

**FU
TU
RA** **4**

HERRAMIENTAS PARA UNA
CULTURA EN MOVIMIENTO

**RE
LA
TO
RÍAS**

FUNDACIÓN
WILLIAMS



Cooperación
Española
CULTURA/ BUENOS AIRES

FUTURA 4: Herramientas para una cultura en movimiento

FUTURA: herramientas para una cultura en movimiento es una plataforma de formación, diseño y producción de proyectos culturales impulsada por el **CCEBA** en alianza con la **Fundación Williams**, que desde 2021 ofrece capacitación y asesoramiento al sector de todo el país.

Como en cada edición y desde un enfoque integral, **FUTURA** encamina sus esfuerzos hacia la implementación de una selección de proyectos transformadores que impacten sobre su territorio próximo. En esta última, repleta de colores y trazos vibrantes, dedica especial interés a las artes gráficas.

Entendemos que el intercambio y la colaboración entre artistas y profesionales de otros campos del conocimiento son herramientas poderosas para la innovación y la creación de propuestas que reflejan la complejidad de la cultura contemporánea. En este sentido, la etapa formativa que el programa brinda y cuya relatoría a continuación facilitamos, resulta un eje fundamental en el "vivero" de iniciativas participantes. Con enorme generosidad, miradas expertas recorrieron el panorama actual de las artes gráficas y sus desafíos, las experiencias y buenas prácticas, la circulación, la visión emprendedora, el asesoramiento económico y jurídico, entre otros aspectos tratados.

Agradecemos a los colaboradores y expertos que hicieron posible este viaje: Alejandro Díaz y Martín Ramón (Espacio Moebius), Elisabeth Pérez Fernández (Bonito Editorial, España), Delfina Estrada (Fábrica de Estampas), Xina Ocho, Pancho Pepe, Power Paola, Víctor Malumián (FED), Luis Juárez (MIGRA / BALAM), Juan Ángel Szama (CRACK BANG BOOM), Sol Díaz y Marcela Trujillo (LA POLOLA - BRIGIDA, Chile), Josefina Rodríguez Egaña (YUKI), Alejo Barrenechea y Diego Frangi y Nicolás Dalmasso (Oficina de proyectos) y a Juan Urraco, coordinador del programa.

Esperamos que las experiencias compartidas continúen inspirando a nuevas generaciones de creadores y gestores culturales.

María Morazo
Directora
Centro Cultural de España en Buenos Aires



MÓDULO 1



FUNDACIÓN
WILLIAMS



MÓDULO 1. Miércoles 10 de abril 2024 - 18h

CREADORES CRIOLLOS EN LA ERA DIGITAL: panorama y desafíos de las artes gráficas contemporáneas en Argentina

A cargo de Espacio Moebius: Martín Ramón y Alejandro Díaz B.

Este módulo invita a sumergirse en el vibrante mundo del arte gráfico argentino contemporáneo explorando desde sus raíces y tradiciones hasta sus más recientes incursiones en el ámbito digital. Con esta perspectiva examinaremos las problemáticas y oportunidades que moldean el panorama de las artes gráficas en Argentina en la actualidad, desde la simple y eficaz expresión del fanzine hasta el alcance global de la era virtual. Sumergiéndonos en el entramado editorial, indagaremos sobre las estrategias claves para presentar y promover el trabajo gráfico, destacando la importancia de los festivales internacionales y las agencias especializadas. Además, examinaremos el creciente interés en el coleccionismo de arte gráfico, así como las dinámicas cambiantes de las galerías de arte contemporáneo, tanto físicas como virtuales.

El reconocimiento al arte gráfico argentino no se limita al papel; se entrelaza con una amplia gama de disciplinas, desde la moda hasta la arquitectura. Exploraremos cómo el arte gráfico se aplica en diversos productos, así como su capacidad para infundir humor y frescura en estos campos. Reconoceremos las diversas alternativas de financiamiento disponibles para los creadores gráficos argentinos, así como las oportunidades de residencias que les permiten explorar nuevas fronteras creativas.

Alejandro Díaz B: Soy gestor cultural desde hace aproximadamente 20 años y soy socio de Espacio Moebius con Martín. Llegué a la gestión cultural como una forma de trabajo, mientras me formaba como artista. Al mismo tiempo, trabajaba en la marquería de obra. Eso fue, en parte, lo que facilitó la unión con Moebius: el conocimiento del enmarcado de obra. Fui conociendo la materialidad y las herramientas que nos da el hecho de trabajar con originales, que fue una etapa que sumó Moebius en su derrotero.

Martín Ramón: Qué bueno ver tanta gente, muchos amigos, y también gente que no conocemos. Está bueno porque los amigos ya más o menos esta parte la saben, pero atravesamos tantas etapas, en estos casi 20 años de Moebius, que nos gusta poder contar desde dónde llegó cada uno. Ale viene de la gestión cultural, pero yo ni cerca: trabajaba como director técnico de fútbol femenino, en los Estados Unidos, con lo cual no tenía nada que ver. En parte fue por eso, por haber estado trabajando allá, que surgió la posibilidad de abrir una oficina en Buenos Aires para una fundación. Todavía no existía Moebius. En esa oficina pude dar espacio a dos amigos que estaban trabajando en una editorial que empezaba a publicar historietas, *Domus Editora*, y en un momento se dio de trabajar juntos. Ellos diseñaban una revista de videojuegos. Así llegamos a la gráfica: yo totalmente por la ventana, porque ni siquiera era consumidor de gráfica. Esta revista después decide cambiar de editorial, quieren un nombre de fantasía. Recuerdo que yo estaba en la oficina, trabajando para la fundación -que no tenía nada que ver-, y que surge el nombre *Moebius*, sin nadie saber por qué. Nos tendríamos que haber inventado una historia para tener a mano cada vez que nos preguntan por qué nos llamamos así. Todos piensan que es por el dibujante -uno de los mejores dibujantes de la historia del cómic-, pero la realidad es que no hay una explicación, porque es solamente un nombre que se inventó en el momento. Voy a pasar a la presentación, porque ahí se va a empezar a entender todo mucho mejor.

La revista de videojuegos que les contaba, fue la primera que salió con el sello de Moebius. Aparezco yo como editor, porque había que poner un nombre y dije “pónganme a mí”. A partir de ahí, de esta experiencia, de empezar a conocer a estos chicos que ya trabajaban con dibujantes de historieta, fue que decidimos hacer una editorial de cómic e ilustración. Comenzamos con esta revista, que se llamó *Chikismicki*, dedicada a artistas mujeres, ilustradoras, allá por el año 2007, 2008.



Empezamos a ir a festivales que ya tenían impronta gráfica. Era una revista de distribución gratuita, solo de artistas mujeres. Fueron diez números que se repartieron en tiendas de diseño, de rock, y en festivales sobre todo. Lo que nos permitió la revista fue empezar a conocernos con toda una movida de diseñadores, ilustradores y dibujantes. Lo que me empezó a llamar cada vez más la atención fue el perfil del dibujante de historieta. El dibujante en general, como oficio, pero nosotros ya estábamos más cercanos al mundo de las historietas. Si bien estamos siempre en contacto con la ilustración, la pata más fuerte la tenemos en las historietas. Me empezó a interpelar esto del arte como oficio y a la vez como laburo. La revista, entonces, nos abre la puerta de los festivales, como el Trimarchi, el Buen Día, y ahí empezamos a conocer mucho más de adentro el mundo de la gráfica y la edición. Esta fue nuestra primera etapa. Atravesamos muchas etapas. Este Futura nos agarra en un momento justo, porque nos estamos queriendo abocar a la producción cultural.

Alejandro: Ese contexto de los años 2000, tenemos que pensarlo como una época de un consumo de internet muy diferente al de hoy. Al mismo tiempo, Argentina salía de una crisis y se habían formado -uno podía encontrar- muchos circuitos nuevos de muestras. El Festival Buen Día se hacía en la Plaza Armenia, de Palermo: era muy convocante y también fue la cuna de un montón de cosas, porque era muy convocante pero, al mismo tiempo, las cosas que se presentaban ahí todavía no eran parte del circuito mainstream, ni las marcas ni las bandas que tocaban en ese lugar. Muchas de las cosas como Moebius, que nacieron en ese contexto, hoy son marcas importantes, o artistas consagrados. Pero, empezaron en ese punto, entre otros circuitos de intercambio.

Martín: En ese momento, no se estaba publicando prácticamente nada a nivel editorial. Empezamos a editar libros de historieta, que era una rareza. A mí siempre me motivó mucho las ganas de viajar, y entonces, redoblando esa rareza, propuse que empecemos a ir a festivales que se hacían en España. Decidimos arrancar un modelo editorial sin tener ninguna preparación previa, con lo cual se van a ver muchos de los errores cometidos en esta etapa inicial, porque no había una programación. Fue todo como nos iba surgiendo, algo para nada recomendable. Nuestra idea era imprimir en España -que era más barato-, distribuir allá primero y después venir con la producción a Buenos Aires. En esa época, primero se distribuía en los kioscos de diarios, que te hacían una devolución rápida y eso te permitía recuperar la inversión. Así empezamos el circuito de librerías. Todo sonaba bien, y de hecho funcionó por un tiempo. Empezamos editando una versión manga de *El Quijote* en España -parece lo primero que se le puede ocurrir a cualquiera- con un dibujante increíble, que era Sergio Coronel, y adaptación de Federico Reggiani, guionista de historietas.



Sacamos dos volúmenes -los imprimimos en España, después los trajimos a Buenos Aires-, y sacamos también una antología de historieta LGBT, que se llamó *Ábreme*, junto con el festival de cine LGBT de Madrid, y otra vez hicimos el mismo recorrido. Hasta que empezaron las complicaciones: al estar los libros allá, se nos empezaba a dificultar traerlos, y a la distribución nunca le terminamos de agarrar la mano: todo funcionaba bien, hasta que las distribuidoras desaparecían, o no nos pagaban, tuvimos mucha mala suerte con eso. Con el tiempo fue cambiando, y hoy las distribuidoras son mucho más profesionales. Pero, al principio, nos jugó muy en contra. Entonces empezamos a editar acá.

Veníamos de este mundo de los festivales, con una impronta gráfica importante, y nuestra idea era, no abrirnos del mundo historieta, pero sí sumar nuevos públicos. Ese mundo de la historieta era muy de nicho y queríamos amigarnos con públicos afines, por eso empezamos a trabajar con los chicos de [DGPB](#), con Patricio Oliver: ellos estaban en un momento que estaba buenísimo, diseñando muñecos de vinilo, que eran fascinantes. Y nos pareció que podíamos hacer el doble juego de editar historieta y a la vez trabajar



con diseñadores para acercarnos a ese público del diseño gráfico que veíamos en Trimarchi y en el Buen Día: un público que crecía, mientras que el de la historieta no, o al menos no a esa velocidad. Cambiamos el modelo editorial: lo de España pasó a ser un recuerdo, si bien seguimos yendo a las ferias siempre, y empezamos a editar historietas acá. Arrancamos con este libro de DGPH y con dos autores que ya entonces eran -y lo siguen siendo en la actualidad- muy importantes en el mundo de la historieta: Gustavo Sala y Lucas Varela. También editamos a Patricio Oliver, con un libro hermoso que se llama *Maurice in Love*, y a Caro Chinaski con *Montatormentas*. Presentábamos estos libros en Trimarchi, y de a poco se nos hizo latente la necesidad de un lugar propio. Ahí lo conozco a Alejandro, buscando el lugar, una sede que permitiera juntar estos mundos del diseño, la historieta, la ilustración. A fines de 2008 me acerco al espacio que había armado en Almagro, un lugar increíble que se llama *Submundo Estudios* y tiene dos locales en la calle Bulnes. En ese momento, yo tenía dos socios, Martín Casanova y Rodrigo Díaz: ellos sí estaban más empapados en la historieta, porque son consumidores. Pero, las ganas de poner un local era una cosa más mía. Así lo conocemos a Alejandro.

Alejandro: *Submundo Estudios* es un espacio de muchos metros cuadrados que está en el sótano de un edificio muy viejo de Almagro. Tiene características muy particulares, que lo convierten en un sitio con sus propios códigos y sus propias reglas. Está pensado para que cada artista tenga su espacio de producción, no tanto para la exhibición o la venta, entonces hay mucho de la neurosis de la creación: artistas plásticos, de audiovisuales, músicos, todos juntos conviviendo en un entorno de pasillos que se comunican con el estudio. Por fuera, son dos espacios que dan a la calle Bulnes: en un principio no me interesaba tanto el hecho de salir a la calle, porque eso ya supone una exigencia distinta, que es la de mostrar. De momento, era algo que no me interesaba. Luego, resulta que una chica que venía a ensayar era la prima de Martín, y me empieza a contar que él andaba buscando un lugar. Ahí es que nos conocemos, me comparte el proyecto que tenía, nos caímos bien enseguida y dijimos “probemos y veamos qué pasa.” Él asumió un riesgo, porque el local no tenía límites muy definidos y no quedaba otra que dejar el material al alcance de la comunidad que estaba viviendo ahí. Se entendió todo muy rápido, sobre cómo iba a funcionar, y Moebius como espacio físico empieza a dar sus primeros pasos. Yo todavía no intervengo en el espacio, eso es algo que se va a dar después. Yo no tenía nada que ver con el mundo de la gráfica, pero me ponía contento lo que pasaba porque era abrir libros todos los días, libros que estaban buenísimos. Pero, como laburo, me seguía resultando un mundo ajeno. De alguna manera, lo que les estamos contando es que somos dos advenedizos, que se enamoraron del asunto, pero sin la neura de la gráfica. El aporte de Martín fue explosivo, porque vinimos a traer otra cosa: otra forma de ver, de mostrar, de divertirnos: ahí hay una respuesta de por qué Moebius acaba convirtiéndose en una especie de fenómeno de convocatoria.

Martín: Influyó mucho no haber venido desde adentro, porque pudimos sumar una manera diferente de querer mostrar todo. Así como nos sorprendía a nosotros, queríamos mostrarlo, porque veíamos que estaba muy bueno, que había gente súper profesional, artistas increíbles. Siempre me maravilló que alguien dibuje una viñeta de historieta 3x3 y que sea una obra de arte, y que después se hagan 500 versiones de ese dibujo. Esa sorpresa que nos producía, favoreció el impulso que tuvimos. En esa primera etapa, Moebius fue una tienda de diseño y librería especializada en cómics e ilustración, algo que no existía, porque en las librerías se hacía difícil encontrar el material. Eso nos sirvió, al principio, porque la gente que buscaba ese material terminaba en Moebius. Empezamos a agitar, nos sumamos al circuito de la [Noche de Librerías](#), que arranca por esos años también. Tratábamos de convocar a un público vecino, gente que podía llegar a interesarle, tratando de difundir todo este tipo de materiales y artistas. Recuerdo una convocatoria para hacer reproducciones de obras de arte, de cuadros que le gustara a cada dibujante, y que vinieran un montón de dibujantes a recrear su obra favorita, y de esa manera empezábamos a abrir juego con otras disciplinas.

Decidimos editar a Carlos Nine, que es uno de los dibujantes más importantes de Argentina pero que prácticamente no había sido editado en nuestro país -había una edición sola de *Keko El Mago*, pero nada más-. Nos mandamos a hacer una edición de *Fantagas* y anunciamos presentación y muestra con el autor. No teníamos experiencia en muestras. A la distancia me río, pero era una salvajada: los originales de *Fantagas* son piezas de colección, Nine es un autor reconocido en Francia, por ejemplo, y sus originales son carísimos. Él muy generosamente los trajo, en ese momento, y nosotros, en toda nuestra inexperiencia, los estábamos pegando a la pared de una manera muy cruda. Me acuerdo que dijo: “Este Rodri -uno de nuestros socios- es un chambón.” Se acercó mucha gente, y eso de hacer las primeras muestras nos dio más ganas de tener un lugar y de aprender a hacerlo bien. Acá es donde entra Ale, que tenía experiencia, y decidimos abrir otro local que fuera directamente para muestras y talleres. La dinámica de Moebius era otra, porque era más de tienda, y abrimos este nuevo espacio en el [Patio del Liceo](#).



Alejandro: El Patio del Liceo se iba a convertir también en un epicentro de la movida. El local era muy chiquito, tendría unos 20 metros cuadrados como mucho. Teníamos dos paredes en ele, para montar las muestras, y ahí se empezó a trabajar. En paralelo, también hicimos un trabajo con los autores, porque en el mundo de la historieta nadie estaba acostumbrado a mostrar sus originales. Nos pasaba que teníamos ganas de montar una muestra y los autores más jóvenes nos traían una hoja. Hubo que arrancar muy desde el principio con ellos, enseñándoles cómo íbamos a mostrar sus obras, qué tipo de montaje se necesitaba. Fue todo un aprendizaje. La primera muestra fue la de Lucas Varela, que la terminamos de montar cuatro minutos antes de la hora pautada con el público. Por eso decimos que Moebius tiene una historia de traspies y de mucho sudor, por los nervios que nos producía algunas situaciones. Aprendizaje en movimiento. Con la gestión cultural y los montajes de obra pasaba esto. Recién ahora empieza a haber conocimientos específicos y enseñanza formal. Cuando empecé, en los 2000, había conversaciones y recién se empezaba a hablar de la industria cultural. Los conocimientos estaban dispersos y había que empezar a reunirlos, y lo nuestro fue en el fragor de hacer las cosas.

Martín: Después Nine volvió a tener ganas de hacer una muestra juntos y ahí nos pudimos reivindicar con él. Eran obras más grandes y terminó siendo increíble. Al Patio del Liceo no lo elegimos porque sí, sino porque sabíamos que había mucha efervescencia en ese lugar. Y nosotros fuimos parte de esa efervescencia. El local era chiquito, pero teníamos ese patio inmenso para hacer lo que quisiéramos. Lo que intentábamos hacer, con los locales vecinos, era programar inauguraciones juntos, y eso nos servía en el afán de buscar otros públicos, porque la gente del arte contemporáneo podía conocer un poco más sobre arte gráfico. Estar ahí nos permitió que cada vez nos conozca más gente. Hicimos una muestra de Juan Sáenz Valiente, *Más Allá de la Ricchieri*: el universo que él se imagina viajando por la autopista, lo que imagina que hay detrás de los bosques de Ezeiza. Fueron muchísimas, las muestras. De José Muñoz, de [Henning Wagen Breth](#), de [Sophia Martineck](#). Henning Wagen es un autor alemán increíble y Sophia también, es una autora de historieta muy, muy fina. Fue hermosa la muestra de los dos. Y la gente que venía empezaba a fabricarse todos estos recuerdos. [Elenio Pico](#), gran formador de artistas de la talla de Liniers y Turdera: se había ido a vivir a Barcelona y estaba volviendo después de mucho tiempo, y en Moebius se produjo el reencuentro con su público, con sus amigos. Empezamos a hacer muchísimas muestras de autores que ya eran reconocidos.

Y también empezamos a gestionar otras cosas, como que hubiera siempre algo para tomar: Campari, Cynar, Apóstoles, Chandon. Terminaba habiendo un espíritu de fiesta: nuestra inauguración, sumada a la inauguración de los otros lugares, hacía que se armara una energía muy linda. Y cada vez éramos más convocantes. De a poco, nos íbamos dando cuenta de que teníamos capacidad de gestión real: si nos proponíamos programar algo, aunque pudiera parecer inalcanzable, obteníamos resultados. Esto nos pasó con Pierre Étaix, dibujante francés ya fallecido, también director de cine, que dibujó algunos de los afiches del Sr Hulot: fue invitado al festival de cine de Mar del Plata, creo que cumplía 86 años en ese momento. Resulta que Nine era fanático de él, y quería hacerle una entrevista. Me llama y me dice “quiero entrevistar a este dibujante”, y listo, encargate. Entonces empecé a ver a quién conocía del festival, me puse a trabajar con eso, y al final se consiguió: contratamos una intérprete, se armó todo, el día de la charla ya estaba llegando Nine, y en ese momento me avisan por teléfono que lo habían internado al hombre y que no se iba a poder concretar el asunto. No se dio por una fatalidad, pero nos sirvió para darnos cuenta que podíamos armar casi cualquier cosa que nos propusiéramos. Más adelante, Nine pudo tener un intercambio con Pierre Étaix, y terminó publicando una historieta en Francia, en una revista de cine importante, sobre esa entrevista que habían tenido. Es un lujo.

En esa época empezamos a hacer el Día de Hellboy, con Mike Mignola, su creador, y ya invitábamos a dibujantes en la línea del cómic americano. Hicimos un mural en la entrada del Patio del Liceo con la participación de Nine, Scafati, Benavidez Bedoya, Liniers, Lunik, Isol, REP: casi todos los dibujantes de la escena. Teníamos tanta convocatoria, que la cuenta de facebook *La gente anda diciendo* -que tenía casi

más seguidores que Boca- publica un libro y nos viene a buscar especialmente, porque querían presentarlo en Moebius. En eso, nos enteramos que venía Daniel Johnston a tocar a Argentina y, otra vez, empezamos a gestionar una muestra de sus originales, que también pudimos concretar.



Estuvimos tres años ahí, pero en un momento empezamos a notar que decaía un poco la energía. Ale estaba en Almagro, yo en el Patio del Liceo, muy separados. Los otros socios se fueron yendo, porque se dedicaron más a la parte del diseño, la maquetación y la traducción, trabajando con otra editorial amiga. Quedamos nosotros dos como socios del espacio. La efervescencia del Patio del Liceo, estaba pasando, y entonces tomamos la decisión de volvernos a Almagro. En realidad, nunca nos habíamos ido, pero decidimos que el foco de atención vuelva a estar puesto ahí, en Bulnes. Arrastramos mucho público que antes era para eventos muy puntuales, pero que ahora respondía cada vez que hacíamos algo. Nos seguimos moviendo en el mundo de la ilustración, compartiendo publicación, por ejemplo, con [Revista Brígida](#), una revista chilena de autoras de cómics. Con ellas, hicimos una presentación en nuestro espacio.

Moebius siguió funcionando más como librería. Organizábamos el evento de las agendas de [Maitena](#), con quien ya habíamos entablado una buena relación. Seguimos haciendo presentaciones de libros y charlas. Le produjimos una muestra a [Liniers](#), con tapas de *Macanudo 12* y grabados de Luisa Freixas, exhibidos ahí, sus grabados originales. Una muestra de dibujos de [Juan Pablo Zaramella](#), en bandejas de panadería. Otra de *Boom Boom Kid*, de los shablonos de sus serigrafías. En un momento se acerca nueva gente a participar del proyecto de Moebius, como Juan Ángel Szama, productor del festival de historietas [Crack Bang Boom](#): uno de los primeros eventos que organizó, fue una charla con Miguel Ángel Martín, dibujante de *El Vívora*, una de las revistas más importantes del cómic under español.

Cuando Melero gana el Premio Gardel, nos proponemos hacer un evento con Dr Alderete, que vive en México, pero que cada vez que venía a Argentina pasaba por Moebius. Fue un evento mágico -los que hayan estado, lo recordarán-: un show de Melero con las visuales del Dr Alderete, una maravilla. Y ese evento nos permitió conocernos un poco más: Alderete tenía allá un espacio similar a Moebius, que se llamaba *Vértigo*. Resulta que tengo que viajar a la Feria de Guadalajara y luego al DF el día que presenta *Black is Beltza*, una historieta que hizo en colaboración con Fermín Muguruza, cantante de punk radical vasco. Alderete me presenta a Muguruza y le dice “él es nuestro editor en Argentina”. Yo me lo tomé con orgullo, pero a la vez sabía que me estaba comprando un problema, porque ese era un libro muy caro de hacer. Lo hicimos igual, desde luego, y el día de la presentación en Buenos Aires coincidieron Alderete y Muguruza: teníamos que sacar el libro ese mismo día y también lo logramos hacer, con otra presentación que fue increíble, con Actitud María Marta y algunos vientos de La Delio Valdés. Una locura que hicimos, medio sin pensar, porque fue muchísima gente la que vino.



Alejandro: Fue realmente desbordante, la cantidad de gente que hubo ese día, la calle estaba cortada por el público que se había convocado -creo que autoconvocado-.

Martín: Se avisó con muy poco tiempo de anticipación, pero sí, fue impresionante, no se podía entrar ni salir. En ese momento, Moebius tenía como una doble entrada, sino no habría habido manera de sacarlo de ahí a Fermín. Alderete iba a hacer las visuales pero fue imposible, no había lugar. Corrimos las bibliotecas. Todo lo que había en el medio lo tuvimos que sacar.

Alejandro: El evento salió genial. No nos faltó ni un libro. Quedó todo a la buena de dios y si hubiesen querido llevarse algo, lo habrían podido hacer, y sin embargo el evento salió bárbaro. Pero, desde un lugar realmente mágico, porque pudo haber pasado cualquier otra cosa.

Martín: Quiero volver también a la muestra de Daniel Johnston que hicimos en el Patio del Liceo. Ese día, cerramos el lugar, y entrar fue casi imposible. Hasta cinco minutos antes de comenzar el evento, él estaba comiendo pizza en la esquina. Le cerramos el lugar, primero porque era muy consumidor de la historieta y quería conocer espacios como Moebius. Para que se den una idea, ya lo había invitado a Liniers para que dibuje en vivo en su show. Pasó algo curioso, el día de la muestra: entre todos los libros que había para elegir, Johnston se quedó con cuatro, y resultó que estaban ahí, presentes, tres de los cuatro autores que él había elegido: un libro de pinturas de Liniers, el de Boom Boom Kid -que musicalizó la jornada- y uno de Santiago Caruso. Los tres estaban en la muestra, y él eligió sus libros sin saberlo.

Alejandro: Nos encontrábamos en una especie de marea de convocatoria, porque todos los eventos que hacíamos tenían mucha repercusión. Ya nos habíamos ido del Patio del Liceo, y estábamos otra vez en el local de Bulnes. Pero, lo que nos pasaba, más allá del efecto de convocatoria que teníamos, es que no estábamos pudiendo convertir eso en ganancias. Vivíamos acogotados económicamente, y no le encontrábamos la vuelta ni con la librería, ni con la venta de originales, ni con las convocatorias. Ya nos mirábamos como diciendo “lo estamos dando todo y no sabemos cómo”: lo empezábamos a sentir como una especie de fracaso, o al menos de traspie. Pero, a la vez, se nos seguían abriendo las puertas, porque había gente que veía las convocatorias que armábamos, las cosas que producíamos, los montajes, y nos llamaban para encargarnos laburo. A todo esto, pandemia, que para nosotros fue sentir de una manera muy concreta la posibilidad de no poder seguir adelante.

Martín: Una parte importante de nuestro trabajo, retomando el hilo de la historia, era este juego de salir a mostrar lo que se producía acá y de traer acá lo que se producía afuera. Cuando Argentina fue el país invitado a la Feria del Libro de Frankfurt, ganamos una convocatoria para poder viajar. Esto fue en 2010: viajamos con la gente de *OVNI Press*, que estaba tratando de buscar licencias para publicar a Marvel en el país, cosa que consiguieron, en gran parte por haber ido a la feria. Todos los proyectos que arrancaban en esa época, se fueron desarrollando por distintos lados. Yo pensaba: “¿A qué se irá a dedicar toda esta gente?”, una pregunta que se hacían muchos. Después me di cuenta de que casi todos los proyectos que conozco fueron evolucionando, algunos de una manera increíble, como éste de *OVNI Press* o mismo el *Argentina Comic-con*, que hoy es un gigante, publicando en Estados Unidos y en España: una editorial de lujo. Asomaban otros espacios, como *Musaraña*, *Crumb*, y ahí también se podía conseguir este tipo de material. Para nosotros, a esa altura, estaba bueno que eso ocurriera. Hicimos una muestra de originales de Juan Giménez en el Salón del Cómic de Barcelona, y también allá, en paralelo, una muestra de dibujantes argentinos, en la comiquería Universal. Feria del Libro de Dubai, Angoulême, el GRAF de Barcelona -esa vez nos reencontramos con Elenio Pico-: se empezaba a armar un espiral de gente y de conexiones que realmente es infinito. Nosotros siempre tratábamos de armar algo más.



En la Feria del Libro de la UNAM, en México, hicimos la muestra de un libro que sacó *Musaraña* con la editorial de la Municipalidad de Rosario, *El volcán*, una antología de historieta excelente, y también ofrecimos algunas charlas y talleres. Empezábamos a ser cada vez más partícipes de las ferias. Hasta que en cierto momento ya directamente nos pedían que organicemos esas actividades. Una cosa que queremos que se dimensione es la relevancia que tiene la escuela de dibujantes argentinos, porque realmente es algo que no se sabe. En todos los festivales del mundo, incluso en los más importantes, hay dibujantes argentinos exponiendo. A la vez, las principales figuras internacionales de la historieta y de la ilustración suelen venir a Buenos Aires. En el dibujo, y sobre todo en la historieta, somos una potencia. Y en el humor gráfico, ni hablar.



En vez de participar solamente como stand, siempre agregábamos la producción de algo más. El año pasado, se celebraron los 50 de Angoulême -el festival más importante- y pudimos participar a través de José Muñoz, gracias a un afiche que fue dibujado por sus dos grandes maestros, Alberto Breccia y Hugo Pratt. José Muñoz gana el Gran Premio de Angoulême en 2007 y al año siguiente decide hacer una muestra de todo el panorama de los dibujantes argentinos de historieta: unos jóvenes, otros más grandes. Fue súper generoso de su parte, porque lo habitual siempre fue que el ganador del premio exponga luego una muestra de su propia obra. En la actualidad, hay un montón de autores y autoras argentinas, destacándose en el rubro. Quisiéramos invitar a uno de ellos, [Oqui Paratz](#), para que nos cuente su historia. Todo esto que venimos contando, de las distintas etapas que fuimos atravesando, es para llegar a la experiencia del [Tren Moebia](#): tiene que ver con esta cosa de conocerse con gente y de hacer de link entre editoriales, artistas, espacios y galerías. Pero, que cuente Oqui, cómo fue que nos conocimos.

Oqui: Hola a todos. Bueno, la historia sucedió en 2022, que fue cuando el *Tren Moebia* hizo su primer viaje. Hicieron el link con el tren entre Buenos Aires, Rosario y Córdoba. En ese momento yo no sabía qué venían a hacer, pero pensé “bueno, okay, vienen los chicos de Espacio Moebius, vamos a ver de qué se trata”. Un poco ya los conocía, porque los seguía a través de sus redes sociales, pero gracias al tren nos pudimos conocer personalmente.





Martín: Oqui, arquitecto, empezando a dedicarse a la historieta.

Oqui: Soy arquitecto y en 2021 hice el posgrado de ilustración, con Laura Varsky. El trabajo final fue un proyecto de novela gráfica. Si bien yo consumía un poco de cómic y había hecho algunas cositas, dije “bueno, me embarco en esto, que no sé bien qué es, y a ver qué pasa.” Presenté el proyecto, me lo recibieron, lo empecé a desarrollar, y ahí me fui dando cuenta de todo lo que no sabía sobre hacer una novela gráfica: el tiempo que me iba a llevar, tantas cosas del oficio, el guion. En fin, era como un novato tratando de entrar en un mundo gigante e híper complejo. Fui aprendiendo sobre la marcha y tejiendo redes con gente. De a poco fui engrosando el proyecto. En 2023 viajé a Europa con mi novia y de repente caímos en Angoulême y nos encontramos con los chicos de Moebius. Esa fue la segunda vez. Me entero de la residencia de historieta que había y de lo enorme que es el festival: Angoulême es la ciudad de la historieta: tiene una biblioteca, un museo, cine, archivo nacional e internacional, y está la residencia, que es la casa de los autores. Ahí, uno puede presentar un proyecto de cómic, o de animación, y si quedás, vas a desarrollarlo: te dan un lugar para vivir, un estudio, y vos tenés tiempo para laburar tu proyecto. Yo presenté el mío, quedó seleccionado y fui a hacer una residencia de tres meses, que justo coincidió con el festival de este año. Todavía estoy desarrollando el proyecto. Ojalá pueda crecer. Ya vendrá la parte de cómo editarlo, cómo publicarlo, ya veremos.

Martín: Es muy novedoso lo que hacés. Por algo quedaste en Angoulême, no es nada fácil, y encima tuviste la suerte de que cayera durante el período del festival. Se hace una muestra especial de los y las residentes, con lo cual los editores te prestan atención, porque van a la muestra, saben quién sos. No es lo mismo que caerle con tu carpetita a un editor, en su oficina, que también sucede y está muy bien. Una de las mejores maneras de hacer funcionar un proyecto, es presentándolo en los festivales, y sobre todo si ya estás editado o estás haciendo una residencia. Casi todos los años, vienen ganando residentes: Sole Otero ganó el premio como residente, y también otra chica hace poco. Los editores les prestan atención, porque saben que ya pasaron un filtro importante de selección. Gracias, Oqui, por participar en este programa, que está buenísimo y espero que te resulte muy beneficioso.

Alejandro: Cuando volvimos a Almagro, justo nos agarró la pandemia, como les contábamos, y se nos presentó la inquietud sobre si podríamos seguir adelante, si la experiencia que habíamos hecho sería suficiente para superar esa barrera. En ese momento, no se sabía qué respuesta global iba a tener el tema de la pandemia. Al mismo tiempo, se nos abría la expectativa de poder trabajar hacia fuera, de llevar los eventos que tenían una dimensión más grande que la que Moebius podía solventar. Era una posibilidad certera. Finalmente, nos la jugamos a sostener nuestro espacio: lo reconvertimos, porque mutó de librería a Centro Cultural; buscábamos la formalidad que nos permitiera cruzar artes y tener una programación. Si bien nuestro eje es y será las artes gráficas, empezamos a hacer estos cruces de una manera más formal, y ya nos empezábamos a visualizar a nosotros mismos como productores de eventos.

Si hoy tenemos la idea de ser una productora, está sustentada en todo el recorrido que hicimos. Los stands que instalamos en las ferias fueron cambiando de forma con los años, porque acompañaban esa evolución que íbamos haciendo. El primero fue, claramente, una librería en la feria del libro, pero después empezamos a correr el límite. Una vez, por ejemplo, llevamos una mesa de ping pong: ahí exhibimos los libros, pero, a la noche, la mesa se despejó y se invitó a los y las artistas a que vengan a jugar ping pong. Producíamos contenido en el lugar y la gente se acercaba porque sabía que algo vivo iba a estar pasando. El último stand era un espacio pequeño, con cuatro paneles y telones atados en las esquinas: sobre el cierre, los telones se desataban y el stand se convertía en una carpa para hacer lo que llamábamos “una inauguración por día”, a cargo de distintos ilustradores. Eran cosas que nos traían dolores de cabeza con la feria, porque después nos enteramos que había una norma que decía que los stands no pueden estar cerrados en ningún momento. Efectivamente nosotros cerrábamos el nuestro para armar una pequeña fiesta dentro. Cada noche, la feria nos llamaba la atención, y eso un poco hablaba de que nosotros no teníamos un convencimiento de ser libreros. Nos daban más ganas de mostrar las cosas de otra forma. Ahora, como productora, nos dedicamos a buscar nuevas formas de mostrar. Le escapamos a la mesa con micrófonos y autores conversando sobre su obra. Tratamos de corrernos para que las cosas nos sorprendan, para bien y para mal. Lo otro sabemos que se puede encontrar y nosotros mismos podemos llegar a disfrutarlo en alguna ocasión, pero no queríamos que esa fuese nuestra propuesta. Siempre estamos desafiándonos a encontrar nuevas formas de mostrar. Como productora, proponemos eso.



Nos empezaron a llamar de otros eventos para que, justamente, hagamos eso que nos venía saliendo bien, mostrar a los y las dibujantes desde otro lugar, producir contenido, no solamente con los libros o haciendo firmas. En el Encuentro Federal de la Palabra, montamos una muestra de originales de un montón de dibujantes y una agenda completísima de actividades, talleres y charlas.

