

La “generación Sailor Moon” argentina, o la posibilidad de una renovación feminista de la historieta nacional.

Diego Labra.

Cita:

Diego Labra (2021). *La “generación Sailor Moon” argentina, o la posibilidad de una renovación feminista de la historieta nacional. XIV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-074/716>

La “generación Sailor Moon” argentina, o la posibilidad de una renovación feminista de la historieta nacional

Diego Labra
IdIHCS-CONICET/Uni-Rostock

Según Magda Erik-Soussi (2015), la renovación de la industria del comic y la animación estadounidense puede atribuirse a la “generación *Sailor Moon* occidental”: autores, predominantemente mujeres, cuyas obras exhiben influencias niponas fruto del consumo de *Sailor Moon* (1991-1997) de Naoko Takeuchi y títulos similares en sus años formativos durante el “boom” editorial del *manganime* de los 2000. La importación de *shōjo* moderno, historieta producida por autoras para lectoras (adolescentes) desde lo que Erik-Soussi llama una “*female gaze*”, o “mirada femenina”, rompió con una cultura del comic dominada por varones heterosexuales y propició la diversificación entre los consumidores.

En Argentina, la adaptación animada de la obra de Takeuchi se estrenó en televisión por cable en 1996 y fue integral al éxito del *manganime* durante los noventa (Álvarez Gandolfi 2013; Martínez Alonso 2013). Mas, a diferencia del norte, donde el mercado editorial reconoció en las mujeres lectoras de manga un rentable nuevo grupo de consumidores (Brienza 2016; Malone 2010), aquí el efecto no se sintió con igual fuerza. Sin embargo, en el último lustro, y en el marco de una renovación de la historieta local potenciada por el movimiento feminista (Acevedo 2018; Gandolfo y Turnes 2020) han irrumpido en escena una nueva cohorte de artistas como Paula Andrade, Teora Bravo, Marcia Juárez, Macarena García Cuerva o Sukermercado (Paula Suko), entre otras, a quienes podríamos apodar tentativamente, por sus características etarias y estilísticas, como la “generación *Sailor Moon*” argentina.

En esta ponencia nos concentraremos en la recepción autóctona del *manganime*, en general, y el *shōjo*, en particular, y buscaremos comprender como las mencionadas autoras ponen a circular sus trabajos (¿“manga argentino”?) en tensión con una industria que hace gestos de apertura a las mujeres historietistas, pero aún mira con desconfianza a esos “dibujitos chinos” que dominan el mercado local hace décadas.

1. El desembarco del *manganime*, o las chicas también leen historieta

“Y si me permitís, aprovecho para invitar a todas las comiquerías (sabemos que están ahí, chicas) a hacerse oír, expresar sus opiniones, para que los giles no se crean que esto es un ghetto que les está vedado a las mujeres” (*Comiqueando*, N°5, septiembre de 1994, p. 53). Con esa frase, Andres Accorsi cerraba su respuesta a la primera carta de una lectora publicada en su revista *Comiqueando* (1994-2001). Existiesen o no “las comiquerías”, en la Argentina de los primeros noventa el sentido común afirmaba que a las mujeres no les interesaba la historieta. Un imaginario explicitado por un “habitué” en una subsiguiente entrega del correo de lectores, quien argumentó que ni él ni todos sus amigos habían “conocido ni una minita que se cope con los comics” y que, además, “las grandes peleas” con su “ex-novia siempre tenían a los comics como tema central”. “¿Cuándo van a entender las chicas que los comics no son para pendejos? Es más, ¿Cómo la van a entender si nunca se pusieron a leer un *Sandman*, un *Kid Eternity* o una *Orquidea Negra*?” (*Comiqueando*, N° 8, diciembre de 1994, p. 43).

“¿Por qué hay tan pocas mujeres entre las legiones del fan del comic? [...] ¿Por qué hay tantos comics protagonizados por mujeres que las mujeres de carne y hueso no leerían ni por todo el oro del mundo?”, se preguntaba Accorsi (*Comiqueando*, N° 47, septiembre del 2000, p. 16). Lejos de ensayar aquí una respuesta, a priori es posible identificar que una razón detrás de ello es que estos eran productos culturales producidos por hombres que modelaban su público deseado en torno a ellos mismos, reproduciendo estereotipos como que a las mujeres no leen ni les interesa la historieta (p. 19).¹ Esto cambiaría drásticamente gracias a la llegada masiva del *anime*, primero, y el manga, después.

Si bien varias series animadas japonesas habían cosechado éxito en las pantallas locales desde los años setenta (García y Díaz 2018), no fue hasta la segunda mitad de los noventa que el *anime* se instaló como una “marca” en sí misma. Como estaba sucediendo en otras partes de mundo, la privatización de señales públicas, la multiplicación de canales gracias a la TV por cable y una coyuntura económica y tecnológica que invitaban a la circulación cultural transnacional generaron una demanda voraz por llenar cada vez más horas de aire (Malone 2010; Martínez Alonso 2013). Ejemplo paradigmático de este proceso en nuestro país fue el

¹ En la *Comiqueando* N°34, de julio de 1998, se publicó una esquila de Paula Gómez, esa primera lectora que escribió a la revista y partícipe recurrente del correo de lectores. Allí ella expresa estar “francamente molesta con Diego [Accorsi]”, quien en la sección Mesa Redonda, “al criticar un número de ST: Voyager, dice: ‘una mina capitana? Aaaaah!’ ¿Qué problema tenés con las capitanas, Diego? ¿Te parece que son ineptas por ser mujeres? Personalmente, no estoy facinada (sic) con Voyager ni con la Capitana Janeway en particular. Pero no porque sea mujer, sino porque no me gusta la personalidad ni me cae simpática la actriz que la interpreta. Sin embargo, creo que es lógico que de cuatro series ubicadas en el Universo Star Trek, una tenga una capitana ya que, afortunadamente y ferengis aparte, el machismo es allí apenas un mal recuerdo” (pp. 75-76).

canal de cable básico Magic Kids, lanzado por las productoras Pramer y Promofilm en 1994. En sus primeros meses transmitió dibujos animados norteamericanos, como las producciones de Klasky-Csupo o Saban/Marvel (Puddington 2019). Pero cuando el arribo a las grillas locales de los licenciarios originales con sus propias señales invalidó esos contratos, Magic emprendió una “huida hacia adelante”, apostando “casi sin quererlo” por la animación japonesa (*Lazer*, N° 12, 23 de febrero de 1999, p. 22). Los primeros éxitos fueron *Los Caballeros del Zodíaco*, “estrenada en abril de 1995”, y *Sailor Moon*, que llegó el año siguiente (Martínez Alonso 2013, p. 172).

La potencia del fenómeno en nuestro país tuvo varios factores coadyuvantes, entre los que se cuentan una de las más altas tasas de penetración de televisión por cable del mundo (Marino 2017) y la “sinergia espontánea” generada por una explosión desorganizada de *merchandising* relacionado, la mayoría de las veces de baja calidad y creado sin pagar los debidos cánones a los dueños de la propiedad intelectual, ofertado para usufructuar rápidamente con el atractivo de los éxitos televisivos (Pellitteri 2010). A los efectos de esta ponencia nos interesa particularmente destacar, primero, el amplio abanico generacional que alcanzaron las series animadas japonesas gracias a canales como Magic Kids o Fox Kids, que apelaban a su público objetivo de niños, pero también a adolescentes y jóvenes gracias a una programación rotativa con repeticiones nocturnas y de traspase. Segundo, la capacidad del *anime* de generar lectores de manga a partir de la construcción de un discurso en torno a estos consumos culturales que emparejaba a uno y otro de manera cabal y necesaria, como dos partes de una misma unidad, cosa que no pasaba con las historietas de otros países.

