de la *Revista Blast*, una publicación especializada en narrativas gráficas de Iberoamérica y el Caribe. Es columnista cultural en revistas y diarios argentinos como *El Grito del Sur* y *Contraeditorial*. Ha colaborado con medios gráficos como *Revista Kamandi* y *Silencio en la Costa*. Actualmente, participa como guionista de historietas en el proyecto *El otro archivo*, dirigido por la artista chilena Panchulei.

Fecha de recepción: 16 de marzo de 2023

Fecha de aceptación definitiva: 10 de mayo de 2023

DOI: 10.37536/cuco.2023.20.1688

Resumen

El campo de las industrias culturales ha experimentado grandes transformaciones desde principios del siglo XXI. Un cambio de paradigma con respecto a las lógicas laborales que atravesó un sinnúmero de disciplinas artísticas, entre las cuales se encuentra la historieta. Entre todas las variables puestas en juego, el rol institucional de la gestión pública fue un elemento determinante a la hora de entender las dinámicas artísticas desde una perspectiva más cercana al trabajo y más alejada del análisis estético. «HN: Historietas Reales» fue el suplemento especial de historietas de la Agencia de Noticias *Télam* de la República Argentina que, durante el tiempo en que se publicó, se postuló como un representante de este clima de transformaciones, además de una experiencia novedosa en el ambiente. ¿Cómo se inserta una experiencia con lógicas de contratación formal en un campo caracterizado por la falta de estructuras?

Palabras clave: Agencia Télam, historieta argentina, historieta nacional, HN: Historietas Nacionales, industria cultural, trabajo artístico

Abstract

The field of cultural industries has undergone major transformations since the beginning of the 21st century. A change of paradigm with respect to working ethics has crossed countless artistic disciplines, including comics. Among the many factors at play, the institutional role of public management became a crucial element when it came to understanding the artistic dynamics from a perspective closer to the working activity than the aesthetic analysis. While it was published, “HN: Historietas Reales”, the special comic supplement of the News Agency *Télam* of the Argentine Republic, became a symbol of this changing environment and an innovative experience in the field. How does it integrate solid recruitment ethics in an industry where there are few established structures?

Keywords: Argentinian Comic, Artistic Work, Cultural Industry, HN: Historietas Nacionales, Telam Agency

Cita bibliográfica

URDIN, D. G. «Remunerados, sindicalizados y en busca de la estabilidad: la experiencia del suplemento “Historietas Nacionales” de *Télam*», en *CuCo, Cuadernos de cómic*, n.º 20 (2023), pp. 53-72.

Introducción

A partir de la segunda mitad de la década del 2000, en Argentina comienza un proceso de revalorización del campo de la historieta y el humor gráfico de producción nacional. Artistas, lectores, lectoras, editoriales, comerciantes e instituciones de gestión privada y pública comenzaron a centrar sus esfuerzos hacia este campo artístico. Nuevos artistas, nuevas publicaciones, nuevas editoriales, nuevas leyes de protección, la exhibición en muestras, la confección de catálogos, la aparición de subsidios y la inauguración de museos especializados, entre otros fenómenos, demostraron un creciente foco orientado hacia la historieta y sus diferentes modos de expresión. Entre las instituciones que iniciaron en ese momento los procesos de activación dentro del ámbito descrito, fueron los organismos de gestión pública —sobre todo, los dependientes de la órbita nacional— quienes más trabajaron en pos de la puesta en valor, tanto de las obras producidas a lo largo de la historia de la historieta en Argentina como de las nuevas expresiones estilísticas que aparecen entrado el nuevo siglo. En algunos casos, incluso, buscaron incentivar una mayor incorporación de dibujantes y guionistas al mercado laboral dentro de la estructura estatal y como empleados formales con mayor o menor continuidad. Estas iniciativas surgieron en medio de un contexto de gradual pérdida de los puestos de trabajo tradicionales y una transformación hacia nuevas formas de empleo, fruto del impacto a nivel nacional en Argentina que la crisis acaecida durante la década de 1990 tuvo sobre la industria de historietas y humor gráfico.

Dentro de estas políticas fomentadas desde la gestión gubernamental con el inicio del nuevo milenio, destacó la aparición de un espacio novedoso dentro de la agencia nacional de noticias argentina *Télam* (*Telenoticiosa Americana*). Desde el año 2011, esta institución comenzó a editar de forma digital un suplemento semanal de historieta para medios gráficos de toda la Argentina, «HN: Historietas Nacionales». El mismo se presentaba como un servicio que la agencia ofrecía a los diarios de todo el país que utilizaban su cablera. En paralelo a su creación, y dentro del *Télam*, muchos trabajadores comenzaron a participar realizando ilustraciones para notas de opinión y efemérides, imágenes para animaciones, ilustraciones para especiales web, entre otras tantas participaciones. Este contexto de puesta en valor y de creación de nuevos puestos de trabajo tuvo como precuela una de las mayores crisis que la historieta argentina haya atravesado en su historia.

En virtud del caso *Télam*, este estudio se interesa en analizar sus límites y alcances, además de su relación con respecto a las dinámicas laborales en las que se insertaron muchos trabajadores de la historieta luego de la mencionada crisis. Al mismo tiempo, busca recuperar las significaciones que esta experiencia tuvo para los artistas que formaron parte. El rol del Estado, los significados en juego, la valoración sobre el trabajo creativo y el accionar de los sujetos productores serán algunas de las temáticas que se pretende abarcar.

Un poco de historia de la historieta

Para comprender el momento que debió atravesar el ambiente de la historieta y el humor gráfico en Argentina, así como también la experiencia de *Télam*, es necesario conocer el

encadenamiento de sucesos que han tenido lugar en los últimos años. Así lo sostienen Beltrán y Miguel¹ al indicar que para entender los cambios en el campo de las industrias culturales es necesario atender a las relaciones entre el espacio de producción y su contexto más amplio, así como a las características de los agentes que protagonizan dicho espacio. De esta manera, el contexto deja de aparecer como un elemento estático y se vuelve un campo dinámico de interrelaciones entre este y los actores clave. La ya mencionada crisis experimentada por el ámbito del arte gráfico nacional encontró a lo largo de la década de 1990 su máxima expresión y, a grandes rasgos, puede resumirse en los siguientes tres frentes. En primer lugar, supuso una fuerte transformación en los consumidores, su composición y búsquedas estéticas. En segundo lugar, significó un cambio con respecto a los espacios de producción, comercialización y difusión de la historieta luego de la desaparición de las editoriales más importantes. Y, en tercer lugar, conllevó una modificación en las características de su producción, la ausencia de límites creativos impuestos por líneas editoriales y la proliferación del trabajo para el extranjero. Estas tres variables afectaron a las dinámicas de trabajo bajo las cuales los artistas de historieta y humor gráfico ingresaron al mercado laboral existente una vez concluida esta etapa de cambios.

Acompañando estos cambios acerca de los productores, la alteración en la composición de los lectores y sus gustos, la desaparición de las grandes casas editoriales especializadas en historieta, la transformación y una modificación de los espacios para su venta y consumo explican en gran medida el contexto que dicha industria debió enfrentar durante los últimos años del siglo XX.