Alejandro: Tecnópolis tiene dimensiones gigantes, y todos los stands que acompañaban el Encuentro Federal de la Palabra eran monumentales. Muy interesantes. Llenamos dos pasillos, dos paredes, de originales de artistas. La gente se sentaba en sillones, nosotros proponíamos charlas, música. Lo que se hizo fue acercar al público común, el que visitaba Tecnópolis, a este tipo de obra, con esa primera fascinación de la que habló Martín, la de “los cuadritos de viñetas como una obra de arte”. La pared, atiborrada de originales. Otra propuesta conceptual que produjimos, así como esa vez en Tecnópolis habíamos recreado un living, fue una especie de loft donde funcionaba un taller de serigrafía: esto le permitía a la gente observar el trabajo in situ de los artistas. La idea, ahí, fue tener un encuentro bien popular con la gente, viendo el laburo de una obra, aunque no se tuviera mucha idea sobre el artista o el valor que podía tener su trabajo.

Martín: Le dimos otra vuelta más a la cosa cuando empezamos a asociarnos con otras disciplinas que también comienzan con un dibujo, como son la moda o la arquitectura. Siempre nos parecieron muy afines, en esto de seguir siendo lo más interdisciplinarios posible. Organizamos, también en la Feria del Libro, un desfile de dibujantes, donde los y las modelos eran los y las dibujantes. Empezábamos a intervenir cada vez más como productora, ya no como editorial. Nunca dejamos de ser una editorial, seguimos haciendo el trabajo, pero pasamos del libro formato cómic más tradicional a ediciones más jugadas desde lo estético: *Visión Infernal*, de Federico Lamas -tapa dura con visor de acrílico rojo, que te filtra el color haciendo que el dibujo que está a simple vista se transforme en otro-; *Black is Beltza*, el libro de Alderete -cada capítulo está impreso en un pantone diferente-. Dejamos de editar grandes cantidades, por los problemas de la distribución, y empezamos a hacer ediciones más chicas, de 100, 200 ejemplares, cuadernos de serigrafía de autores increíbles: Nine, Muñoz, Liniers, Henning Wagen, Lucas Varela, María Luque, ahora estamos trabajando con Max Cachimba. Incursionamos también en la risografía y estamos haciendo fanzines: ya hicimos uno de Power Paola, de Nacha Vollenweider, de Pancho Pepe, pronto estará el de Peter Punk. Esta es nuestra actualidad editorial: producimos lo que queremos llevar a las ferias y para distribuir en poquitas tiendas. Durante la pandemia también pasó que nos empezamos a equipar para poder hacer otro tipo de eventos, con proyector, sonido, luces, micrófonos. El local fue mutando y se amucharon los eventos: charlas para festivales, Guadalajara, una charla con Tute, otra con los referentes más importantes del cómic independiente internacional, como César, de Fulgencio Pimentel, Sammy Harkham, Amadeo González, de Perú: gente que es muy importante en el entramado de la historieta internacional. Recuerdo otro encuentro virtual hermoso, con especialistas que mostraban sus fanzines favoritos y contaban por qué los habían elegido. Con el tiempo, también, fuimos pasando del libro al fanzine, porque nos atrae esta cosa que tiene el fanzine de la inmediatez, nos parece muy lindo. En Espacio Moebius empezamos a tener más posibilidades, con eventos ya más actuales: lecturas de cómics; otra actividad que tuvo cosas del teatro, el cine y la historieta, que resultó increíble; una noche de proyectos, con *Nite-Lite*, que consistía en que la gente venga a explicar su proyecto de animación; más muestras, proyecciones de películas, música, etc.



Alejandro: Espacio Moebius hoy se propone como un living: cada quien piensa su living como quiere, porque cada living es un mundo, y todo lo que cabe ahí puede ser una propuesta factible para hacer en Moebius. Como siempre, con el foco puesto en la gráfica. El mural de entrada, que anteriormente había sido hecho por Juan Vegetal, hoy es de Nacha Vollenweider.



Tren Moebia

Fue un viaje de dos etapas: el primero, desde Buenos Aires a Rosario, y el segundo hasta la Ciudad de Córdoba. Conceptualmente, la idea del tren nace como un juego, en una conversación sobre cómo es ir a la *Crack Bang Boom* en tren. Y ahí nos pusimos a pensar si no se podría recrear eso, como si fuera una especie de residencia en movimiento. La idea fuerte que tenemos, y que salimos a defender, es la de invertir lo que cotidianamente sucede: las líneas estéticas que se proponen y se dictan, siempre parten desde Buenos Aires. Bueno, dijimos, “vamos a hacerlo al revés”: vamos a ir a las otras plazas -el único requisito es que llegue el tren-, grandes ciudades, donde viven un montón de artistas, para conocer y para dejarnos intervenir, traspasar, por todas esas inquietudes, impulsos, todo lo que pasa cuando uno está afuera, pero no con el ojo del turista, sino con la curiosidad de ir a meterse de lleno en los lugares que se visitan. Para llevar a cabo el plan, necesitábamos buenos anfitriones, y redes de contacto que nos permitieran armar una pequeña agenda en el lugar y que estas residencias motiven y produzcan contenido en vivo.



MÓDULO 1

Martín: Ya hay resultados a la vista, como la muestra de Nacha en el Museo Caraffa, que replicamos en Moebius y terminó siendo el mural de nuestra entrada. Con toda la gente que vamos conociendo, nos ponemos a hacer cosas. Así fue cuando lo conocimos a Oqui, que se acercó con su grupo porque les llamaba la atención lo que estábamos haciendo: no sabían ni qué era, pero se acercaron que es lo importante.

Alejandro: Se trata de un fin de semana muy intenso. Esa es la propuesta en sí. Tomarse un tren e ir a visitar una ciudad. La primera edición fueron dos, pero eso fue porque estamos locos y no nos dimos cuenta de lo que hacíamos. Aquel viaje empezó en Retiro, nos fuimos a Rosario, pasamos una noche ahí, fuimos a visitar la muestra de Jazmín Varela -que se sumó al siguiente tren-, y al otro día hicimos un encuentro en la Galería Pan, con un montón de dibujantes rosarinos. Luego siguió el viaje en tren, de tarde noche rumbo a Córdoba. Notamos que la comodidad del tren los puso enseguida a trabajar, a los chicos. No tuvimos que decir nada, ni hacerles una propuesta, porque se pusieron a trabajar de movida. Y pasaba que, en los lugares donde íbamos, había gente que nos estaba esperando. Lo único que hacíamos nosotros era transmitir por redes sociales la programación y lo que iba sucediendo. Así fue la primera experiencia que hicimos, y esa experiencia nos trajo a participar en Futura.

Martín: Durante un año, presentamos el proyecto en festivales: el Festival Mutante, en Comic-con, en la Feria del Libro, Crack Bang Boom. En cada lugar donde íbamos hacíamos una mini-presentación del tren, con distintos formatos: una actividad de dibujo en vivo, impresión de risografías, unos podcasts grabados por [Rapto](#), que es un proyecto que nos acompañó en los dos viajes hasta acá, un portal que está muy bien trabajado, de un fotógrafo y un escritor, Lucas Canalda y Renzo Leonard.

Alejandro: Nos acercan esta propuesta de Futura y nos sumamos con muchas inquietudes, porque, si bien tenemos todo este recorrido que les estamos mostrando -cuando nos ponemos a repasarlo, son muchos años de trabajo-, la verdad es que nos costaba poner todo en palabras y desarrollar la idea de la presentación. Nos dicen “pero Futura es para eso”, y así fue como nos decidimos a estar de este lado, porque el año pasado también habíamos participado, pero del otro lado de la pantalla, oyendo todas las ponencias y pensándonos en ese lugar. El programa es muy efectivo y es súper interesante de transitar: las herramientas que se brindan, el seguimiento que se realiza y las vinculaciones que se producen, no son habituales. Quiero invitar a todos a transitarlo hasta el final, van a ver que no hay manera de que no les queden cosas en el haber. Es exigente, porque nos quita del lugar de confort, pero son muchas las herramientas que les quedan después.

Martín: Una de las cosas que más nos gusta del programa es que es súper federal: nos empezamos a encontrar con proyectos de lugares muy diversos, y los dos proyectos marplatenses que conocimos terminaron siendo clave en la agenda que tuvimos cuando fuimos para allá con el tren. El formato de las actividades ya lo teníamos, pero estos contactos hicieron que funcione mucho mejor el plan.

Alejandro: Incluso cambiamos nuestro destino de alojamiento, porque estábamos cursando al mismo tiempo con los chicos de [Casa Intermite](#), que tienen unos departamentos maravillosos allá, y ese espacio terminó siendo nuestro lugar de destino, algo que cambiamos sobre la marcha. Terminaron siendo 24 horas respirando el acontecimiento, compartiendo todo con nuestros anfitriones. Fue vivir la ciudad de otra manera, que es lo que nos interesa realmente.

#TRENMOEBIA





Martín: El concepto de la “residencia en movimiento” tiene que ver con las horas que dura el viaje en tren, con lo importante que son esas horas para la preparación, sobre todo en relación a estas partes de dibujo, porque ahí aparecen las expectativas de los chicos que viajan, y ni hablar a la vuelta que es cuando sale todo lo que los atravesó de la residencia. El salón comedor, que nosotros rebautizamos *Salón Pueyrredón*, fue un espacio central. Este año logramos, gracias a una de las personas que viajó con nosotros, una gestión con Trenes Argentinos para conseguir lugares continuos y que nos faciliten el uso del salón comedor, para que los chicos pudieran quedarse dibujando tranquilos. Para nosotros es fundamental, porque verlos dibujar sigue siendo algo hipnótico. Fueron tres días -viernes, sábado y domingo- cargadísimos de actividades.

Alejandro: Lo que propusimos en Mar del Plata -igual que había sucedido en Rosario y Córdoba- fue una agenda de actividades que sature de estímulos a los residentes. La de Mar del Plata contó con el agregado de que nos cruzamos con el festival de cine: llegamos a la ciudad y ya de movida fuimos a participar del festival; gracias a Pablo Conde, director artístico, nos cedieron las vidrieras para hacer unas intervenciones de reinterpretaciones de afiches de películas, a cargo de la tripulación del viaje. Al día siguiente, sábado por la mañana, el consorcio del puerto nos invitó a hacer un recorrido en el Anamora, un barco que recorre la costa marplatense. No sabíamos qué podía salir de eso, y terminó siendo de las cosas más divertidas. No paraban un segundo de dibujar. *Rapto* publicó una crónica del viaje en el Anamora, con imágenes y muy bien contada. Otra gestión que parecía imposible, pero que insistimos mucho y finalmente se dio, fue para ingresar al [Museo Casa sobre el Arroyo](#). Un lugar que toda la vida había querido conocer.

Martín: El mismo sábado, fuimos a un encuentro abierto en [El Gran Pez](#), una librería increíble de Mar del Plata, que, además, organiza la Feria Invierno, un evento que viene creciendo todos los años, con una gran participación gráfica. Nos ofrecieron gentilmente su espacio de taller y ahí organizamos un encuentro con artistas gráficos de la ciudad.

Alejandro: Nahuel Agüero, compañero nuestro de Futura el año pasado, tiene una galería en Mar del Plata, un proyecto que se llama *Le Putit* cerca de la estación de tren. Durante la cursada no habíamos cruzado más que unas pocas palabras, pero acabó siendo una de las asociatividades más importantes que hicimos. Nos ayudó muchísimo, también, con los contactos del Museo Mar y otros de la ciudad. Es una persona muy reconocida allá. Tenía un proyecto muy lindo, que presentó y fue seleccionado, que consistía en organizar un recorrido con todos los espacios independientes, por fuera del circuito convencional. En su propia casa, incluso, Nahuel armó una galería de arte contemporáneo: el lugar más impensado, curado con una calidad increíble. El catálogo de la muestra, la manera de mostrarla, todo tiene mucho nivel, y la trastienda es su habitación: una experiencia que nos sorprendió a toda la tripulación.

Martín: Los chicos de Casa Intermitente, además de alojarnos con ellos, nos prestaron una casa móvil que llaman “dispositivo sonoro intermitente”: es un trailer que lo llevan a cualquier lado, para hacer muestras o lo que quieran. Se lo pedimos prestado, porque queríamos instalarlo en el Palacio Unzué -la sede que usaba el festival para proyectar al aire libre- y hacer con la gente de *Rapto* entrevistas a los productores culturales marplatenses. A la vez, hacíamos unas intervenciones, en unas risografías que llevamos, y a la gente que se nos acercaba le regalábamos una risografía intervenida con algún motivo de la ciudad.

Alejandro: La última actividad fue el domingo, en el Museo Mar, de selfies dibujadas. El Museo Mar está más al norte, casi sobre avenida Constitución: un museo gigante, hermoso, que cuando uno está en Mar del Plata debe visitar, porque tiene muestras muy buenas. En el primer piso dispusimos unas mesas y ahí les proponíamos a los visitantes un retrato modo selfie. De vuelta, nos pasó que mucha gente se iba enterando por las *stories* en nuestras redes, de la actividad, y caía para sumarse un rato. Es increíble que tantas personas respondan así. Una vez en Mar del Plata, ya no teníamos capacidad de convocar porque estábamos abocados al grupo. El disparo que podíamos intentar era más corto, y sin embargo sucedía, iba sucediendo, se avisaban.

Martín: Esta fue la última actividad del programa. A la noche armamos un cierre distendido: primero nos fuimos a un pool con rocola y después al casino. A la mañana siguiente emprendimos el regreso en tren a Buenos Aires. Lo que queda después de la residencia, que sería ese diario de viaje que hace cada dibujante, son todos muy distintos, pero igual de increíbles. Jazmín Varela, por ejemplo, retrató a casi todos sus compañeros de la tripulación. Recuerdo también el de Pancho Pepe, que es un pintor y humorista gráfico, por su simpleza, que es una simpleza muy característica suya: hicimos un fanzine en risografía también con él.



BIOS

Moebius es una editorial/galería de arte especializada en artes gráficas. Se ha convertido en un referente del sector gracias a los artistas publicados: Liniers, Isol, Carlos Nine, José Muñoz, Powerpaola, Panchopepe, María Luque, Lucas Varela, Henning Wagenbreth, Dr. Alderete, Fermín Muguruza, entre otros/as. Moebius funciona desde el año 2008, en sus más de 15 años de actividad fue sede de múltiples muestras, presentaciones y talleres de dibujo e historieta. Todos los años participa, tanto con stand como programando activaciones, en las ferias de libro y de artes gráficas más importantes del país y del mundo, lo que ha convertido a Espacio Moebius en un embajador y referente de la historieta y el dibujo. IG [@espaciomoebius](#)

Alejandro Díaz B. Escritor y gestor cultural. SUBMUNDO ESTUDIOS (fundador, coordinador). Comunidad de emprendedores culturales independientes. Espacio de producción destinado a nuevos artistas. ESPACIO MOEBIUS/MOEBIUS LICEO (codirector). #TRENMOEBIA Idea y producción: Rosario/Córdoba 2022 y MDQ 2023. #RADIOMOEBIA productora de eventos en relación a la artes gráficas en festivales en espacios públicos. Encuentro Federal de la Palabra - Comicópolis - Noche de librerías - Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, Crack Bang Boom, Argentina Comic Con, Abasto barrio cultural, otros. LITERATURA: “El uso raro de nuestro lenguaje” novela (Alto Pogo.2017). “Factores” (Edwin - 2005).

Martín Ramón. Codirector Espacio Moebius (2008/) y Moebius Liceo (2012/15). Young Creative Entrepreneur (YCE) 2009. Misión editorial Feria del Libro de Frankfurt (2010), Salón del Libro de París (2014) y FIL Guadalajara 2014, Argentina invitado de honor. Coordinación del Salón del Cómic de la FIL Guadalajara (2017/23). Organizador de Jornadas de Historietas UP(2014/18). Curador La Revistería Cómics 2017/19 premio Eisner mejor comiquería del mundo en San Diego Comic-con 2019. Participaciones: Mocca Fest (NY), FILUNI (CDMX), Cómic Con San Pablo, Montevideo Comics, FIL Santiago de Chile, Angouleme y Lyon BD (Francia), Tenderete Valencia, Salón del Cómic y Graff de Barcelona, Expocómic Madrid y Granada, Feria LIBER, East London Comics Festival, FIL Frankfurt, Feria de Ilustración de Bologna, Crack Fest (Roma), Fumeto (Lucerna). #RadioMoebia y #TrenMoebia promoción de la historieta y el dibujo a través de la interacción con otras disciplinas.

MÓ DULO

FUNDACIÓN
WILLIAMS





MÓDULO 2. Miércoles 17 de abril 2024 - 18h

PINCELES Y PÍXELES:

tendencias e irrupciones de las artes gráficas en la escena internacional

A cargo de Elisabeth Pérez Fernández (España), editora en Bonito Editorial.

Este módulo explorará el panorama actual de la ilustración en España y a nivel internacional, destacando tendencias y áreas en ascenso. Se abordarán temas como la visibilización del trabajo de mujeres en el cómic, la devaluación del trabajo para prensa y el resurgimiento del libro ilustrado con técnicas análogas post boom digital. Además, se examinarán eventos nacionales e internacionales que impactan a ilustradores, desde la búsqueda de clientes hasta la exposición y venta de obras. Se reflexionará sobre el trabajo freelance y por cuenta ajena, así como las opciones de trabajar para agencias o ser representados/as. Se destacarán las oportunidades de becas y residencias para el desarrollo profesional. Se abordará la importancia de la interlocución con instituciones, las gestiones de asociaciones profesionales para mejorar las condiciones laborales y la regulación de la IA generativa. La sesión concluirá explorando la relevancia de la salud mental en la ilustración, considerando la naturaleza solitaria del trabajo y la presión de la exhibición en redes. Este módulo proporcionará una comprensión integral del panorama actual de la ilustración y las estrategias para desarrollar una carrera exitosa y sostenible.

Primero que nada, me viene muy bien el nombre del módulo, porque yo soy más de los pinceles que de los píxeles. Si en algún momento la cuestión tecnológica se me va de las manos, tendré que pedir ayuda. De todas maneras, espero poder compartir mi presentación sin problemas. He preparado una charla en función de lo que, creo, os podía aportar desde aquí. Nos separan muchos kilómetros, pero al final todo parte de la creación. Yo soy ilustradora -lo de ser gestora cultural, ha sido una cosa más accidental- y me ha parecido interesante plantearos un recorrido vital en el que voy a hacer distintos parones, para mostraros algunas opciones que os puede ofrecer, tanto Europa como España, o el País Vasco, sus ferias, concursos y festivales. Intentaré abarcar un poco de cada cosa, pero siempre desde mi vivencia. Si os parece bien, comenzaré a explicaros cómo ha sido mi trabajo en la gestión cultural, alrededor de la ilustración.

Elegí empezar presentándoles a [Violeta Lópiz](#), una ilustradora increíble, que nació en Ibiza y se formó en Madrid junto a autores como Puño y Nicolai Troshinsky: todos ellos son personas que impulsaron la ilustración desde antes del boom que ocurrió en España, hará cosa de 15 años, cuando empezó a ponerse de moda la disciplina. No sé bien qué fue lo que pasó, pero de un día para el otro comenzó a haber muchísima presencia para la ilustración, ya no solo en el campo editorial, sino también en la comunicación. Emergieron distintas escuelas como la Número 10 de Madrid, orientada al Arte, que fue donde se formó Violeta. No tuve tanta suerte, en el País Vasco, porque en Bellas Artes había solo una asignatura enfocada a la ilustración. Cuando comencé en esto, no tenía mucha idea sobre lo que quería, y menos pensaba que podía ser una manera de vivir.



Con Violeta nos tomaron una fotografía donde se nos ve dibujando una puerta, en una pared a la que se subía por unas escaleras. No entendíamos qué hacían esas escaleras ahí y entonces dibujamos la puerta con cinta de carroceros. Es una imagen que me regalaba muchas ideas para esta conferencia, porque creo que la gestión cultural trata un poco de esto: de abrir puertas donde no las hay. Cuando las cosas ya existen, no tiene tanto sentido que hagamos más de lo mismo. En cambio, si vemos que hay un vacío, podemos tomar las riendas de un camino que nadie había trazado, o abrir puertas que no existen, ya sea por vivencias nuestras o simplemente por curiosidad. Recuerdo también otra foto de la casa familiar: son



cuatro cacahuates, que mi hermana y yo intervenimos cuando éramos niñas. Me gusta también empezar la charla con esta foto. Mi hermana hoy es arquitecta y cualquiera puede intuir cuáles fueron los cacahuates que dibujó ella y cuáles los que dibujé yo, ¿no?



Yo he sido la que salió un poco más bohemia en la familia. Mi padre, además de profesor, fue payaso, tocó en una banda de cartón, fue pintor, en fin, siempre fue el más creativo de la casa. Mi madre, en cambio, es abogada, y ella me ha ayudado muchísimo en mi trabajo en la Asociación de Ilustradores, o cuando tuve que conocer cuáles son mis derechos para enfrentarme, algunas veces, con problemas de clientes, o con contratos que no eran tan correctos como debían. Tengo esa mezcla entre el deber y la bohemia, por así decirlo, que ha dado lugar a todo lo que soy y a lo que he venido construyendo. Siempre he creído que tener un refugio para trabajar es súper importante, y a medida que ha pasado el tiempo me he convencido cada vez más de esta idea.

Os voy a hablar de un montón de ilustradores e ilustradoras: muchos se han mediatizado, y otros son más ermitaños -o ermitañas-; esta manera de trabajar, aislados del ruido, es la que más me agrada, pero, desde luego, es algo muy personal. Siempre me visualicé trabajando en el campo y la verdad es que todo ha vuelto al mismo lugar, que es donde ahora mismo me encuentro: un monte donde solo está mi casa, rodeada de animales y con el río y la montaña al alcance de mi mano. Estos círculos, de cómo uno acaba regresando a lugares que quizás creía que no eran tan importantes, también forman parte de esta charla. De pequeña, no tenía mucho que ver con los libros, si bien mi padre cada noche nos contaba cuentos y mi madre luego los escribía, para que no se nos olvidasen. Mi abuelo también era de contar historias. Pero no se me cruzaba por la cabeza la idea de que podría haber un trabajo, o una profesión, detrás de eso. Mis libros, de niña, eran los de Teo y los de Mortadelo y Filemón -sobre todo, en la sala de espera del dentista-. Me recuerdo también leyendo Los cinco: sus ilustraciones, en blanco y negro, me llamaban la atención, y quería encontrar esas pistas que le ponían la intriga a las historias. Si me lo pongo a pensar, desde niña estuve vinculada a las ilustraciones, lo que pasa es que siempre las he tenido cerca de una forma más accidental que intencionada.

Toda mi familia viene del campo, tanto la de mi padre como la de mi madre: son familias inmigrantes de Castilla y León, llegadas al País Vasco durante el boom industrial. A mi alrededor, como decía, no ha habido gente que se dedicase al arte, pero he tenido la suerte de que, cada vez que se me caía un diente, apareciera un libro de Manolito Gafotas debajo de mi almohada. Los libros ilustrados siempre han estado cerca mío. En mi acercamiento al arte mucho tuvo que ver [José Arrue](#), que es uno de los pintores más importantes que hubo en el País Vasco: solía retratar escenas de romerías y del campo. Un cuadro suyo en particular siempre me ha gustado, porque, además de la paleta que tenía José, es una escena que muestra dos tipos de mujer: unas que visten de una manera más afrancesada que las otras. Puede parecer un detalle, pero es algo que habla mucho de nuestra idiosincrasia. El País Vasco es un pueblo muy cercano a Francia y esto explica que en su cultura haya habido tantas rupturas. Hay una parte muy tradicional, pero hay otra que está muy vinculada, por ejemplo, a los artistas que han sufrido el exilio, unos en Buenos Aires, otros en París. El arte conceptual, la abstracción, irrumpieron en el arte vasco por influencia de estos pintores, y a raíz de esto se produjo una escisión muy grande.

En mi vida, esto ha pasado continuamente: siempre he tenido un lado vinculado a lo artesanal y a los procesos creativos, y otro más conceptual o del pensamiento. Siempre he tenido que ir de un lado al otro, pero mi relación con el arte la he mantenido hasta la actualidad, ya sea trabajando en museos o bien haciendo investigación. Entre las estéticas que puedo marcar como referencias en mi vida, está Juan Carlos Eguillor, un dibujante de los años '80 que reflejó como nadie el tema de los altos hornos y el paisaje industrial en que he crecido: nací en Baracaldo, pueblo de las afueras de Bilbao que tenía minas de hierro y que recibía a los barcos ingleses que tenían que ser reparados. La metalurgia hizo que llegara muchísima gente, de todas partes de España. Se construyó muy rápido. No es una ciudad muy bonita, Baracaldo, pero a la vez es genial, porque tiene una mezcla de personas y culturas que a mí me resultaba



increíble. Mis bosques, en este caso, eran grúas de metal y estructuras industriales, pero mi infancia también transcurrió en la huerta que tenía mi abuela Gloria. Ahí tienen otra mezcla de imaginarios que es bastante interesante.



Quiero mencionar a [Mari Puri Herrero](#), otra de mis referencias más importantes. Mientras cursaba la única asignatura de ilustración que había en la carrera, tuve el impulso de presentarme a unas becas de investigación que había promovido el Museo de Bellas Artes. Yo creía que había muy poco escrito sobre estos artistas que modificaron la manera de entender el arte en el País Vasco: durante los años '50 y '60 se produjo un cambio muy fuerte, como os explicaba, de la pintura y la escultura tradicional figurativa a la abstracción, encabezado fundamentalmente por cuatro grupos. Durante algunos años, sus textos formaban parte de los catálogos, pero luego pasó que quienes continuábamos estudiando arte en Euskadi no teníamos cómo acceder a las miradas de esos artistas pioneros de la abstracción. Presenté un proyecto de entrevistas filmadas en cine y estuve tres años trabajando para el Museo de Bellas Artes, yendo a las casas de estos artistas, a sus estudios, filmándoles, conociéndoles, y produje diez documentales. Pude comprender que había personas como Mari Puri, que eran grabadoras, que hacían libros de artista, que eran pintoras y escultoras, y que habían decidido vivir aisladas, como ese imaginario que yo siempre había tenido. Bueno, esas personas habían conseguido montar el taller en sus propias casas, y vivir de su pintura, de su grabado.



Algo parecido me pasó con José Antonio Sistiaga, me di cuenta que mi pasión por la animación podía tener una relación directa con la pintura. Él, por ejemplo, tomó contacto con la obra de McLaren y se puso a pintar sobre celuloide. Os voy a contar, porque son curiosidades muy bonitas: un compañero suyo del grupo de arte, Ruiz Balerdi, estaba haciendo una película dibujando sobre los fotogramas de Tarzán, y le entregó unos rollos de celuloide revelado transparente que le habían sobrado. Él empezó a pintar sobre ellos. En ese momento, había en Euskadi unos mecenas que le permitieron estar unos años trabajando, y fue así que acabó haciendo una película, totalmente pintada, que llamó *Ere erera baleibu izik*. No es un material popular, pero Jose Antonio, por ejemplo, es un autor súper reconocido en la filmoteca francesa. Falleció el año pasado, y yo os invito a que conozcáis su trabajo.

Este proyecto de investigación me hizo entender que había esperanza, en el sentido de que si confías en el trabajo que hacéis, puede que consigas vivir de ello. Fueron cerca de 10 las entrevistas que hice para este proyecto: todos los artistas tenían entre 70 y 90 años, y aprendí muchísimo de cada uno. La mayoría vivía de manera aislada, muy volcados en su obra personal. Me dio alas para hacerme fuerte ante el mundo, sabiendo que el día a día es una cosa y otra diferente es mi objetivo vital, mucho más parecido al que habían tenido estas personas. Hay una maleta, que refleja lo que he estado haciendo durante mis



primeros años de trabajo como ilustradora: escribía cuentos, los dibujaba y los guardaba en ella. A veces me pedían que los enseñase, y otras directamente los iba a mostrar en algunas de las ferias de ilustración. Todavía no tenía clara la idea de que una persona pudiese ser ilustradora, pero sí es cierto que ya estaba en contacto con muchos libros ilustrados, gracias a otro compañero que tuve en la universidad, David de Las Heras, gran ilustrador. Íbamos siempre a una librería de Bilbao que se llama [ANTI](#), un sitio de librerías artistas, con una selección de obras increíble. Ahí conocí a [Shaun Tan](#), otro de mis referentes en absoluto, que es ilustrador, pero también cineasta, escenógrafo, animador, de todo. El árbol rojo fue uno de los primeros libros que leí.

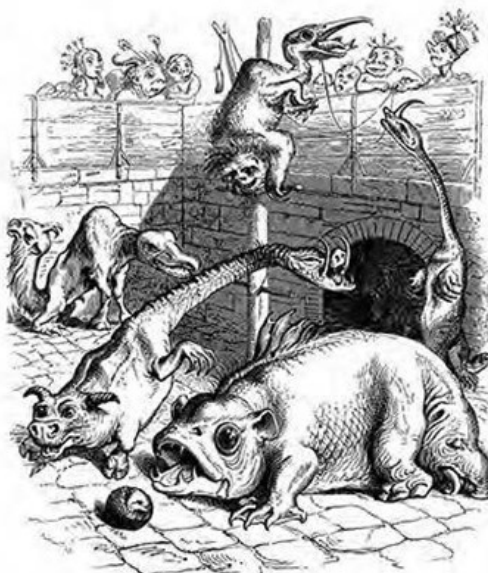


En España, ha habido diferentes estratos de ilustradores: Pablo Auladell, Isidro Ferrer, Javier Zabala, Sáez Castán, Elena Odriozola, Luci Gutiérrez, son parte de una generación de ilustradores que logró vivir de la ilustración antes de que existiesen internet y las redes sociales, y que hoy ya se encuentra más asentada. Muchos vivían de sus trabajos en la prensa, de los libros de texto, libros ilustrados, las portadas. Luego, el boom de la ilustración y la revolución de la comunicación -sobre todo a partir de la irrupción de las redes sociales-, sentaron las bases de un nuevo estrato de ilustradores, que se da a conocer a través de marcas, de Instagram y otras plataformas, como es el caso, por ejemplo, de Paula Bonet, de María Medem, Cristina Daura: ellas forman parte de un estrato más actual de la ilustración española. Todos estos ilustradores siguen trabajando en la actualidad, pero debéis saber que existen distintas líneas de ilustración. Mis libros, los que tenía en casa, son del primer estrato de ilustradores, porque la mayoría de ellos debo haberlos comprado alrededor de 2006. Aún no teníamos Instagram. Las editoriales no publicaban a sus autores por la cantidad de seguidores, que es un poco lo que pasa hoy día. Uno de estos libros que tenía en casa es *El hilo de Ariadna*: no es el mejor de Elena Odriozola -tenéis que conocer muchos otros de ella-, pero me lo recuerdo con cariño porque las primeras veces que me enfrenté a escribir a editoriales o asistir a ferias, me sirvió muchísimo fijarme en mis libros.

De repente, hay un cambio enorme en mi vida, que es cuando me voy a Italia y entro en contacto con la obra de Mario Mariotti, un ilustrador que proyectaba su obra en la plaza de Firenze donde estaba más palpable el mundo de la drogadicción. Tenía muchos proyectos sociales y a mí me voló la cabeza cuando conocí su trabajo. Me hizo ver que no nos podemos dar el lujo de quedarnos en casa, porque pasan muchas cosas fuera, y que una acción que impulsemos puede provocar cambios. Entendí que vale la pena intentarlo. Con Bruno Munari, me pasó que conocí libros que, realmente, se vivían como una arquitectura: el libro objeto era algo que yo, hasta ese momento, había comprendido desde mis maquetas, pero dar con sus obras me cambió la perspectiva. Recuerdo un libro infantil, *Mai Contenti*, que está hecho de ventanitas que los niños deben ir abriendo para conocer las historias. Bruno tiene un montón de libros hechos con transparencias y diferentes materiales. Pero, toda la parte teórica de Bruno también es súper importante. En un mercado de segunda mano, di con un pequeño libro que se llamaba *Fantasía*, que mencionaba la teoría de la sirena: ¿Por qué siempre nos ceñimos a que una sirena tiene que ser así, con cola de pez y cuerpo de mujer, cuando bien podría estar hecha al revés, con piernas humanas y cabeza de pez? Es algo que nunca nadie dibuja, porque no es lo normal, pero que al final sería tan real como su reverso: mitad



mujer y mitad pez. Ese viaje a Florencia -donde hice mis estudios de Erasmus- fue un gran vuelco para mí, que venía de una universidad muy conceptual y que había aprendido a hacer ilustración de una forma menos tradicional. De repente, me encontraba en la Academia de Florencia, súper tradicional: cada vez que en la clase se proponía un trabajo libre, mis compañeros se volvían locos, porque querían referencias o trabajar más desde el clásico. Cuando un profesor me presentó la obra de Munari, empecé a hacer un montón de maquetas, y la maleta de que os he hablado cada vez estaba más llena de trabajos. Por entonces empecé también mis estudios en escenografía. Esa parte, la del teatro y la escenografía, la mantuve siempre vigente. Bob Wilson es mi director teatral favorito y no quisiera dejar de incluirlo entre mis referencias: sus estéticas me han afectado también para muchos libros que luego he ilustrado.



René Magritte, *Inención colectiva*, 1935.
Ejemplo de fusión de dos elementos distintos: el cuerpo humano y un pez,
pero aquí de manera inversa a la convención. ¿Una sirena equivocada?



En paralelo, me sumaba a participar en distintos fanzines. Recuerdo especialmente uno, *Fuerza Vital*, que era de cine, no de dibujo: por turnos, nos proponíamos películas para ver y comentar, y era algo que me encantaba por el simple hecho de que me obligaba a ver un montón de cine. Los fanzines, en general, son una muy linda manera de crear red. Para quienes estéis empezando a hacer ilustración y todavía no tengáis publicaciones, los fanzines colectivos es uno de los mejores secretos que os puedo compartir. Suele haber convocatorias: tú te presentas, mandas tus aportaciones. Luego esos fanzines se venden a un precio simbólico y, con lo que se gana, se imprime el siguiente número. Es un trabajo de entrenamiento previo al profesional, pero también puede ser una experiencia paralela a cualquier trabajo remunerado. A mí me sirvió mucho y me pareció súper chulo.

Ya llevaba trabajando muchos años alrededor de la didáctica del arte, aunque también me ha tocado repartir flyers en un supermercado o vender tiendas de campaña en el Decathlon. Quiero decir, que no todo es mágico y que este currículum que puedo enseñar hoy no ha sido siempre igual. Trabajé de todo lo que he podido, mientras necesité hacerlo. Llegó un momento, sí es cierto, en que me obligué a mí misma a que todo lo que hiciese estuviera vinculado con el arte. Pero, hasta entonces, me había desdoblado en muchas Elis, para llegar a fin de mes e invertir en mis proyectos: desde muy pequeña, siempre había querido viajar, para ver cosas o formarme en otros sitios. En gran parte, mi formación en ilustración ha sido por fuera de los estudios universitarios. Trabajando como traductora, en unos cursos a cargo de Gabriel Pacheco, tuve la oportunidad de conocer a muchos ilustradores: no solo los que iban como asistentes a los cursos, sino los propios ponentes a los que me tocaba traducir. Fue un trabajo que me hizo conocer, también, las ferias internacionales de ilustración. La de Montreuil fue la primera a la que asistí como ilustradora. Funciona en un salón del mercado francés que, a día de hoy, es de los mejores de Europa, no solamente por las condiciones laborales que ofrece, sino porque es tal la variedad de ilustradores y de editoriales, que siempre hay un roto para un descosido: tengamos el estilo que tengamos, en Francia vamos a encontrar una editorial que pueda encajar con nosotros y nosotras. Lo que también hay que decir, sobre Francia, es que tiene escuelas de arte increíbles, como la de Estrasburgo. Os invito a visitar la Feria de Montreuil, hacia fines de noviembre: es muy rica para abrir la mente y para ver qué tipos de libros se están haciendo hoy en día, de tantos estilos distintos, tantos formatos e ilustradores tan dispares.