La renovación en clave generacional y, especialmente, de género, entre el lectorado comenzó a ser visible a finales de la década, fuera en eventos (*Lazer*, N° 20, 17 de febrero del 2001, p. 37; Oubliña Castro 2015) o en los correos de lectores de las publicaciones especializadas. En *Comiqueando* ahora podían leerse intervenciones de chicas preadolescentes, la mayoría de las cuales se reconocían “fanáticas” del manga y el anime, y hasta enviaban sus propios dibujos (*Comiqueando*, N° 22, julio de 1996, p. 33; N°26, marzo de 1997, p. 28; N° 43, enero del 2000, p. 73; N° 54, noviembre de 2001, pp. 71-72). La revista, de histórica actitud adversa frente a la historieta japonesa (*Comiqueando*, N° 1, mayo de 1994, p. 3), respondió a esta cambiante realidad del mercado poniendo a personajes de *manganime* en su portada y sumando “oficialmente” a los a “Estudio Nuez”, Daniel Acosta y Mariela Carril, primera mujer incorporada “de modo estable al staff”, para que aporten “en todos los números [...] información precisa y contundente sobre autores y personajes del manga y el animé” (*Comiqueando*, N° 31, enero de 1998, p. 3).

El impacto pudo apreciarse aun más en revistas fuertemente asociadas con el manga y el anime como *Otaku* (1999-2001) de Vértice o *Lazer* (1997-2009) de Ivrea. En particular, esta última fue muy exitosa en apelar a un público lector femenino a partir de una estrategia editorial que combinó un temprano y sostenido foco en *Sailor Moon* (con notas en todos sus primeros siete números y la portada de dos de ellos), y un pragmático distanciamiento de la “cultura comiquera” en el que se inscribían publicaciones como *Comiqueando* o *RAN* (1993-1999). Como expresó en su editorial inaugural su fundador, editor y principal redactor, Leandro Oberto, impreso detrás de una portada protagonizada por las Serena y compañía, la publicación apuntaba a

esos que graban *Sailor Moon* a la 1:30 de la mañana, que se ponen a visitar negocios de comics en Venecia, París o Bariloche; pero que, pese a todo, no se obsesionan con todo esto y disfrutan también de salir a boludear en mountain bike, ir a bailar, viajar, salir, etc. Lo normal ¿no? Sí, pero muy raro entre la gente que escribe revistas de esto (*Lazer*, N° 1, 7 de julio de 1997, p. 2).

Esta declaración de intenciones podría parecer contraproducente, pero éxito en capitalizar el “relevo generacional” que trajo la “masificación del anime” (*Lazer*, N° 20, 17 de febrero del 2001, p. 37), y construir un público lector que excedía sobradamente a los autodenominados “comiqueros”, articulado en base a una dieta de cultura masiva más amplia que incluía desde sitcoms norteamericanas a videojuego). Incluso a pesar de su propio contenido, *Lazer* actuó como un pararrayos que atrajo a miles de chicas adolescentes que encontraron en las *Sailor Scout* un modelo de mujer protagonista como no se veía en la televisión infantil por ese entonces, quienes estaban a la búsqueda de un espacio de identificación y socialización que les hablara a ellas y reuniera.

Contabilizando la correspondencia que había llegado como respuesta al primer número, todavía cartas de papel, Oberto cuantificó un “55% hombres [y un] 45% mujeres, 20% [a personas de] 12 a 14 años, 50% 15 a 19 años, 30% 20 en adelante”, mientras que un “85%” se autoidentificaba con ese espectador de ‘dibujos animados después de la medianoche’” (*Lazer*, N° 2, 5 de septiembre de 1997, p. 26). Si bien el paso de tiempo vería mermar esa repartición de género (“Las historietas japonesas hacen furor y generan miles de dólares”, 2000), las mujeres siempre fueron una presencia fuerte en el lectorado de la revista, así como en las convenciones del ramo. “La llegada de mujeres al fandom de los comics en Argentina fue sin duda el hecho más positivo para la industria de toda la década del noventa”, juzgaba retrospectivamente el editor desde el año 2000, atribuyendo el fenómeno al estreno del *anime* en la televisión por cable y de aire, lo que explicaba la concentración de su consumo en un

“95%” en torno al manga (Lazer, N° 19, 7 de noviembre del 2000, p. 74). El impacto en el comercio fue directo, representando ellas por entonces aproximadamente mitad del negocio de una comiquería (Lazer, N° 10, 5 de noviembre de 1998, p. 2).

Dando un paso atrás, la estrategia de los intermediarios locales como Ivrea fue posible gracias a características propias del producto que vendían, es decir, cultura masiva japonesa. En particular, fue clave la impronta de género y grupo etario con que se organiza el mercado editorial japonés, donde se pone la división en manga *shōnen* (para niños y jóvenes varones) y *shōjo* (para niñas y jóvenes mujeres) por encima a otros criterios como la tradición narrativa basados en el contenido (ciencia ficción, horror, acción, aventura, romance, misterio, etc.). Estas categorías encierran una serie de convenciones, reconocidas tanto por productores como consumidores, a partir de un repertorio de temáticas narrativas, estilos estéticos y técnicas de representación desarrolladas en obras publicadas dentro de revistas identificadas con esas etiquetas (Prough 2011).

Las condiciones específicas de producción del *shōjo* moderno, historietas hechas por mujeres que narran historias sobre mujeres para ser leídas por mujeres (Prough 2011), era algo distintivo en mercados de historieta occidentales, donde vimos virtualmente no se producía contenido para las lectoras. Este hecho imprime en las obras lo que Magda Erik-Soussi (2015) llama una “mirada femenina” (“*female gaze*” en el original): manga creado por mujeres con protagonistas femeninas para una audiencia que se imagina predominantemente compuesta por mujeres (p. 25). Las relaciones, el tránsito a la adultez, la sexualidad y el deseo son explorados con una mirada femenina, incluso en el manga de ciencia ficción, fantasía o “chicas mágicas”, donde el relato de aventuras fantásticas hace lugar para ello dentro de su exploración del poder femenino mediante reflexiones sobre la vida personal de las heroínas (p. 30). También encontramos en estos productos culturales una “variedad y normalización de temáticas queer”, permitiendo de manera “sutil pero poderosa” explorar “las relaciones sexuales entre los personajes femeninos” inusitada en la televisión occidental, sea infantil o no (p. 33).

Ya en torno a la recepción argentina, Federico Álvarez Gandolfi (2013) destaca en su análisis de *Sailor Moon*, que tanto en su “configuración de género femenino” como “guerreras activas con poderes mágicos” y su puesta en escena de “sexualidades disidentes y diversas [...] que desplazan un modelo de identidad genérica fija y sustantiva”, el *anime* “hace circular feminidades activas e independientes, proponiendo modelos de identificación imaginaria y social alternativos” (p. 201), lo que aparecía como una novedad total en la televisión local. En la misma línea, Alan Ojeda (2018) medita en un ensayo sobre su propia “educación sentimental” “comiendo frente al televisor” y el impacto que tuvo en él un personaje “trans involuntario” como

era Ranma, o la escena en la cual “Shun debe salvarle la vida a Hyoga, que quedó congelado y al borde de la muerte” calentándolo con su cosmos en expresión de un vínculo “erótico entre compañeros [que] parece remontarse a los ideales del amor griego”. Ante estas irrupciones, dice haberse visto obligado a “reflexionar tempranamente” sobre su propio “deseo”, sus límites y sus alcances, por fuera de la heteronormatividad hegemónica. “No voy a hacer una afirmación taxativa como ‘los que vimos animé desde chicos estamos más deconstruidos que los que no’, sin embargo, algo de eso hay”, cierra.