El decenio de 1990, llamada también «década neoliberal», significó para la historieta en Argentina una modificación paradigmática de las que fueran sus bases de sustentación tradicionales. Las industrias que otrora fueran fuente de trabajo para miles de personas, vieron debilitados sus principales puntos de apoyo durante este lapso. Al cierre de las empresas editoriales más importantes —y con ello la desaparición de las principales publicaciones especializadas— se sumaron la competencia en el mercado con publicaciones foráneas comercializadas a menor costo, la transformación en los espacios de venta de las publicaciones que pudieron sostenerse y, por último, la aparición de nuevas formas de entretenimiento que, en muchos casos reemplazaron la lectura de historietas.

Luego de la primera mitad de la década de los noventa, este complejo proceso se conectó con la llamada «primavera del fanzine», un *boom* de publicaciones independientes sin precedentes en el país. Recuperando lo desarrollado por otros autores y autoras (Agrimbau² o Carballo³), puede entenderse el concepto de fanzine como aquellas publicaciones producidas y distribuidas de modo *amateur*, carentes de circuitos formales de venta, de tirada limitada y sin periodicidad. Se trata de una nueva modalidad de producción, comercialización y consumo más vinculada con la independencia editorial y que, con mayores o menores niveles de conflicto, convivió con el

¹ BELTRÁN, G. y MIGUEL, P. «Emprendedores creativos. Reacomodamientos en trayectorias de la clase media por la vía de la inversión simbólica», en *Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires*, (2011), pp. 225-253.

² AGRIMBAU, D. «Sobrevivencia de la historieta argentina: 1992-2002» [artículo en línea], en *Tebeosfera*, 2002. Disponible en <https://www.tebeosfera.com/1/Documento/Articulo/Industria/Argentina/1992a2002.htm>

³ CARBALLO, L. C. «Historieta argentina: del fanzine al Weblog», en II Congreso Iberoamericano de Investigación Artística y Proyectual y V Jornada de Investigación en Disciplinas Artísticas y Proyectuales. La Plata, 2010.

ocaso de las estructuras previas. Ayudada por los bajos costes de reproducción del papel, por los métodos de circulación centrados en el «mano a mano», las librerías especializadas y los eventos, su irrupción significó la convivencia con las formas tradicionales de producción que la crisis económico-social ya hacía trastabillar. Los últimos años del milenio estuvieron entonces marcados por el encuentro entre dos procesos con modos de consumir y producir, a veces complementarios y otras veces contrapuestos que conformaron una nueva generación de artistas de la historieta argentina para los primeros años del nuevo siglo.

Todas estas variables, como era de esperar, significaron una fuerte modificación en las dinámicas de trabajo en las que los artistas gráficos debieron insertarse. Para conseguir una remuneración que les permitiera una sustentabilidad basada en su labor como historietistas y humoristas gráficos, los trabajadores y las trabajadoras tuvieron que atender a las nuevas reglas impuestas por el contexto. Desapareció como regla general, a excepción de los artistas empleados por periódicos y revistas, la contratación por parte de empresas editoriales nacionales de amplio alcance como lo fueron la *Editorial Columba* o la *Empresa Editorial Haynes* en otras décadas. En su lugar, aparecieron estructuras autogestionadas o trabajos temporales en el plano local. Para aquellos con mejor suerte, el trabajo por encargo para empresas del extranjero —fundamentalmente Italia y Francia, aunque algunos también pudieron desembarcar en el mercado estadounidense— representó una interesante salida laboral. La proliferación de modalidades no estables de contratación, el trabajo a corto plazo para editoriales extranjeras y la oferta de trabajo no remunerado en blogs y webs caracterizaron el estado general en el que los trabajadores y las trabajadoras del arte gráfico buscaron cómo mantenerse económicamente. A eso se sumó la creciente escasez de espacios y proyectos estables dedicados a la historieta, la generalización de iniciativas autogestionadas que, en el mejor de los casos, lograron la autosustentabilidad pero no la producción de una renta para los artistas y una constante competencia con las producciones foráneas. Como explica García Canclini,⁴ el nuevo milenio significó el encuentro en un mismo espacio-tiempo de un fuerte incremento en el desempleo, lo que implicó una disminución en la capacidad salarial, y el acceso digital de las nuevas generaciones, íntimamente relacionado con las nuevas lógicas de intercambio comunicacional.

Dentro de este sistema económico-social neoliberal, la creatividad se convirtió en un recurso fundamental que para los artistas de historieta y humor gráfico ha representado siempre su principal fuerza de trabajo. Para García Canclini, este medio se asocia con una mayor presión social, una mayor inseguridad y una generalización de la precarización laboral. Los pocos espacios de trabajo existentes se caracterizaron en aquel momento por su corta duración, por la ausencia de contratos y por la variabilidad en sus contenidos, tareas y remuneraciones. Sin lugar a dudas, la llegada de nuevas tecnologías en todos y cada uno de los espacios de la vida cotidiana mucho tuvo que ver con esta transformación sobre las condiciones laborales de los artistas y las características de la industria editorial. Durante la primera década del nuevo milenio se asistió a un incremento exponencial del número de blogs, bitácoras y otras plataformas digitales que los artistas eligieron para volcar, mostrar e intercambiar sus creaciones, lecturas e intereses. Recuperando nuevamente el trabajo de investigación de Caraballo (2010), estos espacios virtuales representaron un nuevo canal para la publicación de revistas de historieta. Estas herramientas

⁴ GARCÍA CANCLINI, N. y URTEAGA CASTRO, M. (coords.). *Cultura y desarrollo: una visión crítica desde los jóvenes*. Buenos Aires, Paidós, 2012.

ofrecieron a los artistas nuevos alcances de expresión y comunicación por su multimedialidad, actualización e interactividad. Asimismo, permitieron crear nuevos vínculos con los lectores al segmentar y diferenciar a la audiencia, en contraposición a la homogeneización producida por los medios masivos de comunicación.

Para Caraballo, estas nuevas redes —y la hiperconectividad que las caracteriza— hicieron que se entremezclara el trabajo artístico con los otros momentos de la vida y conformaron nuevas modalidades de comunicación grupal entre artistas de diferentes latitudes. Tanto para esta autora como para Blattmann,⁵ significaron además un camino de resistencia en manos de los artistas jóvenes, comparable al que seguían los productores de fanzines desde los años noventa. Su creciente presencia dentro de los consumos del público lector de historietas en Argentina demuestra para Caraballo el abandono del paradigma de sociedad industrial como dogma, puesto que esta producción ya no necesitaba de grandes capacidades técnicas y ofreció mayores posibilidades en el acceso a contenidos y a su intercambio constante por medio del hipervínculo. Para Blattmann, los blogs fueron la plataforma más generalizada entre los nuevos artistas y significaron una transgresión sobre la frontera material, que imponía el papel, y sobre los límites autoimpuestos en el sector. Estas características permitieron conformar grandes redes de intercambio y, gracias a la ausencia de lineamientos editoriales estrictos, crear una enorme fuente de experimentación gráfica para lo que sería la nueva historieta argentina.

Las dos experiencias que supieron existir por fuera —o gracias a la ausencia— de las estructuras editoriales tradicionales, los fanzines del segundo lustro de la década de los noventa y los blogs del primer lustro de la década de los 2000, encuentran puntos en común con la dinámica que atravesaba el teatro independiente en la provincia de Buenos Aires y que Del Mármol⁶ desarrolla en su investigación. Del mismo modo que para el caso de esta disciplina artística, la falta de recursos dentro de la industria editorial de la historieta y el humor gráfico activó redes de reciprocidad e intercambio centradas, fundamentalmente, en compartir y difundir el trabajo de colegas, además de construir importantes espacios donde volcar opiniones. Este último punto tuvo lugar en los fenómenos de boca en boca y de mano en mano para el caso de los fanzines y en las cajas de comentarios de los sitios web y redes sociales para el caso de los blogs. Para Del Mármol, estos vínculos que en su estudio aparecen dentro del ámbito del teatro platense, pero que también tuvieron lugar dentro del campo gráfico argentino, se tornaron importantes variables que tendían a la conformación de modos de participación colaborativos con los que, posteriormente, se crearon redes de reciprocidad.