La Feria de Bolonia, supongo que muchos de ustedes ya la conoceréis, porque es la feria insignia del libro ilustrado: en realidad, es la feria del libro infantil juvenil, pero cada vez haciendo más opción por el ilustrado adulto. Los premios que se reparten ya no solo son para ficción y no ficción, sino también para poesía, cómic y muchas áreas más, incluso premian libros por fuera de lo editorial, y también se está expandiendo hacia el espectáculo. Es una feria que crece cada año. Puede resultar abrumadora, es cierto, pero todas las editoriales del mundo del libro ilustrado están ahí. Lo bonito que tienen sus pabellones es que en ellos podéis encontrar ilustración de Corea, de Japón, de la India y un millón de sitios más, y esa variedad ayuda a comprender también las diferencias culturales que tenemos a nivel gráfico. Si vais por primera vez, os animo a llevar la libreta de apuntes y a recoger muchas tarjetas de visita, porque luego hay todo



un año por delante para preparar los dossiers para la siguiente vez.

En la FIL de Guadalajara, se ha creado el *FILustra*, un programa específico de ilustración. También hay un foro de cómic, durante los últimos días de la feria, con stands donde podéis encontrar editoriales independientes. Es otra de mis ferias imprescindibles. Si aún no la habéis visitado, entonces deberíais hacerlo. Luego, tenemos la Feria del Libro de Frankfurt, la más grande del mundo. Es increíblemente grande. Lo que ocurre con eso, es que incluye todo tipo de libros -igual que la FIL de Guadalajara-. No es específica en libro ilustrado, como la de Bolonia, en Frankfurt vais a encontrar guías de viaje, libros de cocina y todo tipo de material. Una cosa muy interesante de esta feria es su pabellón de libros de anticuariado, libros de artista y galerías; ahí podéis encontrar editoriales muy especiales o proyectos de arte que editan libros. Esto no lo he visto en ninguna otra feria. También os animo a que la visitéis, porque siempre merece la pena conocer las ferias más importantes y entender cómo funcionan. En estas tres que os mencioné, se presentan las editoriales más importantes del sector del libro.

Angoulême es la meca del cómic y es increíble porque toda la ciudad se transforma en un festival, las calles se llenan de libros, hay un pabellón que se llama *Nuevo Mundo* de editoriales independientes y pequeñas de todas partes. Además, el sitio es precioso. Pero hay otro festival en Europa que no tiene tanta prensa y que también es muy importante: el Festival de Beja, de Susa y Paulo Monteiro. Beja es un pueblo portugués muy pequeño, y es la sede de estas exposiciones de originales de cómic. Paulo y Susa gestionan también la [bedeteca](#) que hay en el pueblo y allí producen proyectos durante todo el año. Si tenéis la ocasión de visitar Alentejo, una región al sur de Portugal con muchísimo campo y no tan turística, allí está lo más bonito que he visto a nivel festivales de libro y de cómic.

Uno de los primeros proyectos que presenté en ferias -un editor me dijo que era imposible de hacerse- se llamaba *El maravilloso mundo de la sopa de puntitos*. Tenía un troquel con una hoja vegetal donde aparecían las primeras partes del mundo de la sopa de puntitos, y después otra hoja vegetal con más formas. Bueno, este editor me dijo que era “precioso, pero imposible de editar”. Le pregunté por qué se le hacía tan imposible, y me respondió que era muy caro. Entonces le expliqué que en esa sopa de puntitos hacía falta un agujero, para que uno pudiese entrar en el caldo. “Imposible no será, vamos a ver”, le dije, antes de marcharme. Me sirvió para darme cuenta de que, si vendía mis derechos a una editorial, iba a perder el control sobre el formato, que para mí es una parte fundamental del proceso artístico. Por suerte, nunca he tenido esta cosa de pensar “ay, quiero ser una ilustradora conocida”, o “quiero publicar con tal editorial”. Los proyectos, para mí, siempre fueron como mis hijos, entonces, si alguno necesitaba un papel específico, un formato determinado, una encuadernación diferente, yo quería tener el poder de decidir sobre todo esto. Por estas cosas, fue que me propuse abrir mi propio sello editorial. Digamos que los asuntos imposibles siempre me han interesado. Bastó que me dijeran que no podía hacer los libros como yo quería, para terminar armando una editorial, y así ha sido toda la vida conmigo. No es algo necesariamente positivo. Quienes os dedicáis a la gestión cultural, sabéis que nos volvemos adictos a esta adrenalina que tiene la gestión de lo imposible. Comprendo que hay que nivelarse y estar más tranquilos. Confieso que todavía no lo he conseguido, pero lo intento.





En cierto momento, me proponen hacer cursos en Euskadi. Allí no existían todavía estas formaciones intensivas, de pasar una semana con un ilustrador o ilustradora. Por un lado, fue sencillo imaginarlo, pero, por otro, yo veía que la gente del País Vasco no estaba acostumbrada a pagar por asuntos de la cultura. Tenemos la suerte de vivir en una región que siempre ha apostado mucho por lo cultural, y entonces sobra la oferta gratuita. Propuse unas formaciones adaptadas del contexto italiano al vasco, con la colaboración de una fundación que se llama *Bilbao Arte*. Ofrecí una conferencia, a cambio del espacio, para abaratar el costo de los talleres que íbamos a brindar. En relación a la gestión cultural, siempre tuve esta mentalidad de los trueques. Supongo que muchos de vosotros, en sus inicios como ilustradores, habéis hecho la portada del disco a una banda amiga, o el diseño de alguna camiseta de fútbol. Pues yo siempre he intentado buscar la manera de canjear el trabajo. Cuando empecé con la editorial, por ejemplo, una amiga fotógrafa colaboró mucho conmigo, y un tiempo después le devolví ese favor ayudándola con otros trabajos. En esos comienzos, yo estaba sola, y la pude crear gracias a un programa de emprendizaje que funcionaba en el País Vasco. Ahorré dinero cada mes, para poder publicar los primeros dos libros. *Memoria de un pez bueno*, era la historia de mi tía, que había sufrido la pérdida de la memoria y que justo falleció mientras yo estaba en este proceso de abrir mi editorial. Tenía a toda la familia muy expectante de ver en qué me estaba gastando el dinero, porque para ellos era una cosa extraña, y entonces se me ocurrió que un libro así sería una forma de crear un recuerdo bonito.

El otro libro, *Calabazas*, fue el resultado de una mala experiencia con el Museo de Bellas Artes -sigo trabajando allí y está todo perfecto, pero no todo en la vida sale bien-, esa vez, me habían propuesto un proyecto de libros ilustrados alrededor de obras del museo. *Calabazas* era sobre un cuadro que se llama *Des potirons*, de Miquel Barceló, pero sucedió que, de repente, el museo no tenía financiación para poderlo publicar. Si lo íbamos a publicar, nos lo teníamos que llevar nosotros pero, si ellos nos pagaban los derechos, entonces ya no se podría publicar. La solución que encontré fue básicamente llevarme el proyecto y editarlo yo misma. En ese momento, todavía no había aprendido que antes de hacer las cosas tiene que haber un contrato firmado, con las condiciones del trabajo y las previsiones sobre lo que puede pasar con los derechos de mi obra. Todo lo que he aprendido, también ha sido a base de caídas y de cosas que han salido mal. En este caso, acabó siendo algo bueno, porque ver que un libro que ya estaba listo no se iba a poder editar fue otro envión para emprender con mi editorial.



Memoria de un pez bueno tenía páginas transparentes, con las fantasías de mi tía y las cosas que ella me contaba, y tenía páginas opacas que contenían la verdad. Este libro suponía una dificultad que no conocía porque, si bien tenía mis propias maquetas, el programa más tecnológico que dominaba era el Paint. Un compañero se apiadó de mí y me ayudó a limpiar los escaneados y maquetar. Después, el que tuviera hojas vegetales y opacas intercaladas hacía que no se pudieran coser los libros: había que encolar o utilizar una encuadernación japonesa. Eso me decidió a formarme en diseño editorial. En el transcurso del primer año de mi editorial, busqué una beca de excelencia -me la otorgaron por haber tenido buenas notas en la universidad- y me fui a Italia, de nuevo, a estudiar gráfica editorial.

Aparecían los primeros problemas. No sabía cómo distribuir mis libros: los llevaba en una mochila, yo misma, e iba tocando puertas, igual aquí que si estaba de viaje. *Philippe le libraire*, en París, me abrió las puertas por primera vez. Yo no entendía esto de que las librerías en Francia solo vendían libros en francés: una cosa tan lógica como esa, pues en mi cabeza no cabía. Creía que mis libros podrían estar en cualquier librería del mundo, porque eran preciosos, y luego te das cuenta de que no es así, y que muchas librerías además solo mueven material de ciertas distribuidoras, porque no trabajan con las editoriales y menos que menos con los autores. *Philippe*, una librería enana, que queda bordeando el Canal Saint-Martin, para mí es ejemplar. Tiempo después, cuando Francia fue invitada de honor en el *Irudika*, fuimos a entrevistarla a *Philippe*. Esa edición coincidió con la pandemia y había mucha gente que no podía llegar a Euskadi, entonces, tres personas del equipo nos subimos a un coche alquilado y salimos a recorrer cinco mil kilómetros en seis días, para grabar en los sitios de los entrevistados que queríamos



tener. Así fue como editamos una versión online del *Irudika*, solo por esa ocasión. Cuando visitamos a Philippe, le recordé lo que había pasado: “Hace unos cuantos años entré con una mochila a la librería y me dijiste que qué libros más bonitos, y que te los íbais a quedar?” A él le emocionaban estas cosas, pero es que a mí también. Es complicado pensar que todo el mundo te cierra las puertas, pero también tenéis que saber que, en cierta ocasión, encontraréis algo que brillará y os dará fuerzas para seguir adelante. En su tienda, muchos años después, me he encontrado con un montón de otras obras autoeditadas, de artistas que admiro y que no había encontrado en ningún otro lugar. Es decir, que ellos también se habían topado con Philippe, y que, como yo, le habían dejado a él directamente sus obras. Entonces, sí, esta librería parisina es otro sitio que tenéis que visitar.



Ya como editora asistí a la Feria de Bolonia con una tarjeta de presentación, “Elisabeth Pérez, Bonito Editorial”, y me di cuenta de la diferencia que había. Se te abren muchísimas más puertas si dices que eres editora, en vez de ilustradora. “¡Qué fuerte!” pensé, porque a fin de cuentas era yo llevando mis libros, que en ese momento eran autoeditados. Pero, el hecho de entrar a una editorial con la opción de intercambiar derechos, ofreciendo tu trabajo a cambio de publicar el suyo, hacía que te dedicasen más tiempo que si fueses “solo” una autora con portfolio. En definitiva, son mercados, son ferias muy grandes y hay editoriales dedicadas exclusivamente a comercializar derechos de autoría. Entre todo, los ilustradores y las ilustradoras también tenemos cabida, pero sepáis que tendréis que tener mucha paciencia, porque por desgracia la prioridad siempre la tiene el mercado.

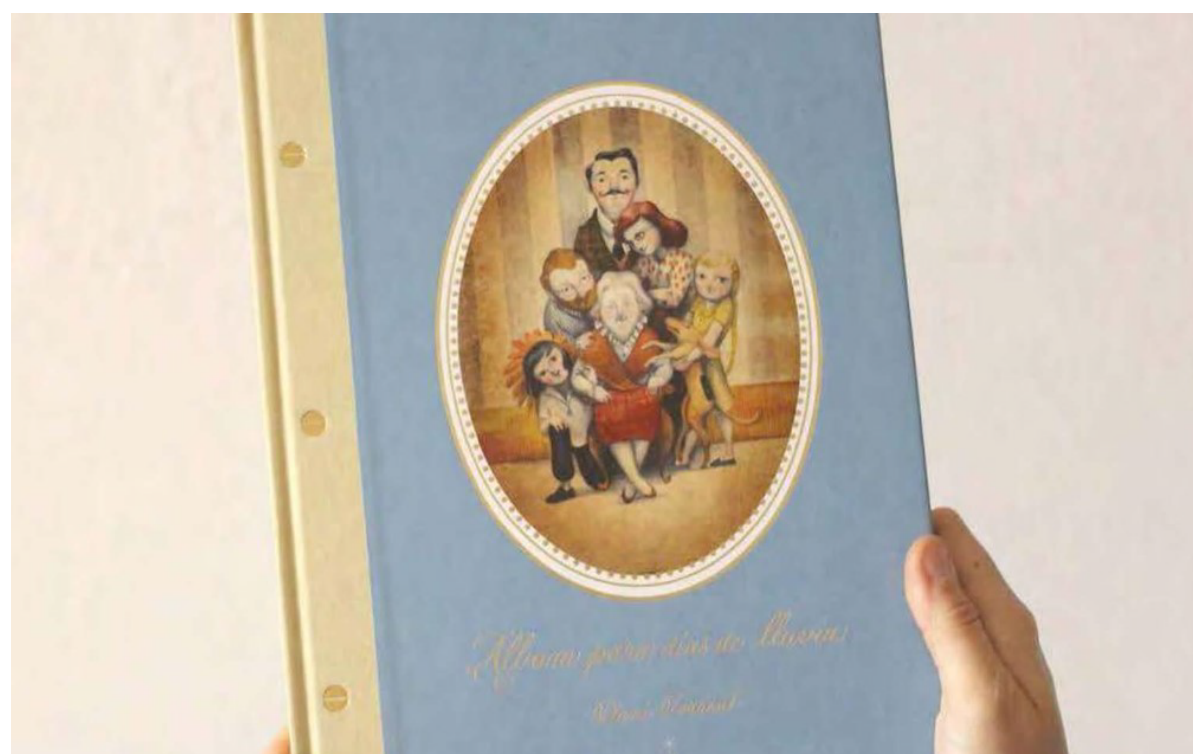
He estado diez años organizando talleres en *Bilbao Arte*, ha venido gente de Japón, Chile, Sudáfrica y un montón de otros países. Es increíble lo que se ha podido hacer, desde algo tan pequeño como era mi editorial, simplemente por haber comprendido que no existía algo parecido, que no había aún esa clase de formación. Fue por eso que funcionó y que vino gente desde tantos lugares a participar. Era importante que esas formaciones estuviesen próximas a la Feria de Bolonia, trabajé para eso porque sabía que muchas personas que venían desde otros continentes planeaban participar de los talleres en Bilbao y luego viajar a la feria, o al revés. En relación a la gestión cultural, sepáis que estar atentos a estas cosas puede marcar la diferencia. A la vez, yo seguía haciendo animación. Produje un montón de cortometrajes, y esto también me daba roce con otras disciplinas. Mientras hacía libros, trabajaba en agencias de publicidad, podía estar maquetando, haciendo cortinillas animadas para un festival de cine, u otras tareas que tocaran. Cuando llevé mi editorial a Bolonia por primera vez, repartí flyers de los cursos, y en ellos, por detrás, aparecían las fotos de mis libros. No sé cómo, pero la gente se creyó que era una editorial enorme, y entonces me empezaron a invitar a participar en distintas cosas. Una fue *Ilustratour*, una feria de Valladolid, me propusieron que fuera a vender mis libros, pero también querían que hiciera asesoría de ilustradores, charlas y citas profesionales. Yo pensaba: “Vale, si soy yo solita, ¿cómo voy a hacer todo esto?” Entonces, cogí un grupo de amigos, a cada uno le asigné un rol en la editorial, fueron tres días de trabajo en el encuentro. Uno de los problemas que hubo es que, al no tener mi distribuidora, no me permitían vender en la librería del evento. Tuve mi mesa, pero fuera del espacio. Al principio, me sentí marginada, pero luego esto hizo que me encontrase con editoriales que, como yo, eran independientes y no tenían distribuidora. Eran las que más admiraba, entre todas las que habían ido a la feria: las cuatro editoriales que formaban *Small World*, una de la India, otra de Japón, una asociación cultural -que editaba unos libros de artista maravillosos- y *Petra*, la editorial de México. Eran un ejemplo a seguir para mí, no solo por su nivel de organización, sino porque muchas habían sido fundadas por ilustradores o autores. Son editoriales que parten realmente del trabajo de los propios artistas. Entonces, sus libros son otra cosa: es lo que yo había aprendido en Italia, a través de la obra de Bruno Munari.

Entonces, yo sentía que había esperanza, en el sentido de que existían estas editoriales que llevaban 20 o 30 años de trabajo, y verlas ahí, en la mesa de fuera de la librería, me hacía pensar: “¿Es porque no pueden, o es porque no quieren?” Y aquello también me ayudó a entender hacia dónde yo quería ir. Siempre he pensado que, lo que nos resulta más fácil, no necesariamente es lo más conveniente, y una parte de mi filosofía, en este trabajo que hago, también tiene que ver con que los libros deberían durar para siempre. El sistema de las novedades, el ritmo frenético de la producción actual, no son la línea que



yo buscaba. Quería unos formatos concretos y con un tipo de papel o de edición que cuesta más de lo que el mercado está dispuesto a invertir. Siempre tuve una certeza, prefiero que mis libros estén en pocos sitios, manteniéndose en el tiempo, a que estén en muchos durante seis meses, y que luego me los devuelvan destrozados. Si os queréis dedicar a esto, tendréis que saber cómo funciona la comercialización, que actualmente es muy veloz y muy terrible a la vez.

En una de estas ferias, nos tocó atender a un ilustrador, Dani Torrent, que me enseñó un libro que me hizo llorar. Pensé “Joer, este libro quiero hacerlo yo”. Esa fue la primera vez que me planteé hacer un libro de otra persona. Fue el tercero de la editorial, que entonces dejó de ser un sello de autoedición, para convertirse en una editorial de libros de distintos autores. Se llama *Álbum para días de lluvia*, ya había sido publicado en Italia, y tenía en su portada una escena de verano. Para mí, era un poco raro, pero él la defendía. El protagonista de la historia está en silla de ruedas, pero no hay nada en el texto que hiciera referencia a eso, y me pareció un detalle precioso. Percibo que hay ciertos temas, como inclusión social, migración, feminismo, que acaban siendo metidos con fórceps en los catálogos, más por la imposición de las modas que por un compromiso real de las editoriales. En este caso, me había sorprendido lo bien retratado que estaba el tema de la minusvalía, casi sin siquiera nombrarlo, súper normalizado. Me entraron muchas ganas de hacer realmente que fuera un álbum, entonces le pedí a Dani una cosa, en una parte de la historia, la familia era fotografiada, y salían todos de perfil, con el brillo de la cámara; quería que hiciésemos esa foto para ponerla en la portada, con unos *stampings* a modo de tachuelas, como si fuese un álbum antiguo. Luego, también, le propuse hacer unas guardas de papel pintado para el interior, que diese la imagen de un verdadero álbum de fotos. Era la primera vez que me ponía a cocinar un libro desde el formato, pero con la obra de alguien más, y pues salió muy bien. Él estaba contento con el trabajo que hicimos.



Hay que entender cuál es el proyecto que lleváis, y dónde tenéis que comercializarlo. No significa que no podáis estar ahí, en las ferias más tradicionales, pero quiero que apuntéis a estas otras ferias que os voy a mencionar. El *Bala* es un encuentro de publicaciones artísticas en Bilbao, que se destaca por los fanzines y autoeditados, pero también porque tiene presencia de grandes editoriales, las mismas que luego encontraréis en las ferias tradicionales. En estos festivales, van a la pesca de un público distinto que también consume sus libros. Son de mesas gratuitas y vale muchísimo la pena participar, porque allí te vais a topar con personas y propuestas de todo tipo. Muchos de estos eventos luego decantan en otros más grandes, como el *Graf*, *Gutter Fest* o *Tenderete*. Pero también quería mencionar otras ferias: *Otra mirada*, en Huesca, es un encuentro de editoriales independientes y librerías; *ArtsLibris* se celebra en Barcelona, en Madrid y también en Lisboa, y ya no se trata de ferias autogestionadas sino de una iniciativa más institucional, con mesas más costosas, relacionada a importantes ferias de arte; *Indomititas* no es una feria en sí, sino una sección de libros independientes dentro de la Feria del Libro de Madrid, y también me parecía que merece la pena mencionarla como posibilidad.

Regresando a la editorial, otro de los libros que edité se llama *Índigo*, y todo surgió a raíz de una serie de fotografías que fui recuperando de un mercadillo de pulgas en Florencia. Este proyecto me trajo un montón de encargos. Cada tanto ocurre que algunas de nuestras ilustraciones le gustan a alguien, y que después esta persona te pide trabajos similares al que habíais publicado. Es una de las ventajas de esta filosofía de trabajo que os mencionaba antes: hacer que los libros se muevan poco, pero que se sostengan en el tiempo. *Índigo* se imprimió con pantone dorado, barniz, a seis tintas, todas cosas que tenía ganas de explorar. Con esas ilustraciones también acabé haciendo un catálogo de vinos que estuvo incluso mejor pagado que los libros. Nunca sabes lo que puede terminar pasando con un libro publicado.

En unas conferencias que organizó el Museo Marino Marini, en Florencia, propuse llevar dos visiones que fueran bien diferentes, u opuestas, dentro de la ilustración. Para una de las charlas, por ejemplo, invitamos



a Paula Bonet y a Květa Pacovská. El ciclo se llamó *Del clásico al contemporáneo*. Cuando el público se encontraba que la mesa estaba compuesta por una persona joven y otra mayor, enseguida emparentaba a la persona mayor con el clásico y a la joven con el contemporáneo. La obra de ellas, sin embargo, daba cuentas de lo opuesto: Paula Bonet venía del mundo del grabado y su obra tendía a la figuración; Květa Pacovská, en cambio, trabajaba con pintura rasgada, bloques de color, trozos de papel, en fin, otra cosa. Muchas de las personas que asistieron a la conferencia, eran de otro campo del arte contemporáneo -no tanto de la ilustración- y no conocían estas obras, entonces se quedaban realmente impresionadas. Esto fue en 2017 y coincidió con mi primer año de trabajo en la Asociación de Ilustradores de Euskadi. Ahora tenemos un local luminoso, pero, cuando empecé, la oficina era un sitio oscuro y muy extraño. El presidente llevaba ya muchos años de gestión y quería cambiar de aire, entonces me propuso a mí para ocupar su puesto. Lo que ocurría, era que yo vivía en Italia y no tenía prácticamente contacto con Euskadi, más allá de venir a hacer algún trabajo y ver a mis amigos. Pero, incluso casi todos mis amigos de la universidad ya estaban viviendo en otras partes. El contexto vasco de la ilustración me resultaba lejano, lo conocía únicamente por los libros que consumía, pero no por mis compañeros o porque realmente estuviese formando parte de la asociación de una forma activa. Yo colaboraba con mi cuota y con eso ya estaba. No era ciertamente consciente de la importancia de hacer red y ser partícipe de todo esto. Cuando me llegó la propuesta, decidí hacer tres actividades de prueba, para saber si realmente podía ser capaz de gestionarlo.



Cuando te unes a la Asociación de Ilustradores, contáis con servicios como asesoría legal, revisión de contratos, participación en convocatorias, becas, cursos, y también podéis presenciar algunos de los encuentros programados, que normalmente son charlas entre artistas. Cuando me tocó organizarlos, pensé: “¿Por qué no conversar sobre si tener agente o no, convocando a una agencia extranjera para que viniera a hacer citas profesionales con nuestros socios?”. La *Central Illustration Agency* nos envió una de sus representantes desde Londres, que se dedicó toda una mañana a recibir, en nuestra sede, a ilustradores e ilustradoras, para orientarles a partir de los portfolios que les traían. Por la tarde, ese mismo día, hicimos en *Bilbao Arte* una conferencia abierta al público y transmitida en vivo. Invitamos a Manuel Marsol, David de las Heras e Iker Ayestaran, tres casuísticas totalmente diferentes. Manuel venía de la publicidad, pero cambió totalmente de aire y quiso dedicarse al editorial. Se salió de todo su mundo preexistente y se centró en hacer algo propio y con una voz muy especial. En un comienzo, su nueva propuesta no fue bien recibida. Hasta que obtuvo un concurso en la Feria de Bolonia y logró despegar, convirtiéndose en uno de los ilustradores españoles más reconocidos a nivel internacional. Manuel se afincó en el modo que él tenía de dibujar, por más que no estuviese de moda, y es el cabal ejemplo de un autor que decidió no tener agencia y gestionarse solo. David de las Heras, por su lado, era representado por *Pencil* -creo que, incluso, lo sigue siendo- en tanto que Iker Ayestaran trabajaba con agencias norteamericanas. Cada uno de los tres, con sus experiencias a cuestas, plasmó su visión sobre si era bueno o no tener una agencia de representación.

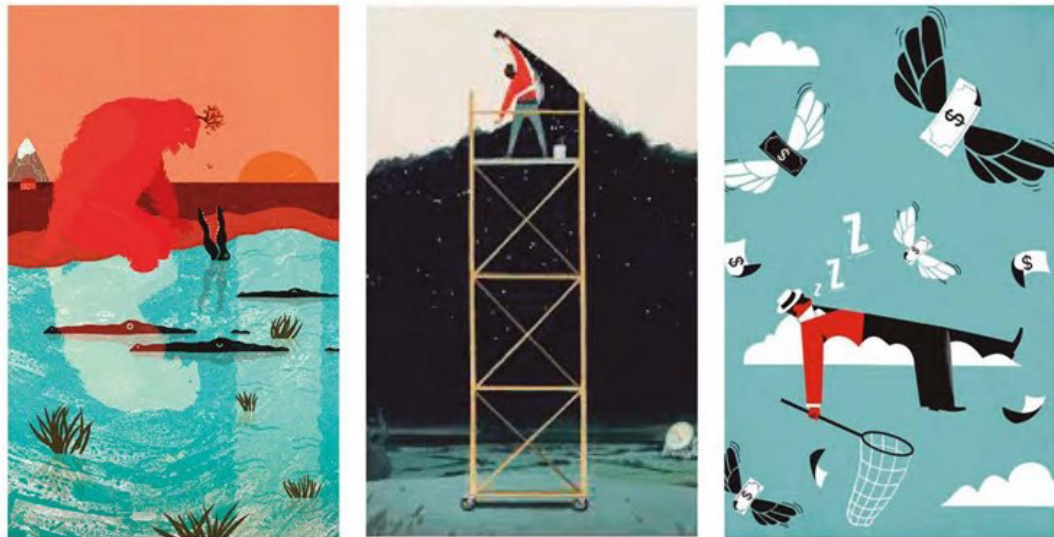


ENCUENTROS EUSKAL IRUDIGILEAK APIE
EN COLABORACIÓN CON NEXUS & JOKER.

CONFERENCIA 11 DE NOVIEMBRE BILBAOARTE
**TESS REDBURN DE LA CENTRAL
ILLUSTRATION AGENCY (LONDRES) //**
// MANUEL MARSOL //
// DAVID DE LAS HERAS //
// IKER AYESTARAN.



9h-13h REVISIÓN DE PORTFOLIOS POR TESS REDBURN
Selección por convocatoria de 22 ilustradores.
Lugar: Sede de APIE en C/Santa María 3, 1ºB. (Casco Viejo) Bilbao.
17h-21h CONFERENCIAS Y MESA REDONDA moderado por Eli Casillas.
Lugar: Art House Zinema, BilbaoArte. C/ Urazurrutia 32, Bilbao.



Esa pregunta sobre si nos conviene o no tener agencia, tiene que estar puesta en función de nuestros intereses, lo importante es tratar de responder para qué. Llegar a más público puede ser un objetivo. Que alguien negocie por nosotros puede ser otro. Obviamente, el trabajo no será gratis. Las agencias se quedan con un porcentaje de nuestra obra. Eso también lo tenéis que poner en la balanza, y sobre todo si ya nos cuesta llegar a fin de mes con los encargos. Las agencias harán que tengamos muchos proyectos, pero también que debamos trabajar más rápido, porque cobraremos aproximadamente la mitad de los encargos que nos vayan a ofrecer. La compensación está en la capacidad de negociación que tienen, considerando esto, es probable que no haya una gran diferencia entre lo que ganábamos antes y lo que terminemos ganando luego. Pero hay que tener cuidado, porque no todas las agencias actúan igual, y a muchas de ellas no les significa un problema que nosotros nos sintamos explotados.

Existen tres tipos de agencia: las que trabajan por proyecto, como *Gran Salón México*, que analiza las propuestas que recibe y convoca al ilustrador o ilustradora que mejor encaje con ese proyecto; luego, las que representan autores, que manejan una cantera de ilustradores y los pone a disposición de los clientes -hay algunas que se abusan de su renombre, haciéndoles firmar a sus autores contratos de exclusividad desmesurados-; por último, están las asociaciones profesionales, que promuevan la obra de autores desde otro lugar, organizando exposiciones, charlas, colaboraciones. Si estáis asomando al mundo profesional, empezaría por ahí. Estas asociaciones revisan los contratos de autor, y eso puede ser de gran ayuda mientras comenzáis a dar rienda al desarrollo laboral.

En relación a las agencias, se hizo una experiencia muy interesante en Uruguay, y no os quería dejar de comentarla. Cecilia Bertolini, una persona estupenda que trabajó en el Instituto de Artes Visuales, lanzó una propuesta arriesgada y consiguió una gran acogida en ferias internacionales, ella nombró a una agente, Omaira Rodríguez, que sería la encargada de llevar a estos eventos, de manera colectiva, la obra de un gran número de ilustradores e ilustradoras de su país. A raíz de esta iniciativa, se logró que se tradujeran muchos libros de autores uruguayos a distintos idiomas. Para mí, es un ejemplo de que también desde un Ministerio, o una institución pública, pueden generarse circuitos profesionales y trabajar para profesionalizar la difusión de la obra de los autores locales.

El vínculo que tuve con los museos había sido como educadora, pero también como becaria e incluso montando exposiciones, como una de Antony Gormley, que nos tuvo una semana entera colocando figuritas de barro. Cuando me proponen llevar la presidencia de la Asociación, empiezo a ver el modo de agrandar el cronograma de actividades, ya se hacían encuentros y citas profesionales, pero quería incorporar revistas, ferias y editoriales. Es así que, con mi equipo, comenzamos a plantearnos *Irudika*. Nos costó encontrar un espacio que acogiera la propuesta hasta que recalamos en *Artium*, un Museo de Arte Contemporáneo de Vitoria que yo ya conocía, por haber trabajado allí. Ese vínculo previo nos facilitó la entrada e hizo que pudiésemos organizar la primera edición de *Irudika* -ahora ya vamos por la octava-. Mientras tanto continuó con mi labor editorial, sabiendo que, para poder hacer mis libros, paralelamente tengo que seguir ejerciendo como ilustradora. Trabajo para otras editoriales. Participo también de proyectos interdisciplinarios, como el homenaje que produjimos cuando se cumplió el 80 aniversario del Bombardeo de Guernica; esa vez, entrevisté a dos supervivientes en cine, hicimos una escultura y una instalación con niños. Todos los proyectos que orbitaban alrededor, los fui realizando, para ingresar dinero



y consolidar mis propios proyectos de gestión: la editorial, el taller, ahora mismo la galería. *Irudika* continúa, pero ya no desde la asociación, sino, por otro lado. Me parece importante que no dejéis de desarrollar una veta artística vuestra, propia, a la vez que estáis trabajando, y que os ocupéis de enseñarla, ya sea en concursos, certámenes o exposiciones. Intento siempre proteger mis espacios para dibujar, de otra manera, me amargaría, y creo que tampoco le encontraría un sentido al resto de los trabajos que hago. Quiero mencionar, antes de acabar, un libro muy importante, que fue *Saturnina*: es un poemario que hice en Italia, con muchos tipos de grabado diferentes, y que me llevó ocho años de trabajo. Es dorado por fuera, gracias a la técnica del barniz blando, y está enteramente hecho con tipos móviles, en un taller que se llama *El Bisonte*, allí en Florencia.



La experiencia de *Saturnina* derivó ahora en un último proyecto, *El lirón gris*, que surgió a raíz de una fotografía que me mandó mi madre de unos chivaletes -los cajones de tipos móviles en las imprentas antiguas-. Me cuenta que eran de mi tío abuelo y yo me quedo así, como impactada, preguntándome cómo era posible que alguien en la familia tuviera eso. Resulta que el tío abuelo era impresor y nadie en mi casa me lo había dicho. Mi abuelo era carnicero, mi otro abuelo era pintor de brocha gorda, mi abuela vendía perfumes al peso y la otra había servido en casa de una señora en Barcelona. Todo eso sí lo sabía, pero nunca nadie me había explicado que el kiosco de la familia de mi abuelo había tenido librería y que en la trastienda de esa librería había una imprenta. Una Minerva antigua, una guillotina y los chivaletes, estaban totalmente abandonados en un garaje y pensaban en tirarlos. De pronto, me empiezo a volver loca, había estado ocho años haciendo un poemario con tipos móviles, es decir, que yo componía con estos tipos. Conseguí rescatarlos, los traje a mi casa y pensé: “Pues, poco a poco, ya iré armando aquí un taller”.



Al tiempo, me encuentro con otra imprenta que iba a fundir sus máquinas enormes de tipos móviles, y era como “ay, dios mío, ¿qué hago con todo esto?”. No podía permitirme no rescatarlas, porque ese remordimiento iba a perseguirme toda la vida como un fantasma. Comienzo a comprender que todos mis proyectos se estaban relacionando entre sí. Yo ya venía en la búsqueda de un local comercial que estuviera vacío, en algún barrio periférico de Bilbao para que fuera un poco más asequible, y doy con un antiguo ultramarinos que su dueño tenía hecho con madera, con todas sus baldas y cajoneras. Me enamoro perdidamente, pero el lugar estaba destruido, pido un crédito para comprar el local y con el dinero que me dan empezamos a arreglarlo. Fue una jugada que hice sin ningún tipo de ahorros, solo para hacerme con ese espacio, y que pudo haberme salido fatal, pero finalmente ahí están la sede de operaciones de la editorial y la tienda. Me quedé con un importe para pagar al banco que equivalía al alquiler que pagaba antes, en un espacio que no tenía ni luz. Las vueltas de la vida hicieron que luego también pudiera adquirir un local muy pequeñito que había justo en la esquina y entonces allí monté una



galería. Los problemas que había estado teniendo para la distribución de mis libros se redujeron, pues, ahora preparo los envíos en el almacén y cuento con un espacio que abro tres días a la semana para que la gente se acerque a ver exposiciones y conozca mis libros, pero también de mis editoriales más queridas, como *One Stroke* o *Petra Ediciones*. No hay en Bilbao otra librería que tenga esos libros y, a la vez, sé que estoy creando nuevos públicos también para los míos.

Pasé de solo hacer libros a tener una pequeña galería, el taller debajo de casa que estoy montando, y ahora también *Filomena*, un emprendimiento de comidas y libros, que propone filosofar mientras se comparte la cena, la idea es que alguien del monte se encuentre con alguien de la ciudad, y que todo suceda alrededor de la mesa. Hay algo que tenéis que saber, no todo el mundo paga por libros, pero mucha más gente paga por cenas. Siempre está muy bien mezclar el tema cultural con música y otros aspectos del ocio, porque es una buena manera de conseguir o ampliar públicos. Mientras, desde mi casa, sigo trabajando en *Irudika*. Lo he dejado para el final, pero no me iba a marchar sin explicaros lo que es. Seguramente sea el proyecto más importante que he diseñado. Digamos que lo más personal es *Bonito*, mi editorial, y el trabajo que hago allí, pero a nivel de gestión *Irudika* me ha enseñado todo lo que aprendí. El reparo que tengo para pedir ayuda cuando se trata de mis cosas, no me ocurre con los proyectos de los otros. Cuando trabajo en la Asociación se me da súper bien salir en búsqueda de subvenciones, colaboraciones, para vender el trabajo de mis compañeros. Las vergüenzas aparecen a la hora de promover mi propia obra.