El desembarco en Occidente de series animadas con representación de sexualidades que trasgredían lo que hasta el momento era permisible de mostrar en un programa de televisión apuntado a un público juvenil y que, como vemos en los ejemplos de Ojeda, también excedía al *shōjo*, abonó que estos se consolidaran como consumos culturales masivos que aun así aparecía como “alternativo”, “fuera del *mainstream*” de lo ofrecido por la industria cultural nacional o lo importado norteamericano (Álvarez Gandolfi, 2016). Lo que, a su vez, reforzó la generación de un público diferenciado al comiquero tradicional, más joven y en el cual las mujeres representaban un porcentaje muy alto.

Al existir el mismo contexto histórico y cultural en los cuales estos productos culturales se desarrollaron originalmente (Yukari et al. 2004), esta mirada diferente sobre el género fue objeto de una recepción y apropiación significativamente distintiva. Lejos de existir una división profunda entre los compartimientos estancos de la “fantasía” de la ficción y la “realidad” de la sociedad como es el caso en Japón, ambos conceptos fluctúan en una relación pensada como dialéctica y abierta en Occidente. Los productos culturales aparecen entonces como un campo de batalla donde se dirimen pujas políticas, culturales y sociales, donde la primera es alternativamente una representación y/o una influencia sobre la segunda. Por esta razón, los espectadores y lectores occidentales no interpretaron en el anime y el manga como un espacio de ensueño y juego donde disfrutar de “fantasías” imposibles en la “realidad”, sino que allí encontraron en esa “ficción” una “vida y pasión” que las “moldeó” y “empoderó” por fuera del consumo (Erik-Soussi, 2015, p. 24).

Un primer síntoma de esta recepción fue cierto “pánico moral” dirigido al *manganime* que estalló en la opinión pública argentina hacia 1999, y que tomó la forma de denuncias en los medios y hasta fallos judiciales que sacaron publicaciones de circulación (*Lazer*, N° 14, 24 de julio de 1999, p. 53). El sexo aparecía nítidamente como el principal blanco de la indignación de los comentaristas y consumidores consternados. *Dragon Ball* y su humor subido de tono aparece destacado por virtud de la visibilidad que le otorgaba su éxito absoluto. Pero también tuvo lugar la preocupación por la trasgresión de códigos heteronormativos que tabú en la

televisión, incluso para el público adulto, como el ¡'lesbianismo'!" de Sailor Moon (p. 53) y o la "transexualidad" de Ranma ½ (p. 3).

La hoy célebre novelista Mariana Enriquez (1999), entonces redactora de *Página/12*, lo expresó en un artículo con fecha de mayo de ese año, que bajó el título general de "Dibujos de ojos grandes" dedica la mayoría de sus párrafos a dilucidar para un público general el enredo de "gays, asexuados o hermafroditas" que es era el *anime* para el lector general. Además destacaba, a través de cartas de lectoras reproducidas desde *Lazer* y la opinión experta de un "antropólogo de la universidad norteamericana de Columbia", que el homoerotismo del "manga femenino" provee de un "universo dominado por mujeres, en el que para las chicas es mucho más sencillo explorar su sexualidad".

En el mismo correo de lectores encontramos también evidencia de los límites que encontraban las demandas de ese público lector femenino. Por ejemplo, ante el éxito de las "parodias eróticas" de *Sailor Moon* (*Lazer*, N° 3, 5 de noviembre de 1997, p. 26), diversas lectoras escribieron insistiendo para que la revista no se convierta en una publicación "apuntada solo a sexo masculino" y demandaron de "fanservice" orientado a ellas (*Lazer*, N° 8, 22 de julio de 1998, p. 31; N° 13, 24 de abril de 1999, p. 65). Por su parte, la redacción se excusó aduciendo estar compuesta por "mayoría de hombres y entonces a veces (siempre) nos inclinamos más por poner mujeres" (*Lazer*, N° 16, 14 de enero del 2000, p. 82). Con el paso del tiempo, la revista llegaría a tener una redacción compuesta mayoritariamente por mujeres, pero el choque instaló tempranamente la noción de los diferentes tiempos que ocupan a las transformaciones a ambos lados del mostrador, a los cambios demográficos entre el público y entre los que producen las publicaciones, y la renuencia a reconocer las demandas de esas nuevas lectoras.

2. La "generación *Sailor Moon*" argentina

Según Magda Erik-Soussi (2015), una "generación *Sailor Moon*" de artistas norteamericanas, quienes atravesaron su niñez y adolescencia durante los noventa sumamente influidas por el manga y el *anime shōjo*, fue de cultivar su fanatismo escribiendo y dibujando fanfiction a convertirse en una nueva guardia de profesionales del medio. Ellas fueron las protagonistas del surgimiento de una industria del "manga global", es decir, obras de autores locales que emulan el repertorio temático y visual de la historieta producida en Japón (Brienza 2015, p. 2). Estas mujeres comenzaron a disputar lugares en una industria que hasta entonces

se había caracterizado por ser un “club de muchachos” tanto dentro como fuera de la página (p. 26), no sin encontrar resistencias tanto en la misma industria y en el público consumidor.

En su prólogo a la “antología de historietistas contemporáneas argentinas”, Maia Debowicz (2019) describe de similar manera a las autoras que forman parte del volumen como atravesadas en su “infancia y adolescencia [por] el manga y el animé más queer”. Pero la noción de una marca generacional excede sobradamente a las participes de *Pibas*. Desde Patricia Leonardo (1979-) y Paula Andrade (1982) hasta Sukermercado (1994-) y Kami Kama (1994-), pasando por Andrea Jen (1987-), Macarena García Cuerva (1987-), Marcia Juarez (1989-), Teora Bravo (1989-), entre muchas otras, no son pocas las artistas nacidas en los ochenta y los noventa que reconocen la influencia del *manganime* en su trabajo y su vida.

Mediante *fanarts* en sus redes sociales o la manera en que construyen su propio relato en bios abreviadas y entrevistas, el acceso a las series animadas en la televisión, primordialmente por el canal Magic Kids, y el descubrimiento de la historieta japonesa en kioscos y comiquerías aparece como un momento definitorio en su formación como historietistas, y en algunas ocasiones, como personas. Es posible identificar también el rol que tuvo la edición nacional de manga en su formación como narradoras gráficas (Urdin y Taramasco 2019), resaltando el rol difusor de estas iniciativas editoriales locales, con precios más bajos y distribución en kioscos de todo el país, que vino a reemplazar una circulación anterior más limitada, netamente importada desde Japón, Estados Unidos y España en comercios especializados concentrados en la Capital Federal.

Si bien quienes a menudo disputan el título de haber producido el primer “manga argentino” son hombres (*Comiqueando*, N° 40, julio de 1999, p. 26; Hildebrandt 2014; Tripodi 2021), las mujeres artistas fueron visibles desde un primer momento en la difusión del “estilo” en el país, por ejemplo, enviando sus propios dibujos a correos de lectores (*Comiqueando*, N° 22, julio de 1996, p. 33; N°26, marzo de 1997, p. 28; N° 43, enero del 2000, p. 73; N° 54, noviembre de 2001, pp. 71-72). Entre estas pioneras se contaba una joven Leonardo, parte del colectivo “especialistas en shojo manga” llamado “Kurai Corp.”, compuesto además por Marina y Constanza Cuello y Mariela Carril, quienes aprovechaban la convocatoria de proyecciones de anime organizadas por fans para presentar su “vistosa y excelente exposición de arte manga ‘made in Argentina’” (*Otaku*, N° 6, septiembre de 1999, p. 6).