Como destacan Caraballo y Blattmann, para el caso de los fanzines, y Del Mármol para el caso del arte dramático, lo colectivo y lo autogestivo aparecen como formas de resistencia política ante las significaciones vinculadas con el interés empresarial. El capital simbólico puesto en juego en ambas producciones artísticas posee un valor que supera al capital económico esperado.

⁵ BLATTMANN, J. *Historietas para sobrevivientes: la historieta argentina de Fierro a Instagram*. [Trabajo de graduación - Licenciatura en Comunicación]. Universidad de San Andrés, 2018. Disponible en: <https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/16582/1/%5bP%5d%5bW%5d%20T.L.%20Com.%20Jose-fina%20Blattmann.pdf>

⁶ DEL MÁRMOL, M. «Entre el deseo, la amistad y la precarización: trabajo artístico y militancia cultural en la producción teatral platense», en *Cuadernos de antropología social*, n.º 51 (2020), pp. 169-188. Disponible en http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1850-275X2020000100169

La ausencia, hasta ese momento, del Estado como agente garante de condiciones mínimas de trabajo y la presencia de gustos del público fuertemente orientados por lógicas de mercado, vuelven estos trabajos artísticos una militancia política y, como afirma Del Mármol,⁷ un orgullo basado en valores como la amistad, la creación y la contención. Es importante destacar aquí que la aparición de estos nuevos medios de producción, difusión e intercambio de ninguna manera significan la desaparición de las formas previas. En cambio, la convivencia convirtió al campo de la historieta en un espacio complejo y multivariado, compuesto por múltiples circuitos de *feedback*,⁸ intercambios comunicacionales y retroalimentaciones entre los usuarios que consumían todos estos espacios disímiles.

A comienzos del nuevo milenio puede hallarse, entonces, un contexto que en poco se parece a aquel que supo encontrar en la década de los cincuenta su edad de oro y en los setenta y ochenta su alcance en tanto referente cultural de toda una generación. Tales son las diferencias y el grado de transformación que algunos, más atados a una nostalgia que a un análisis crítico de la situación, decretaron desde allí y para siempre «la muerte» de la historieta de aventuras en Argentina.⁹ Sin embargo, la industria y sus trabajadores —muchos de los cuales eran incluso «sobrevivientes» de la supuesta catástrofe— reconfiguraron las formas y los contenidos y dieron lugar a un cambio de estética que hasta hoy irradia su potente paradigma.

La experiencia «HN: Historietas Nacionales»

Enmarcado en tales condiciones productivas, el período comprendido entre finales de la primera y principios de la segunda década de los 2000 fue testigo de una variable que marcó en gran medida los siguientes diez años en lo que refiere a la historia de la historieta y el humor gráfico en Argentina: el rol gubernamental como agente promotor de la industria. La realización de muestras retrospectivas, la convocatoria a eventos multitudinarios, la apertura de espacios especializados como museos, archivos y suplementos dieron cuenta de un interés puesto en el sector por parte del Estado. La creación de becas de apoyo y diferentes financiamientos complementaron estas acciones, junto con diferentes actos públicos de reconocimiento de la historieta. Dichos esfuerzos pudieron observarse sobre todo en el plano de la gestión nacional, pero aparecieron también buenas iniciativas a nivel provincial y municipal. En todos los casos, el Estado se mostró como garante del valor cultural que dichas producciones poseían. Entre todas estas acciones, la creación de un suplemento especializado en historietas por parte de la agencia nacional de noticias *Télam* en el año 2011, titulado «HN: Historietas Nacionales», significó un cambio en los modos de contratación a los que estaban habituados los artistas de historieta en ese momento y una combinación de diferentes mecanismos a la hora de elegir la línea editorial del proyecto.

⁷ DEL MÁRMOL, M. *Op. cit.*

⁸ BLATTMANN, J. *Op. cit.*

⁹ Sobre la discusión acerca de la tantas veces repetida muerte, puede consultarse el trabajo de URDIN, D. La vida, la muerte y el más allá. Discursos patrimoniales en disputa en el campo de la historieta y el humor gráfico argentinos. 2020. Disponible en: https://www.academia.edu/43782581/La_vida_la_muerte_y_el_más_allá_Discursos_patrimoniales_en_disputa_en_el_campo_de_la_historieta_y_el_humor_gráfico_argentinos

Entre octubre de 2011 y marzo de 2016, momento de cierre del proyecto, desde la agencia de noticias de gestión pública se editaron un total de 224 ediciones del suplemento «HN: Historietas Nacionales».¹⁰ En dicha publicación se incorporaron como trabajadores remunerados y sindicalizados a decenas de artistas de diferentes estilos, escuelas y búsquedas. Para muchos, esta posibilidad significó la primera —y en algunos casos la última— experiencia de inserción laboral en estructuras pagas, con representación gremial y, para ellos, con cierta estabilidad. La creación del suplemento coincidió con una serie de transformaciones experimentadas por la agencia de noticias, luego de perder en 2008 la elaboración y difusión de publicidad oficial en el marco de un conflicto entre el gobierno nacional y los principales grupos mediáticos de Argentina y pasar a ser una Sociedad del Estado (SE). Esto significó una pérdida de autonomía, tanto a nivel de decisiones editoriales como presupuestarias, puesto que el directorio pasó a designarse por medio de la Secretaría de Medios de Comunicación y sus gastos a ser gestionados por el Estado.¹¹ En el momento de la creación del suplemento de historietas, *Télam* proveía información a unos 4000 abonados (cifra que se reduce a 2800 para el año 2014). Además, demostró un mayor esfuerzo por crear lazos directos con los consumidores a través del fortalecimiento de sus redes sociales y de su portal web, complementando el trabajo con los medios y los cables de noticias.

Con respecto al producto, siguió una modalidad de publicación de tirada semanal, con historietas presentadas en diferentes formatos. A lo largo de sus más de dos centenares de entregas, presentó historietas seriadas y auto conclusivas, en modalidad de tiras o páginas completas, a color o en blanco y negro, tanto en formato vertical como horizontal. Asimismo, combinó lo estrictamente gráfico con columnas editoriales de su director, Lautaro Ortíz, y pequeñas pastillas con datos, efemérides e información sobre historias, autores y personajes de la historieta nacional e internacional.

Centrando la atención ahora en el medio en el que se desarrolló el proyecto, también podrán hallarse especificidades de suma importancia. El suplemento nació dentro del contexto de rediseño digital de la agencia de noticias, lo que significó que sea un nativo digital, aunque luego existiera una edición en papel del mismo. Siguiendo un camino que fuera iniciado por los blogs en manos de sus propios artistas, por las nacientes redes sociales y, sobre todo, por el antecedente dejado por la experiencia del espacio *Historietas Reales*, *Télam* lanzó un proyecto que combinó a trabajadores nacidos en estos nuevos espacios de Internet con otros que, en algunos casos, nunca habían llevado su obra a esos lugares. Recuperando nuevamente los trabajos de Caraballo y Blattmann, esto representó incorporar al segmento todas las posibilidades que estas dos investigadores asocian con lo digital: transgredir los límites impuestos por el papel, producir más historietas a menor costo y alcanzar nuevos lectores.