Lo que planteamos, cuando pensamos *Irudika*, fue que funcione como una ventana para enseñar al mundo lo que se producía en Euskadi, y para enseñarle a Euskadi lo que se hacía en otros lugares.



Para la primera edición, ocupamos *Artium* durante tres días. Presentamos *Sectores Paralelos*, que es una jornada para que el público conozca todo lo que nutre la ilustración, más allá del campo editorial -museos, cine, videojuegos y millones de cosas más-, y que cuenta con una mesa redonda de agentes y proyectos para ver cómo funciona la industria. Las temáticas de *Sectores Paralelos* varían cada año. Todavía no hemos anunciado la grilla del próximo evento, pero os adelanto que será una propuesta sobre agujas: vendrá gente que hace ilustración bordada y tatuaje, dos mundos que pueden parecer inconexos en relación a la ilustración editorial, pero que tienen a muchísimos ilustradores trabajando en sus proyectos. Hay dos clases de conferencias: una es sobre el mundo de la ilustración y la otra es sobre el mundo editorial. En relación a las citas profesionales, nosotros nos encargamos de organizar los horarios de todo el mundo, para que hagan *match*. Procuramos que los ilustradores e ilustradoras sean los primeros en elegir con qué editoriales, agentes o revistas quisieran encontrarse. Pasamos las listas a las agencias, y luego de escoger entre un máximo de 16 autores, nos devuelven el listado. Nos ha funcionado súper bien hasta aquí. La pandemia nos obligó a adaptar las citas a un formato virtual, que nos resultaba terrible, porque, al final, la gente estaba sola con sus tablets en el salón. Este año vamos a hacer una asesoría conjunta, en la pantalla del auditorio veremos a las personas desde sus casas y entre el público presente estarán todos los agentes. De esta manera, se vuelve algo colectivo, que nos ha parecido mucho más bonito. Todos podremos oír las devoluciones que dan a los artistas y esto también es interesante, porque muchas veces resulta más útil lo que aconsejan a los demás que lo que nos dicen a nosotros mismos. Vamos evolucionando el formato, a medida que lo transitamos.

Todo el equipo está integrado por ilustradores y eso hace que sea un evento con ánimo de compartir, debatir, reflexionar sobre nuestra labor. Pero no se admite vender libros, es una de las peculiaridades que tiene el evento, porque no es lo habitual en las ferias españolas. Lo que pude entender, a lo largo de estos años como editora, es que, si tú estáis vendiendo libros, no estáis atendiendo a otras cosas. Nosotros nos ocupamos de garantizar el salario a las personas que realizan las conferencias y las citas profesionales, y todo el mundo gana la misma cantidad de dinero, sean editoriales súper importantes o emergentes. Lo mismo con los artistas: procuramos que estén simplemente volcados en compartir y convivir: no están pendientes de vender sus libros, solo se ocupan de atender a las citas y participar en las conferencias. Hay



tres países invitados cada año, y siempre busco el nexo vasco, ya sea a través de ilustradores o ilustradoras que hayan vivido allí -o cuya obra haya sido publicada allí-, o a través de editoriales vascas que hayan publicado a un autor de esa nacionalidad. Siempre hay un nexo.

Siempre he dado importancia a tener algún sitio donde aislarse, para dedicarse a la propia obra, más allá de los encargos que se puedan tener. Y en España existen un montón de residencias artísticas. En [Acción Cultural](#), por ejemplo, podéis ver los diferentes modelos de residencias que proponen, en ese caso, es solo para españoles, pero, de este tipo de residencia, existe cualquier cantidad y sin límite de procedencia. Hay un montón de convocatorias distintas. Lo que hacemos en *Irudika* es una residencia artística en la que se genera el cartel, y otra en la que se genera una animación, tenemos la categoría de animador, o animadora, financiada por *Acción Cultural*, y la de ilustrador -o ilustradora- financiada por *Fundación Vital*. Ilustradores y animadores convivirán durante tres paradas: primero, en Euskadi; luego, un mes en Angoulême, Francia; y finalmente regresan a Euskadi después de pasar por México. Suele ocurrir que en el medio aparece Bolonia, y entonces viajan a la feria, previo a México. Allí van a estar en Zapopan participando de un proyecto parecido al de Angoulême, que fue lanzado en Francia pero que se desarrolla en el contexto mexicano, con mucha colaboración de autores extranjeros. Casi tres meses de residencia, con espacios de trabajo y viajes financiados. Si os interesa, podéis aplicar a ella, pero os sugiero consultar todas las opciones que existen en Europa. Últimamente está habiendo muchas editoriales emergentes que cuentan con imprentas de risografía y que ceden su espacio para proyectos. Conozco una de estas experiencias, en Bélgica, os quedáis durante un tiempo, desarrolláis vuestro trabajo, producís con ellos en risografía los fanzines, y la mitad de la producción se la quedan ellos y la mitad vosotros. Hay muchísimas residencias artísticas financiadas por los gobiernos, y luego están las residencias artísticas independientes, generadas a través de proyectos de este tipo.

Cierro ya todo este círculo, regresando a Mari Puri Herrero, una artista que os he puesto al comienzo, porque ha sido mi referencia total. Luego de haberle entrevistado en su casa, y de haber visto cómo su hogar estaba en el mismo espacio que su refugio y su taller, con sus tórculos de grabado y una sala enorme de hojas secas en el suelo -que luego las veía en sus cuadros-, me he quedado con la imagen de una mujer híper inspiradora. Tiempo después, tuve la fortuna de tenerla como invitada en *Irudika*, en una de las mesas redondas de *Sectores Paralelos*. Esta vez, hablaban sobre el arte contemporáneo ligado al libro y a la ilustración, en qué momento se desdibujan las fronteras entre las disciplinas; qué es una pintura; qué es una ilustración; qué es un libro de artista y un fanzine; qué significa, entonces, una obra de arte.

Lo último que os quiero decir es que es súper importante trabajar desde el colectivo. Espero conocer pronto lo que sucede en Argentina. En Europa, ahora mismo, hay que regular muchas cosas, como es la Inteligencia Artificial. En lo que va del año, creo que he dado ya como cuatro charlas sobre el tema, siendo yo la mujer más analógica sobre la faz de la tierra. Si nos dedicamos profesionalmente al arte, tendremos que saber diferenciar cuáles son estas cosas que deben ser reguladas, para que la nuestra siga siendo una profesión digna. En España, hace mucho tiempo que venimos trabajando para que se cumpla el estatuto del artista: un proyecto para que las profesiones intermitentes del ámbito cultural puedan tener sustento o, al menos, un reconocimiento de hacienda y seguridad social diferente al de otras profesiones, porque hay una serie de características que hace que sea más complejo sobrevivir de nuestro trabajo. Los derechos que se han venido conquistando fueron gracias al acompañamiento de la Federación de Ilustradores de España (FADIP), de las cinco asociaciones regionales -la catalana, la valenciana, la madrileña, la gallega y la vasca-, y también del Foro Europeo. La Inteligencia Artificial se nutre del robo masivo de obra protegida que tenemos en internet y aún no ha sido regulada. Estos softwares no han solicitado permiso para coger todas estas imágenes y explotarlas económicamente. Existen empresas que están vendiendo datos, que luego se utilizan para entrenar los softwares. Es un tema muy denso, que ameritaría otra charla: nada más lo quería introducir para que sepáis que no se trata de ningún juego, que es una actividad que se está intentando regular y que los softwares tienen que respetar los derechos de autoría, para que puedan ser considerados “herramientas” y difundidos como tales. Mientras no ocurra, no deberíamos usarlos y tampoco llamarles “herramienta”, que es lo que nos han hecho creer a los autores las mismas empresas que luego se benefician de nuestra obra. Tenemos que ser conscientes de esto, y saber también que existen un montón de formas de proteger nuestro trabajo. Me parecía importante concluir la charla con esta reflexión, porque son retos que se van sumando a nuestro quehacer como ilustradores e ilustradoras. Vivimos aislados en el oficio, pero cuando salimos al colectivo es importante unirnos. Fuera de casa, hay cosas maravillosas, y también hay amenazas. Estar asociados, agremiados, o simplemente ser parte de un grupo, cualquiera sea, es súper importante de cara a la lucha por nuestros derechos como trabajadores del arte.



BIO

Elisabeth Pérez Fernández nació en el País Vasco, donde estudió Bellas Artes y un máster oficial en Artes y Ciencias del Espectáculo. Además de escenografía realizó un curso de especialización en Diseño de Exposiciones. Se formó en 2014 en Gráfica Editorial. En 2013 decidió fundar su propio sello, Bonito Editorial y comenzar a coordinar formaciones profesionales alrededor de la ilustración en diversas instituciones y organismos. Entre 2017 y 2021 asume la presidencia de la Asociación Profesional de Ilustradores de Euskadi y ese mismo año funda junto a su equipo IRUDIKA el Encuentro Internacional Profesional de Ilustración en el Museo Artium de Vitoria-Gasteiz donde actualmente sigue diseñando contenidos como directora de sus ocho ediciones. En 2021 deja la presidencia de Euskal Irudigileak, pero mantiene a cargo la gestión del área internacional y movilidad de artistas vascos/as, colaborando con la programación de distintos eventos en todo el mundo. También trabaja como voluntaria en Fadip, la Federación de Asociaciones de Ilustradores Profesionales de España, y en el Foro Europeo de Ilustración – EIF.

Paralelamente a sus labores de gestión cultural, trabaja desde hace casi veinte años como ilustradora freelance, habiendo publicado obra con editoriales como Media Vaca, Erein, Igela, Veleta Roja, o revistas como Revista Hermes, Nip Magazine, BizkaiaTech, Ttap Aldizkaria. Ha sido seleccionada en el Catálogo Iberoamérica Ilustra y ganadora de la Beca de Creación modalidad Ilustración de Gobierno Vasco por su libro “Elton”. Con Bonito Editorial ha publicado doce libros, algunos de su autoría y otros con autores, obteniendo distintos premios y menciones. En 2021 crea un espacio expositivo centrado en la ilustración en el bilbaíno barrio de Uribarri, llamado Segunda, y en 2023, en su lugar de residencia, en el valle de Orozko, crea El Lirón Gris, un taller en el que poder desarrollar sus proyectos con todo tipo de procesos desde el grabado a la impresión tipográfica gracias a la recuperación de máquinas antiguas.

MÓ DULO



FUNDACIÓN
WILLIAMS



Módulo 3. Miércoles 24 de abril 2024 – 18h

IMPACTO GRÁFICO: bitácora de artistas en acción.

A cargo de Xina Ocho, Delfina Estrada de Fábrica de Estampas, Powerpaola y Panchopepe

En este módulo, queremos explorar el papel del arte gráfico contemporáneo como medio de expresión y activismo. Analizar cómo estos artistas abordan y representan diversas causas sociales en sus obras. Comprender la importancia del compromiso y la conciencia social en la creación artística. Inspirar a los participantes a utilizar su creatividad como herramienta para el cambio social. Este módulo ofrece una oportunidad única para sumergirse en las narrativas visuales de estos cuatro talentosos artistas gráficos, desentrañando las capas de sus obras para comprender mejor el poder transformador del arte en la sociedad actual.

En esta experiencia única exploramos las prácticas y las narrativas de Xina Ocho, Delfina Estrada de Fábrica de Estampas, Powerpaola y Panchopepe. Cada artista comparte su perspectiva y su papel como agente de cambio a través de la creatividad.

Panchopepe

pinturas
PANCHOPEPE



Toda mi vida dibujé. Nunca abandoné el dibujo. A los 18 años, vine a estudiar pintura a Buenos Aires. La facultad sí la abandoné pero seguí dedicando mis días al estudio de la pintura, terminé siendo un buen alumno, de una manera autodidacta. Para aprender el oficio, pasé muchísimas horas de mi vida abocado desde mi lugar al estudio de la pintura. En la facultad, no había aprendido a pintar, y aparte tenía la impresión de que los artistas que me habían cambiado era gente que siempre había hecho lo que quería, sin tantas convenciones. Me parece que el camino del arte es una cuestión más desde la sinceridad. Sentí que lo único que tenía que buscar, era ser yo mismo, para encontrarme con cosas que quizás no me esperaba. Cosas que me sorprendieran y que me ayudaran a moldear mi obra.

Trabajo para [Revista Crisis](#), una revista absolutamente política que me permite abordar ciertos temas coyunturales que en general me parecen terribles, fue un gran desafío, como pintor, involucrarme en esas cuestiones; pintar seres nefastos de la política y situaciones tremendas que sufre la sociedad. Es interesante encontrar las formas de narrar estas cuestiones. Desde antes de trabajar en la revista, ya me involucraba en política. El humor gráfico que hago está absolutamente atravesado por la realidad, nunca le esquivé a eso, incluso me parece fundamental poder hablar de ciertas cosas. También tengo otros trabajos. Soy un trabajador de la pintura, y eso significa que tengo que ir haciendo todo lo que pueda para sobrevivir. Hice colaboraciones para tapas de discos, igual que muchos y muchas colegas. Siempre me fascinó la pintura, desde muy niño, y mi autoeducación pictórica estuvo muy vinculada a los grandes maestros de la historia. Creía que aquello ya había dejado de existir, que simplemente ya no se podía ser un pintor en este mundo. Hoy, curiosamente, puedo vivir de esto, es un lujo y también es un misterio.

Una de las pinturas que hice para *Crisis* muestra la situación de un robot sentado a la mesa familiar, fue la imagen que encontré para abordar el tema de las nuevas tecnologías y cómo nosotros estamos perdidos en ella. Me interesa buscarle la veta humorística a mis trabajos, o al menos desprenderme de cierta

solemnidad que suele estar ligada a la pintura. Estudié la solemnidad de los clásicos, en el afán de incorporar el oficio. Lo que siempre busqué fue entender de qué se trata la luz. Estudiando a Rembrandt, por citar un ejemplo, obtuve elementos para entender cómo trabajar la luz y entonces sí, poder hacer lo que quisiera con eso. [Rembrandt](#) me cambió la vida, porque, si bien tiene algo de esa solemnidad, a la vez lo siento salvaje y eso me interesa mucho, en el arte y en la vida, el hecho de no ser algo tan serio. Tuve que pintar a Rodríguez Larreta, para ilustrar una nota, y no fue muy agradable tener que observar su rostro durante cuatro horas para conseguir un retrato fiel, o al menos digno. El tipo está borrando en el pizarrón la frase “colegio en lucha”. Siempre laburamos temáticas bastante terribles, tortuosas, incómodas, pero sobre las que tengo una opinión formada desde hace años, una lectura política y ciertos ideales que están puestos en un lugar. Esta manera de pensar está alineada a la editorial de la revista, y eso es elemental para poder compartir el trabajo. Cada vez que acerco una idea, por lo general es bien recibida.



Creo que cualquier motivo es digno de ser pintado y que la búsqueda, o la ideología, puede estar en la pincelada, por más que el tema no sea tan evidente. Son cuestiones más profundas, insondables. Siempre es un desafío resolver con pintura temas que son jodidos. En mis trabajos, retomo algo de la pintura universal y luego juego con ciertos símbolos, quizá más reconocibles, que me permitan llevar la pintura a otro lugar. También intento usar el humor como herramienta. Hace poco, participé de un evento en contra de Nik, con una pintura que refleja la búsqueda de lo humorístico. El mundo es una tragedia constante y hay que tener un poco de valentía para poder reírse, mínimamente, de las cosas que pasan. Mi trabajo también exige poder resolver en poco tiempo. En *Crisis*, tengo un día, máximo dos, para abordar el tema de agenda, y eso me hizo desarrollar un método de pintura rápida, sin que pierda peso el mensaje, le llamo “el chistecito”. Hace cinco años, o seis, que encontré este personaje, un poco deforme y bastante sintético, que me sirve como catalizador para bajar ideas y situaciones cómicas o reflexivas.

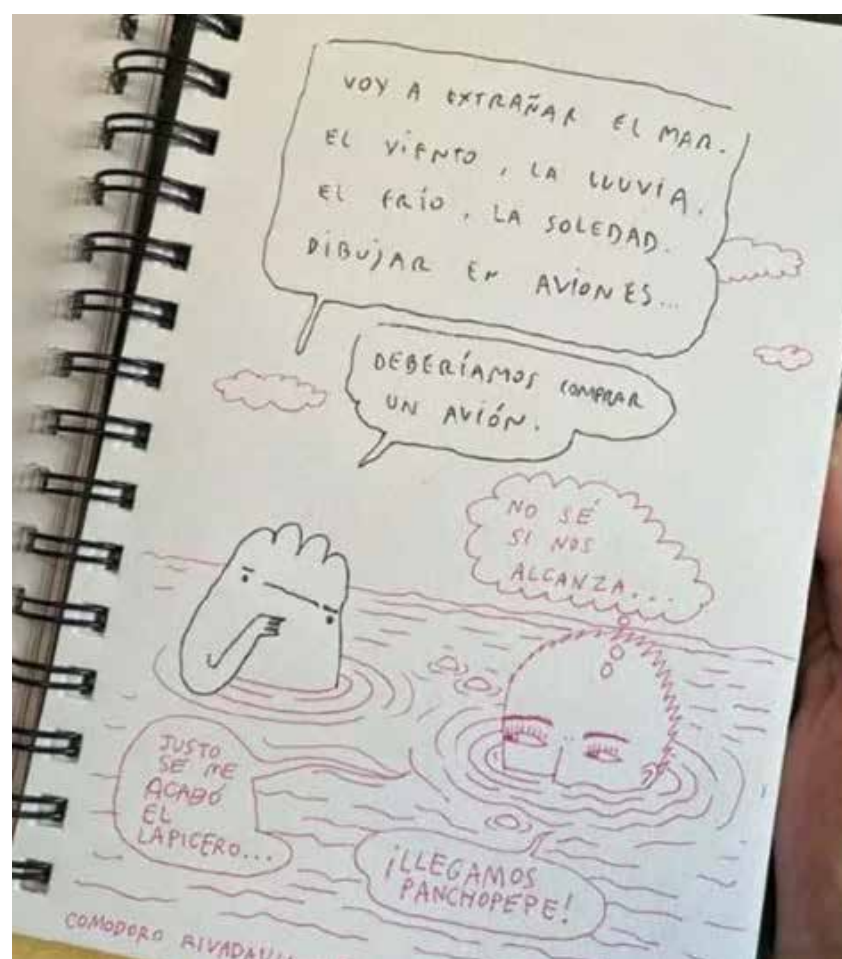
Nunca pensé que iba a construir un personaje. Siempre decía que yo no quería tener un Gaturro. Me gustaba dibujar de todo y me negaba a recaer en un único personaje. Pero, hubo algo en la forma de la cabeza de este dibujito que me conmovió, y también su simplicidad, con dos puntos y una línea en la boca, tenía un montón de cosas que decir. En su universo, todos los personajes son parecidos, pero pueden opinar cosas muy disímiles. A veces, es una tontería lo que se plantea, pero otras, la cosa se pone más profunda, o críptica. Esa deformidad que tiene me da una cantidad de elementos posibles, y formas para llevarlo a cualquier parte. En esta tira hay crítica social, para expresar, por ejemplo, que no nos estamos dando cuenta de la cantidad de gente esclavizada que tenemos alrededor. Con este personaje encontré maneras de decir muchas cosas que me interesan. Siempre intento descubrir ese momento para reírme, o para satirizar, sobre la actualidad.



A eso dedico mis días, sostenidamente, desde hace casi 17 años que fue cuando empecé a tomarme muy en serio la pintura. La búsqueda de afinar el oficio, comprender la luz y la materia, todo me llevó a esta síntesis. Me conmueve lo barroco, tanto en la pintura como en el dibujo, pero para bajar estas ideas necesitaba un dibujo más simple, más sintético, pero no por eso poco poderoso. Hay un poder en la síntesis. Este bicho fue un descubrimiento que no busqué, ni me lo esperaba, pero, ahí también hay algo que es fundamental, como en cualquier expresión artística: la sinceridad con uno mismo, no engañarse. Me cansa tanta farsa, tanta mentira, muchos artistas que no me resultan creíbles, porque no están siendo ellos mismos. La originalidad está en la sinceridad, si uno es sincero, probablemente también sea original.

Recuerdo con mucho cariño cuando formamos parte del viaje en el [Tren Moebius](#), porque fue un lujo absoluto haber podido compartir con tanta gente brillante, muy influyente en mi vida e inspiradora. Éramos cerca de 15 personas, casi todos ilustradores y pintores. De esa experiencia me traje el haber comprendido hasta qué punto la calidad artística está ligada a la calidad humana. Detrás de cada una de las obras maravillosas que vi, había alguien con una calidad humana que estaba a la misma altura. Fue una experiencia única, organizada por Moebius, un espacio que hay que cuidar y visitar, cada vez que se pueda.

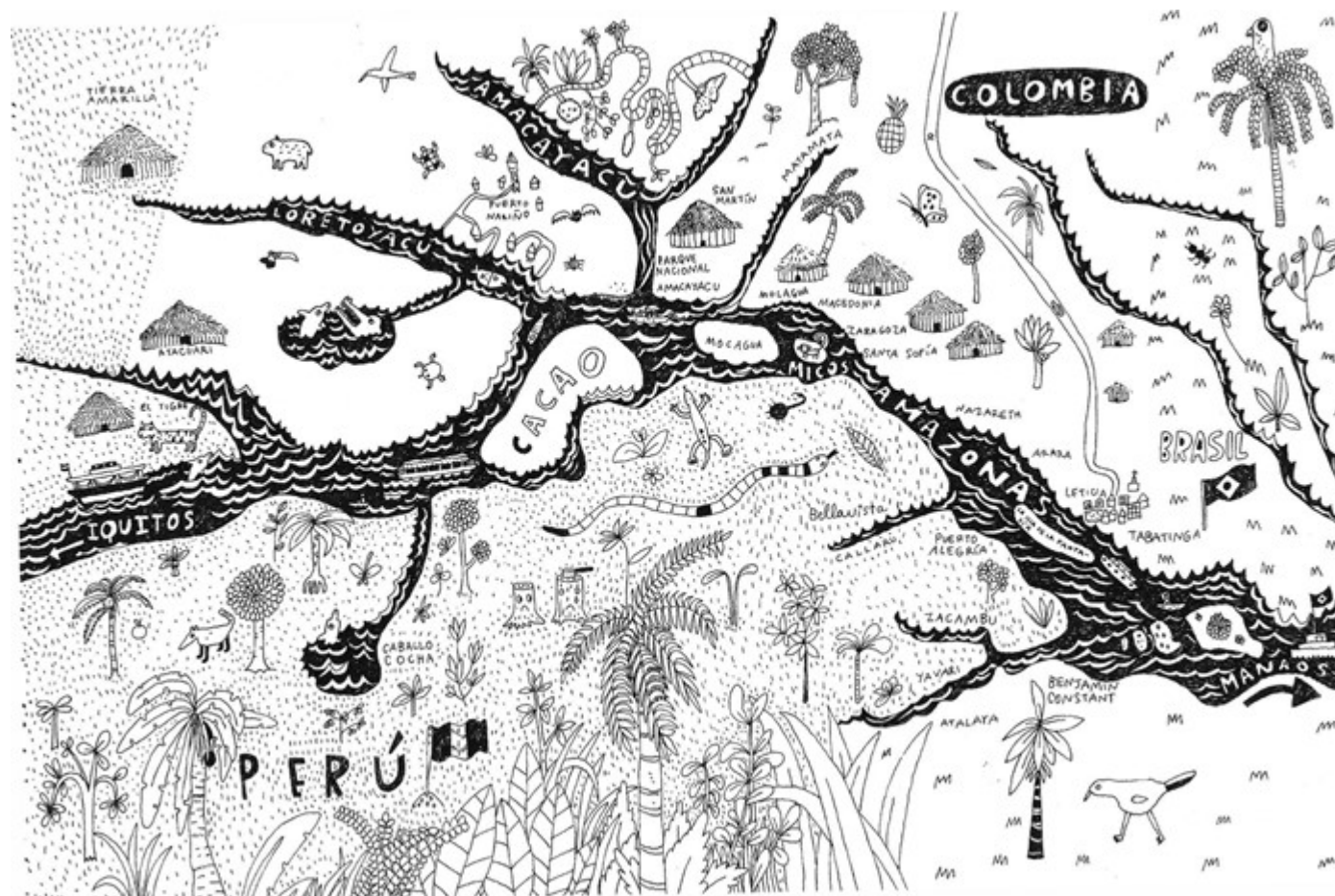
Powerpaola



Elegí empezar mi recorrido con un diálogo dibujado, un proyecto que llevo desde 2012 y que ya tiene más de 200 diálogos con distintos dibujantes. El último lo hicimos con Panchopepe, en el avión, entre Buenos Aires y Comodoro Rivadavia. Tuvimos dos diálogos distintos. Me gusta, de estos diálogos, que son rápidos

y espontáneos, no hay que pensar mucho, hay una conversación que está sucediendo en la presencia y otra en el dibujo y el texto. Tenemos afinidad con Panchopepe, porque también dibujo, también hago historieta, y un poco me muevo entre varios mundos, igual que él. No tengo su humor, ni su chispa, lastimosamente, pero fue muy divertido el diálogo que compartimos. Creo que llenamos una libreta completa, durante el vuelo. Y me gustaría retomar, también, algo que él decía, en relación a su dibujo simple y gracioso, porque comparto esta idea de que el humor sirve como una manera de decir cosas que son muy duras o tremendas. Creo incluso que es la forma más inteligente de decirlas. No solo en el trabajo, en cualquier ámbito de la vida, en los diálogos y los vínculos que mantenemos con los otros. Se pueden decir muchas verdades con humor. Admiro a los humoristas y siento que me hubiera encantado tener esa virtud. A veces me sale pero no es muy consciente, más bien sucede sin que me dé cuenta.

En 2009, armé un club de dibujo en [Leticia](#), una parte del Amazonas colombiano, y ahí fue que dibujé mi propio mapa del Amazonas. Es un lugar de tres fronteras: al frente Perú; cruzando la calle, Brasil y tomando el río, se llega a Ecuador. Me inscribí en una convocatoria que había lanzado una institución colombiana, la fundación [Gilberto Alzate Avendaño](#), y ubico la experiencia al inicio del relato porque, si bien no se condice con los comienzos de mi carrera, allí confluyeron muchas vertientes, como el río mismo. Vengo de las artes plásticas. Estudié pintura durante cinco años, en Bellas Artes, en Medellín. Previamente, había estudiado expresión artística, en Cali, allí, me sentía como si fuera un conejillo de indias, durante un período, hacíamos eje en la literatura y desde ahí abordábamos las artes plásticas, música, teatro; al siguiente semestre, el eje estaba puesto en las artes plásticas, y desde ahí veíamos literatura, música y teatro. Siempre con esa lógica de estudio. Ahora, con el tiempo, entiendo que fue un gran hallazgo para mí el hecho de haber podido mezclar todas las artes de esa forma. Es algo que me interesa.



A veces tengo la sensación de que tendría que seguir un solo camino para ser más coherente con mis trabajos, dedicarme solamente al dibujo o a la pintura. Pero, al mismo tiempo, siento que todas estas personalidades, o formas de expresión, me interpelan por igual, y entonces me convengo a mí misma de no limitarme, de dejarme ser. Hubo un pasado más oscuro, antes de estudiar expresión artística y artes plásticas. Yo tendría 14 años, cuando empecé a trabajar en una maquila de camisetas, en Cali, y esa fue mi primera escuela, me contrataron para copiar en remeras diseños ecológicos que sacaban de libros norteamericanos. En ese lugar aprendí el oficio, copiando las imágenes que me encargaban, hasta que un día decidí abandonar la copia y dedicarme a mis propios dibujos. Cinco años trabajé ahí y hacía 60 dibujos semanales, con un nivel de velocidad y disciplina que, luego, iba a incorporar en el resto de mis cosas. La supervivencia, también la aprendí ahí.

En mi viaje a Leticia, les decía, confluyeron varias cosas, está la ilustración, que es el mapa en sí, pero también están las artes plásticas, en el proyecto que me llevó hasta allá. Mi participación consistía en organizar un club de dibujo en la biblioteca del lugar, pero me desanimé muy pronto, cuando empecé a percibir que la gente venía con la intención de aprender a dibujar. Lo que siempre tuve en mente, con el proyecto del club, era que se produjera un diálogo con ellos, y que el dibujo en todo caso fuera el dispositivo que apuntalara esa conversación. Me sentía frustrada. Charlando con las personas que me habían alquilado la cabaña, me animaron a presentar la idea en una comunidad indígena, que se llama los [uitoto](#). Y así fue que montamos el club de dibujo ahí, en una maloca, que es una especie de lugar de encuentro entre comunidades, cuya arquitectura está pensada en función de la luna y el sol, teniendo en cuenta por donde sale y por donde se pone. Estas edificaciones inmensas, antiguamente eran el hogar de varias familias, pero se han ido transformando en sitios de ceremonia o para que las diferentes etnias



puedan producir sus encuentros. Viví tres meses en la comunidad, haciendo un club de dibujo tres veces por semana, con adolescentes, niños, adultos, y mi experiencia cambió, tanto en relación a mi trabajo como a mi vida.

Se volvió evidente mi interés y fue como haber conectado profundamente con el lugar donde estaba viviendo. Esto de querer contar sobre lo que sucede alrededor de uno, por ejemplo la contaminación del agua que veía nítidamente allí. Hice unas ilustraciones, para un libro que se llamó [*El tiempo de en medio*](#), de Enrique Lozano, es la historia de un país que se está empezando a inundar por estas lluvias permanentes. En medio del texto, inventé mis propias imágenes, sobre lo que ocurre cuando no deja de llover, y cómo el río arrasa con todo lo que encuentra en su camino. El encuentro con el Amazonas me abrió los ojos, en relación a que la vida en la ciudad -en cualquier ciudad- es como una trampa, y de lo poco conscientes que somos sobre el uso del agua y el cuidado de nuestros recursos. Comencé a entender que, por mucho que dibujara un paisaje de plástico e hiciera un poco de activismo, yo era parte del problema, el agua cuando me baño, la cantidad de jabón que utilizo para lavar los platos, el deterioro de la esponja, los plásticos que se desprenden. En cada cosa, sentía que yo hacía parte, por más que intentara hablar del problema.

Empecé a indagar en cada uno de los temas que me proponían para ilustrar. La mayoría, son trabajos por encargo. De todas maneras, por más que no sea mi trabajo personal, trato de añadirle mi mirada, para que ese texto que recibo pueda tener una relectura. Me pasa mucho esto de encontrar un tema que me resulta interesante y meterme de lleno, rastreo podcasts, materiales de lectura, entrevistas o charlas de filósofos, activistas, ecologistas, y con todo eso trato de profundizar. Obviamente que todo depende del tiempo, el espacio, el dinero y la capacidad de afrontar el trabajo con la que uno cuenta, pero es cierto que en esa búsqueda encuentro cosas que, luego, nutren mi trabajo personal. En esta misma línea iba la portada que hice para una ONG colombiana, también sobre la problemática del río y la basura. Cuando analizo mi proceso de trabajo, noto que la gente que se acerca a mí, o que quiere mis dibujos, busca esa mirada de alguien que ya se interiorizó en el tema. Las mismas investigaciones que hago para los encargos, por eso digo que luego terminan valiéndome para mi propio recorrido.

En mis trabajos personales, generalmente me inclino por materiales más analógicos, porque también experimento más, y me ensucio más, según el tipo de papel que utilizo. Para los encargos, en cambio, recurro más a lo digital, pues me ayuda a acelerar el proceso y a ir un poco más profundo. Mi trabajo, en gran medida, se desarrolla en libretas. Me gradué como pintora y empecé dibujando pinturas muy grandes, pero, con el tiempo, me fui dando cuenta de lo difícil que era trasladarme con esas pinturas, aparte de que dependía de contar con alguna galería que se hiciera cargo de exponerlas. Mi contexto y mi vida personal no encajaban con esa estructura del mundo del arte y, por más que me encantaba pintar, no me sentía cómoda con lo que pasaba. Con las libretas, encontré un objeto simple, precario, que me permite desarrollar muchos temas y moverme con facilidad. Soy inmigrante, nómada. Desde niña, siempre me he movido entre países y culturas. Entonces, necesitaba dar con un método de arte que se adaptara a mis propias características, no tengo taller, ni estudio, trabajo en cafés, en aviones, en casas, en salas de espera. La primera exposición individual que hice fue de libretas, mostré varias en una galería de París, que se llama *Miss China*, y a partir de ahí comencé a indagar en el formato de libreta, jugando con el texto y la imagen y apoyándome en esa simbiosis que se produce en un objeto tan específico como aquel.



Trabajo con temas que están vinculados a la cotidianeidad, pero también está presente la naturaleza, los animales, las plantas, la vida. Una de mis primeras libretas, fue sobre un tema específico: los cafés de Buenos Aires. La empecé mientras estuve viviendo en la ciudad allá por el 2011. Anotaba el precio del café con medialunas, recuerdo que el primer café costó 25 pesos y el último 4 mil. De esa manera hablaba de la inflación, que siempre fue un problema en Argentina, y también ilustraba la costumbre de Buenos Aires. En esa libreta usé solamente lapicero negro sobre papel, y el límite que me propuse era dibujar nada más que lo que tenía al frente cuando me sentaba en una mesa. La siguiente libreta, fue una serie de retratos, a algunas de las personas que compartían tiempo conmigo. Esa vez, trabajé con acuarela. Disfruto mucho, cuando dibujo a las personas, más que nada por el hecho de compartir la presencia con otros. Mi trabajo, a pesar de que siempre tiene algo de autobiográfico, no solo habla de mí, sino de todo un contexto, social, económico, cultural.

Formé parte del colectivo [Chicks on Comics](#), que empezó como una propuesta de juego para tener un intercambio entre viñetas. Nos terminamos separando por distintos motivos, pero el más importante fue que no conseguimos que la gente visitara lo que proponíamos en el blog. No se generó el diálogo virtual que habíamos imaginado. Así y todo, por más que las cosas no resultaron, aún sostenemos un vínculo. Nos reunimos a través de [MapCrunch](#), una aplicación que nos propone visitar cualquier lugar del mundo, aleatoriamente. Así es como de pronto nos encontramos charlando en un castillo francés o en un potrero en Nueva Zelanda. Recorremos virtualmente esos sitios y nos sirve como un estímulo para ponernos a dibujar, que en definitiva siempre es el objetivo primordial.

También participé en una performance, que consistió en estar metida durante 15 días en la vitrina de una residencia artística en Cali, [Lugar a dudas](#), dibujando lo que fuera que estuviera al frente durante cuatro horas. La consigna era abocarse a un solo dibujo por vez. Al principio, creí que sería el mismo dibujo cada día, pero no, pasaban personas distintas todos los días, algunas tomaban asiento frente a la vitrina; la misma música que yo escuchaba dentro, se oía afuera; algunas veces, se acercaba gente que quería ser dibujada, otras las elegía al azar y al final fue como si una gran cámara fotográfica con su obturador abierto hubiera estado capturando todo lo que pasara en esas horas. Los dibujos tenían todos el mismo formato, hechos con rapidógrafo negro sobre papel. Fue como enmarcar el presente.