Desarrollada su historia casi enteramente en el siglo XXI, el “manga argentino” se caracteriza por su ímpetu independiente, autogestivo. Hay algo de esa figura del “prosumidor” tan citada a la hora de hablar del consumo *manganime* en Argentina, del “fan” que pasa de leer manga y ver *anime* a producir contenido en torno a ellos, sea crear un canal de Youtube con

reseñas, hacer cosplay de un personaje favorito o dibujar una historieta emulando a obras favorita (Del Vigo 2019). Si bien como el ejemplo de Leonardo, Carril y compañía sugiere, la separación entre el consumo y la producción autogestiva siempre fue porosa entre los *otakus*, como se autodesignan los fans del *manganime*, la difusión de Internet lo largo de los 2000, sobre todo de las redes sociales, facilitó ese salto. En el caso del manga, esta transición digital fue además promovida por la profusa circulación de *scanlations*, o traducciones realizadas por fans para fans sin los recaudos legales apropiados (Lee 2012), que hizo de los lectores de historieta japonesa pioneros adoptadores de la lectura en formato digital.

Es igual de cierto que, como en el caso de buena parte de la historieta argentina producida en las últimas dos décadas, el impulso autogestivo del “manga” local nació también de la necesidad en tiempos del ocaso de la industria editorial nacional y la imposibilidad de publicar de otra manera (Vazquez 2018). En la biografía de las artistas se tejen una combinación de estrategias de supervivencia que van desde el “freelancismo”, el dictado de cursos y presentación a concursos y becas hasta la fundación de sellos independientes y la autoedición, complementados con trabajos en otras áreas del mundo editorial o directamente fuera de él, para sostener una producción que es prácticamente en su totalidad amateur.

Todos estos elementos pueden identificarse, por ejemplo, en la biografía de Paula Andrade, cofundadora de la editorial autogestionada Gutter Glitter. Andrade, nacida en Quilmes a comienzos de los ochenta, comenzó a dibujar inspirada por dibujos animados como “la serie animada de X-Men [de] los 90” y Saint Seiya, que “es la vida misma”. Luego de pasar buena parte de su adolescencia y primeros veintes estudiando historieta, primero con Fernando Centurión y, luego, con “Quique” Alcatena, formó parte del Studio Midgar bajo el *nom de plume* Derrewyn. Entre 2003 y 2005 se lanzó a la autoedición con los tres números *Gomorra*, “uno de los grandes hitos del fanzine en el nuevo milenio, post derumbe económico de la argentina”. La experiencia autogestiva continuaría con otro colectivo artístico llamado Moirae, la participación con su serie *Amnistía* en el proyecto de publicación digital Totem Comics de Alcatena y Fernando Calvi, y la fundación de Gutter Glitter junto a Lucila Quintana. Si bien buena parte del catálogo de la “editorial boutique” está compuesto por obras de Andrade, el sello especializado en historieta de “fantasía” y lo “sobrenatural” también publicó *Sereno* de Luciano Vecchio y *Rococo* de Alcatena y Eduardo Mazzitelli, así como las antologías *Psychopomp* con la participación de otras autoras de “manga argentino” como Teora Bravo, Marcia Juarez, Paula Nuñez, entre otras (Caminos 2018; Oubiña Castro 2017b).

Siguiendo el ejemplo de editoriales en mercados de peso como Estados Unidos, Alemania o Francia (Brienza 2015; Malone 2010), las casas nacionales especializadas en

historieta japonesa ensayaron en más de una ocasión ofrecer “manga” local, siempre con representación femenina entre los autores que provenían del circuito autogestivo. Ivrea lanzó entre 2006 y 2007 una línea de “comics argentinos estilo manga” que contó con cuatro títulos, siendo dos de ellos creados por Leonardo. El primero, *Reparaciones Fina* (2006), fue distribuido también por su filial española. Ovni publicó en 2010 una edición de *Alicia en el País de las Maravillas* de Lewis Carrol ilustrado por Andrea Jen. Por su parte, la hoy desaparecida Larp realizó, en el marco de las convenciones Crack Bang Boom de 2012, 2013 y 2015, el concurso Ymir, editando luego antologías con las obras escogidas entre decenas de participantes. En las selecciones se contaron trabajos de Paula Nuñez, Siru Boom, Marcia Juarez y Keiten Studio (Samanta Niz, Fabián Gonzalez y Sergio Gomez). Estos últimos luego publicaron un tomo de *Somy Somy Login Game* (2015) con la misma editorial. En ninguno de los casos las apuestas rindieron comercialmente lo esperado, siendo los planes editoriales interrumpidos o abandonados.

Mas fueran autoeditados o publicados por una editorial profesional, en digital o en papel, todos los “mangas argentinos” producidos por mujeres comparten ciertos hitos temáticos que resuenan con la recepción reconstruida anteriormente. Primero, las obras de las autoras listadas mayormente están ambientadas en mundos ficcionales fantásticos, desde escenarios reales trastocados por lo sobrenatural como el Buenos Aires lleno de brujas de *Reparaciones Fina* o el oeste del Conurbano bonaerense con un “Colegio de Sinestésicos” de *Sinestesia* (2015), a mundos de ficcionales como la futurista Ciudad Alpha Centauri de *Fáunica* (2018) o el mundo de fantasía épica de *Somy Somy Login Game* y *El Clan de Daurdaín* (2018). También puede encontrarse cierta gravitación hacia los cuentos de hadas en historietas como *El Delirio de Ani* (2015), *Cría cuervos* (2017) y *El viaje de Luka* (2019) de Dolo Okęcki, que remite a ese otro gran consumo cultural audiovisual de los noventa que fueron las películas animadas de Disney (Labra 2020).

Destacar lo fantástico podría parecer una observación redundante al hablar de historieta, pero contrasta con el giro autobiográfico y la predilección por las historias de corte histórico que ha caracterizado a la producción argentina del siglo XXI, por lo menos a los ojos de los críticos (Gago, Lomsacov y von Sprecher, 2013; 2014). Como señala Julián Blas Oubiña Castro (2017a) en su entrevista a Marcia Juarez, esta producción no responde al “humor gráfico ni [a] la historieta autobiográfica” dominantes, sino a “la aventura y la historieta de género” que supieron cultivar antes “grandes artistas” femeninas como Martha Barnes y Laura Gulino.

Las autoras de “manga argentino” aspiran a crear mundos completos, dotarlos con una historia y leyes, poblarlos con personajes con vida propia, algo por lo cual la historieta japonesa

shōnen y *shōjo* se destaca. Cuando la “novela gráfica”, o libro álbum autoconclusivo de entre 60 y 100 páginas, se ha instalado como el formato de la producción nacional, estos deseos narrativos implican ir a contramano y apostar por la serialización a largo plazo. Ciertamente un prospecto complejo cuando se lo combina con las condiciones de producción actuales, que señalamos están signadas por el amateurismo y la autogestión, pero que no disuade a las artistas. El “tema manga [argentino] tuvo mucha resistencia durante mucho tiempo, entonces cuando ya sabes que no vas a hacer otro estilo, porque otro estilo no te sale, porque vas a dibujar la mayoría a, no pulmón, pero es poner un esfuerzo extra [...] Si voy a hacer algo que me lleva tanto así, voy a hacer lo que más tengo ganas de hacer”, afirmó Teora Bravo en una entrevista. “Siempre existe volver al Internet [...] pero eso no me detiene, yo sigo dibujando”, sumó Marcia Juárez (Urdin y Taramasco 2019)

Segundo, dentro de ese marco construido utilizando una serie de recursos formales, gráficos, narrativos que son tomados o modelados a partir del *manganime*, *shōjo* o no, las siempre plantan a una protagonista femenina fuerte e independiente. Pero quizás lo más interesante no sea la centralidad de las heroínas, a quienes como a Sailor Moon o Sakura Kinomoto habitar en mundos fantásticos les posibilita poseer u obtener poderes mágicos y habilidades sobrenaturales, sino que a menudo el principal obstáculo que ellas deben superar sean esos mismos mundos y sus leyes. En *Sinestesia*, Ana choca constantemente con las estrictas reglas del Colegio, y la mirada maniqueista de las instituciones ante los fenómenos sinestésicos, lo que le costó la vida de su hermano. En *Fáunica*, Velvet utiliza su nueva fuerza y alterego para rebelarse contra el sistema herbívoro dominante. En *El Viaje de Luka*, la loba protagonista escapa de su existencia insular siguiendo un deseo de aventura que contradice la tradición de su clan. En *La Sombra del Altiplano* (2018), Juana desata su furia bendecida por una divinidad/momia con raíces precolombinas contra los policías que secuestraron a su hermana. Fina y Miranda, las protagonistas de *Reparaciones Fina* y su *spin-off Casa de Brujas* (2007), igualmente deben superar las imposiciones que pesan sobre ellas, la primera renunciando al modelo femenino hegemónico para encontrar su vocación en la plomería, y la segunda desafiando las leyes familiares que le imponen un matrimonio arreglado.