En la creación del suplemento de historietas y humor gráfico de *Télam*, se encuentra un punto interesante a destacar. Si bien «HN: Historietas Nacionales» tuvo su objetivo primero centrado en el papel, en un porcentaje importante *Télam* recurrió a un modelo alejado del objeto, para

¹⁰ Con su cierre y la cancelación de su publicación, el sitio de divulgación de convocatorias culturales llamado Recursos Culturales tomó la decisión de digitalizar todas sus entregas para su consulta pública, abierta y gratuita. Elaboró un archivo digital que puede consultarse en el siguiente enlace: <https://www.recursosculturales.com/historieta-argentina-archivo/>

¹¹ SABANÉS, L. «El surgimiento y desarrollo de la agencia de noticias TÉLAM en el marco de las políticas internacionales de comunicación», en *Question*, vol. 1, n.º 42 (2014), pp. 392-404.

habitar un espacio virtual. Este giro hacia las redes sociales, como son los blogs, demostró una ruptura con respecto a los tradicionales planes y políticas gubernamentales que describe García Canclini (2012) y que se limitaban a la inversión en museos, libros, monumentos, etc. La experiencia desarrollada por la agencia nacional de noticias se insertó en los mismos consumos que los sectores más jóvenes elegían, al tiempo que reprodujo sus mismos mecanismos de producción, ambos determinados por las nuevas tecnologías. Eligió el ámbito del cual provenía una parte importante de los artistas que convocó, transformándolo en un espacio remunerado, con protección sindical, paritarias laborales y trabajo estable. Un lugar en el que cohabitaron diversos artistas y obras.

Al referirse a la línea temática que las publicaciones debían respetar, esta debía responder a una agenda política representativa del gobierno de turno, que durante todo el período de existencia de HN estuvo representando por el gobierno del *Frente para la Victoria*, con Cristina Fernández de Kirchner como cabeza del Estado. Para explicar este punto, es interesante recuperar la voz de uno de los artistas que participaron, Enrique «Quique» Alcatena:

Lo que decían era que querían darle una vertiente *Nac & Pop*. Tenía una serie de temas, no recuerdo exactamente. Salió el tema de la *PyME*.¹² Él [Lautaro Ortíz] armaba los *teams* para ver qué vuelta de tuerca le podían dar. Luciano [Saracino] decide hablar de *PyME* y yo le digo «hagamos una mini *PyME* de robots», porque si no me pego un tiro, porque no es mi onda. Busquemos una vuelta para hacerlo interesante. Empezamos con eso. [...] Me dolía cuando veía que bardeaban a las historietas por ser «k». Yo no tengo ningún problema, de hecho yo soy «k». Pero no quería que mis historietas fueran «k» Todos defendimos mucho la movida de Télam.¹³

Este componente ideológico que debía contener cada historia significaba en algunos casos algo complejo, sobre todo con respecto a la recepción por algunos sectores. Para Alcatena, pese a este prejuicio plantado desde algunos sectores, la línea editorial no representaba una marcada limitación ideológica sobre lo que los artistas debían hacer, sino más bien un puntapié inicial desde el cual trabajar. Agrega al respecto:

[...] mucho se decía «la historieta K» en esa época, como para bardearnos. No había una bajada de línea. El que quería hacer una «historieta K» [...] lo podía hacer. Pero, si no, no. La que hizo Luciano (Saracino) no era una «historieta K». La mini *PyME* de robots era una cosa de costumbre y ciencia ficción y la de «Cara de piedra», de detectives, era totalmente otra cosa.¹⁴

En una segunda etapa del proyecto, la dinámica cambió, y la dirección comenzó a trabajar con consignas mensuales. Todas las historietas debían responder a esta pauta, muchas veces delimitada por fechas importantes dentro del calendario histórico nacional y otras por simples palabras

¹² Sigla correspondiente a Pequeñas y Medianas Empresas, concepto que caracteriza no solo al tamaño de una empresa, sino también a un proceso de lucha y resistencia por parte de los sectores empresarios por fuera de las grandes firmas nacionales y transnacionales.

¹³ Entrevista personal inédita a Enrique «Quique» Alcatena (2022).

¹⁴ *Ibid.*, 2022.

que se decidían en la redacción. Con una u otra consigna, el contenido de «HN: Historietas Nacionales» mostró formas y contenidos novedosos. Como artista que trabajó en proyectos previos a la crisis, en revistas víctimas de esta y en publicaciones posteriores, Alcatena encuentra en el segmento de *Télam* algunas especificidades:

Lo que yo hice son cosas que *Fierro* no hubiera sacado. Hice la de *PyMEs* de robots, la de «Cara de Piedra», que era un material más raro. Ni siquiera era un material «skorpiano».¹⁵ Era una cosa más ambigua. [...] El perfil de las historia [...] -en mayor o menor medida- era tradicional en el sentido de contar historias. Podía tener un sesgo más o menos político, pero era fundamentalmente *Hora Cero* o, salvando las distancias, *Columba o Récord*.¹⁶

En lo relacionado con los artistas que formaron parte del suplemento especializado «HN: Historietas Nacionales de Télam», este demostró contar con un carácter particular en relación al resto de las producciones editoriales de la época, quizás como heredero de una experiencia previa como fue el retorno de la revista *Fierro* en el año 2006. En la composición de la lista de artistas seleccionados para publicar sus trabajos, podían encontrarse tanto representantes del proceso previo a la crisis que existió hacia finales de siglo como nuevos trabajadores y trabajadoras surgidos de las condiciones imperantes durante finales de los noventa y principios de los 2000. Esto permitió analizar una serie de elementos y fenómenos que rodeaban al proyecto. En primer lugar y con respecto a la existencia de ciertas disputas discursivas por el significado, la participación de referentes del período de las grandes revistas de tirada nacional —como Enrique «Quique» Alcatena, Domingo «Cacho» Mandrafina o Lito Fernández— demostró la futilidad de aquellas voces que hablaban —y todavía hablan— de la «muerte» de la historieta. Pasadas dos décadas de continuo desarrollo de la industria, estas posturas han perdido todo sentido. En segundo lugar, la combinación de artistas formados durante diferentes épocas dio pruebas de la posibilidad de convivencia en un mismo espacio de las principales líneas estilísticas que han predominado en Argentina en los últimos cuarenta años, algo que para muchos era impensable hasta el momento y en lo que experiencias previas habían mostrado un fracaso rotundo. En tercer lugar, esta cualidad característica del suplemento permitió combinar en un mismo espacio tradiciones laborales heterogéneas. Estas encontraron en HN una posibilidad de encuentro, discusión e intercambio que hasta ese momento solo podía darse en algunos foros, eventos y publicaciones en papel específicas como la revista *Fierro: la Historieta Argentina*. Esta mixtura de artistas, experiencias, estéticas, discursivas, personajes y temas a trabajar permitió pensar en el suplemento HN como uno de los espacios a consultar si alguien quisiera saber, a grandes rasgos, de qué se habla cuando se habla de historieta en Argentina a comienzos de la segunda década de los 2000.

Sin embargo, es necesario detenerse por un segundo en este aspecto. Porque este «encuentro» solo se da al observar el suplemento en tanto producto para su lectura. Pero no en la relación entre los trabajadores. La metodología de producción y entrega con la que funcionó el proyecto

¹⁵ Con «skorpiano» refiere a un modo específico de hacer, inaugurado por la revista *Skorpio*, publicación de *Ediciones Récord*, aparecida en Argentina en el año 1974.