Lucas Ospina es un artista plástico colombiano de gran trayectoria, que tiene un trabajo muy político. El [Salón Nacional de Artistas](#) nos invitó a ambos, a producir un diálogo dibujado, en un muro gigante del Colombo Americano. Utilizamos imágenes referentes a Colombia y a los Estados Unidos -tal como el mismo lugar sugiere-, pero ocurrió algo curioso, cuando estábamos a punto de completar el mural, se tomó la determinación de taparlo de blanco, porque aparentemente no gustó la conversación que habíamos propuesto. Se volvió un tema político y fue censurado el mural. Habíamos estado pintando durante dos semanas y estaba prevista una exposición dentro, pero las autoridades alegaron que no teníamos la autorización correspondiente. Lo cierto es que algunas imágenes que usamos no cayeron bien en la Embajada y entonces mandaron a cubrir de blanco el mural. En la misma época se produjo el asesinato de un muralista en el sur de Colombia y de dos grafiteros. Era un tema sensible.

Cuando taparon el mural, la gente del barrio, que nos había estado acompañando durante el proceso de trabajo, se solidarizó con nosotros y nos ayudó a reescribir todo lo que se había borrado. Fue justo antes de la pandemia. Luego, durante el paro nacional, la pared se convirtió en una especie de Muro de los Lamentos, donde acudía la gente para expresarse sobre todas las cosas que estaban pasando en el país. Terminó siendo más interesante porque ya no era nuestro mural, sino de todos los vecinos y de toda la gente de Bogotá. No sé hoy día, en qué estado se encontrará, pero fue un muro que todo el mundo usó para expresarse sobre Colombia y eso me parece un hecho político relevante. Refleje el proceso en el marco de un proyecto que se llama *Inktober*, decidí contar lo que sucedió con el mural en forma de historieta. Yo estaba en otro país y sentí la impotencia de no tener un derecho a réplica a propósito de todo lo que había pasado. Lucas se quedó en Bogotá, respondiendo a periodistas, y yo mientras tanto hice ese diario sobre los días del mural.





Desde 2018, empecé a trabajar en Página/12, haciendo las portadas de [Las12](#) los viernes. Fue uno de mis trabajos favoritos, porque podía opinar libremente y tenía la oportunidad de utilizar todo lo que había estado investigando, desde un punto de vista ecológico, humano y transfeminista. Además, me daban muchos temas nuevos, que no solo eran interesantes para las ilustraciones del diario sino para mi trabajo personal, para estas investigaciones que hacía como artista. Intento hacer una apropiación de las problemáticas para poderlas entender por medio del dibujo. Una de las últimas portadas que hice, fue en medio del interrogante sobre qué estaba pasando con la ola feminista, porque ya en ese momento nos daba la impresión de que había algo que se estaba agotando. Como Panchopepe, trato de apelar al humor, para contar cosas tremendas. En *Las12*, tenía la sensación de estar ilustrando las portadas del último periódico en papel de la humanidad. Es un trabajo, como les decía antes, que me excita mentalmente, porque me llena de ideas nuevas, gracias a la investigación y al intercambio que hay detrás de cada una de las notas que se escriben. Y también había algo de la adrenalina de tener que resolver una ilustración en un día, sobre temas que tal vez no conocía en profundidad.

Por último, quiero mencionar un libro de 20 artistas colombianas del Siglo XX, que se llama *Dinamita*. Para este proyecto propuse una imagen que finalmente no fue elegida, pero que representó, para mí, una síntesis de los temas sobre los que me gustaría seguir investigando y profundizando: la belleza, la naturaleza, el caos, la humanidad, la violencia.

Fábrica de Estampas

Somos Victoria y Delfina, las personas que estamos detrás de esta colectiva gráfica que es *Fábrica de Estampas*. Nos dedicamos a diferentes técnicas de impresión, de arte impreso, fundamentalmente al grabado. Nos conocimos en la [Universidad Nacional de las Artes](#) y ahí conectamos, más que nada por la técnica y el oficio. Primero nos gustaba mucho la chapa, todo lo que era metal, ácido nítrico -cosas tóxicas, que tuvimos que dejar-, pero lo que nos abrió más el panorama fue la técnica de la xilografía. Con una prensa chiquita empezamos a hacer talleres en el barrio, en escuelas, que quizás duraban un encuentro o varios. Armamos nuestras primeras técnicas en función de los proyectos que teníamos y de esos tiempos. Hicimos muchas campañas y acciones gráficas: afiches del 8M, *Vivas nos Queremos*, *Jóvenes por el Clima*, la ley de humedales, “mar sin petroleras” -hicimos serigrafías y remeras, en Mar del Plata-. Participamos de un montón de proyectos, pero quisimos enfocar esta charla en un trabajo que venimos sosteniendo, con personas en situación de encierro. Trajimos dos experiencias, una tuvo un recorrido más corto, pero la otra ya tiene dos años y medio y perdura hasta al día de hoy.

Trabajar en contexto de encierro no es sencillo. De entrada, hay que llegar hasta el penal -en general, están alejados y son de difícil acceso-, hay que lidiar con el servicio penitenciario, y recién entonces aparece el desafío de la propuesta, poder conectar y llegarles a esos pibes y a esas pibas, producir un vínculo, armar el espacio de nuestro taller, que es un espacio de trabajo humano, donde se ponen en juego algunos aspectos de las técnicas, pero también algunos aspectos de la vida. Permanentemente se mezclan la vida y el oficio, y el taller es también un espacio simbólico, porque mientras trabajamos pasan muchas cosas más, se charla, se gana confianza, hay risas, algunos se copan, otros se embolan. Pero siempre está pasando algo que tiene que ver con el grupo. Es lo mismo que nos pasa trabajando entre nosotras, solo que con otros más.



La forma de dar estos talleres está relacionada con el trabajo del grabado, porque todo comienza con una idea, esa idea se discute, se pone en común, recién entonces se boceta, se prepara la matriz, y al final se hace la estampa. Durante todo ese proceso se están tomando decisiones. Es un proyecto que está



pensado, porque se plantean objetivos, se proponen ejercicios, hay consignas, y después está el encuentro con los otros y lo que se desprende de ahí. Hay reflexiones sobre la práctica que no tienen respuestas correctas, cuánto de uno poner, cuánto margen dejar para que otros propongan, para que sucedan cosas e incluso para las cuestiones del azar; qué tan flexibles debemos ser en cada contexto. Durante la pandemia, por ejemplo, trabajamos con las pibas de la Unidad 46 de José León Suárez. No estaban habilitadas ni siquiera las visitas de los familiares al penal, y entonces pensamos los primeros encuentros como una caja, le metimos adentro sellos, materiales, armamos instrucciones y un video, para que ellas pudieran ver a través de celulares u otros dispositivos. Forramos la caja con grabados y le agregamos papeles, libros, cartitas y cuadernos. Tratamos de generar una sensación de confianza o cercanía, contando solamente con esa caja.

Nuestro puente, para hacer este trabajo, fue el [CUSAM](#), la sede de la Universidad de San Martín en el penal. La propuesta surgió de pensar proyectos que estuvieran orientados especialmente al grupo de mujeres de la Unidad 46. La primera iniciativa, había sido una obra, en el marco de una muestra para el Museo Nacional del Grabado, se llamó [POST. imaginar el después](#) y estuvo situada en ese contexto, tener que atravesar el encierro, durante la primera etapa de la pandemia.

Siempre estamos atentas a pensar las técnicas que vamos a utilizar en función de las particularidades de cada proyecto. Aquella vez, con las chicas del penal, tuvimos en cuenta la distancia que produce la virtualidad y entendimos que los sellos eran una técnica que se ajustaba más a esa situación, porque es sencilla y lúdica. Les compartimos algunas referencias de grabadores nuestros. A nosotras siempre nos gustó la obra de [Vigo](#), un artista grabador que vivía en La Plata y que trabajaba el arte-correo con los sellos. Las referencias, cuando no las buscamos previamente, terminan surgiendo sobre la marcha del taller, pero siempre están. Durante los primeros encuentros virtuales que compartimos, con estas mujeres, apareció la idea de armar un alfabeto propio, primero iban arrojando palabras sueltas, pero después esas palabras terminaban decantando en una especie de imaginario común. Tocaba el turno de la letra ce, por ejemplo, y ellas proponían: cucaracha, compañera, corazón; con la hache: huracán, hermana, humo; con la ele: libertad, locura, libro. Después, en ronda, veíamos qué nos querían decir estas palabras, qué significados tenían, y así íbamos constituyendo un diccionario que contuviera sus historias y sus maneras de hablar.

Finalmente, pudimos hacer jornadas presenciales de grabado, en el penal, pero ahí teníamos nuevas dificultades, había poco tiempo y aparte no podíamos ingresar las gubias, entonces debíamos pensar otra técnica que pudiéramos utilizar. Teníamos el desafío de estampar con ellas esos universos que se habían formado con las palabras. Llevamos materiales blandos, usamos lápiz para las incisiones y nos acercamos tanto como pudimos a una experiencia del grabado. La muestra fue presentada en la Casa Nacional del Bicentenario. Nuestro trabajo, en sí, formaba parte de una obra más grande. Nos quedó inconcluso el alfabeto, pero lo más trascendente fue que ellas pudieron visitar la muestra. Esas cosas son las que nos reconcilian con el mundo del arte y nos ayudan a elaborar una respuesta, cuando nos preguntamos por la razón de lo que nosotras hacemos. No es que fuimos nosotras a hablar de ellas u otorgarles un lugar, ellas mismas irrumpieron, como protagonistas de ese trabajo que habían hecho y que estaban presentando allí. Nosotras nos pudimos colocar en un lugar de escucharlas y de disfrutar de eso que estaba pasando.

En el mismo penal, pero en la Unidad 48, desde hace dos años y medio coordinamos un taller, que se llama [La mancha liberada](#). En este caso, no es pabellón, sino un sistema de régimen abierto, un lugar dentro de la cárcel destinado a presos que ya están por cumplir su condena o que son premiados por buena conducta; viven en casas, en este sector que está pensado para que se vayan preparando para salir a la calle. Ahí también, cuenta con un espacio la universidad, y ahí también nuestro taller adopta una serie de particularidades que son propias, la mirada debía estar más orientada al mundo laboral, y esto constituía un nuevo desafío para nosotras, porque es difícil pensar el grabado desde lo laboral, y entonces otra vez debimos repensar el espacio que íbamos a proponer.

En el marco de ese universo real y posible, el universo del trabajo, obviamente reditúa más aprender los oficios más comunes, carpintería, electricidad, plomería, y de pronto que se proponga un taller de grabado es quizás extraño, dejando de lado lo hermoso que puede ser tomar contacto con el dibujo y todas las cosas que se generan en un espacio así. Siempre acompañamos los procesos de cada uno, y el taller mismo va contorneándose en relación a sus historias. Eso es lo más interesante. El grabado y la parte de la técnica, por momentos funcionan como una excusa, para que se puedan producir estos encuentros. Pero entendemos que no es cualquier excusa, sino una buena, porque les aporta saberes técnicos, herramienta, tiempos de proceso y laburo colectivo. En un taller de grabado, uno talla, otro imprime, otro limpia, otro prensa, y al final se arma una simbiosis. *La mancha liberada*, para nosotras fue la posibilidad de encarar un proyecto nuevo, diferente, porque teníamos más tiempo y podíamos proponer un desarrollo amplio, con consignas duraderas. Cuando trabajábamos en territorio, con las comunidades, la mayoría de las veces había que comprimir todo en una sola jornada y era muy difícil sacar algo en limpio. Esta vez queríamos hacer algo sostenido en el tiempo.



La primera actividad que surgió, en el taller, fue la preparación de unas telas con palabras que habían ido apareciendo a raíz de lo que ellos mismos imaginaban que podíamos abordar en nuestro espacio: el encuentro, el silencio, el asombro. El resultado fue presentado en un evento en el régimen abierto, y esta fue la primera vez que nosotras sentimos la potencia de la universidad en el penal, llenando un vacío que es elemental para las personas que están privadas de su libertad. Hicimos las banderas con xilografía, la primera técnica que empezamos a trabajar, una técnica rápida, pero eficaz, que requiere el uso de herramientas filosas y se imprime con alto contraste. Otra actividad que les propusimos hacer fue el autorretrato, trabajándolo desde la fotografía, que es un lugar más seguro que el dibujo. Tomamos el ejemplo de un libro que se llama [En qué piensas](#), que está hecho con solapas y detrás de cada una aparece un pensamiento, entonces nos planteamos como un juego, trabajando en nuestros retratos pero a la vez dándole cabida a lo que imaginábamos que estaba pensando cada uno. CUSAM promueve algo interesante, que es que participen del taller tanto las personas privadas de su libertad como los trabajadores del servicio penitenciario, en el afán de reforzar los vínculos humanos.

En otro proyecto que encaramos en el taller, nos propusimos trabajar sobre el territorio que circunda al penal, un barrio de José León Suárez conocido como *República Ciruja*, por el CEAMSE, que, además de la cárcel, es la presencia más fuerte de la zona. De un lado del penal está el Camino del Buen Ayre, del otro está el Río Reconquista, y detrás la montaña del CEAMSE. Mucha gente del barrio cirujea ahí, entre la basura, porque es la manera que encuentra para subsistir. Hace un tiempo, los [iconoclasistas](#) mapearon el lugar, y entonces nosotras nos propusimos trabajar sobre algunas de sus características, no solo ese contexto social, tan particular, sino también el río, los humedales y el contexto ambiental. Siempre que íbamos, nos encontrábamos con las garzas y los coipos, mucho avistaje de aves, plantas. Había una riqueza muy grande, cerca nuestro, y conversando sobre cómo podríamos reflejarla, surgió la idea de hacer un *memotest*.

Siempre teníamos en mente esa premisa de vincular las actividades del taller con algún aspecto de lo laboral, entonces, intentábamos producir cosas que luego ellos pudieran vender o que tuvieran algún tipo de utilidad más allá de la imagen artística. Por un lado, buscábamos la manera de comercializar y vender lo que producíamos, en comercios o ferias del barrio; por otro, seguíamos atentos a lo que se generaba en el espacio del taller, porque resulta que esos animales que habitan el territorio de golpe les traían algunos recuerdos de la infancia o historias que tenían que ver con la vitalidad de cada uno. Entonces nos hacemos el tiempo para conversar de cada cosa. Las imágenes tienen autoría colectiva, porque todos formamos parte de este proyecto común que es *La mancha liberada*. No importa quién es el autor de cada imagen, porque después esas imágenes quedan en el acervo del colectivo.

En un momento apareció la posibilidad de compartir un proyecto con el taller de crónica. Resulta que los chicos nos cuentan que se habían puesto a escribir sobre las recetas de sus madres, y esto nos dio pie para proponer un trabajo de monocopia, y otro de modelo vivo, con la idea de ver cómo, en estas recetas, estaban guardadas las historias con sus madres, con la familia, en sus barrios, incluso dentro mismo del penal. El trabajo fue presentado en la muestra [Arte en Territorio](#), del Centro Cultural Conti, usamos una madera grande, porque nosotras sabíamos que trabajar la madera de a muchos produce una situación de comunidad, de encuentro, que era muy linda para terminar el año. Colaboraron con nosotros los estudiantes de la Secundaria Técnica de la UNSAM. Nos propusimos pensar la historia de Diego Duarte, un chico que fue desaparecido por la policía 20 años atrás, mientras buscaba algo para llevarse de la montaña de basura del CEAMSE. La historia cuenta que la policía lo empezó a perseguir y que finalmente lo enterraron ahí mismo, en la basura. Nunca se encontró su cuerpo. En San Martín, [Diego](#) es recordado,

hay murales que lo homenajean y se trabaja seguido con su memoria y ejemplo.

Cuando pensábamos qué referencias podríamos usar para narrar la historia, alguien habló de *Juanito Laguna*, el personaje de Antonio Berni. Aparece todo el tiempo Berni, por más que no lo busquemos. Será que él también trabajaba con materiales de descarte y abordaba estas mismas problemáticas en sus grabados. En una imagen final de esa muestra emerge la cuestión ambiental, pero siempre desde la historia cultural y social, con Diego en la memoria y una consigna fuerte en la madera: “La vuelta al Reconquista”. Los barrios que están del otro lado de la Autopista del Buen Ayre, llevan mucho tiempo reclamando que se abra un acceso público que les permita volver a disfrutar de su río.



Lo representamos a Diego cruzando el río, en una balsa de telgopor, con sus zapatillas nuevas, con un libro, hablando de la educación. Aparecen elementos diversos en la bandera: las tortugas, los pájaros y las plantas del memotest que habíamos hecho; también la montaña de basura, la quema y el humo expandiéndose sobre el río. Estampamos la bandera en arpillera plástica, la tela de los bolsones. Esta bandera sigue participando de algunas marchas, encuentros, charlas. Es la capacidad de reproducirse que tiene el grabado y las posibilidades que se abren con la circulación de una obra, museos, centros culturales, la calle, una manifestación. El taller nos funciona muchas veces como una bisagra entre el adentro y el afuera, la chance de conectar esos dos mundos.



Es la construcción de un proceso de confianza lo que permite que afloren las frases y las expresiones, cada vez que nos proponemos arrancar con un nuevo proceso de trabajo. Al principio no se nos daba tan fácil. Todo lleva su tiempo. De a poco, pudimos agarrar el lenguaje carcelario y trabajarlo, como si fuera arcilla o plastilina, para transformarlo desde la imagen o buscarle nuevas formas. Tiene que ver con encontrarle el tono a las cosas, pero con la manera de ellos, sin pretender implantar nada que les sea impropio. Este año, participaron de la [Feria Migra](#), de arte impreso, y de otras ferias que organiza CUSAM. Los que van saliendo en libertad, buscan ferias afuera para vender las cosas que producimos acá adentro. Otro ejemplo para entender a la estampa como un puente, fue una imagen que hicimos para el 24 de marzo, que salió a la calle a marchar y terminó intervenida por un grupo de serigrafistas en un homenaje

a las víctimas frente un ex centro de detención clandestino. Una vez que abandonan el taller, las piezas circulan de manera presencial y también virtual, porque en la cuenta de Instagram de *La mancha liberada* se difunde cada afiche o laburo que colgamos, y eso también es parte de algo que se está expandiendo.

Este año, trabajamos con los tatuajes de los chicos, utilizamos la técnica de la punta seca, que es muy distinta a la xilografía porque requiere más paciencia y delicadeza, se trabaja con otros materiales, de manera más reducida. Se parece al tatuaje, porque es una incisión con punzón sobre material -puede ser un plástico o un metal blando- para que entre la tinta. Igual que pasa con las otras actividades del taller, el tattoo nos daba pie para charlar sobre las historias detrás. Una de las últimas participaciones que hicimos fue por una invitación al Centro Cultural Borges, en el marco de una [exposición colectiva](#) que se llama *Las herramientas existen en los gestos de aquello que vuelven posible*: elegimos trabajar con un poema sobre la libertad que escribió Paco Urendo desde la cárcel, y ese poema inspiró a Fabi, uno de los participantes del taller, a escribir sus propias líneas: "Soy libre por tener un pensamiento desmedido (...) no tener atadas las palabras que quedan por descubrir". Hicimos una bandera grande para poner en la vidriera, con el poema de Fabi y algunos dibujos inspirados en el texto.

Joel, un chico que formó parte del espacio mientras estuvo en el penal, nos contó que está laburando en una imprenta cerca de la casa, en Zona Sur. Un compañero que cumplió su condena y ahora aplica en el trabajo algunos de los saberes que aprendió en el taller. Ahí está el vínculo entre el grabado y el universo laboral. Quizás no lo habíamos imaginado de esa manera, pero ahí está.

Xina Ocho

Mi nombre es Carla Ochoa pero firmo mis obras como *Xina Ocho* y así también me encuentran en las redes. Soy arquitecta e ilustradora, trabajo de docente y tatuadora. Esa sería mi presentación formal, pero me interesa más contarles cómo realmente yo me considero. En un dibujo que hice hace mucho tiempo, decía que me autopercibo como un cuco que se encierra a dibujar lo que le molesta. Empecé a explorar la ilustración a través de las historietas y el humor gráfico, allá por el 2014, de una manera muy autobiográfica y con las herramientas que tenía a mano, que eran más bien rudimentarias.



Mi relación con el mundo de lo gráfico y lo creativo tiene una doble raíz, la angustia y la necesidad de ser entendida por un otro. Me hubiese gustado que fuera desde un lugar más feliz, pero, en realidad, fue esa necesidad lo que me impulsó, no tanto la admiración por otros autores ni el consumo mismo de la historieta. El dibujo fue el arma que tenía a mano para expresarme, para comunicar emociones. Mis inicios son el intento de desatar esa angustia, o darle un sentido, siempre como una herramienta y con la intención de comenzar a ver la vida como algo más soportable; sentía que ficcionarla era una forma de desanudar. Entonces, pienso la creación como éxtasis, y también como purga y catarsis. Hay una historieta que refleja, justamente, mi manera de trabajar, y ahí subyace esta especie de catarsis o de purga de mis propios monstruos.

Empecé a notar que era como un patrón, esa relación muy caótica que tenía con lo creativo. Yo venía de la arquitectura y mi relación con el dibujo tenía más que ver con ese palo. Después, con el tiempo, me fui relacionando con mis colegas de la ilustración y conocí procesos creativos muy diferentes a los míos. En un afán de ordenarme, o de adoptar cierto método, intenté apropiarme de algunos de estos elementos, pero tampoco me terminaba de funcionar. Me frustré, porque cuando ves el resultado de los otros y lo

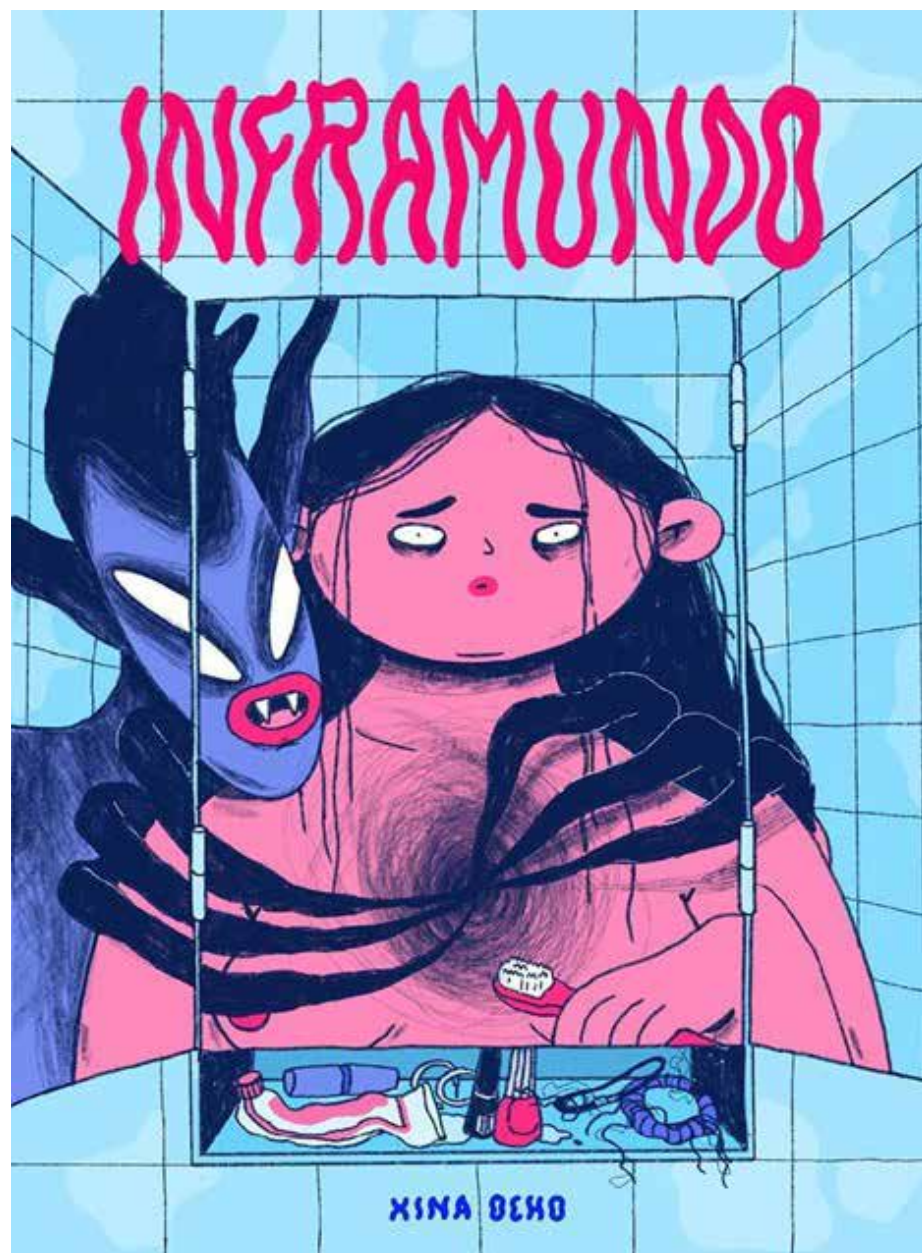


ponés en espejo con tu propio proceso, es difícil sentirse a la altura. La comparación y la sensación de no poder, pueden hacer que te quedes a mitad de camino. Incluso con esa frustración auestas y con una cosa de autoflagelo, intenté registrar mi proceso y ver si me conducía a algún lugar. Me despojé del resto y también de mi propia opinión sobre cómo tenía que ser un proceso creativo.

La primera instancia de ese registro fue la producción de un diario íntimo. Mi trabajo siempre bordea algunas cuestiones de salud mental y esta incapacidad de desenredar cosas, como si fuera una suerte de terapia alternativa. Muchas veces me pasaba que había cosas que no lograba poner en palabras, y que solo podía abordarlas desde otro lenguaje. Tal vez veo una película, leo un libro, escucho música, y me doy cuenta de que hay una comprensión que está despojada de un análisis racional, y que nada más está en el cuerpo como una emoción, o una sensación, sin que medie la palabra. Mencionaba mi angustia, o lo que necesito sacar de adentro, pero lo mismo vale para cualquier otro tipo de emoción que uno pueda experimentar, bajar la información sin filtro y, sobre todo, sin juzgar. Quizás son cosas que no se las vamos a mostrar a nadie, quizás es una conversación con uno mismo, y eso me permite fluir mucho más. Lo relaciono con la idea del vómito, porque es algo visceral, que no pasa por ningún filtro moral. Es el intento de bajar simplemente lo que estoy sintiendo, y ni siquiera tiene que ver con la necesidad de pensarlo como una historia, o de ver la utilidad que pueda llegar a tener. Desinflamar un poco la cuestión neurótica. Solo eso.

Esos vómitos, que son mis notas, pueden tener registros distintos: a veces se me da por escribir, pero últimamente uso bastante las notas de voz del celular, porque encontré que es ágil y que no me exige siquiera tener que sentarme. Lo único que me propongo es acopiar el material. Tenerlo ahí. No tengo necesidad de retomarlo pronto, pero ya sé que está procesado y eso me da un alivio. Cuando escribo en papel, muchas veces es como si estuviera poseída, escribo muy rápido y después capaz que no me entiendo y es un bajón. Otras veces, esa información me baja en forma de dibujos o viñetas, no es lo más común, pero sé que me puede suceder y entonces lo dejo ser. Son todas cosas que pertenecen a un espacio muy íntimo, que forma parte del proceso creativo y le otorga sentido.

Esta parte más personal del proceso la hago casi de manera diaria. No es algo que me programe, sino que ya lo tengo bastante incorporado. Entonces, cuando me siento a trabajar, sé que tengo esta base de todas las cosas que me interpelan, y que puedo ir a bucear ahí. Por lo general, como les decía, son sensaciones de angustia o de enfado, las que me movilizan. En este momento social y económico que nos está tocando vivir, honestamente me cuesta encontrar situaciones de disfrute. Cuando es así, me permito trabajar con lo que me salga.

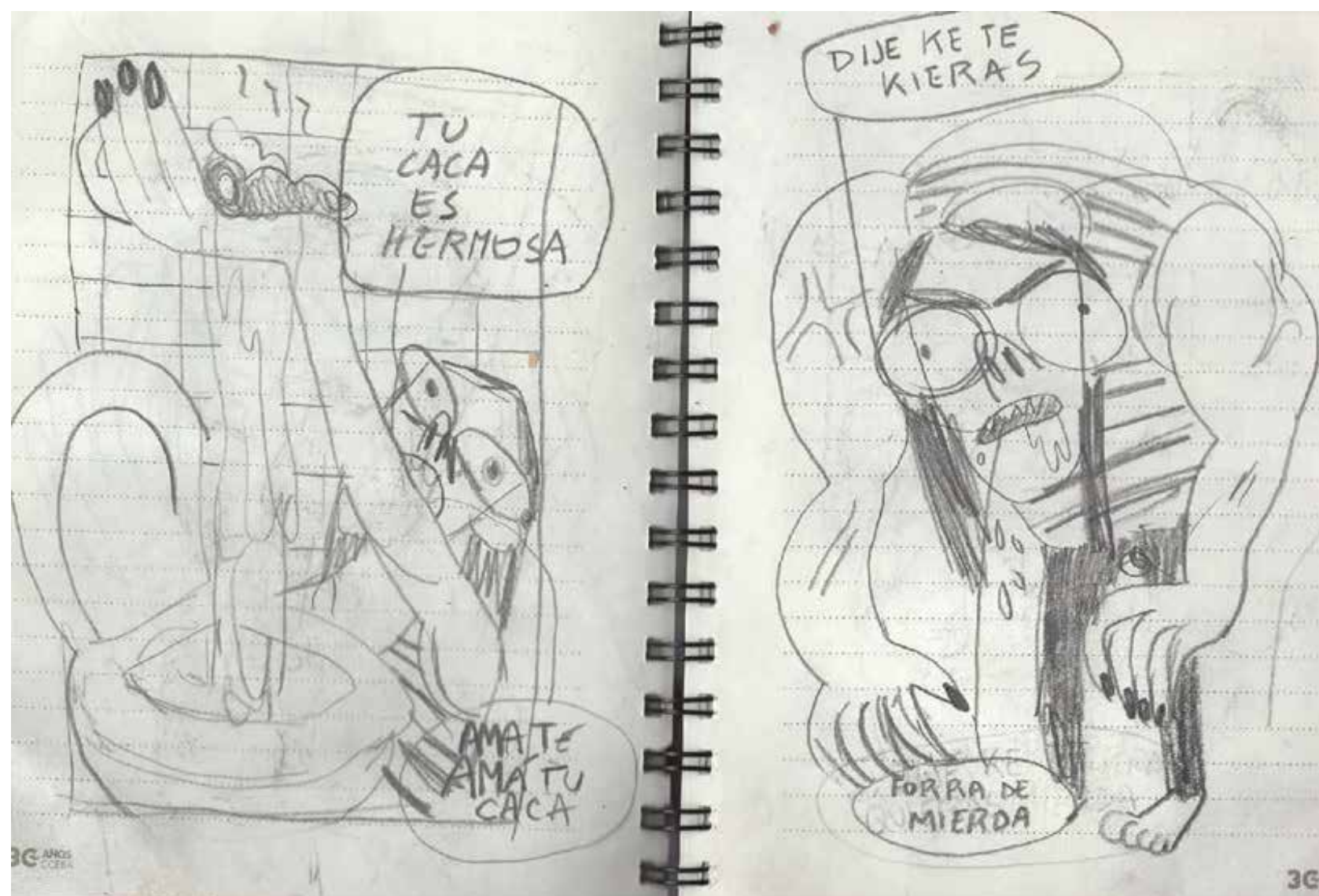


Publiqué un libro, *Inframundo*, que me llevó mucho tiempo de trabajo, porque contiene material que escribí durante cuatro años aproximadamente. Al comienzo, creí que sería una novela gráfica, pero el que fuera tan largo el proceso hizo que el libro mutara de forma. Otra vez, tuve que despojarme del proceso creativo de colegas que, por ahí, tenían métodos de trabajo más estructurados, con escaleta, boceto y guión.

Descubrí que no voy por ahí -si me obligara a hacerlo así, la pasaría mal-, y que tengo que soltar ciertas amarras, para poder disfrutar al cien de mi trabajo. Quizás un día me levantaba con ganas de laburar una parte del libro que no se condice con el principio de la historia, ponele que está por el medio, no tengo muy claro lo que pasó antes, ni lo que va a pasar después, pero, si me divierte agarrar eso, entonces voy y lo agarro. Me cuelgo ahí, a ver qué pasa. Capaz que surgen otras escenas, partes nuevas de la historia.

Se me vienen a la cabeza dibujos que hice, sobre algunas cosas que me enojaban. En un momento se puso de moda la idea del amor propio, y eso me daba un montón de material para llevar después a la historieta. Cosas más espontáneas, que no requerían una narrativa compleja sino que salían más fácil y rápido. También, situaciones cotidianas mías, que quizá pueden repercutir en otras personas, como la paranoia que me puede dar cuando viajo en subte, es todo bastante oscuro, pero, bueno, es mi vía de escape. Pasarlo al dibujo final, suele ser la instancia más fácil del trabajo, entre muchas comillas, y también la más aburrida y tediosa, porque ahí sí me exige ser más ordenada y metódica. Ya no puedo coquetear tanto con el caos, solo tengo que sentarme y ordenar el material, elegir paletas, cosas más de la técnica. Me gusta jugar con lo digital. Antes trabajaba más en papel. Ahora, por una cuestión de agilidad -y también porque soy impaciente y necesito ver el laburo terminado-, uso más el *procreate*, pero como si fuera un medio analógico.

Primero me imaginé que *Inframundo* iba a ser un libro autobiográfico, entonces daba muchas vueltas con los personajes. En el medio, comencé a sentir vergüenza de relatar ciertas cosas, tal como habían ocurrido, y a la vez me daba la impresión de que podía ser un desafío más interesante armar una ficción, usando todas esas emociones que me atravesaban. Me resultó difícil, pero el proceso creativo estuvo genial, fue estresante y me despertó sensaciones desconocidas. Me estaba embarcando, también, en el universo del fanzine, recuerdo que volví a trabajar sobre el amor propio, pero que también abordé el tema de las redes sociales y los cuerpos gordos. La experiencia del libro, si bien fue ardua, también fue útil para seguir asimilando la coexistencia del caos y el proceso creativo. Error, disfrute y proceso, las tres cosas a la vez.



Me gusta experimentar con las paletas, en relación a la emoción que estoy tratando de comunicar. En ese sentido, suelo estar un poco más atenta. Igual, como les decía al principio, no entré a la historieta con muchas refes, sino que más bien me abracé a ella, como vía de escape y expresión. No me sentía completa ni con la escritura ni con el dibujo. Los combiné de una manera muy rudimentaria, tratando de aferrarme. Hacer una historia coherente -aceptando mis errores, pero haciéndola-, me hizo poner en valor ese espacio seguro que había descubierto y donde podía hacer mi catarsis. La relación con el arte me funciona por ese lado, no es virtuosismo gráfico, sino expresión de lo emocional y lo social.

Ya dije también que mi motor es la angustia, o algún otro sentimiento que me atormenta, y que el fin de lo que hago es encontrar un otro que me entienda. Generar lazos. Pensando en lo importante que era eso para mí, se me asomó por el balcón la idea de un experimento nuevo y le puse como nombre *El club de intensos*. Al comienzo, en realidad, se llamaba de una manera más elegante: "Diario íntimo ilustrado". Lo que me pasó fue que, tratando de registrar ese proceso mío medio caótico, tratando de darle un orden en

el mundo, terminé pariendo un espacio para otras personas, que no era tanto para aprender a dibujar -nunca me pensé en ese lugar-, pero sí para compartir ese espacio seguro y que el otro encuentre también su manera de ser, de comunicar y de lidiar con los temas de su salud mental. Una suerte de autoanálisis, en otro lenguaje, sin bajada moral, simplemente como acompañamiento.