Mientras solo algunas entre las autoras hacen explícita su militancia (Caminos 2018; Gandolfo y Turnes 2019; Oubiña Castro 2017b), todas inyectan en su obra protagonismo femenino, contando la historia de mujeres con la capacidad de ver los límites que les son impuestos y de luego romperlos para transformar sustantivamente el mundo en que habitan. Así como Sailor Moon no dependía de Tuxedo Mask para derrotar al enemigo y salvar el día, y a contramano de esas princesas Disney que muchas veces cedían el protagonismo en la batalla

final a sus príncipes, las heroínas del “manga argentino” toman su destino en sus propias manos.

Tercero, vemos una voluntad compartida por incluir personajes y situaciones que trasgredan los límites de la heteronormatividad. Por virtud de lo señalado arriba, todas las obras citadas se corren del modelo de feminidad impuesto al dotar a las mujeres de agencia y hacerlas luchar un orden establecido que, a menudo, pero no siempre, es dominado por hombres heterosexuales. En otros casos, el espectro de las identidades sexuales y de género es desafiado con mayor énfasis. A veces, como en *El Clan de Daurdaín*, se presenta como una característica más de los personajes, que los distingue y los constituye, pero no es necesariamente el nudo de su conflicto a resolver. Como aclara la autora Macarena Garcia Cuerva,

Siempre quise siempre que se hace una historietita de fantasía épica [...] porque todo lo que venía leyendo yo de fantasía épica estaba todo lleno de hombres, heterosexuales encima. [...] Me encanta el Señor de los Anillos, todo lo que quieras, pero me faltaba... entonces dije voy a hacer una historietita con disidencias de géneros, sexuales. Va a haber hombres también si, trans, gays, de todo, lo que sea. Eso quería. Eso era lo que me pasaba porque leía toda la temática a todo el género, pero faltaba todo esto que es una parte importantísima de mi vida (en Urdin y Taramasco 2019).

En otras obras, paradójicamente aquellas que se alejan un poco más del lenguaje narrativo del manga, el desafío a la normatividad de género es el punto mismo de su existencia. Por ejemplo, la serie de historietas cortas a color que Sukermercado realizó para la *Fierro* (2020-) digital (<https://www.eldestapeweb.com/revistafierro/autor/sukermercado>), o toda la producción de Femimutancia, artista no binarie que explicita su amor por el anime y el manga en sus redes sociales y explora los avatares de vivir por fuera de la heteronorma en historietas de tono autobiográfico con toques fantásticos como *Alienigena* (2019) y *Banzai* (2021).

En la diferencia estilística, narrativa y temática que puede encontrarse entre las obras Leonardo, Juárez y Bravo, por un lado, y Sukermercado y Femimutancia, por otro, no solo se hace visible todo el espectro que abarca la historietita local con influencia del manga. También se adivinan las diferentes estrategias y posicionamientos que los diferentes autores van adoptando en relación al mundo más grande de la “historieta nacional” del cual son necesariamente parte y en cuya inserción depende en buena medida la visibilidad y hasta el financiamiento de su arte.

3. Dentro, o fuera, de la “historieta nacional”

Proponemos dos clivajes, inextricablemente unidos el uno al otro, para comenzar a pensar la compleja relación de las autoras de la “generación Sailor Moon” con la llamada “historieta nacional”, esa constelación canónica en torno a la cual se atribuye validez (o no) a la historieta producida por argentinos construida en las últimas décadas del siglo XX, y que sigue vigente en el XXI.

El primer clivaje es el género entendido a partir del hecho que el control de la historieta “nacional” lo han detentado y lo siguen detentando, hombres heterosexuales. Como sintetiza Mariela Acevedo (2018), a lo largo del siglo XX la escena de la historieta argentina fue un “espacio evidentemente masculinizado” (p. 36), siendo las mujeres expulsadas o resignadas a lugares subordinados y anonimizados. Esto siguió siendo cierto incluso en los ochentas, cuando artistas como Maitena, Patricia y Cristina Breccia, Petisú (Alicia Guzmán) y María Alcobre comenzaron a hacerse un lugar a la fuerza (Gandolfo y Turnes 2020, p. 2). Si bien esa renovación se inscribió en un cambio cultural impulsado por una revitalizada la lucha feminista en el marco de la democracia recuperada (Milanesio 2019), señala Acevedo (2018) que “el feminismo era percibido entonces como una estrategia errónea”. El puro “talento” haría que “las excepcionales compartieran el éxito con los colegas” (p. 36).

Para las autoras de mayor edad dentro de la propuesta “generación *Sailor Moon*” como, por ejemplo, Paula Andrade, existe una relación compleja y ambivalente con esa masculinizada historieta “nacional”. Por un lado, publicaciones como la *Fierro* (1984-1993) original fueron fundacionales en su biografía como artistas. Pero, por otro, siempre existió una tensión con el rol que se atribuía allí a la mujer, que “no salía de estar súper objetivizada”. “Es pésimo eso de tener un personaje descuidado y de personalidad chota que se hace para que se identifique con un varón bastante mediocre, y que igual va a terminar con la modelo [...] un nivel de bajada de línea que está basado en presiones, en roles y cosas”, juzga la dibujante sobre esas primeras lecturas. “No es casual que el material que Maitena sacaba en *Fierro* en ese entonces tuviese que ser historieta erótica”, sentencia (Caminos 2018).

Según Andrade, el problema es que se publicaba, y se sigue publicando, “principalmente material para un tipo de lector”: los hombres. “No es que las mujeres no vienen a la historieta”, continúa, sino “que se está publicando material machista y cuadrado hace décadas y la autocrítica no existe”. Esta “bajada” ella la experimentó incluso en “clases de guion y en talleres de historieta” dictados por profesionales del medio, donde se reproduce “cómo tiene que ser el argumento y los diseños de personajes y sus roles en base a sus géneros en una historieta,

perpetuando esa idea de que hay un sólo tipo de contenido, [...] para un sólo tipo de público” (Caminos 2018).

Las más jóvenes, como Sukermercado, tienen una relación más aprehensiva todavía. “A mí la tradición es algo que me chupa tanto un huevo...”, declara sin pelos en la lengua en una entrevista. “Todo OK, [pero hoy] están pasando otras cosas”. Enfrentada esta vez a la segunda época de *Fierro* (2006-2017), que se arrogaba desde el subtítulo ser “la historieta argentina”, una adolescente Paula Suko se preguntaba “¿Quiénes son todos estos señores?”. “Cada tanto me compraba una” y encontraba “cosas que me gustaban y otras que me parecían espantosas”. La incomodidad ante el canon de la historieta “nacional” se torna aquí en una rebelión abierta, que reniega de la nostalgia por pasados que se consideran mejores. “Creo que tuve la suerte de poder entrar en este momento”, reflexiona la historietista, “en manada con otras mujeres, con las disidencias, en este terreno que a veces se sentía un poco más inhóspito siendo mujer, siendo bisexual” (Gandolfo y Turnes 2019).