¹⁶ *Ibid.*, 2022.

demostraba este «estado intermedio» entre dos procesos creativos y laborales distintos. Como indica Enrique «Quique» Alcatena:

En el laburo no te cruzabas, porque cada uno tenía días de entrega diferentes. No había espíritu de redacción, no había espíritu de equipo. En mi cabeza, fue lo primero que me entusiasmó: volver a algo tipo *HACHA*. Pero no pasó [...] Yo solo pisaba *Télam* para llevar la factura y para cobrar.

Es muy lindo [lo que sucedió con *Télam*], pero yo sentía que faltaba espíritu de cuerpo. Ya habíamos sido devastados en la cabeza por el «cada uno se agarra y se salva como pueda». El nexa era Lautaro [Ortíz], pero en esos años no me crucé con nadie más, nunca. Entonces, no había espíritu de que somos un grupo. Yo lo hubiera defendido mucho. Me hubiera encantado. Pero yo tampoco hice nada para que suceda.¹⁷

Con respecto a estos dos últimos puntos, el trabajo de García Canclini¹⁸ también encuentra en los vínculos intergeneracionales relaciones colaborativas y de apoyo mutuo, antes que brechas y rupturas. Para el caso de la experiencia creada por *Télam*, podemos ver que los artistas más jóvenes incluyeron a los artistas más grandes en nuevas dinámicas, círculos y tecnologías. Al mismo tiempo, los artistas más grandes pudieron ver replicadas en trabajadores jóvenes formas de contratación similares a las que podían acceder ellos mismos previo a la crisis. En palabras de quien fuera su director, Lautaro Ortiz, el suplemento permitió:

unir en el mismo espacio que el Estado y la agencia le haya dado, haya podido juntar a tipos que hacen, que hicieron grande la historia de la historieta argentina [...] y toda la nueva generación de dibujantes y guionistas que vienen [...] pujando desde hace años.¹⁹

En conexión con ello, se analizará aquí la significación que puede operar alrededor de la utilización de determinados conceptos a la hora de definir el nombre de un proyecto. Es necesario aclarar que pese a que muchas de estas experiencias —fundamentalmente «HN: Historietas Nacionales» y *Fierro: la Historieta Argentina*— mostraban en sus nombres un intento por referenciarse y diferenciarse como espacios que abarcaban la totalidad de la producción de historietas y humor gráfico en Argentina, no lo son de ninguna manera y la ausencia dentro de sus páginas de nombres y estilos ha sido notoria. Pese a ello, la potencia de sus nombres, anclada en palabras como «nacionales», «argentina» e incluso en el uso del artículo «la» para el segundo caso, llevó a que intenten erigirse —con mayor o menor éxito— en tanto representantes de aquello que debe entenderse por historieta y humor gráfico argentinos, con un importante nivel de aceptación entre los sujetos que formaban parte del ambiente. En este sentido, es interesante tener en cuenta los riesgos que dichos nombres poseen en la práctica.

¹⁷ *Ibid.*, 2022.

¹⁸ GARCÍA CANCLINI, N. y URTEAGA CASTRO, M. *Op. cit.*

¹⁹ TÉLAM. *Télam presentó un panel de dibujantes y guionistas en el Festival Internacional de la Historieta* [vídeo], en Youtube, 7 de octubre de 2012. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=iDCfm24I2Jw&ab_channel=TélamWILLI

Este proceso, originado en la denominación de las revistas, de alguna manera define el contenido que se publicaba en sus páginas. Al presentarse estas dos experiencias como representantes de la producción nacional o argentina en su totalidad, se conformaban discursos acerca de lo que debía entenderse por arte gráfico secuencial nacional, como historieta y como humor gráfico. Si se va un poco más allá en el sendero de lo que un nombre puede significar, se encuentra en su uso una fuerte autodefinición. Todo aquello que es historieta, «nacional» o «argentina», lo es por estar en estas publicaciones. El arte gráfico argentino entonces representado por las historias, artistas y estilos en estos proyectos publicados. Las historietas y los artistas que las producen se ven legitimados al verse incluidos en estas publicaciones.

Unida a esta autodefinición, necesariamente existe una heterodefinición. Esta es entendida como la potencia que poseían estas producciones para indicar aquello que no es historieta, por el hecho de no ser incluidas en sus contenidos. Aquellas publicaciones que no son HN o *Fierro*, por este simple hecho de «no ser», no publicarían historieta, sino otra cosa. Estos dos niveles discursivos, que en el mismo título de las publicaciones encuentran lugar, se vuelven importantes como un elemento relevante a tener en cuenta por parte de los artistas convocados a formar parte de su plantel. Trabajar en proyectos como HN es, para algunas de estas personas y en contextos particulares, una experiencia de gran importancia. Como recuerda Alcatena para su caso específico,

[Formar parte de esta experiencia] fue buenísimo. La primera vez. Y con libertad, dejándote trabajar tranquilo. En un formato amigable. Te digo, era una impronta interesante para mí. Por eso, siempre voy a rescatar eso porque la única vez que creo que pasó. Ya no creo que se pueda volver a hacer [...]. Fue re valioso, re valioso. Y creo que fue difícil. Es una pena que no se haya rescatado todo eso.²⁰

Asimismo, el no ser convocado implica sentimientos y definiciones igual de importantes y variables, desde el sentimiento del no pertenecer hasta la defensa de aquellos espacios de participación por fuera de lo legitimado y representadas por una mayor «independencia», como deja claro la investigación de Blattmann²¹ de la que ya se ha hablado aquí.

Para lograr una mayor comprensión en lo que se refiere a este punto en particular, es pertinente recuperar el trabajo teórico de Raymond Williams,²² así como algunos trabajos de investigación que recuperan la discusión acerca del campo de la hegemonía. Como explica Williams, la posibilidad de conformar discursos hegemónicos acerca de ciertos fenómenos no elimina la posibilidad de existencia de discursos paralelos y hasta contradictorios. Para el caso que aquí se analiza, experiencias como «HN: Historietas Nacionales» y *Fierro: la Historieta Argentina* intentaron, desde sus mismas denominaciones, conformar una narrativa según la cual ellas acumulaban el total de lo que se consideraba historieta argentina o historieta nacional y todo lo que estuviera fuera de su espacio, se estaría hablando de otra cosa. Pero esos espacios habitantes de ese afuera, con identidades y búsquedas artísticas y laborales alternativas existieron durante el tiempo en

²⁰ *Ibid.*, 2022.

²¹ BLATTMANN, J. *Op. cit.*

²² WILLIAMS, R. «Teoría cultural», en *Marxismo y literatura*, 1980, pp. 97-164.

que ambas publicaciones estuvieron en circulación. El concepto de hegemonía de Williams,²³ definido como un cuerpo de prácticas y expectativas relacionadas con la totalidad de la vida, como un sistema de significados y valores que se confirman en la práctica cotidiana y que, a su vez, confirman esas prácticas a partir del sistema, puede complementar la comprensión de este juego de significaciones. Es en la producción de «HN: Historietas Nacionales», en la elección de la lista de artistas, en su edición, en su puesta dentro del sitio de *Télam* y en su publicación en papel donde estos sentidos hegemónicos acerca de lo que es —y lo que no es— la historieta se ponían en funcionamiento. Como destaca Williams, esta acción suele tomar la forma de una tradición antes que la de una superestructura separada de su base material y debe siempre concebirse como un proceso constante y activamente actualizado de reproducción de este componente tradicional.