Tenía escrita una presentación pensando en la propuesta del club: “La historieta autobiográfica es un género que nace de la intimidad, generando en quien redacta o dibuja un espacio de reflexión sobre los sentimientos de desarrollo de ideas y de análisis de la cotidianidad. En este taller, guiaremos a los participantes para que puedan dibujar situaciones autobiográficas y emocionales cotidianas. Durante tres horas, trabajaremos de manera práctica sobre los elementos y recursos básicos que pueden usar para crear su propio diario íntimo ilustrado.” En la actualidad, lo suelo ofrecer en formato intensivo, o bien en convenciones y encuentros, algunas veces que me han llamado para presentarlo.



Durante la pandemia, lo planteé como una propuesta anual, fue un proceso lento y detallado que me permitió hacer un seguimiento más piola. De todos modos, siento que en cualquiera de los formatos, sea más largo o intensivo, sacamos conclusiones copadas. Siempre me tomo el trabajo de aclarar que no es un taller para aprender a dibujar, sino para soltarse y en todo caso aprender a comunicar cosas. Siempre hay más de una persona que está miedosa al papel. Me gusta trabajar con marcadores, para asimilar el error. No me gusta tanto el lápiz, ni detenerme en lo minucioso, prefiero ir de lo general a lo particular y tener mucho material para editar. Con eso, les propongo el ejercicio de hacer un diario íntimo, aclarando también que no tienen por qué mostrárselo a nadie. Me gusta ser respetuosa de la privacidad de todos, entonces es un ejercicio súper personal, que no requiere enseñarlo pero sí exige escribir mucho y constante.

Lo que acaba pasando, es que se desatan algunos nudos o, mejor todavía, que se amplifican las cosas que ciertamente los interpela. *El club de intensos* es un espacio de catarsis colectiva, que les propone a sus participantes trabajar las emociones para transformarlas en lenguaje gráfico y poder comunicar un mensaje. Si lo logramos, vamos a estar alineados con el proceso creativo propio. El fin, para mí, es conocerse mejor uno mismo, para generar lazos de calidad con los demás.

Consideraciones finales

Pregunta de la sala: ¿Hay una manera adecuada de gestionar los obstáculos, conforme se desarrollan los proyectos artísticos?

Powerpaola: En los obstáculos está el camino. No creo que el arte se trate de ir recto hacia una meta. Cada uno más o menos tiene visto un horizonte, pero, lo más lindo es el proceso y siempre el camino es muy distinto a lo que sea que nos habíamos imaginado. Hay que aceptar que no es la realidad, eso que teníamos en mente, nunca las cosas van a resultar igual que como nos suenan. A veces, tenemos la idea de un dibujo, por ejemplo, y luego, cuando lo dibujamos, nos damos cuenta de todas nuestras limitaciones, y ahí está la chance de aceptar quién es uno, e ir, poco a poco, tratando de hacer lo más parecido a esa



idea que nos habita. Así y todo, a lo mejor nunca lo sabremos. ¿Quién es uno? Somos muchas cosas porque todo el tiempo nos estamos encontrando. La identidad, para mí, no es algo fijo. Estamos todo el tiempo encontrándonos, a nosotros mismos y a los demás. La híper conexión está en uno, tenemos millones de referencias, cada uno de nosotros y nosotras. Por mucho que creamos que lo que hacemos es una creación enteramente nuestra, pues yo creo que no, porque hay ciertas cosas que nos llamaron la atención desde la niñez, las cosas en nuestras casas, los dibujitos animados, todo lo que consumimos a lo largo de nuestra vida.

Xina Ocho: Aceptarse en el error, también hace a la identidad. Yo tenía mi propia utopía, sobre cómo debía ser ese libro que estaba haciendo, y después chocaba con un montón de factores de la realidad que hacían que todo fuese muy distinto. Pero, al final, logramos algo que es real y tangible, y hay que ponerle valor. El hecho de que podamos lograr las cosas que nos proponemos, incluso con los errores auestas, es valioso. No hay que quedarse empantanado en el obstáculo, sino con lo que hiciste.

Fábrica de Estampas: Siempre escuchamos decir que “el arte transforma,” pero, cuando se dicen esas cosas, muchas veces se está pensando en los que reciben el arte, como si fuera una mercancía que se pasa de mano en mano. En nuestro caso, serían los chicos del penal. La transformación es transversal a todos los que participamos de un hecho artístico, o de un espacio como el taller. Es del público, que visita una exposición o consume las cosas que producimos. Pero, es de nosotras también, que todo el tiempo nos sentimos transformadas. En el contacto con el otro, se invita a la reflexión, se produce un pensamiento, se intercambian miradas. Es parte del camino que hace una obra. Hay mucho prejuicio, cuando se habla de las personas que están en situación de encierro. Escuchamos cosas muy difíciles: “¿Por qué este museo tiene que trabajar con gente que está presa?” le oímos preguntar a alguien en una ocasión. Y también es común que el público romantice esto que decíamos de encontrar el tono a las palabras e imágenes tumberas, en el taller, es el universo más cotidiano de los chicos, pero afuera se traduce con un tinte romántico o divertido que es finalmente lo que vende. También hay que lidiar con ese tipo de situaciones.

Pregunta de la sala: ¿Es importante elaborar una idea sobre el público que puede consumir el trabajo que hacemos como artistas?

Powerpaola: No me detengo a pensar en qué tipo de público me consume. No lo tengo tan presente, y menos cuando me pongo a trabajar con mis historietas. Como decía Xina, son momentos catárticos que están conectados con un proceso personal. Obviamente, una quiere contar una historia para que resuene en otros, pero no es algo que esté pensando mientras produzco. Después, cuando alguien se acerca para preguntarme algo, o charlar, entonces sí me doy cuenta de la potencia de mi trabajo, que puede ser un dispositivo para que alguien más se cuente su propia historia, o se atreva a encender su propia narrativa. Hay muchos puntos de vista y es muy interesante cuando la gente empieza a relatar su vida. Cada vez que leo algún libro de autoficción, que narra el contexto del autor, lo tomo como un material histórico y un archivo de memoria. Es una inspiración, o una liberación. Gracias a que tantas mujeres contaron su historia o la dibujaron, se me han abierto puertas para hacer lo mismo, pero con mi propia particularidad.

Xina Ocho: Si bien mi proceso creativo lo encaro desde un lugar narcisista, en ese sentido de procesar las cosas más personales, lo que hago siempre termina siendo motivo para encontrarme con otro, un otro que hable mi idioma, o inclusive que nos podamos entender en distintos lenguajes. No estoy pensando en quiénes consumirán mi trabajo -siento que puede ser contraproducente-, pero, una vez que ya está hecho, me encuentro con un montón de gente que quizás se siente atravesada por lo que cuento. Ahí se produce una conexión, y esa es la razón de todo lo que hago.

BIOS

Panchopepe, Francisco Ferreras, es un dibujante e ilustrador argentino conocido por sus obras llenas de humor y crítica social. Sus ilustraciones han sido publicadas en diversos medios, como diarios, revistas y libros. Transita con fluidez por distintos caminos de la plástica. Viñetas humorísticas que sintetizan un espíritu de época encarnadas por un personaje múltiple de trazos mínimos, alternan con pinturas que remiten a la historia del arte cruzada con situaciones de nuestro tiempo, más sus ilustraciones en la revista *Crisis* que se han constituido en una especie de editorial sobre cuestiones cruciales de la actualidad.



Powerpaola, Paola Andrea Gaviria Silguero, es una artista plástica, historietista e ilustradora colombo-ecuatoriana. Es la autora de las memorias gráficas *Virus Tropical* (2009), llevada al cine en el 2017, *Por dentro* (2012), *Diario* (2013), *qp* (2014), *Todo va a estar bien* (2015), *Espero porque dibujo* (2019) y *Todas las bicicletas que tuve* (2022). Su trabajo es generalmente de corte autobiográfico y explora el dibujo, la narración, lo cotidiano y la interpretación de textos, además de tratar temas relacionados con la sexualidad, el feminismo, las relaciones familiares y la búsqueda de la identidad personal. Es parte del colectivo de cómic internacional **Chicks on comics** y apela a darle visibilidad y difusión al trabajo de las mujeres en el mundo de las tiras cómicas y novelas gráficas. Ha vivido y trabajado en Colombia, Francia, Australia y Argentina.

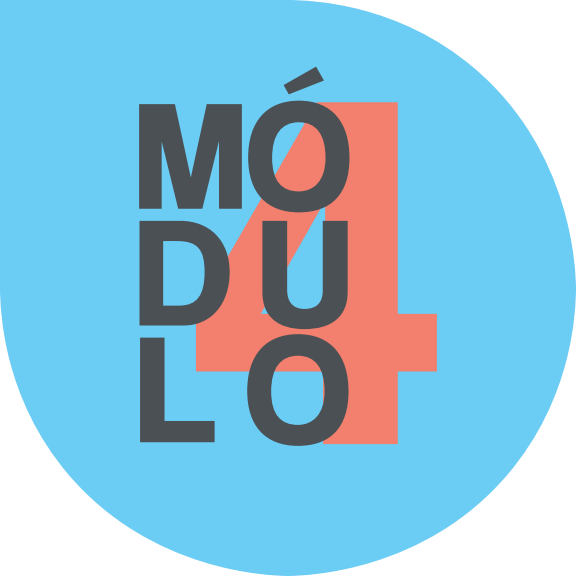
Fábrica de estampas es un colectivo gráfico formado por *Delfina Estrada* y **Victoria Volpini**. Se conocieron mientras estudiaban Bellas Artes en el Instituto Universitario Nacional de Arte (IUNA) en Buenos Aires y en 2011 formaron el colectivo gráfico Fábrica de Estampas. Juntas publican grabados y carteles originales utilizando las técnicas de grabado, xilografía, linóleo y monocopia. Dan clases en su taller, en museos, en barrios y en escuelas. También participan en ferias de arte locales e internacionales. Parte de sus ingresos son donados a diferentes comunidades y organizaciones. Con el grabado como herramienta, logran visibilizar conocimientos y temas que les son queridos.

Xina Ocho es arquitecta egresada de la UBA e ilustradora autodidacta. Desde 2011 se desempeña como docente en la UBA, UNDAV y UADE. También se dedica a la ilustración de forma freelance para distintas agencias de publicidad y tatúa en su estudio personal. Sus ilustraciones más personales presentan con humor negro problemáticas de la vida diaria vinculadas al feminismo, a la autoestima y a las relaciones humanas.

MÓ DULO 4



FUNDACIÓN
WILLIAMS



Módulo 4. Miércoles 8 de mayo 2024 – 18h

ESTRATEGIAS COLABORATIVAS: eventos, formatos y experiencias gráficas

A cargo de Víctor Malumián / FED, Luis Juárez / MIGRA / BALAM, Juan Ángel Szama / CRACK BANG BOOM, Sol Díaz y Marcela Trujillo / LA POLOLA - BRIGIDA (Chile).

Este módulo estará centrado en conocer el desarrollo de eventos, ferias y otros formatos consolidados de amplia trayectoria que dan visibilidad y potencian la circulación del arte gráfico. Una oportunidad para conocer de forma directa a gestores que están detrás de estos grandes proyectos y comprender la importancia de la participación en eventos y ferias de arte gráfico.

Exploraremos las habilidades y conocimientos esenciales que permiten destacarse en estos espacios, establecer conexiones significativas y maximizar las oportunidades para la promoción de obra. Nos acompañarán Víctor Malumián de la FED (Feria de Editores Independientes), Sol Díaz y Marcela Trujillo de La Polola (un podcast acerca de la creación de cómics y la creatividad), Luis Juárez de Migra (colectivo que apoya e impulsa proyectos editoriales, de artes visuales y la fotografía) y Juan Ángel Szama de Crack Bang Boom (Convención Internacional de historietas).

Víctor Malumián

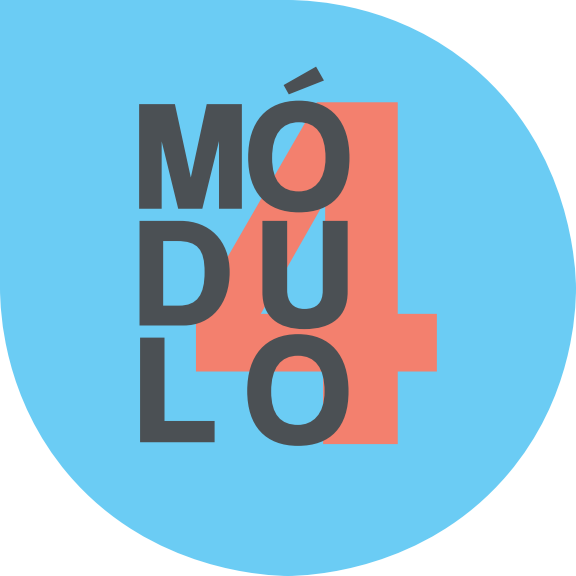
Voy a contar un poco de lo hecho en la Feria de Editores, en este tiempo, para que la conozcan desde dentro todo lo que se pueda. Si se guían por el relato, va a parecer un éxito, pero detrás de cada cosa hubo, al menos, diez errores. No me pareció elegante plasmarlos en la PPT, pero, si después tenemos una ronda de preguntas, ahí se los puedo contar.

La idea de la feria surge porque las editoriales más pequeñas no teníamos nuestros espacios propios. Lo que pasaba, y sigue pasando, en la feria grande de Buenos Aires -que está buenísima y tiene un rol súper importante a nivel latinoamericano-, es que sus salas, por la lógica y el costo que tienen, están más pensadas para que vaya Mario Vargas Llosa que para que vaya una autora o un autor emergente. Y otro problema es que la feria, en ese momento, todavía no permitía stands compartidos -hoy ya sí-: sobran los ejemplos de stands agrupados, que de ese modo se fortalecen. A las editoriales pequeñas, entonces, nos era muy difícil acceder a la feria y por ende tampoco teníamos un contacto directo con las y los lectores. No había ese *feedback* de primera mano sobre lo que hacíamos, que podía ir desde los ejes temáticos de nuestros libros hasta la tipografía que elegíamos. Y esta sumatoria de cosas, nos impulsó a armar otra feria, una feria propia. Pero, les voy a blanquear de entrada que no teníamos ni idea de lo que estábamos haciendo. La única certeza es que necesitábamos un espacio para tratar de compartir y difundir las publicaciones que hacíamos.

Los comienzos

- En 2013 se realizó la primera Feria de Editores, en la sede de FM La Tribu.
- Participaron 15 pequeñas editoriales.
- Se inundó todo :(





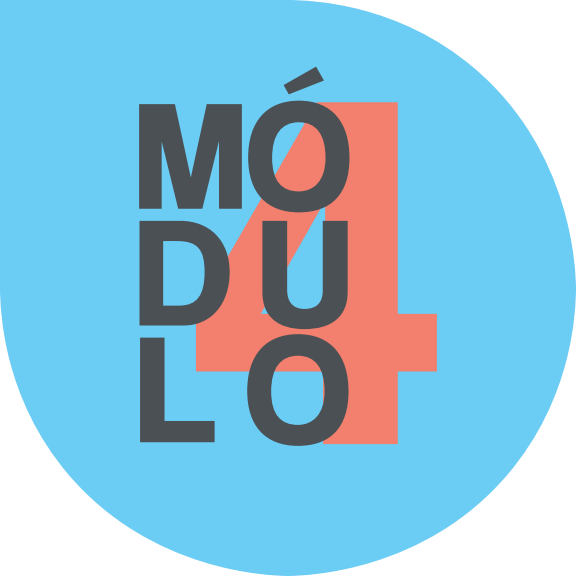
Comenzamos en 2013. La primera edición, por varias razones, se hizo en el bar comunitario de [FM La Tribu](#): la primera, es que era una radio donde habíamos hecho nuestras pasantías -sus dueños en ese momento eran profesores de nuestra facultad-; la segunda, que no teníamos plata ni para alquilar 15 mesas y 15 sillas, y cuando les tocamos la puerta nos ofrecieron todo gratis. Las primeras cinco FEDs, de hecho, fueron gratis: se pasaba la gorra y lo que se recaudaba era para el bar, porque en el evento se ensuciaba el baño, se ensuciaban los pisos. Recuerdo que llegábamos dos horas antes y ahí nomás organizábamos la feria. La primera edición se inundó todo -no sé si por la tormenta de Santa Bárbara, o la de Santa Rosa- y un poco el chiste fue que, a las 15 editoriales que vinieron -que eran 15 amigos- les propusimos que, si no venía nadie, nosotros pagábamos las pizzas, ellos las birras, así armábamos una buena cena.

Creíamos que la inundación era una señal de dios en los cielos para que entendiéramos que no había que hacerlo más, pero resulta que el agua empezó a bajar y la gente empezó a llegar, y al final la feria tuvo como un cierto recorrido. De entrada, supimos que la FED tenía dos caras: una hacia las editoras y editores, y otra hacia las lectoras y lectores. Y que cada una tenía necesidades muy distintas.

Vamos a arrancar con las editoras y editores. El nombre que le pusimos a la feria no remite a un tema de ego sino a una cuestión de criterio curacional: la mayoría de las editoriales cambian sus catálogos, si uno de sus editores -o editoras- es reemplazado; en otros sellos, en cambio, la gracia es justamente que pueden rotar editores sin que sus catálogos se alteren. Nosotros no pensamos la edición como si fuera una industria de ruedas dentadas -y con esto no me opongo ni al concepto de industria, ni al de negocio-, sino que involucramos el factor humano. No creemos, tampoco, en la independencia como un criterio taxonómico, de estar “adentro o afuera”, sino como una zona y una forma de relacionarse. Esto explica, de alguna manera, el nombre de la feria. Otro tema que teníamos muy en cuenta -y que después fuimos confirmando, a través de encuestas anónimas a las editoriales- es que el 80% no vive de la venta de libros: o son docentes, o traductores o tienen otros trabajos. Entonces, una feria de 21 días, o de 15, los parte al medio. Las editoriales, en general, las integran una persona o dos, y cuando están atendiendo un stand, si bien es parte del laburo, las otras tareas quedan paralizadas: no editan, no corrigen, no maquetan y no diseñan. Lo teníamos claro, porque nosotros veníamos de hacer ferias del otro lado del mostrador, como editoras y editores, entonces sabíamos que una feria que va desde las 9 de la mañana a las 10 de la noche, te mata, te deja aniquilado para los próximos días. Y además no tiene sentido, porque hay franjas horarias que no tienen público, entonces conviene concentrarlo en los momentos del día que sabemos que producen mejores resultados.



Otro de los problemas es que las ferias -sobre todo las más grandes- tienen ciertos costos ocultos, no solo de plata, sino de horario y gestión. En una feria grande, te van a pedir que traigas el matafuegos: ese matafuegos hay que alquilárselo a alguien. Fulano y Mengano tienen que estar asegurados: okey, ese seguro hay que gestionarlo. Internet, para tu stand, se tiene que contratar aparte: hay que hablar con Sultanito. Entonces, otra cosa que tenía clara la feria, era que a sus editores había que facilitarles estas cuestiones porque, si les tirás encima el fardo de los costos de tiempo y logística, les paralizás la semana previa de laburo. En la FED, Internet te lo provee la feria, los seguros los saca la feria, y de los matafuegos y los temas de seguridad también se encarga la feria. Ni hablar de los costos directos que implica armar los stands y poner el mobiliario. Eso sí: todas las mesas son iguales y toda la señalética es igual, desde la



editorial más artesanal, cuyo único editor compone tipográficamente la tapa y hace sus propias traducciones, hasta la editorial más grande que puedas imaginar dentro de la feria. Todas tienen el mismo cartel y los mismos metros cuadrados.

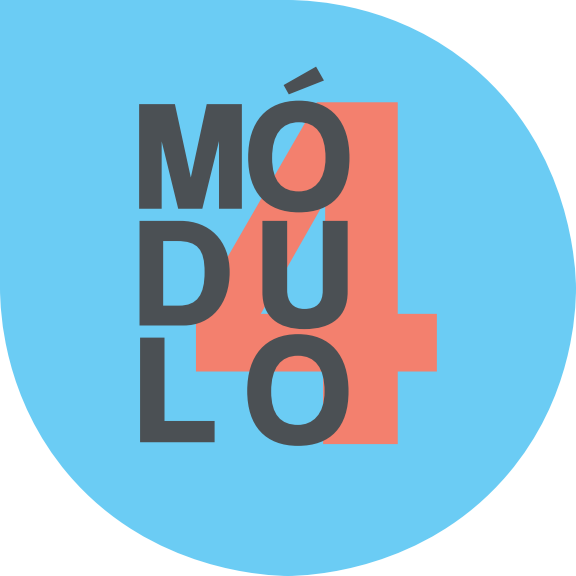
Otro punto que teníamos muy presente, de tanto encontrarnos con otras editoriales independientes en distintas ciudades, era esto de estar tomando una cerveza en Guadalajara, con editores de Bolivia, de Paraguay, de Chile: era una locura absoluta, porque ni la [FILSA](#) es tan convocante para nosotros, ni la [Feria de Buenos Aires](#) lo es para las pequeñas editoriales chilenas, uruguayas, bolivianas. Entonces, era súper importante que la feria pudiera generar conexiones. En esos encuentros que teníamos, por mucho que geográficamente estuviésemos alejados, salían complicidades para pensar distribuidoras, para armar ventas conjuntas al exterior, etc. Había algo, que es muy propio de las ferias, de compartir el tiempo concentrado, muchas horas del día durante pocos días. Quienes hayan participado de estos encuentros, saben que se genera un tipo de intimidad muy rara, porque quizás salís a tomar algo a la noche y terminás compartiendo conversaciones muy privadas con una persona que después no vas a ver por un año. Y lo mismo con los proyectos. Hay una tasa alta de mortalidad infantil, en estas ideas que nacen al calor de la feria, porque muchas mueren temprano, pero luego hay otras que, de alguna extraña manera, se las arreglan para prosperar.

Siempre combatimos esta generalización de que “las editoriales chicas son buenas y las grandes son malas”, pero, así y todo, sabíamos que debía primar una lógica colaborativa, y por suerte pasa mucho dentro de la feria. Hoy participan entre 330 y 340 editoriales, pero, hasta que fuimos alrededor de 40 y 50, todos los integrantes de todas las editoriales teníamos leído al menos un libro de cada catálogo: entonces, uno de los juegos que hacíamos cuando anunciábamos el evento en la prensa y demás, era decirles a las lectoras y lectores que, ni bien se cruzaran con la primera editora o editor, le dijeran sus gustos, para que les pudiera recomendar algún libro de otro catálogo. Todavía impera esa lógica en la feria. Si vos fuiste a buscar libros de música, todos te van a decir “andá a ver [Gourmet Musical](#), o [Caja Negra](#)”. Si fuiste a buscar un policial latinoamericano, te van a decir “mirá, yo no publico, pero andate a ver a la gente de *Aquilina*”. No existe esa cosa de retenerte y tratar de venderte el catálogo propio a toda costa. Lo que hay, es un entendimiento de que vos colaborás con tu compañero y tu compañero colabora con vos.

Otra cosa que pasaba mucho en las ferias, es que nos llenaban de panfletos que luego terminábamos tirando en un tacho de basura. Muy poco ecológico, todo eso. En la FED están prohibidos los *banners* y los volantes. Los únicos papeles que circulan son los que reparte la feria. Tenemos una intención de profesionalizar el sector, pero no en el (mal) sentido de creernos más profesionales si explotamos a la gente, sino en el sentido de prestar atención a la relación que existe entre el tiempo que le dedicás al proyecto editorial y los resultados que obtenés. Es una regla simple: no le podés dedicar más tiempo, si la editorial no puede vivir de y para la editorial. También vimos que no había una catalogación seria de las editoriales pequeñas, ni de librerías pequeñas del país, y entonces nos planteamos generar ese material: durante cuatro años y con una tirada promedio de 7 mil ejemplares, se repartió de manera gratuita un [catálogo](#) que reunía 350 librerías de todo el país, ordenadas por provincia y por localidad: la lógica era que te enteraras de una librería que está buenísima, a un par de cuadras de tu trabajo o en el lugar donde te vas a vacacionar. ¿Por qué? Porque la feria dura tres días, pero las librerías están abiertas los restantes 362. En el catálogo, también estaban nucleadas las 200 y pico, o 300 editoriales que participan de la feria, ordenadas temáticamente, para que cada uno pudiera orientarse según los gustos que tiene, y también para que pudiera descubrir cosas diferentes. De paso, terminó siendo un material de referencia para quienes arrancaban a distribuir: ahí tenían acceso a una gran cantidad de librerías, con sus datos de contacto, sus preferencias temáticas y demás.

Otra premisa que queríamos combatir era la de “estar por estar” en la feria, no importa si es rentable o no. Lo que implementamos, a través de la encuesta anónima que les comentaba que hacemos a las editoriales, fue la pregunta sobre cuánto vendió cada una, para procesar esa información y que todos los participantes pudiesen tenerla también. Así vos sabés con exactitud lo que pasó durante la última edición: qué promedio de ventas hubo, cuál fue la mediana, cuánto vendió el stand que más vendió y cuánto el que menos vendió. Entonces, en lugar de andar preguntando a colegas, o averiguando algo entre la dispersión, intentamos que las editoriales sepan de entrada cómo viene funcionando la feria, sobre todo para ayudarlas a calcular las reposiciones. Cuando hablamos de profesionalizar, hablamos de estas cosas. No se trata de estar todo el tiempo cambiando lo que publicás, para tratar de pegarla, sino de ver cómo llegarle mejor al público que te interesa, a través de lo que vos hacés.

Hay una imprenta, [Porter](#), que nos apoyó desde temprano -creo que la primera vez que apareció fue cuando estábamos en la [Central Newbery](#)-, porque, como les decía antes, no teníamos plata ni para poner un *banner* desplegable: la dueña nos lo terminó regalando, porque estaba copada con la idea y el proyecto. Desde ahí empezó una relación con la imprenta. Y después, cuando la feria se volvió más grande y quisieron hacer un aporte más interesante, les propusimos que nos regalen la impresión del catálogo y los mapitas del espacio, a cambio de que fuera la única anunciante en su rubro. Un par de años más tarde nos dimos cuenta de que las librerías y editoriales variaban muy poquito y el catálogo anual se tornaba repetitivo. Desde el año pasado, entonces, en vez de un catálogo la gente que viene a la feria se lleva de



regalo un libro, con un eje literario: para su primera entrega, fue “la traición”, y le pedimos a una serie de escritoras y escritores que colaboren con un texto alusivo. Cuando se arma la fila para entrar en la calle, que llegó a ser de cuatro cuadras, ahí aprovechamos para salir a charlar un poco y les repartimos a cada uno su librito y el mapa de los stands. En la feria también hay un café de especialidad y, en esta misma lógica, en vez de cobrarle a ese local una concesión, le propusimos que durante esa hora pico, cuando se arma la fila, salgan y le regalen café a los visitantes. A ellos les sirve, porque la gente prueba ese café que está buenísimo, y después les terminan consumiendo. Hay otros anunciantes que sí que ponen plata, y eso nos sirve para solventar otros proyectos, pero, en esos dos casos puntuales, preferimos no llevarnos dinero y que retorne en un servicio que está bueno para los lectores y para las editoriales.

En relación a nuestras lectoras y lectores, queríamos hacer algo especial. Las ferias grandes contratan a sus vendedores un mes antes, porque no lo pueden resolver de otra forma, y esa persona no puede leer los 300 libros de un catálogo. En la FED, decidimos que sí o sí tiene que estar presente el editor o la editora de cada stand, porque sabemos que no hay nadie mejor que ellos para recomendar y hacer las conexiones más sorprendentes dentro del catálogo. Simplemente porque son ellos y ellas quienes pensaron ese catálogo. Esto ha redundado no solo en ventas, sino en el valor que le dan las lectoras y los lectores cada vez que van a preguntar algo y regresan con una respuesta muy sólida entre manos. Ni siquiera hace falta que los editores estén presentes todo el día en sus stands. Los más grandes casi siempre se llevan un vendedor o una vendedora joven de su confianza, y ellos quizás están en el café, tomando algo. Si hay alguna pregunta complicada, que los jóvenes no pueden responder, con mucho gusto van y se quedan conversando con esos clientes. Otra cosa de la feria, que nos ha traído dolores de cabeza pero también satisfacciones, es la curación que hacemos de las editoriales participantes: lo que nos interesa es que se vendan libros, entonces partimos de esa base. No tenemos inconveniente con los otros productos, ni físicos, ni comerciales ni culturales, pero queremos que la FED esté ligada solo a los libros. Entonces no dejamos que no se vendan otros productos. En las encuestas al público, sale reiteradamente que acá vienen a descubrir nuevas editoriales, y pensamos que es consecuencia de ese laburo de curación. Tenemos un [segmento](#), que se llama “Más de 300 kilómetros”, que agrupa a editoriales que recorren como mínimo esa distancia para llegar a la feria. Son editoriales bolivianas, mexicanas, rosarinas, españolas, cordobesas: no las discriminamos por país. Hicimos esa categoría de la distancia, porque sabemos perfectamente lo que les cuesta el transporte y el alojamiento, y el gran esfuerzo que hacen para poder estar. Encima, como es una feria porteña, es posible que los catálogos que ofrecen tengan menos recorrido. De alguna manera, la feria intenta colaborar para ampliarles un poco más el público.

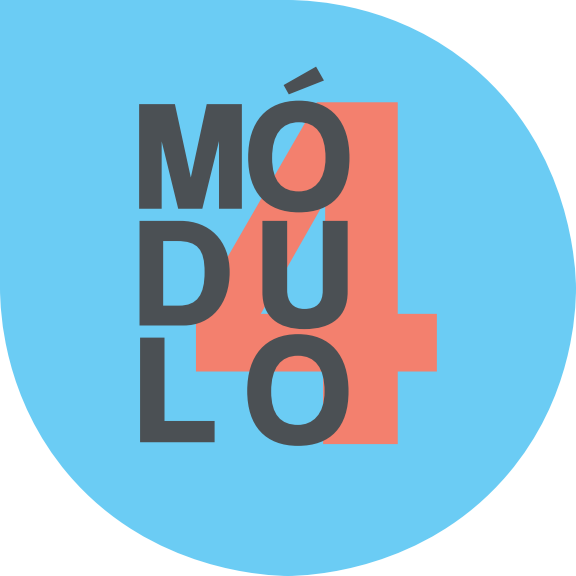
Un recomendador serial

¿Quién es la única persona que debería haber leído todos los libros exhibidos?

“Decime qué música escuchás y te digo qué libro podés leer”



La feria siempre fue libre y gratuita. Tuvimos una prueba de fuego cuando entramos al *Konex*, porque sino es como cuando alguien te dice “yo no me vendo”: bueno, capaz que no te vendés porque nadie te quiere comprar. Pero llegamos al [Konex](#) y nos plantearon dos alternativas: darnos el espacio gratis, pero cobrando entrada, o ponernos un alquiler y que el evento siga siendo gratuito para el público. El tema es que el precio del alquiler era igual que si fuéramos una empresa privada, es decir, que era un montón de plata. Nosotros sabíamos que el tipo de público que nos interesa, el que interpela la feria, viene a comprar libros, y que cobrarles entrada significaba dañarles su capacidad de gasto. Aparte, la FED tiene que ver también con otra parte que es la del relacionamiento, y ahí están nuestros talleres, que se destacan por ser muy específicos: los talleres de diseño, por ejemplo, no fueron de diseño de tapas, sino de un diseño “de



sistemas de constantes y variables en una colección.” El taller que dimos de edición literaria consistió en analizar las modificaciones que se hicieron en una sola página de una novela. Para nosotros es importante esa especificidad, porque los talleres genéricos por lo general no le sirven ni al que está empezando ni al que tiene mucha experiencia. Queríamos concentrar, en esos espacios, un intercambio entre gente que está arrancando en el oficio y la que lleva mucho tiempo.

Otra de las metas que tratamos con mucho ahínco, es que el recorrido sea bastante homogéneo: que no haya zonas centrales ni zonas perdidas. Al principio, cuando la feria era pequeña, era más sencillo, pero, ahora que la feria creció, nos resulta más complejo. Es una de las grandes vocaciones de la FED: no tener segmentos ni costos diferenciados. Algunos datos: el año pasado vinieron, entre los cuatro días, cerca de 22 mil lectoras y lectores; se vendieron cerca de 80 mil ejemplares; había una totalidad de 8500 títulos disponibles; repartimos gratis 9 mil ejemplares del libro/catálogo sobre la traición con textos de autoras y autores latinoamericanos; hubo unas 300 editoriales, de diez países diferentes; el stand promedio vendió 251 ejemplares, en tanto que el costo del stand fue de 31 ejemplares. Esto es para que podamos ver la rentabilidad, que es algo que nos preocupa mucho en la feria: no queremos que la gente venga porque venir, sino porque tiene sentido; y un 48% de los stands tuvieron compras de la [CONABIP](#) (Comisión Nacional de Bibliotecas Populares).

Tenemos dos llamados abiertos a concursos: uno es al [afiche](#) de la FED, que va por la segunda edición y tiene un premio de 400 mil pesos, más productos; y el otro es el premio a la labor librera, que ya va por la cuarta edición y entrega un millón de pesos más un descuento del 50% en compra de libros, en fechas cercana a las fiestas -que es la gran temporada de las librerías-. La lógica de selección no tiene que ver con el metraje de las librerías ni con su estética, sino con el vínculo que cada una tiene con la comunidad y las acciones que promueven en conjunto. El jurado se conoce, con nombre y apellido, y cada uno de sus integrantes aporta una mirada específica sobre la labor general de las librerías.

Por último, van algunos de los resultados que arrojan las encuestas que hacemos al público que visita la feria, en nuestro afán de conocerlo cada vez mejor. En general, en torno a los consumos culturales no hay experiencias sistemáticas y que revistan valor estadístico. Nosotros detectamos que el 54% de las visitantes son mujeres; que el 3% se autodefine como no binario; que el 50% vive en una casa que le pertenece, es decir que no paga alquiler; que el 87% transita algún tipo de pasaje universitario, ya sea una carrera de grado, un máster o un doctorado; el 62% no tiene hijos; el 61% lee exclusivamente en papel; y hay un dato más, muy relevante para nosotros, que es que el 40% del público ya va por su segunda o tercera edición, lo que habla de un interés que logramos producirle.

Otra cosa muy importante es el esquema de [charlas](#): no hay presentaciones de libros -no queremos a tres personas diciendo que un libro es fantástico-; lo que sí hay son ejes temáticos y lo que buscamos es que cada charla agrupe, por lo menos, a dos o tres editoriales; no programamos charlas al mismo tiempo porque no queremos que compitan, al revés, propiciamos que todas las editoriales colaboren en la difusión; no cobramos la sala, el momento de la charla para nosotros es deficitario -pagamos el agüita, ponemos el micrófono y demás-; y lo único que tiene que pasar es que las y los autores hayan publicado con alguna de las editoriales participantes; no nos interesa si una autora o un autor está en su momento de fama y puede arrastrar mucha gente, porque la feria está pensada para las pequeñas y medianas editoriales. Queremos que las charlas estén pensadas como un sistema, porque eso hace que aparezcan voces disonantes, y que probablemente dos charlas no vayan a tener la misma mirada sobre un tema. La feria siempre tiene un posicionamiento político, que se refleja en la curación de las actividades, y nuestra mirada tiene que ver con que quepan todas las voces posibles dentro de cierto parámetro.

Cultura como sistema

Hay una intención latente de poner en juego discursos que se interpelan de forma crítica

CHARLA

Feminismos: un ejercicio de resistencia

En época en la que el feminismo sigue necesitando de mayor visibilidad mediática, se busca reconocer, interpelar, aquello que siempre presentamos como dado, se trata de un ejercicio de resistencia a que se normalicen nuevos estereotipos.

Participan: Alexandra Korman (personas) y Paula Puello (personas)

Invita: 170

FED'19

CHARLA

La crisis es nuestro escenario

Frente a la juventud neoliberal, y frente a la crisis del feminismo, se busca reconocer, interpelar, aquello que siempre presentamos como dado, se trata de un ejercicio de resistencia a que se normalicen nuevos estereotipos.