Como afirma esta última cita, durante el último lustro una nueva generación de mujeres ha tomado por asalto a la historieta “nacional”, ganando espacios y reconocimientos antes reservados solo a los varones cis. Hoy las autoras organizan “eventos propios como festivales y muestras”, se editan “de forma autogestiva” y venden “su trabajo a editoriales que lo publican individualmente o en antologías colectivas”. “Ser tildada de feminista [...] ya no parece ser un problema del que deban desmarcarse” (Acevedo, 2018, p. 36). Un hito de esta militancia fue la creación del colectivo artístico Chicks on Comic en 2008, impulsado inicialmente desde Europa por la colombiana Powerpaola (Paola Gaviria) y el holandés Joris Bas Backer, que incluye a artistas argentinas como Caro Chinaski, Clara Lagos, Sole Otero y Delius. Varias de ellas, por entonces, formaban parte de otra experiencia seminal al circuito local del siglo XXI, el blog de historieta autobiográfica *Historietas Reales* (2005-2009) (Gandolfo y Turnes 2020, p. 4). También hay que destacar la revista *Clítoris*, editada por la misma Acevedo entre 2010 y 2013.

Esta actividad asociativa y artística, ya de por sí vital, ganó visibilidad, legitimidad y financiación a partir de la irrupción de la lucha feminista en el debate público en 2015 gracias al movimiento #Niunamenos (Gandolfo y Turnes 2020, p. 3). La obra de las autoras de historieta, que ya tematizaba su propia experiencia como mujeres y artistas en un mundo machista, comenzó a gozar de mayor atención por la prensa, así como a recibir incentivos de iniciativas del estado y ONGs. Por ejemplo, el concurso y posterior antología *Historieta LGBTI* (2017) de la Municipalidad de Rosario, presentaciones y muestras en el Centro Cultural Recoleta del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, o la Convocatoria de Historieta y Humor Gráfico Feminista 2020 lanzado por el “medio de comunicación feminista” LatFem junto a la editorial

Maten al Mensajero, que dio como resultado el volumen colectivo *Fantástica Violeta* (2020). Desde 2017 se celebra también el Festival de Autoras de Historietas “Vamos las Pibas”, concebido por Agustina Casot y Andrea Guzmán como expresión de una “escena de la historieta feminista [que] es ciertamente interseccional” y aspira a “remover prejuicios sobre temas y estilos de historieta hechos por mujeres, lesbianas, travestis y mujeres trans” (Gandolfo y Turnes 2020, p. 3), con buena repercusión en los medios. Como señalamos arriba, recientemente autoras que englobamos en la “generación Sailor Moon” argentina como Sukermercado y Paula Andrade han llegado incluso a ese Olimpo de la canonización que durante décadas les estuvo vedado (Acevedo 2019), *Fierro*, ahora en una cuarta encarnación completamente digital.

Sin embargo, no todas las artistas que hemos listado han sido elevadas con la misma fuerza por la ola verde. Detrás de esta diferencia se pueden identificar múltiples factores, entre los que contamos los círculos de sociabilidad,² y lo que nos interesa remarcar como nuestro segundo clivaje, el género pensado como tipologías construidas que ordenan narrativa, temática y estilísticamente a la producción de historieta en el país. Sebastián Gago (2019) deja entrever que el siglo XXI ha visto la consolidación de un ordenamiento del catálogo de la historieta local en torno al canon creado por Carlos Trillo y Guillermo Saccomano, y difundido por Juan Sasturain, el cual no solo pone en su centro a *El Eternauta* (1957-1959) y toda la obra de Héctor Germán Oesterheld, sino que codifica como criterio de consagración al éxito que alcance una obra en su aspiración a ser arte (el Noveno) y el artista (especialmente guionista y dibujante) en ser un *auteur*, así en francés. Fuera de consideración queda la historieta tipificada como cultura masiva, de producción industrial y concebida como entretenimiento pasatista, ejemplificada por la desaparecida editorial Columba y su principal guionista, Robin Wood.

Esta operación simbólica funciona como un gran ordenador que articula los muchos ejes que dinamizan y tensionan a la producción de historieta en Argentina, e interpela a las autoras que deben necesariamente posicionarse, sea explícitamente en declaraciones públicas o en la suma de las decisiones artísticas que hacen a su obra. “Gato” Fernandez, autora de la ganadora como novela gráfica en del concurso de Literatura del Fondo Nacional de las Artes 2020, *El golpe de la cucaracha* (2021), reconoce en entrevistas el profundo impacto que tuvo en su vida *Sailor Moon*, cuyo visionado en Magic Kids cuando niña le presentó la posibilidad de un

² En los relatos biográficos aparece como un nudo importante el paso por los talleres de historieta de autores (hombres) consagrados, como los de “Quique” Alcatena o Fernando Calvi, quienes no solo instruyen en la técnica, sino que pueden facilitar conexiones con otros actores dentro del circuito, como editores. El caso del colectivo Chicks on Comics también evidencia una dimensión geográfica y de clase en la sociabilidad, siendo un foco importante en la ciudad de Buenos Aires (en contraste al Gran Buenos Aires y, más aún, el resto del país), y el capital cultural necesario para disputar el acceso a financiación para obtener becas o directamente migrar al extranjero.

mundo de relaciones y afectos que escapaba a la heteronorma y la ayudó a dirimir su propia identidad. Sin embargo, a la hora de presentarse como historietista, afirma sin dudar que se piensa como una *auteur*, e inscribir su obra en la tradición de la *bandes dessinée*, sostenido desde ese discurso canónico local como el bastión de la historieta como arte (Cholakian 2021).

Por otro lado, la obra de las autoras que se identifican como como productoras de “manga argentino” se ubica, como citamos antes, lejo del *auteurismo* del “humor gráfico” y “la historieta autobiográfica” que caracteriza a las artistas más consagradas y citadas (Acevedo 2018; Gandolfo y Turnes 2020). Más bien su “manga” local funciona como “historieta de género” y “aventura” que despierta en la historia historia local más ecos de Columba y *D’Artagnan* que de Frontera y *Hora Cero*. De hecho, la historieta japonesa original ha sido juzgada de manera negativa en su conjunto por críticos locales que ven en su producción altamente industrializada y orientada al mercado una falla falta que le impide aspirar al título de arte sin el cual cualquier ejemplo del medio pierde validez (*Comiqueando*, N° 12, mayo de 1995: 32-35).

En el circuito de la historieta argentina poscrisis del 2001, un sistema “sin mainstream, sin sol” como lo bosqueja Amadeo Gandolfo (2020), compuesto por una atomización de “microescenas” y “subgrupos”, sellos independientes y tiradas chicas, la historieta japonesa publicada por editoriales locales de proyección internacional o filiales de multinacionales hace las veces de esa historieta industrial que ya no existe. Por eso se entiende que a consideraciones de corte crítico se suma inevitablemente una dimensión ideológica a la hora de ponderar el lugar del manga y, por extensión, del “manga argentino”. Ya promediando los noventas, antes que la historieta nipona se convirtiera en un fenómeno editorial en el país, artistas argentinos como Carlos Meglia expresaban una gran aprehensión ante lo que percibían como literalmente una “invasión” de “basura” japonesa. Obras en un “90%” mal dibujadas y cargadas con los “miedos y fantasías más crueles” de sus autores orientales, quienes trataban de “esparcir y de imponer su ideología, para mi gusto, desagradable”, llenas de “violencia, abuso de menores, miedo a la destrucción final”, que seducían a avaros editores europeos con el prospecto de serializar éxitos durante años y amenazaban con dejar sin trabajo a artistas como él (*Comiqueando*, N° 12, mayo de 1995: 34).