Esta tradición, siguiendo con lo esbozado por el autor de «Marxismo y Literatura», es en realidad una versión selectiva de un pasado configurativo y un presente preconfigurado, con fuerza de definición e identificación cultural y social. El listado de artistas seleccionados, definidos como aquellos que «hicieron grande la historia de la historieta argentina»,²⁴ la elección del nombre con el uso del gentilicio y el espacio del cual emanaba la iniciativa, tendían hacia dicho proceso de conformación de significados hegemónicos acerca de aquello que debe entenderse por historieta y humor gráfico. Estas ideas, a su vez, supieron ser actualizadas en muestras retrospectivas y en la organización de mesas temáticas sobre historieta en diferentes eventos que *Télam* produjo durante el tiempo en que se mantuvo el suplemento en circulación. La construcción de una idea de tradición como la que trajo aparejada la aparición de «HN: Historietas Nacionales» responde tanto a los artistas previos a la crisis como a los nuevos artistas surgidos *a posteriori*, puesto que recupera un pasado reconfigurado de ambas experiencias para construir un único presente presencial en el que ambas líneas, o la construcción que de ambas se concibe, se encuentran.

La incorporación del género de historietas como un segmento especial dentro de la agencia *Télam* ofrece también otros puntos de análisis. En continuidad con el estudio realizado por Bayardo,²⁵ encontramos un proceso de culturización y patrimonialización del arte gráfico secuencial y del humor gráfico por parte de agentes de gestión pública. Si, por un lado, podemos observar en este movimiento hacia la patrimonialización la creación de un espacio de salvaguarda de la historieta y las tiras de humor, por el otro, es difícil encontrar una búsqueda en virtud de hacer rentable económicamente el trabajo de los artistas más allá del espacio específico de la publicación. En palabras de su director, Lautaro Ortiz, el espacio era «una oportunidad de que los autores de historieta puedan llegar a distintos lugares del país, a través de diarios y del

²³ WILLIAMS, R. «Teoría cultural», en WILLIAMS, R. *Marxismo y literatura*. Buenos Aires Los Cuarenta, 1980 [2009], pp. 97-164. Traducido por Guillermo David.

²⁴ Testimonio de Lautaro Ortiz en TÉLAM. *Télam presentó un panel de dibujantes y guionistas en el Festival Internacional de la Historieta* [vídeo], en Youtube, 7 de octubre de 2012. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=iDCfm24I2Jw&ab_channel=T%C3%A9lam

²⁵ BAYARDO, R. «Anegados en la cultura. Be Creative», en *La cultura argentina hoy*, vol. 1, n.º 1 (2016), pp. 255-285. Disponible en <http://www.scielo.edu.uy/pdf/ruae/v1n1/v1n1a05.pdf>

portal de *Télam*».²⁶ Ese «llegar» del cual habla Ortiz se refiere al hecho —potencial— que el suplemento llegaba a todos los medios que estuvieran suscritos al reporte semanal de la agencia. Sin embargo, el «llegar» es un elemento tan recurrente como indeterminado en incontables discursivas respecto del trabajo artístico. Puede entenderse desde esta perspectiva la producción de lo que Throsby, citado en Palma y Aguado,²⁷ define como «capital cultural», como ese activo que genera un valor cultural más allá del valor económico. La oferta propuesta por el suplemento «HN: Historietas Nacionales» incluye este primer valor, el cual no posee una unidad de medición común y cuyos elementos compositivos no son siempre cuantificables bajo los criterios del segundo valor. Este impacto, no medible desde una lógica monetaria, caracteriza el fin primero que tuvo la experiencia del suplemento durante el tiempo que se mantuvo en circulación.

Si bien la revista *Fierro: La Historieta Argentina* también contaba con apoyo gubernamental basado en la pauta publicitaria, esta publicación contaba con puntos de venta y distribución a nivel nacional. Es decir que puede verse un fin monetizado que volvía a los editores y artistas en forma de retribución. Pero en el caso de «HN: Historietas Nacionales» se observa un proceso inverso. A diferencia de otras disciplinas artísticas, como la pintura e incluso la música clásica, que siempre evitaron asociarse —aunque sea discursivamente— con procesos de mercantilización, la historieta y el humor gráfico encontraban una orientación hacia la venta en sus condiciones mismas de producción. Los editores buscaban mejorar la lista de sus artistas para con ello lograr más y mejores dividendos que permitieran aumentar el número de tiradas. Pero para el caso que aquí se analiza, la historieta y el humor gráfico fueron separados de su espacio tradicional, las librerías y los kioscos de diarios, para reconfigurarse en un espacio de acceso público y gratuito como fue la página web de *Télam*. Continuando con el trabajo ya citado de Bayardo,²⁸ puede plantearse una analogía entre el comportamiento de las empresas y los agentes gubernamentales de alcance nacional. En «Anegados a la cultura be creative», el autor describe el modo en que las empresas privadas cambian la lógica de inversión en publicidad. En vez de pagar por espacios y subvencionar actividades, como la tradición lo marcaba, pasan a producir sus propios eventos. Con esto, logran controlar qué tipos de significados se asocian con sus marcas en pos de conformar una identidad definida. Sin hacer referencia directa con lo comercial, las corporaciones logran captar y construir audiencias fieles. En el caso de «HN: Historietas Nacionales», así como otras iniciativas ancladas en el «apoyo a la cultura», el gobierno —en este caso, nacional— buscaba conformar una asociación directa con los intereses de las audiencias que consumían estos productos y que fueron sus potenciales votantes.

Aquí resulta interesante detenerse en otro aspecto de las condiciones de contratación bajo las que trabajaron estos artistas. Si bien *Télam* contrataba a estos a cambio de sus historietas y personajes, los derechos de autor que corresponden por cada una de estas creaciones no eran propiedad de la agencia. Es decir, los artistas, una vez terminada la relación contractual o la publicación de tal o cual historia, eran dueños de su obra y podían comercializarla. Pese a ello, son pocas las publicaciones de HN que llegaron al formato papel —destaca la historia completa

²⁶ TÉLAM. *Télam presentó el suplemento «Historietas Nacionales»* [vídeo], en Youtube, 5 de diciembre de 2011. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=y6YnTWfG8&ab_channel=T%C3%A9lam

²⁷ PALMA MARTOS, L. y AGUADO QUINTERO, L. F. «Economía de la cultura. Una nueva área de especialización de la economía», en *Revista de Economía Institucional*, vol. 12, n.º 22 (2010), pp. 129-165.

²⁸ BAYARDO, R. *Op. cit.*

«Noelia en el país de los cosos» (La Maroma, 2017), de Ignacio Minaverri, algunas historias de Luciano Saracino y Carlos Gómez, compiladas en el libro «Historias cortas» (EDUVIM, 2018)- y «Las aventuras de Mambrú» (Primavera Revólver, 2022).