Participan: Mariana Wajsb, Agustina Paz Preterre y María Inés La Grasa

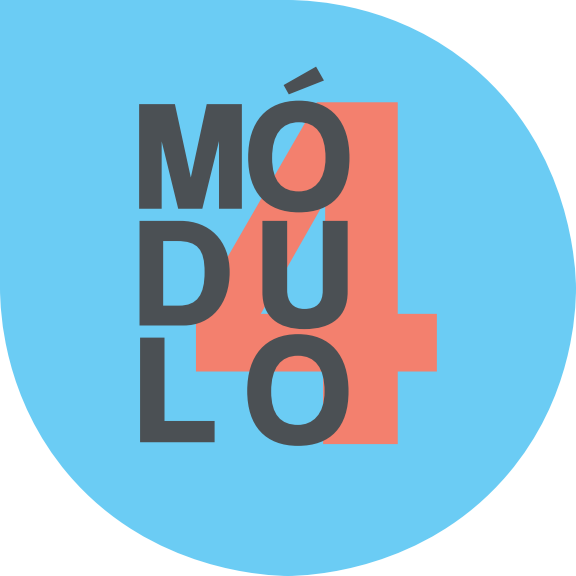
Invita: 170

FED'19

Participan: Mariana Wajsb, Agustina Paz Preterre y María Inés La Grasa

Invita: 170

FED'19



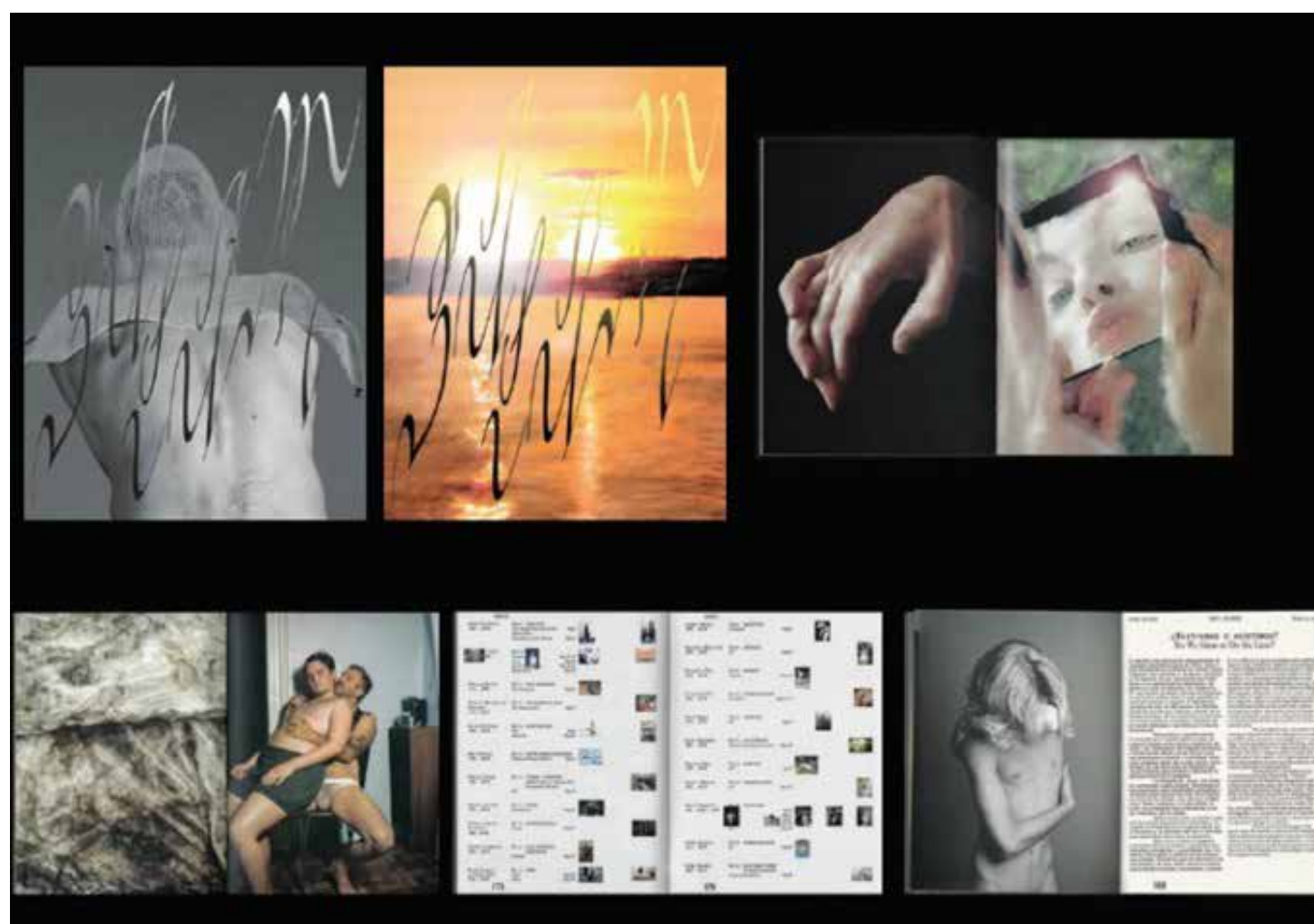
En relación a las charlas, también intentamos priorizar a los invitados que vienen de afuera: cerramos la fecha mucho antes, para que puedan organizarse, y tratamos de que no haya más de tres personas sobre el escenario. Hemos detectado algo: si se produce una charla de una hora, de cuatro personas, ninguna va a poder desarrollar nada demasiado interesante porque el tiempo es muy acotado, y para no quedar en *offside* es posible que acaben recurriendo a ciertos lugares comunes. Proponemos, por esto, charlas de menos gente, pero sabiendo que van a poder hacer un desarrollo más interesante de sus ideas. Quisimos lograr, con la feria, que no sea simplemente una feria: en verdad lo es, porque su lógica es de venta. Pero nos propusimos que se convierta también en un hecho cultural. Que sea algo más amplio. Un hecho cultural y un lugar de encuentro. No voy a usar en vano la palabra *resistencia*: prefiero reservarla para asuntos más importantes que una feria. Hago hincapié en esta percepción de un espacio donde confluyen las personas que se sienten vinculadas con el libro, para discutir, pensar y encontrarnos, al menos una vez al año, para ver qué está pasando, no solo en nuestro rubro, sino, y sobre todo, en nuestra sociedad.

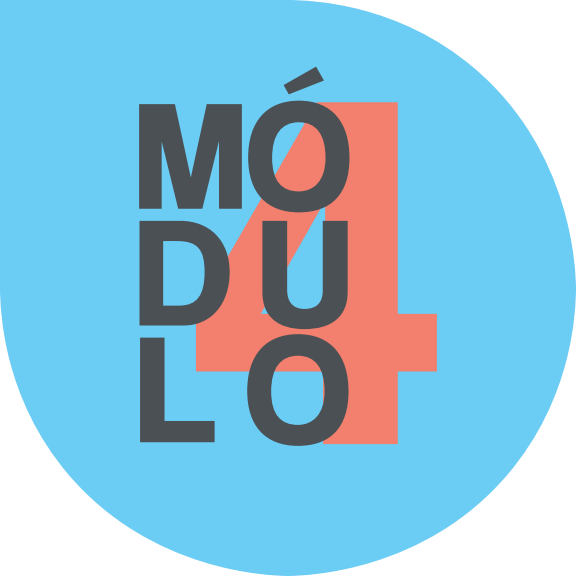
Luis Juárez

Voy a hablar sobre [Revista Balam](#) y sobre Feria Migra, o mejor dicho sobre [Migra](#), a secas, porque fue evolucionando hasta llegar a ser lo que es hoy. *Balam* nace allá por 2015: es una revista de fotografía contemporánea que trabaja con distintos fotógrafos emergentes, colectivos y archivos, con la idea de brindar un espacio que sirva para visibilizar a artistas latinoamericanos que tienen una postura [queer](#). La revista trabaja con minorías y disidencias. Pongo en contexto mi historia personal, para explicar los inicios del proyecto: yo soy de Honduras, migré hacia Buenos Aires hace un par de años, también viví en Santiago de Chile. Entre que me mudo a Santiago, encaro el proyecto de Balam; fui accionando de una manera inconsciente -pero que después termina formando conciencia-, porque lo que pesaba en ese momento, para mí, era la falta de representación. Entonces, surge *Balam*, y surge la feria, y es así también como empiezo a trabajar en el Archivo de la [Memoria Trans](#).

Balam significa “jaguar” y “fuerza”, en lengua maya: es un poco en honor también a mis antepasados hondureños, porque mi país está atravesado por la cultura maya. Comenzó siendo una revista digital, con los recursos que tenía en su momento, y en 2018, para su quinta edición, damos el salto al papel. No tenía idea sobre el hecho de editar una revista, no sabía cómo se imprimía ni cómo se concebía la materialidad de esa publicación. Logro hacerlo gracias al fondo mecenazgo, que, en su momento, era mucho dinero: nos alcanzó para imprimir la revista, para afrontar los costos de producción, hacer una página web. Analizando y comparando, lo que nos dieron este año de mecenazgo alcanza para cubrir apenas el 15% del costo total del proyecto.

Es así como nace. En cada edición, trabajamos con las infinitas realidades, las historias y las luchas de nuestra comunidad. Cada edición, tiene una temática distinta. En la quinta -que fue la primera que se imprimió- elegimos trabajar con la idea de la metamorfosis, inspirados en la [novela](#) de Kafka, porque Gregorio Samsa era un bicho que su sociedad apartaba. Nosotros lo traducimos según nuestra mirada y le agregamos una narrativa fotográfica. Mis proyectos son de convocatoria abierta, es decir que hay personas detrás de cada iniciativa y que ellos están al tanto de lo que buscamos remarcar y cristalizar. *Balam* está traducida al inglés y portugués, para ampliar el público tanto como nos sea posible.



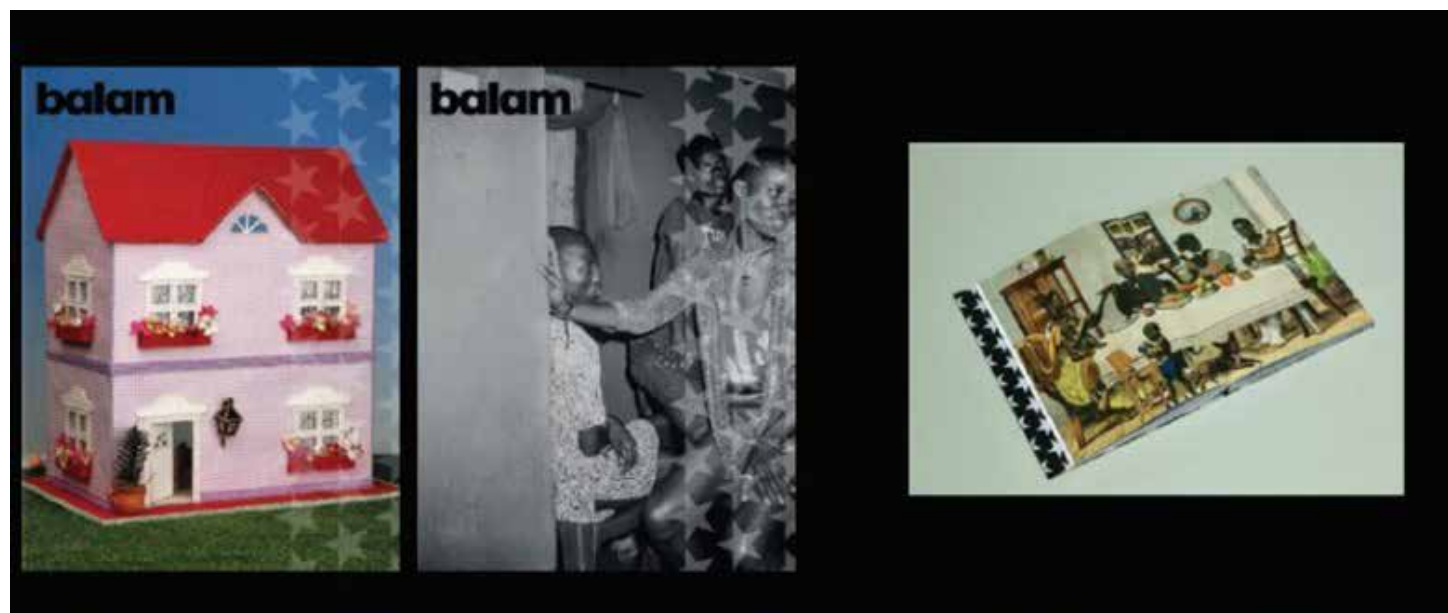


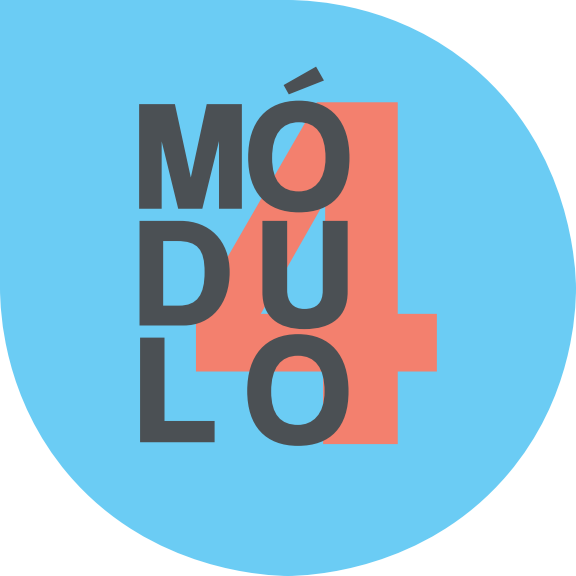
Llevar proyectos de este estilo es complejo porque no existen mercados de revistas de fotografía o de publicaciones periódicas más artísticas, que te marquen el pulso de por dónde hay que ir. Los inicios de *Migra* se explican también por esa falta de contexto. Lo que ocurría era que la revista se distribuía en diferentes países de una manera muy artesanal e independiente, porque tiene una tirada chica. La convocatoria abierta es lo que hace que el proyecto pueda seguir existiendo. Hicimos presentaciones en distintas ciudades, en distintos países, siempre con el objetivo de que se acerquen más personas y que se sientan representadas por *Balam*. Los que estamos detrás de la revista, provenimos de ciertos márgenes, y entonces también se produce un agradecimiento por esa representación, o por el hecho de dar valor al trabajo que se produce. En relación a las temáticas, intentamos apropiarnos de ciertos términos para poder ejercer una transformación, apuntalando la lucha de las identidades de género. En el proyecto no hay nada recto, lineal o estable, justamente porque es un proyecto independiente: hoy estamos, mañana quién sabe. Por suerte, viene teniendo esa constancia de imprimirse una vez al año, y también nos encargamos de concebir la publicación como objeto, porque queremos que tenga un valor en sí mismo. El concepto de la revista tiene que ver con una cosa más periódica, y fugaz, que con el tiempo se termina olvidando. Intentamos darle una vuelta, a esa noción de lo que significa una revista. Poder imprimir la revista es un privilegio, y no me refiero solo a lo simbólico sino también a lo material: somos conscientes del costo que representa y tratamos de ser cuidadosos, valorando cada parte de su edición.

Cada revista es distinta en términos de su materialidad y de su edición. Lo único estable es el formato de 21x28, pero su sistema de identidad tiene que ver con ese cambio, y la idea es generar algo desde cero cada vez que se trae un nuevo concepto. Al hablar de las infinitas historias y de las realidades de nuestra comunidad se piensa el proyecto como una cadena: la quinta edición, sobre la metamorfosis, despertó elementos para la sexta, que fue sobre el mestizaje, y así ha sucedido continuamente, hasta hoy. Con la idea del mestizaje pretendimos poder charlar y mezclar ciertas imágenes y rupturas sobre la idea del género. En relación al proceso creativo, me gusta ver las publicaciones como si fueran una película, con distintos climas y escenarios: eso se va reflejando con el transcurrir de las ediciones.

En la número siete, propusimos el tópico de la fantasía, y nos sirvió para crear nuestra propia fantasía *queer* latinoamericana, con un viaje por las distintas secciones que nutren esa narración. Un término, ese de la fantasía, que lo pensamos desde la marginalidad, como mecanismo de defensa. Es así como Balam lo interpreta. No es solo [una revista](#): es, si no me equivoco, la única revista de fotografía *queer* de América Latina. Además de la publicación impresa hacemos eventos, proyecciones, ferias, charlas, muestras, siempre con la misma idea de generar comunidad, espacios, apoyo, valoración, sobre todo en relación al trabajo de los fotógrafos emergentes. Hay un auge del consumo de imágenes, estamos todo el tiempo saturados, pegados al celular, y queremos proponer una respuesta, para poder frenar, para generar un contenido que incluso pueda trascender hacia otras generaciones. No queremos que todo sea efímero. Retratamos la memoria de nuestros compañeros para que las nuevas generaciones puedan tener acceso a este material histórico.

El número ocho, fue sobre familias elegidas: una reconstrucción social en torno a las familias que uno elige en su comunidad. Se imprimió en 2022. De nuevo está presente esta idea del objeto: queremos que la revista se parezca más a un fotolibro, para que sea perdurable. Con el tiempo, nos empezamos a hacer algunos cuestionamientos: ¿Cómo podríamos distribuirla? ¿Quiénes la consumen? ¿Quiénes están detrás de nuestro trabajo? Entonces, surge un planteo más serio sobre cómo hacer para mover la revista, y fue tomando forma la idea de la [Feria Migra](#). La edición más reciente, que se imprimió el año pasado, fue sobre las nuevas masculinidades. Jugamos mucho con la ironía, también, que es algo interesante, sobre todo considerando los temas que abordamos. La idea de una nueva masculinidad refiere a las masculinidades postergadas: infinitas formas de ser hombre en comunidad. No son ideas nuevas, porque no somos nuevos nosotros, sino que siempre estuvimos. En todo caso, tratamos de elaborar una respuesta frente a cómo nos ve el sistema. Tratamos de afirmarnos en estos temas, que hablan de una experiencia propia, porque detrás del proyecto somos personas, con una capacidad de expresión: la revista que hacemos no quiere ser algo desconectado de su entorno, o abstracto. Y esto tiene que ver también con el modo en que se produce, imprime y distribuye.





Y así surge *Migra*: primero, como una respuesta posible, para que la revista pueda tener su espacio y otra capacidad de desarrollo. Arranca como *Feria Migra*, pero con el tiempo fue cambiando de forma hasta llegar a ser, hoy, una Asociación Civil sin fines de lucro. La idea fue que se arme nuestra propia comunidad, ese espacio de contención, un lugar para meter a las bichas, siempre poniendo el acento en la inclusión. Nos daba la impresión de que la inclusión está siempre contemplada, pero raramente enfatizada. Entonces nos plantamos ahí, y eso nos orientó hacia un público que se siente contenido e interpelado por la propuesta. La feria comienza en 2018 y al principio la hacíamos en un espacio muy pequeño: éramos 30 feriantes y no teníamos idea de cómo debía organizarse el evento. Tanto *Migra* como *Balam* se dieron desde lo autodidáctico, y así fue como hicimos muchas cagadas -pero también tuvimos aciertos-. No hay claves en esto de hacer una feria o una revista. Nos motiva el accionar. Hoy podemos decir que estamos mejor organizados, pero también que asumimos más responsabilidades.



Y *Migra* es poder migrar: que las publicaciones puedan migrar, porque el objetivo es la circulación. La feria se movió por diferentes ciudades como Córdoba, Mar del Plata, Santiago de Chile, y hoy por hoy está más establecida en Buenos Aires. Creció mucho en relación a sus primeras ediciones, y demanda mucho trabajo. Pero, sigue teniendo el mismo espíritu de que las publicaciones circulen, y de generar intercambio entre diversas comunidades. No es una feria de libros tradicional, ni siquiera es una feria solo de texto. Yo la llamaría “feria alternativa de libros”, cuyas publicaciones tienen que ver con otras sensibilidades, y donde también rige una lógica de otras materialidades y técnicas, más allá del rol de imprimir un libro. Todo esto recibe el nombre de “arte impreso”. *Migra*, entonces, alberga esta clase de proyectos, y quienes están detrás son artistas independientes y editoriales muy pequeñas, que no pertenecen al marco de lo establecido y que ni siquiera están en el término medio de la distribución, porque entonces ya se los podría encontrar en librerías o espacios de mayor envergadura.

La feria tiene mucha sinergia en relación a sus contenidos. De un lado podés tener a [Barba de abejas](#), y del otro a [Identidad Marrón](#): dos espacios que producen cosas completamente diferentes y que, sin embargo, cada uno desde su lugar, laburan la inclusión. Otro factor que explica, de alguna manera, el crecimiento que fue teniendo la feria, es su periodicidad: comenzó siendo una feria mensual, que era una locura, pero lo podíamos llevar porque se desarrollaba en un ámbito muy pequeño. Hoy, se hace tres veces al año, con esa misma lógica de ser un motor de circulación, de movimiento. No queremos ser una feria que venga a imponer tendencia ni a romper. La feria sigue siendo el resultado de buscar la manera de poner a circular nuestro laburo. El pensamiento siempre fue generar un micro mercado editorial, con la idea de que el visitante sepa que el día de mañana él mismo puede convertirse en un feriante. Este es el objetivo de hacer la feria continuamente: generar un contagio positivo para que la gente se atreva a

imprimir, buscar el despertar de cada lector, o lectora, para que se piensen también como autores y sientan ganas de ponerle más intensidad a lo que hacen.

Se trata de buscar la forma de conectar mundos diversos. Nosotros somos generadores de contenido y queremos abrir el juego a proyectos y artistas que alimenten esa manera de pensar. *Migra* no tiene un espacio fijo, porque no somos dueños de ningún lugar, y entonces migramos. Es interesante poder entender cada espacio antes de instalarnos. Y mantenemos vínculos con otras ferias de arte impreso: en pandemia, hicimos un formato de feria virtual, y se plantearon conversatorios con experiencias de arte impreso de Chile, Uruguay, Brasil y México. Teníamos coincidencias sorprendentes. Nos separa la geografía, pero el contexto es prácticamente el mismo, en relación a los problemas y los desafíos que nos atraviesan. Hoy estamos en condiciones de poder entender el compromiso que tenemos hacia la comunidad y hacia las editoriales independientes. *Migra*, de alguna manera, es un prestador, pero el proyecto es la sumatoria del trabajo que hacen los feriantes, los artistas, los lectores y los visitantes.

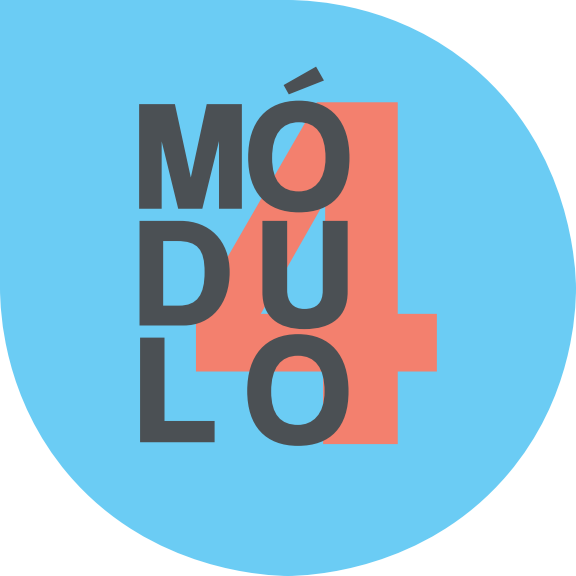


[Escuela Migra](#) fue otra idea que echó raíces en pandemia: un lugar de aprendizaje no formativo, para adquirir algunas herramientas que luego sirvan para defender la inquietud, la incomodidad, el deseo, el vacío. Desalojar esa idea del éxito o el fracaso según lo normativo. Para conducir esta propuesta se incorpora como docente Verónica, de [Editorial Chaco](#). Ella toma las riendas y la escuela empieza a ser como un organismo, una larva que está todo el tiempo mutando y generando contenido por fuera de la estructura feriante.

Migra empezó siendo una feria pero se fue transformando. En la actualidad, se reparte entre la feria, la escuela y la revista. Son alas distintas, pero que se complementan todo el tiempo. En la escuela, se producen diversos talleres, la mayoría en formato virtual y algunos también en la presencialidad. Hay clínicas, seminarios. La feria tiene un filtro para la selección, porque el espacio disponible es acotado. Lo más relevante es el oficio, más allá de si la propuesta es un libro, fotolibro u obra gráfica: hacemos hincapié en la intención de publicar para amplificar el material, sobre todo teniendo en cuenta el tipo de contenido que generamos, un contenido singular, y por supuesto político. La próxima edición de la feria será el 10 y 11 de agosto en Buenos Aires, y esperamos poder confirmar pronto la de diciembre. Nuestros principales canales de comunicación son las redes, y sobre todo la cuenta de Instagram: por esa vía abrimos las convocatorias y recibimos el material. Los invito a que estén atentos a la actividad que difundimos a través de @migramigra y de @revistabalam. En junio vamos a abrir la convocatoria para la feria de agosto. Quiero decir que, si bien el proyecto *Migra* genera una cierta economía, ni yo ni mis compañeros vivimos de la feria, y lo recalco para no romantizar la situación, porque quizás por fuera se vea como algo grande y exitoso, pero la realidad es que hay un laburo arduo y complejo, que hacemos con el corazón en la mano.

La Polola

Somos Sol y Maliki, y somos dibujantes de historieta. Un mundo, el de la historieta, que aquí en Chile seguía siendo muy masculino, al menos hasta hace un tiempo. Siempre nos invitaban a la típica mesa de “mujeres en la historieta”, hablando de lo mismo, respondiendo las mismas preguntas, y la verdad es que se volvía aburrido. Nos empezamos a hacer amigas, nosotras, y enseguida vinieron las ganas y la necesidad de armar un espacio propio donde poder hablar de las cosas que más nos gustaban, que eran



el dibujo, la creatividad, la intimidad del trabajo creativo, los rollos, los delirios y las obsesiones. Siempre tuvimos ganas de hacer una revista, de hacer un festival, de hacer un encuentro y qué sé yo. Conocíamos nuestras limitaciones, pero también nuestras virtudes. La principal era que a ambas nos encantaba conversar. Siempre nos gustó: charlar, discutir, que si leíste este libro, que qué tal ese otro. Y un día dijimos “bueno, dale, hagamos un podcast”. Sería 2015, o 2016, y sentimos que era lo mejor que podíamos hacer para empezar a construir un lugar desde nosotras: un espacio para las mujeres y el dibujo.



No sabíamos hacer un podcast, pero escuchábamos muchos, que nos servían para trabajar, entonces sentíamos que no podía ser tan difícil. Además, teníamos una sala de grabación disponible y recursos a la mano. Inclusive podíamos grabar con el iPhone, pero de eso nos íbamos a enterar más adelante. Teníamos claro lo que queríamos hacer: invitar a mujeres dibujantes para visibilizar su trabajo y tener con ellas las conversaciones que teníamos nosotras en la intimidad sobre las cosas que nos gustaban. Ampliar ese formato de charlas, con personas que sintiéramos que también les podía copar. *La Polola* es un espacio que nace principalmente desde la amistad: de las ganas de disfrutar, de reírnos juntas y de hacer partícipes a otras personas. Nace de compartir un desayuno, o una comida, y de ver la mesa llena de libros y cosas. Era juntarse en ese lugar, a divertirnos. Al menos, esa era la idea que teníamos en la cabeza cuando empezamos con el proyecto. Después, con el tiempo, entendimos que *La polola* no tiene secretos, porque es básicamente eso: nuestra manera de crear vínculos desde una situación de amistad.

La primera motivación fue que vinieran nuestras amigas: ilustradoras, fotógrafas, escritoras, editoras, pero también las que se dedicaban a otras cosas, como gestión, periodismo, música. Finalmente, son puras conversaciones. Las empezamos a hacer todos los viernes, desde la necesidad de encontrarnos a intercambiar. Desde luego que no teníamos ningún tipo de recurso: las juntadas fueron en nuestras casas, hasta que en cierto momento nos empiezan a invitar a diferentes cafés, donde nos ofrecían un desayuno, y entonces se ponía todavía más entretenido, porque nos daban cosas ricas que podíamos compartir con nuestras invitadas. Poníamos en las redes que estábamos haciendo el programa en tal café, le hacíamos publicidad e íbamos creando esos vínculos. Se nos ocurrió dibujar una portada para cada capítulo, que luego colgábamos en [SoundCloud](#), [Spotify](#) e iTunes. Tomábamos fotos de los libros que recomendábamos, que era una de las secciones del programa, aparte de charlar sobre el trabajo de las personas invitadas y de ofrecerles a ellas que traigan música para que escuchemos juntas. Nos pasaba que la mayoría de las dibujantes o personas creativas que venían, siempre andaban con algún libro en sus carteras, o que ellas mismas eran partícipes de proyectos musicales, y sino siempre había un amigo, un hermano, un conocido. Se nos armaba una cosa creativa, de inspiraciones compartidas. Al principio, fueron solo invitadas mujeres, pero en un momento empezamos a invitar también a los varones -menos, claro, pero los hay-. Y también había unos capítulos donde conversábamos nosotras solas, igual que al principio, y ahí nos pasábamos nuestras canciones: había una de [Patti Smith](#), sobre espiritualidad e inspiración, porque nos habíamos quedado encantadas con un libro suyo que leímos, y quisimos compartirlo.

Es muy bonito cómo cada dibujo que hacíamos para las tapas iba contando, también, la historia de la conversación. El dibujo se mete en el mundo de cada invitado y cambia según lo que esa persona nos quiere compartir. Es una parte muy entretenida, también, del trabajo que hacemos. Es muy hermoso ser dibujante y conversar a través del dibujo, y ver cómo el dibujo consigue que nos encontremos con las personas que admiramos. En un capítulo estuvo [Ana Tijoux](#), y nos habló de su vida, nos compartió su historia. En *La Polola* se charla mucho del quehacer, del oficio; pero mucho, mucho, también, de lo íntimo, la familia y el lugar donde nacimos. Igual que los psicólogos, vamos por la infancia y aparecen cosas súper lindas, que después nos hacen conectar con el trabajo. Todo está relacionado: lo que uno hace, lo que uno es.

No se sabía cuánto tiempo duraba cada programa: había capítulos de una hora, de dos y de tres, y los oyentes nos decían que les gustaba que fuera así, y también nos escribían dibujantes para contarnos que nos escuchaban mientras se ponían a trabajar. Éramos una serie de Netflix, y ya teníamos un par de temporadas. Y, como hablábamos desde este lugar de intimidad y amistad, la gente sentía que nos conocía: ya éramos como una comunidad, pasara lo que pasara. Hablamos con la Natalia Valdebenito justo cuando salía de una participación en el Festival de Viña, que la rompió, y fue muy bacán charlar [con ella](#), desde su quehacer. En esa época, una practicante nos empezó a grabar: claro, ella venía con todo el rollo de gente más joven y nos insistía para que hagamos video. Nos empezó a acompañar en todos los programas. Nosotras nunca nos habíamos planteado un rédito económico, solo lo hacíamos por esa necesidad de compartir y de pasarla bien. Ella insistía con que teníamos que colgar los videos en una plataforma, pero nosotras no le cumplíamos con las cosas que nos decía que había que hacer. No entendíamos muy bien el lenguaje, entonces no prosperó. Un poco lo intentamos, pero no se nos daba por ese lado.



Comenzamos a participar en ferias, un poco porque nos llamaban y otro poco porque íbamos solas, y nos convertíamos en reporteras del dibujo y de las editoriales. Agarrábamos los celulares, sacábamos charla, y ahí sí, grabábamos nosotras mismas las conversaciones, de una forma muy rústica. Fuimos a un montón de festivales, como invitadas o coladas, pero siempre con este lenguaje, muy desde la risa y el desparpajo. Son siete años ya, de *La Polola*. Hubo un momento que no encontrábamos el tiempo para el programa: Sol tenía la guagua, el Rafa, que era chiquitito. No podíamos seguir grabando todas las semanas y lo empezamos a hacer cada quince, pero, fue inevitable sentir que bajaba la intensidad del proyecto. Tampoco nos daba plata, y entonces, claro, ¿cómo sostener? La idea siempre había sido que fuera un espacio que quisiéramos hacer, pero nunca desde un sentimiento de obligación, porque no era un trabajo y no había una responsabilidad real más que con nosotras mismas.

Una vez que nos invitaron a la radio, Maliki contó una historia de abuso de poder que ella sufrió en la editorial que publicó su primer libro. Había pasado mucho tiempo y nunca lo había denunciado, pero esa vez la cosa se viralizó y los tipos, incluso, tuvieron que salir a pedir disculpas, porque ya tenían un renombre en el mundo editorial. Fue un momento difícil, que también sirvió para tratar de resolver y sanar desde lo personal.

Polola, en Chile, significa novia, y nosotras le pusimos *La Polola* a nuestro proyecto porque sentíamos que el dibujo era nuestro gran amor, que nunca nos iba a abandonar y que lo queríamos así, tal como era. Cuando pasó todo eso, que fue muy movilizante, Maliki necesitó tener su espacio y entonces nos tomamos un tiempo, también como pololas. La forma que encontré para salir adelante fue abriendo la relación, entendiendo que el proyecto era más grande y ampliando la familia: y entonces la llamé a la [Cecilia Toro](#), una ilustradora que trabaja con la técnica de *stop motion*, le gustó la idea y durante un tiempo las dos hicimos *La Polola*. Cecilia le puso su sello desde la animación y funcionó bien mientras duró. Y un día, muy amorosamente, volvimos con la Maliki, porque el amor y *La Polola* se reinventan. Volvimos con un nuevo café, renovadas, y ahí nomás comenzamos una nueva temporada. Esta vez se nos dio por hacer las transmisiones en vivo, y fue interesante porque todas las personas que siempre nos habían escuchado desde la intimidad de sus casas o sus espacios de trabajo, de repente eran una parte del programa, porque sus nombres y sus comentarios aparecían ahí mismo, instantáneamente, y de esa manera se empezaban a conocer entre ellos también.



Se había empezado a armar como una pandilla que venía a los eventos, se ponía a dibujar, compartía las cosas. Todo era como un círculo virtuoso. Seguíamos yendo a los festivales como periodistas, para entrevistar a los invitados, y ahí nomás grabábamos un capítulo en vivo. Cada vez que venía alguien a Chile vinculado con el cómic o con la ilustración, nos avisaban, o de alguna forma nos enterábamos, y tratábamos de producir un programa especial con esa persona. Se volvió un espacio de intercambio y de conocimiento, incluso con los libros: como hacíamos recomendaciones, las editoriales empezaron a traernos ejemplares de cortesía, entonces intentábamos leerlos y mencionarlos. Participamos de la feria de Colombia, Argentina, estuvimos en Guadalajara, en Angoulême. Ya no nos vinculábamos solo con personas de nuestro lugar, sino también de otros países, y con estas amistades nuevas volvíamos a tener las mismas conversaciones sobre cómo visibilizar el trabajo, las dificultades de compartir, que allá es complicado, que acá también, que cómo lo haces tú, en qué te inspiras, etc. Algunas veces nos turnábamos para no perdernos alguna feria, pero en general tratábamos de estar las dos, siempre en nuestro rol de reporteras del cómic.

Nos pasó de querer promover algunos concursos entre nuestros oyentes, pero nunca tuvimos mucho éxito con eso. Los invitados solían dejarnos sus libros, y nosotras buscábamos la manera de que fuera un obsequio. Poníamos una consigna que nos parecía interesante: “Envíanos tu dibujo para visibilizar la contaminación en esta playa.” Algunas respuestas llegaban, pero, era como que la gente nos quería escuchar a nosotras, y no tanto lo demás. Nos pasó, también, que algunos temas se nos impusieron a la fuerza, como el [estallido social](#) de 2019: sentíamos que no podíamos charlar de otras cosas que no fueran lo que estaba pasando en ese momento. Entonces, en algunos capítulos hay charlas que giran en torno de la actualidad social, de la resistencia desde la gráfica, de los diálogos que podemos tener con esa realidad a través de nuestro oficio.