El controversial Berliac, quien supo publicar en la segunda *Fierro* para luego alejarse y experimentar con el estilo *gekiga*, relata como “la apertura a un mercado exterior y por la clausura del mercado local” durante los noventa lo expuso al roce de “obras de todo tipo, entre ellas el manga”, y afirma que es ese “el verdadero punto cero” de su generación. “Pero acá es cuando se pone interesante”, continua, porque

mientras que para muchos tiene todo el sentido del mundo que Frontera haya sido el marcador de identidad fundamental para tipos como [José] Muñoz, que para mi generación lo haya sido el manga les parece extraño, incluso inaceptable, a tal punto que en mi adolescencia parecían haber solo dos opciones: o reprimía el gusto por el manga y me 'hacía grande' (que en los círculos del cómic argentino de aquella época equivalía también a 'hacerse hombre'); o le daba rienda suelta, y con esto quiero decir que a falta de una estructura de crítica seria que lo legitimara (a nivel personal, pero también en los medios), soltarle la rienda al manga significaba desbarrancar y terminar disfrazado de *Sailor Moon* en Fantabaires (De Paoli y Sánchez Kutika 2018).

Contra esa "continuidad [de una] ideológica nacionalista, con la revista *Fierro* a la cabeza" que denuncia Berliac (De Paoli y Sánchez Kutika 2018), en la cual además el componente de género es explícito, es que han batallado las autoras argentinas que desean adscribir su arte como "manga argentino". Como ya citamos a Teora Bravo más arriba, el "tema manga [argentino] tuvo mucha resistencia durante mucho tiempo" en un juego donde el prejuicio contra el género, como estilo y tradición narrativa audiovisual japonesa, se retroalimenta con el prejuicio contra el género femenino, por el rol que ya argumentamos jugó el *manganime* en la introducción de las mujeres argentinas a la historieta, primero, como lectoras y, luego, como artistas. Como recuerda Paula Andrade, quien "se paseaba por los distintos stands de cada convención para presentar su carpeta de trabajos", la reacción de los autores locales era siempre "'ah... manga' en un tono de indiferencia al observar las influencias niponas en el arte" (Caminos 2018).

La incomodidad para con el "manga argentino" también se encuentra del otro lado del mostrador, entre los lectores. Como encontró Leonardo con su obra publicada por la editorial argentina de manga por autonomasia, Ivrea, "chocaba mucho la idea de ver a una argentina haciendo obras de manga". "Mucha gente a la que le gusta el género le costaba asimilar que pudiera existir un manga argentino", reflexiono en la Feria del Libro de 2007 ("Porteños en el mundo del cómic japonés", 2007). Como afirma Casey Brienza (2015), quien compiló un volumen acerca de lo que ella bautiza "manga global", historieta estilo nipón producida fuera de Japón, entre los consumidores de series japonesas este tipo de producción es a menudo tildado como "trucho", una pálida copia del original que solo puede venir del archipiélago de Lejano Oriente, y que no puede siquiera llamarse manga.

Para los autores locales, por el contrario, el manga es un "lenguaje universal" que puede servir "perfectamente a un argentino para hablar de lo que ocurre en su propio entorno o en su mundo interior", como señala Leonardo haciendo una analogía con la música rock, que nació en Estados Unidos y se propagó por el globo entero ("Porteños en el mundo del cómic japonés",

2007). Si “vas a un gimnasio de karate, te ponés el traje de karate, el profesor tiene un título en karate, la terminología viene del karate... uno ahí no está ‘influenciado por el karate’, lo está practicando y punto”, y el “manga no es muy distinto en ese sentido, a mi manera de verlo”, sentencia Berliac (De Paoli y Sánchez Kutika 2018).

A modo de conclusión

No nos interesa aquí terciar en el debate sobre los límites del manga. Nos interesa visibilizarlo como una contienda constitutiva y de final abierto que hace tanto al trabajo de aquellas argentinas nacidas en los ochenta y noventa que se criaron a base de televisión por cable e historietas japonesas que invadieron kioscos y comiquerías, a quienes adscribimos a una “generación Sailor Moon” vernácula de artistas que producen “manga argentino” y buscan insertarse dentro del circuito de la historieta local.

Consideraciones históricas, estilísticas, ideológicas y de género se tejen en las diferentes estrategias de posicionamiento ante una historieta “nacional” que apenas en la última década a comenzado a ceder lugares a las mujeres, como resultado de una ardua lucha de estas últimas, pero que todavía se reserva el derecho de admisión para aquella producción que considera negativamente influenciado por lo masivo y lo (selectivamente) extranjero. En este sentido, este no es más que un nudo más en un conflicto mayor que tensa a instituciones y actores de la cultura local con una generación de jóvenes artistas que se criaron inmersos en la apertura comercial y el acceso a productos culturales de industrias extranjeras más desarrolladas, para quienes el inglés es una segunda lengua y la paleta de referencias tan infinita e indiscriminada como escolear en un buscador web.

Al día de hoy, se abre un espectro de estrategias y recursos que estas autoras tienen para posicionarse frente al circuito. Han sido más exitosas en obtener reconocimiento, sea la publicación en revistas como *Fierro*, antología de editoriales como Hotel de las Ideas o Maten el Mensajero o cobertura en medios masivos de comunicación, aquellas que negocian la influencia estilística del manga, más otros elementos agregas como el color, con una adscripción a géneros más cercanos del nuevo canon como la historieta autobiográfica.

Mientras tanto, las autoras que plenamente se piensan como creadoras de “manga argentino”, es decir, una narrativa visual de “aventura” y ajena a los códigos de la historieta como arte, existen en el afuera de ese circuito canonizado. Una órbita completamente ajena de editoriales independientes especializadas como Purple Books de Lea Caballero o Módena de Fernando Biz, y la nueva frontera de publicación digital global que ofrecen las redes sociales o

nuevas plataformas como Webtoon o Tapas, donde potencialmente miles de lectores en todo el mundo leen el trabajo de autoras argentinas, muchas veces en el desconocimiento total por parte de los actores autorizados del circuito de la llamada historieta “nacional”. Lo que es inevitablemente cierto, como lo prueba el catálogo de editoriales jóvenes como Barro Editores o antologías como *Pibas*, es la influencia constitutiva que ejerció el *manganime* en una generación de mujeres artistas de variadísimo estilo narrativo y visual, mostrándole no solo que ellas podían ponerse en el lugar de las heroínas superpoderosas, sino que también podían aspirar a dibujarlas.

Fuentes

- Andrade, Paula. 2017. *Cría Cuervos -y te arrancarán los ojos-*. Buenos Aires: Gutter Glitter.
- Bravo, Teora. 2015. *Sinestesia*. Morón: Módena.
- Comiqueando. 1994-2001. Buenos Aires: Comiqueando Press.
- García Cuerva, Macarena. 2018. El Clan de Daurdaín. *Secuencia Disidente* [en línea]. <https://www.facebook.com/media/set/?vanity=secuenciadisidente&set=a.269366153771902>
- Jen, Andrea. 2015. *El Delirio de Ani*. Buenos Aires: Ivrea
- Juarez, Marcia. 2018. *Fáunica*. Buenos Aires: Purple Books
- Lazer. 1997-2009. Buenos Aires: Editorial Ivrea.
- Leonardo, Patricia. 2006. *Reparaciones Fina*. Buenos Aires: Ivrea
- . 2007. *Casa de Brujas*. Buenos Aires: Ivrea
- Okecki, Dolores. 2019. *El viaje de Luka*. General Pacheco: Okecki, Dolores.
- Sukermercado. 2018. *La Sombra del Altiplano*. Buenos Aires: Barro.