Pese a esta imposibilidad por generar dividendos con las obras publicadas, más allá del pago dado por su trabajo a los artistas, la forma de contratación representó algunas ventajas para estos trabajadores. La misma siguió un formato de contrato por tiempo limitado, variable en cada caso pero siempre medido en una cantidad de meses específica, en el que los artistas facturaban por su trabajo. Sin embargo, esto parece haber sido distinto para algunos artistas en particular, que percibían un salario mensual y no una retribución por producción. En palabras de algunos de los artistas empleados por *Télam*, el pago era muy bueno —aunque en ninguno de los casos pudo precisarse la suma remunerada—, regular y abonado a través de cheques. Con respecto a los derechos intelectuales sobre las obras, como ya se ha indicado, *Télam* solo exigía una primera impresión en papel y en su formato web dentro del reporte, para luego pasar a propiedad de sus artistas.

La importancia de *HN* en la voz de sus trabajadores

Hasta aquí, este trabajo ha intentado describir y desarrollar la experiencia de «HN: Historietas Nacionales» a partir del análisis de sus puntos de asociación y disociación con otras iniciativas, al explicar su proceso de conformación y los significados puestos en juego, así como el contexto de surgimiento de la misma. Ahora bien, ¿qué importancia tuvo el suplemento de *Télam* para los propios trabajadores gráficos que fueron convocados? ¿Qué ofrecía para ellos el «estar» dentro de su estructura?

En palabras de Ignacio Minaverri, uno de los artistas con mayor participación dentro del suplemento,

trabajar para *Télam* fue como una edad dorada. Lo digo en el prólogo del libro [refiriéndose a *Noelia en el País de los Cosos*]. Fue el único momento en que los dibujantes y guionistas pudimos cobrar un sueldo, que se actualizaba por paritarias cada año, por paritaria de prensa.²⁹

Para este artista, la incorporación al proyecto significó una «edad dorada», concepto con el que se nombra un momento idílico, representativo de un lapso donde muchas variables se activan de modo positivo y donde la mayoría de las condiciones existentes marcaron un estado ideal para la producción y el consumo. Al hablar del «único momento», Minaverri establece una particularidad propia para el caso de HN, en contraposición a los otros espacios laborales existentes en donde la retribución se daba por trabajo realizado y no en forma de salario mensual.

²⁹ GUION Y DIBUJO: DIÁLOGOS DE HISTORIETA. *Guion y Dibujo - Episodio 07 - Ignacio Minaverri* [vídeo], en *Youtube*, 26 de febrero de 2018. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=5H5f0O0ETFc&ab_channel=GuionyDibujo

Para Enrique Alcatena, cuyo modo de contratación era distinto —con contratos temporarios y cobro por facturación—, la participación en el suplemento también significó un momento único. Pero su valor es entendido al interior de un proceso histórico y teniendo en cuenta el momento en que aparece. Al preguntarle sobre cuáles son los aspectos del proyecto elige rescatar, responde:

Calculo que un poco la forma en que se manejó humanamente la movida de *HN*. Vino en 2010, cuando las grandes revistas hacía quince años o más de quince años [que habían cerrado]. En todo ese intervalo, no hubo movidas, salvo la de los fanzines en su momento, que también se pinchó.³⁰

Los flujos de trabajo y la demanda del suplemento también contrastaron con el trabajo a destajo al que suelen acostumbrarse los trabajadores de la historieta y el humor gráfico. Como indica Minaverri,

es otra cosa. La cantidad de trabajo me gustaba. Eran cuatro páginas de *Noelia* [en el país de los cosos] por mes, más varios dibujos para notas. Paralelamente, hacía unos dibujos para [Pedro] Saborido que salían también en la página de *Télam*, con los que hacían una especie de animación. Teníamos bastante trabajo, estaba bien. Para mí, fue una época dorada que no sé si se volverá a repetir.³¹

Nuevamente, las condiciones de trabajo que imperaron se convierten en un mundo ya extinto y al que difícilmente pueda retornarse. Pasada la experiencia de «HN: Historietas Nacionales», el total de los artistas debió continuar bajo las condiciones que existían por fuera del suplemento, con las características que se han detallado anteriormente.

Con respecto a la posibilidad de convertirse los contenidos producidos en un valor económico o cultural a partir del consumo de los lectores, ambos artistas encuentran ciertos errores en el proceso. Para Minaverri, esto se vincula con la accesibilidad del contenido:

Lo que sí, a las páginas no les daban la difusión que, para mí, le deberían haber dado. El suplemento estaba, medio que tenías que navegar la página, ir a un costadito para abajo, tocar un botoncito para llegar a un hipervínculo que te llevaba a... Bueno, estaba medio difícil de encontrar. Mucha gente me preguntaba: «¿Estás trabajando?» y yo le respondía que estaba trabajando de lo más bien, pero nadie se enteraba.³²

Para Alcatena, el suplemento contaba con buen contenido, pero fallaba en el hacerlo seductor para los diarios que tenían la posibilidad de incluirlo en sus páginas:

³⁰ *Ibid.*, 2022.

³¹ *Ibid.*, 2018.

³² *Ibid.*, 2018.

La idea era que el diario que quería, las podía bajar. Pero, que yo sepa, nunca tuvimos noticia de que se haga. Entiendo que también fallara por eso. Era un *commodity* que quizás estaba ahí pero nadie conocía.³³

Como ya se ha dicho, y pese a esta aparente falta de difusión, algunos artistas terminaron por publicar estas historias por intermedio de editoriales en mayor medida independientes, varios años después de su salida en *Télam*. Quizás, si hubieran circulado más, también se hubieran publicado en editoriales de mayor tamaño e importancia, como otras obras que han circulado en medios gráficos tradicionales y luego terminaron por recopilarse.

Durante el lapso en que la experiencia existió, los artistas convocados contaron con beneficios que no eran ya comunes al interior del quehacer artístico de la historieta nacional. Percibieron una remuneración —la cual, en algunos casos, se modificaba en relación con las paritarias del gremio de prensa—, recibieron obra social y, algunos, el pago de cargas jubilatorias,³⁴ apoyo gremial y trabajo constante e ininterrumpido durante todo el año. Además, Minaverry destaca el valor propio de saberse en un espacio de intercambio y contención entre trabajadores, aunque en este punto se han podido observar diferentes posturas al respecto.

La creciente precarización laboral que caracterizó el quehacer artístico a comienzo del nuevo siglo significó también la indefensión y la ausencia de derechos laborales con los cuales reglamentar diferentes aspectos de su labor. Si bien *Télam* incorporó a los artistas a un sindicato quizás ajeno al ámbito particular de la historieta, como es *SiPreBA* (*Sindicato de Prensa de Buenos Aires*), y que posee también vacíos legales para las particularidades de su trabajo, la organización gremial es recuperada por Minaverry como un valor determinante en medio de una situación de desprotección generalizada cuando el proyecto comenzó a desmantelarse.

Para Enrique Alcatena, esta etapa de cierre significó, en cambio, algo muy distinto. Era volver a presenciar cómo un proyecto con estructura propia, y en este caso desde la gestión estatal, dejaba de existir:

Nos dijeron [...] que se cortaba por ahora, que nos invitaban a participar con ilustraciones editoriales. [...] A mí no me interesaba hacer ilustración editorial. Aparte, estaba muy bajón. Se había cortado todo y no quería volver a trabajar con esta gente. [...] Para mí, fue feo porque otra vez, la única vez que el Estado es garante y cumple y te da un trabajo regular, que no podías vivir pero te ayudaba mucho. Ayudaba mucho lo de *Télam*. Entonces, fue un bajón. Anímico para este caso. Pero uno más, de todos lo que conociste en tu vida.³⁵

Este momento del cierre del suplemento, como consecuencia del cambio de gobierno en 2015, es un elemento que aparece como disparador reflexivo para muchos de estos trabajadores,

³³ *Ibid.*, 2022.

³⁴ Esto no hubo de suceder en el caso de los artistas empleados mediante contrato y facturación, ya que el vínculo laboral es distinto y el pago de haberes corre por cuenta del trabajador, puesto que este figura como prestador de servicios al Estado y no como empleado estable del mismo.

³⁵ *Ibid.*, 2022.

centrándose en algunos casos sobre la importancia de la protección gremial. Como explica Minaverry:

Pensaba «¿cómo no es posible el tema del sindicato de dibujantes? ¿Cómo como no se podrá hacer eso?» [Con *Télam*] estábamos como en el sindicato de prensa. Y cuando están en un sindicato, en un lugar así con otra gente, laboralmente te sentís contenido, te sentís mucho mejor. Nosotros tuvimos algunos problemas al principio, con el cambio de gestión, y estuvimos sin cobrar por varios meses. La comisión interna de Télam nos ayudó un montón».³⁶

HN: Historietas Nacionales representó entonces la aparición de un proyecto con intenciones de estabilidad económica para sus trabajadores, con la agencia estatal como garante. Pero fue también un reflejo de los límites que estas empresas pueden experimentar. La dependencia con respecto a la agenda propia de cada gobierno, las limitaciones a la hora de incorporar a la historieta en un ámbito ajeno y las dificultades para lograr que esta llegue a sus lectores. Para los trabajadores contratados significó la posibilidad de formas alternativas de trabajo, así como la ruptura de las ilusiones puesta en las mismas.

Pese a todo ello, puede observarse que el suplemento activó procesos de reflexión sumamente interesantes. Planteos al respecto del trabajo profesional, de la participación del Estado en la cultura, de los canales necesario para su difusión y de las nuevas condiciones imperantes en el mercado artístico-editorial.

Conclusión

La experiencia de «HN: Historietas Nacionales» puede ilustrar un momento de encuentro entre estructuras laborales y medios de producción a principios del nuevo milenio. Fue un espacio en que convergieron viejas y nuevas tradiciones de trabajo, significados en disputa y lectores heterogéneos. Al mismo tiempo, y siguiendo las palabras de varios de sus trabajadores convocados, posee un carácter de excepción —el ser una «edad dorada», una «primera vez»—, que permitió interpretarlo como una incongruencia con respecto a las formas de producción, distribución, comercialización y consumo a las que estaban acostumbrados todos los componentes del ámbito y a las que siguieron una vez cerrado el suplemento.

«HN: Historietas Nacionales» puso sobre la mesa la importancia de los valores que exceden a lo meramente monetario, tanto para quienes formaron parte como para quienes quedaron fuera del proyecto, al tiempo que permite complejizar los intereses y lineamientos que poseían las iniciativas que nacieron del seno gubernamental. Sin embargo, también expone las limitaciones que poseen estas empresas en un país donde la continuidad de proyectos muchas veces se halla atada al tiempo en que un partido político se mantiene en el poder.

Con respecto a lo estrictamente laboral, HN se muestra como un producto y una estructura paradójica si se comprende al interior del contexto histórico de trabajo artístico en que aparece,

³⁶ *Idem.*

hecho que se comprueba al tener que retornar sus artistas a las condiciones imperantes una vez que el suplemento fue cancelado.

El suplemento de *Télam* aparece como una excepcionalidad, algo que nunca había existido y que, a su vez, nunca volvió a aparecer. Resta saber si esta excepción nace de su propia naturaleza híbrida, de una combinación de elementos provenientes de distintos procesos históricos en un solo momento y lugar que ya era anacrónico cuando empezó a existir.

Bibliografía

AGRIMBAU, D. «Sobrevivencia de la historieta argentina: 1992-2002» [artículo en línea], en *Tebeosfera*, 2002. Disponible en <https://www.tebeosfera.com/1/Documento/Articulo/Industria/Argentina/1992a2002.htm>

BAYARDO, R. «Cultura, economía y economía de la cultura», en *Voces en el Fénix*, 10 de enero de 2013, n.º 29. Disponible en <https://vocesenelfenix.economicas.uba.ar/cultura-economia-y-economia-de-la-cultura/>

—«Anegados en la cultura. Be Creative», en *La cultura argentina hoy*, vol. 1, n.º 1 (2016), pp. 255-285. Disponible en <http://www.scielo.edu.uy/pdf/ruae/v1n1/v1n1a05.pdf>

BELTRÁN, G. y MIGUEL, P. «Emprendedores creativos. Reacomodamientos en trayectorias de la clase media por la vía de la inversión simbólica», en *Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires*, (2011), pp. 225-253.

BLATTMANN, J. *Historietas para sobrevivientes: la historieta argentina de Fierro a Instagram*. [Trabajo de graduación - Licenciatura en Comunicación]. Universidad de San Andrés, 2018. Disponible en: <https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/16582/1/%5bP%5d%5bW%5d%20T.L.%20Com.%20Jose-fina%20Blattmann.pdf>

CARABALLO, L. C. «Historieta argentina: del fanzine al Weblog», en II Congreso Iberoamericano de Investigación Artística y Proyectual y V Jornada de Investigación en Disciplinas Artísticas y Proyectuales. La Plata, Universidad Nacional de la Plata, 2010. Disponible en http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/39325/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

DEL MÁRMOL, M. «Entre el deseo, la amistad y la precarización: trabajo artístico y militancia cultural en la producción teatral platense», en *Cuadernos de antropología social*, n.º 51 (2020), pp. 169-188. Disponible en http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1850-275X2020000100169

GARCÍA CANCLINI, N. y URTEAGA CASTRO, M. (coords.). *Cultura y desarrollo: una visión crítica desde los jóvenes*. Buenos Aires, Paidós, 2012.

GUION Y DIBUJO: DIÁLOGOS DE HISTORIETA. *Guion y Dibujo - Episodio 07 - Ignacio Minaverry* [vídeo], en *Youtube*, 26 de febrero de 2018. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=5H5f0O0ETFc&ab_channel=GuionyDibujo

PALMA MARTOS, L. y AGUADO QUINTERO, L. F. «Economía de la cultura. Una nueva área de especialización de la economía», en *Revista de Economía Institucional*, vol. 12, n.º 22 (2010), pp. 129-165.

SABANÉS, L. «El surgimiento y desarrollo de la agencia de noticias *Télam* en el marco de las políticas internacionales de comunicación», en *Question*, vol. 1, n.º 42 (2014), pp. 392-404.

TÉLAM. *Télam presentó el suplemento «Historietas Nacionales»* [vídeo], en *Youtube*, 5 de diciembre de 2011. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=yn6YnTWfG8&ab_channel=T%C3%A9lam

—Télam presentó un panel de dibujantes y guionistas en el Festival Internacional de la Historieta [vídeo], en Youtube, 7 de octubre de 2012. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=iDCfm24I2Jw&ab_channel=Télam

URDIN, D. *La vida, la muerte y el más allá. Discursos patrimoniales en disputa en el campo de la historieta y el humor gráfico argentinos*. 2020. Disponible en: https://www.academia.edu/43782581/La_vida_la_muerte_y_el_más_allá_Discursos_patrimoniales_en_disputa_en_el_campo_de_la_historieta_y_el_humor_gráfico_argentinos

WILLIAMS, R. «Teoría cultural», en WILLIAMS, R. *Marxismo y literatura*. Buenos Aires Los Cuarenta, 1980 [2009], pp. 97-164. Traducido por Guillermo David.