Referencias bibliográficas

- Acevedo, Mariela. 2018. “Pasado y presente de las creadoras de historietas”. *Boca de sapo*, abril, 36–43.
- . 2019. “Sexualidades gráficas. Sexuación del lenguaje y expresiones de la diferencia sexual en revista Fierro (1984-1992/2006-2015)”. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Álvarez Gandolfi, Federico. 2013. “Feminidades y anime: el caso Sailor Moon”. *Questión* 1(38):194–203.
- . 2016. “La cultura otaku y el consumo fan de manga-animé en Argentina: entre el posmodernismo y la convergencia.” *Voces & Diálogo* 15(1):24–36.
- “Las historietas japonesas hacen furor y generan miles de dólares”. 2000. *La Nación*, octubre 30. <https://www.lanacion.com.ar/economia/las-historietas-japonesas-hacen-furor-y-generan-miles-de-dolares-nid38921>
- “Porteños en el mundo del cómic japonés”. 2007. *Clarín*, junio 18. https://www.clarin.com/sociedad/portenos-mundo-comic-japones_0_Sy4WXceyAKx.html
- Brienza, Casey. 2015. *Global Manga: “Japanese” comics without Japan?* Surrey: Ashgate.
- . 2016. *Manga in America. Transnational book publishing and the domestication of Japanese comics*. Londres: Bloomsbury.
- Caminos, Alejandro. 2018. “El mundo de Paula Andrade”. *Ouroboros World*. Recuperado 7 de abril de 2021 (<https://ouroboros.world/historieta-argentina/el-mundo-de-paula-andrade>).
- Cholakian, Mariano. 2021. “El Golpe de la Cucaracha”. *Entrevista a Gato Fernández*.

- De Paoli, Lucas, y Santiago Sánchez Kutika. 2018. "Un degenerado. Entrevista con Berliac (1ra parte)". *Revista Kamandi*. Recuperado 16 de junio de 2021 (<http://www.revistakamandi.com/2018/06/06/un-degenerado-entrevista-con-berliac-1ra-parte/>).
- Debowicz, Maia. 2019. "Las chicas solo quieren dibujar". Pp. 5–6 en *Pibas. Antología de historietistas contemporáneas argentinas*. Buenos Aires: Hotel de las Ideas.
- Del Vigo, Gerardo. 2019. "Subjetividades pop: manga, anime y sexualidad en la adolescencia otaku". en *Actas del X Jornadas de Jóvenes Investigadorxs*. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani.
- Erik Soussi, Magda. 2015. "The Western Sailor Moon Generation: North American Women and Feminine-Friendly Global Manga". Pp. 22–44 en *Global Manga: "Japanese" comics without Japan?*, editado por C. Brienza. Surrey: Ashgate.
- Gago, Sebastián. 2019. "Desovillando tramas culturales: un mapeo de la circulación y el consumo de las historietas Nippur de Lagash y El Eternauta". *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* (74):71–84.
- Gago, Sebastián, Iván Lomsacov, y Roberto von Sprecher, eds. 2013. *Recuerdos del presente: Historietas argentinas contemporáneas*. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.
- . 2014. *Cuadritos a ras del suelo: La historieta argentina, entre la apuesta por el realismo y los problemas de la representación*. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.
- Gandolfo, Amadeo. 2020. "Los Planetas Vagabundos". *Strapazin. Das Comic Magazin*, 17.
- Gandolfo, Amadeo, y Pablo Turnes. 2019. "Del amor y de la guerra. Entrevista a Sukermercado". *Revista Kamandi*. Recuperado 12 de marzo de 2019 (<http://www.revistakamandi.com/2019/03/12/del-amor-y-de-la-guerra-entrevista-a-sukermercado/>).
- . 2020. "Chicks Attack! Making feminist comics in Latin America". *Feminist Encounters: A Journal of Critical Studies in Culture and Politics* 4(1):1–22. doi: 10.20897/femenc/7908.
- García, Gonzalo, y Claudio Díaz. 2018. "Primeros Mangas y Animé en la Argentina". *Gcomics*. Recuperado 23 de abril de 2021 (<https://gcomics.online/podcast/176-primeros-mangas-y-anime-en-la-argentina/>).
- Hildebrandt, Javier. 2014. "Entrevista a Alejo G. Valdearena (parte 1)". *Comiqueando Online*. Recuperado 27 de noviembre de 2019 (<https://www.comiqueando.com.ar/notas/entrevista-a-alejo-g-valdearena-parte-1/>).
- Labra, Diego. 2020. "En defensa de la Princesa Disney. Industria cultural, merchandising y lo que todas quieren ser cuando sean grandes". *CRANN*. Recuperado 14 de junio de 2021 (<http://www.crann.com.ar/wp/en-defensa-de-la-princesa-disney-industria-cultural-merchandising-y-lo-que-todas-quieren-ser-cuando-sean-grandes/>).
- Lee, Hye-Kyung. 2012. "Cultural consumers as 'new cultural intermediaries': manga scanlators". *Arts Marketing: An International Journal* 2(2):131–43. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/20442081211274011>.
- Malone, Paul M. 2010. "The manga publishing scene in Europe". Pp. 315–31 en *Manga. An Anthology of Global and Cultural Perspectives*, editado por T. Johnson-Woods. New York: Continuum.
- Marino, Santiago. 2017. *Políticas de comunicación del sector audiovisual: modelos divergentes, resultados equivalentes. La televisión por cable y el cine en la Argentina (1989-2007)*. Unidad de Publicaciones para la Comunicación Social de la Ciencia, Departamento de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Quilmes.
- Martínez Alonso, Germán. 2013. "Tres momentos de la circulación del animé y el manga en la Argentina". *Questión* 1(39):169–78.

- Milanesio, Natalia. 2019. *Destape: Sex, Democracy, and Freedom in Postdictatorial Argentina*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press.
- Ojeda, Alan. 2018. "Manga y animé: ¿Una educación sentimental queer?" *Código y frontera*, noviembre 13.
- Oubiña Castro, Julián Blas. 2015. "RAN, hablando con el Robot". *Zinerama*. Recuperado 16 de febrero de 2021 (<https://zineramania.wordpress.com/2015/08/22/ran-hablando-con-el-robot/>).
- . 2017a. "Marcia Juárez: Haciendo historieta al andar". *Kirk!* Recuperado 26 de febrero de 2020 (<https://revistakirk.wordpress.com/2017/01/30/marcia-juarez-haciendo-historieta-al-andar/>).
- . 2017b. "Paula Andrade: El camino del Manga". *Kirk!* Recuperado 26 de febrero de 2020 (<https://revistakirk.wordpress.com/2017/03/27/paula-andrade-el-camino-del-manga/>).
- Pellitteri, Marco. 2010. *The Dragon and the Dazzle: Models, Strategies, and Identities of Japanese Imagination - A European Perspective*. Latina, Italy: Tunué.
- Prough, Jennifer S. 2011. *Straight from the Heart. Gender, Intimacy, and the Cultural Production of Shōjo Manga*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- Puddington, Santiago. 2019. "Magic Kids, la historia del canal infantil que marcó a una generación y no pudo sobrevivir a la crisis de 2001". *Clarín*, noviembre 16.
- Tripodi, Gabriel. 2021. "El manga en la Argentina y la popularización de la historieta japonesa". *Ministerio de Cultura*. Recuperado 18 de febrero de 2021 (<https://www.cultura.gob.ar/el-manga-en-la-argentina-y-la-popularizacion-de-la-historieta-japonesa-10124/>).
- Urdin, Demian, y Nicolás Taramasco. 2019. *Manga Argentino*. Vol. 7. Sector 2814.
- Vazquez, Facundo. 2018. "La gran crisis de la historieta argentina". *Ouroboros World*. Recuperado 25 de febrero de 2020 (<https://ouroboros.world/historieta-argentina/la-gran-crisis-de-la-historieta-argentina>).
- Yukari, Fujimoto, Linda Flores, Kazumi Nagaike, y Sharalyn Orbaugh. 2004. "Transgender: Female Hermaphrodites and Male Androgynes". *U.S.-Japan Women's Journal* (27):76–117.