Con el COVID dejamos de juntarnos físicamente, pero la virtualidad también nos dio una oportunidad bien bonita. Otra vez los vínculos con colegas que viven en distintos sitios: hablamos con [Ana Penyas](#), desde España, y con [Marlene Krause](#), desde Alemania. Publicábamos los episodios cuando podíamos, y ya ni siquiera avisábamos tanto. Las dos dábamos clase de cómic y narrativa gráfica en la [carrera](#) de Ilustración del Instituto Arcos. Y un día nos proponen grabar el programa en el Instituto, con un perfil más institucional. Los estudiantes de Arcos se encargaban del sonido, el audiovisual, las promociones de cada episodio, y esas eran sus prácticas para recibirse. Y así fue como *La Polola* se nos convirtió en un espacio educativo, sin ser algo jerárquico sino hecho desde la amistad como había sido siempre. Pero teníamos ciertos límites, eso sí: un tope de horario, una estructura, lo que viene primero, lo que viene después. Tuvimos que grabar una presentación promocionando el instituto, y todo era parte de un marco más institucional. Nos retaban, porque nos reíamos mucho. En relación a los dibujos, como era un espacio educativo, les dábamos visibilidad a las dibujantes egresadas del Arcos, y los capítulos se grababan en vivo y con público.

Era todo más profesional: los invitados venían en taxi, se llevaban materiales de regalo y una serie de ventajas. La contraparte era que teníamos que cumplir con un formato que nos resultaba muy rígido. De todas formas, fue una experiencia entretenida. Todavía no sabemos si este año vamos a continuar en el Arcos. No nos preocupa. *La Polola* es un proyecto que ya lleva siete años acompañándonos, que tuvo diferentes etapas y que fue testigo de nuestros propios cambios, como mujeres. Ha muerto y ha revivido constantemente. Siempre está como que se va a terminar y a último momento se nos ocurre algo más para seguir adelante. Entonces, hay que esperar. Si no sale lo del instituto, nosotras igual ya venimos pensando en volver a hacer el programa como antes y que los capítulos duren lo que nos dé la gana.

MÓDULO 4

Mientras tanto, seguimos recibiendo comentarios de dibujantes, contándonos que están escuchando *La Polola* por primera vez, y nos agradecen porque nos cuentan que les volvieron las ganas de dibujar o que compraron un libro que alguna vez recomendamos. Y que cuándo vamos a hacer otro capítulo. Ya hicimos 117, parece mentira, y lo bonito es que pueden escucharlo cuando quieran, en su casa, en su intimidad: es un registro que hicimos de un montón de momentos que compartimos con personas súper diversas. Creemos que *La Polola* va a vivir más allá del tiempo que lo sigamos haciendo porque es más grande que nosotras, y tenemos esa sensación de que siempre persistirá.



Juan Ángel Szama

Toda la vida dibujé y toda la vida me gustaron las historietas, ya desde niño. Mi recorrido personal no es importante, pero me quedo con un momento puntual para iniciar la presentación, que fue cuando me vi metido en una pieza dibujada, octogonal, invitado por la artista [Claudia Del Río](#). Era un espacio del Centro de Expresiones Contemporáneas, y forma parte del *previously* de Crack Bang Boom. Se me salió la cadena, me puse a dibujar e invitamos a más personas para que vinieran a dibujar ahí dentro. Me flasheaba que hubiera un espacio municipal promoviendo este tipo de actividades. Más tarde me presenté a un concurso, también ahí: una fotogalería emergente. Estaba medio desencantado con las artes plásticas, pero terminé muy cercano a ese espacio y me daba la impresión de que estaba bueno para hacer algo vinculado a la historieta. Lo primero que se me ocurre, es una cosa que se llamó *Ciclo entre cuadros*, que eran entrevistas abiertas a exponentes de la historieta nacional: vino Max Aguirre, Hernán Ciriani, Clara Lagos. Se empezaba a agotar la primavera del fanzine y emergía el fenómeno de la gente publicando sus asuntos en Internet. A partir de que hacemos esta actividad, la municipalidad me empieza a ver como un “referente de las historietas”, o algo así. De a poco, me fui metiendo en la producción del [Centro de Expresiones Contemporáneas](#).



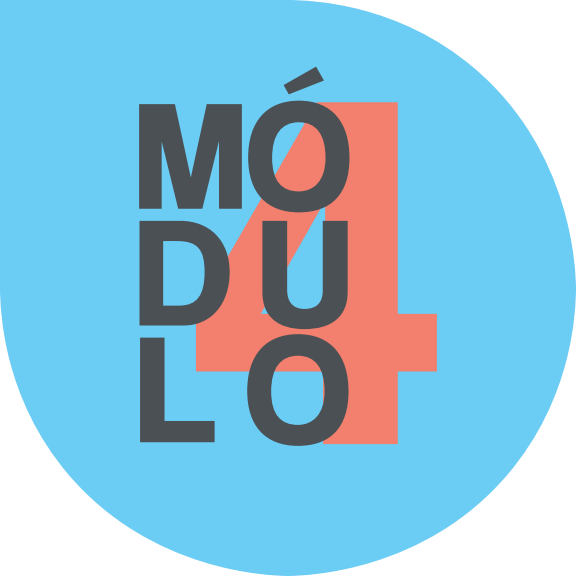
[Eduardo Risso](#), artista argentino multipremiado, se acerca en esa época a la municipalidad con la idea de armar una convención de historietas, porque tenía ganas de devolverle a la ciudad algo de todo lo que le había dado. Entonces, en la municipal le dicen que me conocían a mí, y él dice “ah, yo también lo conozco”. En Rosario pasa algo que es que nos conocemos casi todos. Y Eduardo se acordaba de mí porque los dos habíamos sido parte del grupo de ñoños que iba a leer cómics a la comiquería. Y en el noventipico, cuando viajamos a *Fantabaires*, no podíamos ni soñar todo lo que íbamos a poder hacer tiempo después. Lo pongo como base, porque el comienzo de *Crack Bang Boom* tiene que ver con un grupo de amigos que quiso hacer las cosas mejor, o al menos de otra forma, con una lógica diferente a lo que entendíamos que era el “formato de convención de cómics”. Generalmente, nos juntábamos en el estudio de Risso, cuatro o cinco. Éramos un grupo de entusiastas, llamémosle así, que le fuimos a presentar esta idea a la municipalidad, y la municipalidad accedió a brindarnos un espacio que es el Centro de Expresiones Contemporáneas, el mismo lugar que tiempo atrás yo había tenido la fantasía de ocupar “para hacer algo vinculado a la historieta”.

Empiezo a trabajar en la *Crack Bang Boom* medio por la ventana. Sabíamos que contábamos con este espacio. Sabíamos que ahí ya se había desarrollado un evento de historietas durante varios años, que se llamó *Leyendas*. Pero, también sabíamos que se había terminado la primavera del fanzine y que ya no quedaban editoriales que hicieran historieta. Entonces arrancamos con el primer tema: incentivar o intentar hablarle del mundo de los fanzineros para establecer de movida una idea de industria. A lo único que se podía aspirar en ese momento, en estos términos de la industria, era a que te publiquen en el exterior: el historietista argentino trabajaba para afuera. Entonces uno de los primeros planteos fue traer un editor de afuera a ver carpetas. Trajimos a Will Dennis, de la *Editorial Vértigo*, que estaba trabajando para *DC Comics*. La segunda cosa era que teníamos que convocar a una figura atrayente, y trajimos a [Jim Lee](#), que -para quienes no saben- es el autor de la historieta más vendida de la historia según *Récord Guinness*: el número uno de los *X-men*. Hicimos que venga el chabón a una movida que armamos en un galpón de Rosario, porque sí, porque creímos que lo teníamos que hacer. Y la tercera cosa que propusimos fue que hubiera un espacio especial para los fanzines, porque eran lo único que quedaba vivo de la historieta. Ya desde la primera edición convocamos a un concurso: nos tenían que mandar una historieta de cuatro páginas. El premio era simbólico, pero con eso queríamos interpelar a nuevos lectores. Y, como gancho para atraer gente, anunciamos que los que trajeran *cosplay* tenían entrada gratis (disfraz, para la gente de la vida real; *cosplay* para los ñoños como nosotros).

Salimos con un afiche en Facebook, diciendo que íbamos a traer a Jim Lee y que íbamos a hacer todo esto que les cuento. No sé la gente cómo nos creyó -debió haber sido porque estaba Risso detrás-. La cosa es que, evidentemente, mucha gente dijo “vamos a ver qué onda esto”. Jim Lee pensaría: “¿Qué hago acá, en Argentina? ¿Dónde me trajeron? Estoy en un galpón, me tienen dibujando”. Lo llevamos a una muestra con Fontanarrosa, salió todo espectacular, y no solo nos dimos ese lujo sino el de traer a lo más relevante de la historieta argentina: Horacio Altuna, Carlos Trillo, Lucas Varela, entre otros.



Piensen que, cuando se desarrolla un evento en Buenos Aires, ustedes se toman el 60, o lo que sea, y ya están ahí. Pero nosotros, a todos los invitados, teníamos que ver la manera de traerlos, y más a los cinco internacionales. Entonces, aprendí a hacer una convención de historietas, haciéndola. Supongo que, por la cantidad de años que la llevamos haciendo, no nos debe haber salido tan mal esa primera edición, más allá de toda nuestra inexperiencia. De yapa, vinieron tres artistas brasileños y a partir de ahí se produjo una amistad rosarino-brasileña, que tendría consecuencias en capítulos posteriores de esta historia. En ese momento quizás no eran conocidos, pero hoy la están rompiendo, a nivel de que metieron una serie en Netflix, y ese tipo de cosas.



La cuestión es que ya teníamos toda la estructura y toda la idea de la convención, pero sabíamos que no había editoriales y que antes que cualquier otra cosa había que salir a buscar las comiquerías y los fanzineros: le abrimos la puerta a esa gente. El espacio central de la primera convención lo ocupaban los fanzineros, las comiquerías, Jim Lee y los *cosplayers*. Vinieron cinco mil personas. Todavía me sigo preguntando cómo hicieron para entrar. Cada convención dura jueves, viernes, sábado y domingo. En la segunda edición, ya incorporamos la idea del artista homenajeado, y ese artista homenajeado baja la línea de los concursos que se realizan. Comenzábamos a ser cada vez más sistemáticos. Agregamos un contraturno a la mañana, antes de la convención, y llamamos a artistas grossos para que vengan a dar una masterclass. Los más grossos de la industria, como *Lito* Fernández o Carlos Nine, estaban ahí, dando una charla gratuita, de libre acceso. Todo lo que sea promover y amplificar el medio queremos que sea siempre gratuito. El Centro Cultural de España en Rosario, fue un gran aliado, porque nos dio espacios que para nosotros eran impensados. Para un ñoño como yo, era impensado que tuviésemos una pared para colgar historietas, y menos todavía contar con espacios de esa envergadura. El [Centro Cultural Parque de España](#) nos cedió el espacio y nos apoya todas las ediciones para que hagamos lo que queramos. Es un lugar muy lindo, con mucho espacio para organizar charlas y actividades.

Se empezó a producir como un ambiente familiar, porque nosotros siempre estuvimos pendientes de que todos la pasen bien, tanto el público como los invitados. De repente, nos hacían algún pedido en la previa, pero cuando llegaban a Rosario se sentían tan bien recibidos que se olvidaban. [David Lloyd](#), por ejemplo, nos había dicho que iba a dibujar 40 caritas de su máscara de *V de Vendetta*, pero bastó que le diéramos cuatro tubos de vino para que todo el mundo se termine yendo con la *V de Vendetta* dibujada por este tipo, que es un ícono de la historieta. [Jill Thompson](#), de antemano, se comprometió a hacer 10 dibujos, y de repente vio que hacía un lindo día, durante la convención, y quiso salir con la mesa a dibujar a la calle, y entonces la gente de la vida real se terminó ligando unos dibujos sarpados de Jill Thompson. Me voy acordando de todo mientras lo cuento y me parece mentira, porque fueron momentos muy impresionantes.

Nunca aceptamos poner entradas VIP, *meat and greet*, ni nada que tenga que ver con la exclusividad. Se hace la fila, o se reparten números, y *toca toca la suerte es loca*. Si conseguimos que todos tengan su dibujo, como pasó esa vez con David Lloyd, mucho mejor. Nunca tuvimos esta cosa de retirar a los invitados o de sectorizarlos. Al contrario: siempre que pudimos meter una actividad abierta y gratuita por fuera de la convención, lo hicimos. Nuestra [meta principal](#) era promover la historieta y sabíamos que la mejor forma de hacerlo era dando cabida a los pibis que estaban arrancando: el [sector fanzine](#) siempre fue con entrada gratuita, es decir, que cualquiera podía recorrerlo sin entrar a la convención. Lo lindo que pasaba con eso, era que la gente de la vida real -que no necesariamente está rastreando a un autor- consumía democráticamente el material, en función de lo que veía y le gustaba, entonces de golpe los chicos de los fanzines habían vendido todo entre jueves y viernes, y el sábado por ahí los veías dando vueltas por la feria como un visitante más. Esta movida impulsó como un cierto grado de profesionalización de muchos fanzineros, que pegaron el salto a una editorial.

Entonces, habíamos arrancado la primera convención con tres o cuatro editoriales y 16 espacios para fanzine, y hoy tenemos un galpón lleno de editoriales y 280 espacios destinados al fanzine. No quiero *spoilear* lo que vamos a hacer este año. Volviendo a esas primeras ediciones, otra cosa que hacíamos para generar tráfico de material y que más gente se cope con el fanzine, era poner una fotocopidora a disposición, para que cada fanzinerero genere su material y pueda repartirlo de regalo. Les pedíamos, a cambio, que se copen en contarle a la gente cómo es ese proceso de producir un fanzine. Una cosa: en este grupo de amigos que hacemos la *Crack Bang Boom* somos todos chabones, al revés de lo que pasa con las chicas de *La Polola*. Somos todo lo que está mal. Pero es así, no podemos cambiar lo que somos. Intentamos abrir el juego, eso sí, para que todos y todas se sientan libres de proponer.

Nos dábamos cuenta, también, que a veces el *fandom* puede llegar a ser tóxico, rancio, etc, entonces trajimos a [Gail Simone](#), que no solo es una guionista de cómics muy reconocida sino que creó un blog muy interesante, a fines de los 90s, que llamó [Mujeres en refrigeradores](#). En ese sitio, empezó a bajar una línea crítica sobre cómo en los cómics de superhéroes había una lógica normalizadora de matar a la mujer para motorizar la acción del protagonista masculino. Nos pareció interesante traer a Simone porque sabíamos que tenía esa contundencia en su discurso, y también para decir “bueno, está bien, somos chabones, pero le ponemos onda”. Por otra parte, con esa bajada de que los *cosplayers* tenían entrada gratis, medio que se nos fue todo de las manos: una cantidad de gente tremenda se anotaba para participar de nuestros concursos, y la verdad es que eran los concursos más random del mundo, porque no nos habíamos tomado el trabajo de intelectualizar el asunto del *cosplay* y tampoco es que tuviéramos premios muy interesantes, sino que solían ser cosas que nos daban los stands. Pero había algo de que todos querían pertenecer, y por algún motivo se nos volvía muy convocante.

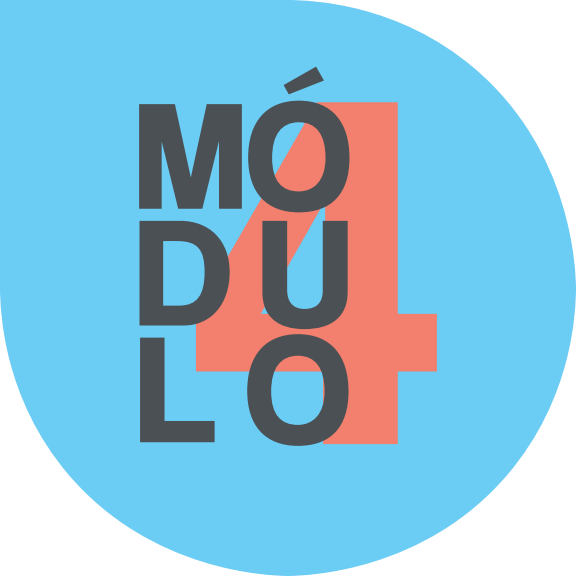


En algún momento, aparte de organizar la convención, empezamos a editar libros. No hay un porqué. Todo se nos iba de las manos. Pero, se ve que las cosas nos salían bastante bien, porque de golpe nos quiere conocer gente de Francia. Se vinieron hasta Rosario -ni siquiera bajaron en Buenos Aires- para participar de la convención, porque veían que teníamos intereses en común, y entonces se empezó a armar una cosa asociativa. Nos invitaron a ir para allá, pero, lo primero que hicimos, en una época en que la tecnología no era tan copada como ahora, fue una transmisión: ellos desde allá y nosotros acá haciendo la convención. Salió todo mal, porque la conexión no resistía ese tipo de cosas. Era una idea muy adelantada a la época. Pero, sirvió para hacer el nexo. Al final nos fuimos a Lyon, un contingente argentino. Allá me muestran un montón de proyectos que podíamos editar -porque ya nos habíamos en ese despelote de ser editores-, y me traje uno que se llamaba *Johnny Jungle*, de Jean C. Deveney y Jérôme Jouvray: terminamos en Rosario presentando la única edición argentina que se hizo del libro. Fue coeditado por la [Editorial Municipal](#). Es un libro muy hermoso y estoy feliz de haberlo hecho.

Frank Miller vino a Rosario para participar de nuestra convención, y mientras se los cuento me vuelvo a emocionar, porque [Frank Miller](#) es dios para los que somos del palo de la historieta. Hizo una charla en un teatro tradicional de la ciudad, organizada por nosotros, y se llenó. El tipo eligió venir a nuestra convención -porque me consta que lo tentaron para la *Comic-Con* de Buenos Aires y dijo que no-. Son cosas que me producen emoción. Cuando tuvimos la confirmación de que venía, les pedimos a todos los dibujantes que alguna vez habían pasado por la *Crack Bang Boom*, si se enganchaban en hacer un *pin-up* para Frank Miller: ni uno nos dijo que no. Armamos [un librito](#) y se lo entregamos como regalo. Hasta ese momento, el contacto con él había sido súper escueto. Nos había dicho que iba a venir con gente que lo iba a cuidar, muy parco el chabón. Pero le damos ese catálogo, lo empieza a hojear, mira todos los dibujos y se larga a llorar. Nosotros dijimos “listo, lo rompimos a Frank Miller, somos la peor convención del mundo”. Resulta que el tipo se emocionó, porque fue la primera vez que le dedicaban dibujos así, por amor al arte, y se quedó impactado. Después, más relajado, quiso ver la muestra que le habíamos armado. La flasheó tanto con el dibujo que le había hecho [Paula Andrade](#) que la terminó contratando para que su *pin-up* estuviera en el número de *Xerxes* que publicó en Estados Unidos. Los únicos dos *pin-ups* publicados en ese cómic fueron el de Paula y otro de Walter Simonson.

Quizás no se dimensione todo lo que cuento, pero que se hayan generado esos cruces en *Crack Bang Boom*, por esta cosa del ambiente familiar, de la *kermesse*, al día de hoy todavía no caigo. La cuestión es que vino Frank Miller y nosotros sentíamos que era nuestro *Lollapalooza*. Después de este festival, que fue el octavo, yo quise renunciar porque sentía que no me daba la cabeza para más. No entendía honestamente cómo habíamos hecho para generar eso.





A partir de la edición 11 -la de este año será la número 13-, nos quisimos despegar un poco de la idea del artista homenajeado. Sentíamos que se estaba generando como un canon de la historieta, y nada más lejos de nuestra manera de pensar. Acá somos todos iguales. Los primeros años definíamos a los invitados en función de que tuviesen obra editada, nos fijábamos en el tema de la ISBN, y de repente dijimos “mirá que hay fanzineros que a lo mejor todavía no publicaron, pero son artistas que también merecen ser invitados a la convención”. En la 11 nos metimos de lleno con el tema de los humedales, porque acá en Rosario estaban prendiendo fuego las islas: sabíamos que nuestro evento traía gente y quisimos visibilizar lo que pasaba, con un concurso que irradiara más conciencia ambiental. La 12 fue sobre *bullying*, otro tema muy importante, porque todos los que fuimos ñoños cuando éramos chicos lo padecimos, y creíamos que estaba bueno visibilizar eso también.

Si alguien quiere venir a ser parte de la carpa de fanzines, el único requisito es tener un fanzine y que no nos mientan con eso. No hay una selección estética ni nada que se le parezca. La otra invitación es a anotarse en el 13avo concurso de historietas de *Crack Bang Boom*: la temática de este año es sobre supersticiones y hay algo de plata como premio. Y esto sería todo lo que tenía para contarles.

Consideraciones finales

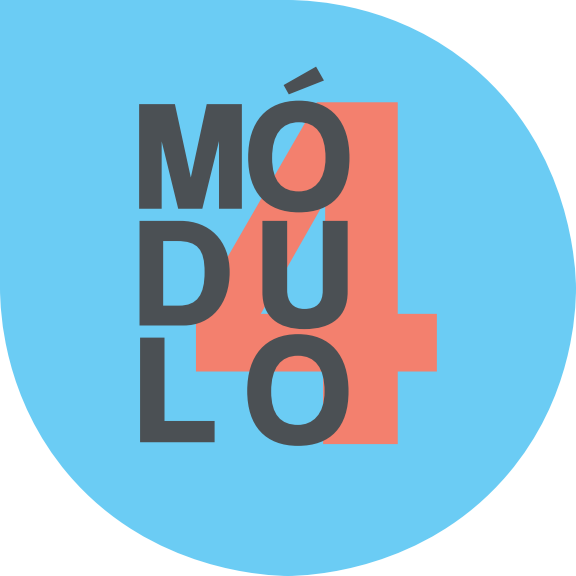
Víctor: Me siento identificado con esta emoción de Juan Ángel al recordar ciertas vivencias. Quizás yo me puse más viejo e insensible, pero en la FED también tuvimos esa sensación de incredulidad, sobre todo cuando éramos más jóvenes. Recuerdo con mucho cariño la entrevista que hicimos a [Abelardo Castillo](#). Fue un momento especial para mí. Y al final nadie es tan original. Creo que si a uno mismo le entusiasma el proyecto que se está armando, seguro va a haber mil boludos más que también se van a entusiasmar. Es cuestión de salir a buscarlos. Después habrá que ver si son mil, 5 mil o 10 mil, pero, si lo que hacemos nos produce emoción, no tengo dudas de que a otra gente le va a pasar lo mismo. Ahí hay un secreto: si alguien tira una idea y ronda en el grupo esa sensación de que “si conseguimos esto me muero”, vas por buen camino. Son emociones contagiosas. Nadie se va a hacer rico con esto. No solo no nos vamos a hacer ricos sino que posiblemente ni siquiera tengamos un buen pasar desde lo económico. Entonces, el secreto son los amigos y los aliados: hay que rodearse de gente con la que uno se lleve muy bien. Es la única manera de que el día que todo salga realmente mal -todos tuvimos esos días y los vamos a volver a tener- en lugar de repartirse culpas y puteadas, lloren y se abracen, y salgan a ver cómo arreglar el bardo a último momento. El catálogo que hicimos en la FED, fue el peor libro que edité en mi vida, porque fue un trabajo de locos y al final no satisface a nadie. Siempre hay alguna cosa que nos faltó. Pero cuando lo pensamos en nuestra cabeza pasaba esto: “Si conseguimos articular un mapeo constante, con todas las pequeñas librerías del país, cosa que no hizo ni el Estado, va a ser un golazo”. Bueno, para mí es por ese lado.

Pregunta para Luis sobre la idea de que los visitantes de Migra puedan verse como futuros editores o feriantes.

Uno nunca queda bien con el feriante, en cierto sentido, porque de alguna forma tenemos que tratar de homogeneizar. Algo que pudimos ir logrando, gracias a la periodicidad de la feria, es que se sumen cada vez nuevos proyectos. Uno no sabe con qué proyectos se va a encontrar en la próxima *Migra*. Es que estamos viendo todo el tiempo, porque también tenemos en cuenta la descentralización, brindar oportunidad a nuevos feriantes. Hay una variación en relación a los puestos y tratamos de ajustarnos a las posibilidades de cada feriante o proyecto. Se puede participar de *Migra* con mesa completa, con media mesa, y si tu proyecto promueve la inclusión social tenés espacio gratuito. También hay mesas comunitarias para proyectos que imprimieron su primer fanzine o publicación. Tratamos de buscarle la vuelta para que nadie se quede afuera. La idea es migrar y encontrarnos con nuevos feriantes cada vez: algo que no vas a encontrar en un espacio fijo, sino cuando la *Migra* suceda.

Pregunta para *La Polola*: consejo o mensaje para gente que esté buscando tener un noviazgo como el que ellas tuvieron y siguen teniendo con el dibujo.

Cuando uno está empezando y queriendo encontrar su lugar, siempre recomendamos mirar el laburo de otros colegas, ir a ferias, comprar fanzines. En *La Polola* siempre mostramos el trabajo de los otros para que nuestros oyentes se atrevieran a hacer sus propios dibujos, sus propios cómics y sus propios libros. En definitiva, para ayudarlos a encontrar su voz. El estilo nace de los gustos de cada uno, de las películas que ve, de los libros que lee, las charlas que tiene. A nuestros alumnos, siempre les decimos que lean cómics, que busquen. También hay que ser bastante porfiado, en el sentido de persistir y de buscar la forma de hacer un aporte a nuestro mundo, porque en definitiva somos parte de un mundo que es un poco precario, sobre todo aquí, en Latinoamérica. Hay que hacer cosas para desarrollarnos como personas, pero también para los demás, porque está en nuestras manos hacer que este mundo pueda crecer y prosperar. El desafío que tenemos es imaginar cómo nos gustaría que fueran las cosas y trabajar para eso. Muchas veces nos quedamos con la crítica, y está bien que seamos críticos, pero, vamos a ver, desde dónde me lanzo, cómo puedo aportar o generar algo para la comunidad, más allá de mi trabajo individual. Tenemos que pensarnos como comunidad.



BIOS

FERIA DE EDITORES (FED), es el evento que une a escritores, editores y lectores. En su última edición contó con la presencia de trescientos sellos de América Latina y España. Además la feria ofrece charlas presenciales con participantes nacionales e internacionales y se entrega el Premio a la labor librera y al afiche oficial de la Feria. En 2023 la FED cumplió diez años. De aquella primera edición en FM La Tribu, en 2013, con quince editoriales pequeñas, hoy ofrece una forma más humana de relacionarse con el libro impreso.

MIGRA es un colectivo con base en Buenos Aires que surge por la necesidad de generar un espacio comunitario de contención, apoyo y crecimiento que permita representar y visibilizar a proyectos emergentes y establecidos dentro del panorama de las publicaciones, las artes visuales y la fotografía. Con un enfoque inclusivo y de apoyo a las minorías disidentes, MIGRA despliega sus alas en Feria Migra, Escuela Migra y Revista Balam.

LA POLOLA es un podcast para conversar acerca de la creación de cómics, la búsqueda de nuestras propias historias, la creatividad, el humor, lo que nos inspira, lo que nos hace dudar... Todo siempre desde una mirada femenina, sin pretensiones ni censuras.

CRACK BANG BOOM es la Convención Internacional de Historietas de la Ciudad de Rosario en Argentina, la cual consiste en un evento de historietas y un popular concurso de cosplay, además de muestras dedicadas al cómic de autor, el cómic autoeditado y el fanzine. Crack Bang Boom ofrece un amplio programa que incluye charlas con artistas de renombre, presentaciones de cómics inéditos, talleres creativos, competencias, proyecciones de películas y mucho más. Además, tienen la oportunidad de conocer a sus dibujantes y escritores favoritos, interactuar con cosplayers y descubrir las últimas novedades del mundo del cómic y la cultura pop.

MÓ DULO



FUNDACIÓN
WILLIAMS



Módulo 5. Miércoles 15 de mayo 2024 – 18h

DE ARTISTA GRÁFICO A EMPRENDEDOR CREATIVO: SOY MI PROPIA EMPRESA

Emprende y dibuja tu camino

A cargo de Josefina Rodríguez Egaña, YUKI

En este módulo se proporcionarán herramientas y estrategias para fortalecer la propuesta de los creativos y convertirla en un modelo de negocio. Se analizarán componentes esenciales como la definición de la propuesta, los canales de distribución, los recursos y actividades clave, la estructura de costos y las fuentes de ingresos potenciales. Se identificarán las oportunidades y desafíos del entorno actual, permitiendo a los creativos adaptar su modelo de negocio a las condiciones del mercado. Se guiará a los participantes en la elaboración de un mapa de objetivos y una proyección de crecimiento. Se analizará la estructura de costos y la fijación de precios, proporcionando estrategias para garantizar la rentabilidad. Se abordará la importancia de comunicar de manera efectiva a fin de construir relaciones sólidas con los clientes. Plan de Acción: la finalidad de este módulo será que las personas participantes puedan desarrollar un plan de acción con pasos concretos para implementar las estrategias y mejorar su modelo de negocio.

Mi primera recomendación es que tengan lápiz y papel a mano. Muy fan de lo analógico: recomiendo para que puedan ir tomando nota de lo que va surgiendo. Voy a ir tirando consignas y preguntas, que es algo que me caracteriza bastante: hacerme y hacer muchas preguntas, como método en sí mismo, del hacer, del emprender y el buscar. Algunas consideraciones preliminares: más dedicación, mejores resultados; la cantidad de información que reciben y el filtro son de cada uno; hay trabajo para hacer después de este encuentro; y está bueno que le pongamos atención a todo lo que va pasando a nivel del pensamiento, la emoción, el cuerpo, la incomodidad, la ansiedad, las ganas, etc. Son procesos de formación exhaustivos y de mucha exposición, en relación a todo lo que nos va pasando con el hacer. Recordemos que el emprender no es una ciencia exacta, y que, en estos momentos de predisponerse a construir, tenemos que asumir algunos estados: hay que ser como una esponja, para absorber todo lo que podamos; y hay que ser como un espejo, porque todo el tiempo nos reflejamos unos a otros; y también hay que ser como de plastilina, porque cuanto más flexibilidad consigamos tener, mejor será para nuestro proyecto.

Mucho de lo que vamos a ver hoy tiene que ver con el recorrido que hice yo misma, en el proceso de emprender y de armar [YUKI](#). Nací y crecí en Tandil, que hoy ya es una ciudad grande pero que, en ese momento, se seguía pareciendo bastante más a un pueblo. Lo más creativo y expresivo que había era el [Club de Teatro](#), un lugar que fue como un refugio para mí, y un laboratorio de juegos y exploración. Cuando era joven quería ser actriz, porque relacionaba mi parte creativa con el teatro, que era lo que tenía a mano. Pero, nunca me creí una persona creativa, porque tampoco es que venía de una familia o un entorno de creativos. Vine a vivir a Buenos Aires y estudié turismo: mirándola en perspectiva, es una carrera que no tiene nada que ver conmigo, pero algo me llevó a estudiar eso en ese momento y después también me dio laburo, así que estoy agradecida. Trabajar desde joven me sirvió para saber las herramientas que tenía. Hoy estudio astrología, que es una forma novedosa de mirar las cosas, un lenguaje muy elocuente. Renuncié a un puesto corporativo que tenía en ese momento en la industria hospitalaria y emprendí un viaje a Nueva York. Dejé todo acá para ir a encontrarme conmigo misma y a divertirme. Tenía veintipocos, me fui con nada: algunos contactos, pocos ahorros y un inglés que yo creía que era bueno hasta que llegué y no entendía nada. Siempre somos en relación a una vara, y cuando te cambia la vara, te cambia desde qué lugar te posicionás. Fue súper transformador, el viaje, porque sentí que por primera vez me conocí, que entendí quién era, las cosas que me gustaban y qué tipo de personas y situaciones prefería. Fui a trabajar de lo que consiguiera, lo hice, y después de seis meses volví. Otra vez acá, decidí que quería hacer algo propio, mío, pero en ese momento todavía no tenía ni idea qué.

Hacer algo de forma independiente es observarse todo el tiempo a uno mismo, cosa que me produce como un imán, una atracción, y que a la vez me produce rechazo. En general, hay mucha información cuando nos observamos, y en ese momento comencé a atar los porotitos de lo que, tiempo después, iba a terminar siendo YUKI. Lo primero que entendí, fue que tenía que ver con el hacer propio, con el emprender. Después, un punto de quiebre fue haber descubierto que no me sentía representada por lo que proponía la escena emprendedora argentina. Fue un tiempo de mucha observación, y decantó en algunas conclusiones: “Ah, pero todo el mundo le habla al mismo tipo de emprendedor”, pensaba, y ese emprendedor era el que encajaba en un modelo de éxito tipo [startup](#), el más tecnológico y más próximo a la filosofía de Mercado Libre. Nada que ver conmigo. Si bien yo tomaba algunos elementos de esa manera de trabajar, su piedra basal no me representaba, porque mi idea era emprender para seguir haciendo las

MÓDULO 5

cosas como a mí me gustaba. No estaba en mi cabeza llegar a una meta de éxito y cotizar en bolsa. Yo quería algo mío, que tuviera que construir todos los días. Y después de un tiempo se me configuró la idea del “emprendedor creativo”: era la pieza del rompecabezas que me faltaba, y en ella logré que encajen la parte de la industria creativa y la del quehacer creativo, interdisciplinario, colaborativo y muy experimental. Es muy loco cuando te cae una ficha y mirás hacia atrás, diciéndote “¿cómo no lo vi antes? ¡Era obvio!” Un elefante gigante pero que no había conseguido registrar. Y así funciona la mente: vemos lo que vemos hasta que un día aparece algo nuevo y ordena lo que somos.



Comprendí que la cosa andaba por el lado de la figura del emprendedor, pero vinculada a la industria creativa, y también por el lado de los sub-35. Había un punto de quiebre, en torno a la idea de lo que era “el éxito”. Una clave que yo valoro, para definir el éxito, tiene que ver con hacer lo que nos gusta, sobre la base de aprender a conocernos e identificarnos nosotros mismos: que el trabajo hable sobre uno, que sea representativo. Por supuesto que ese vínculo se va a ir transformando con el tiempo. Yo veía, por un lado, el mundo del arte, muy de nicho y también algo exclusivo; por el otro, el mundo de los emprendedores tecnológicos; y en el medio, nada. Entonces, decidí encarar por ahí, con mi forma de ser, mi búsqueda y mi desparpajo: quería agarrar todas las herramientas para convertirme en una emprendedora, porque me parecía una idea hermosa. Así surge YUKI. Traté de agudizar el olfato para rastrear a personas que me inspiraran, que tuvieran talento y determinación por hacer. Las empecé a entrevistar y de a poco se fue armando esta comunidad creativa.

yuki
YOUNG
UNIQUE
KREATIVE
INDIVIDUALS

En el mundo del emprendedorismo se utiliza mucho la sigla MVP, que quiere decir “producto mínimo viable” -*minimum viable product*, en inglés- y que hace referencia al concepto de armar un prototipo pequeño de tu posible emprendimiento o actividad, para ver si funciona. Se trata de hacer un análisis antes de invertir recursos, tiempo y dinero, para entender cuál puede ser la máxima expresión de esa idea que te estás imaginando. Que sea algo chico, no significa que no tenga las características básicas para determinar si puede funcionar o no, o si puede interesar o no. Mi [MVP](#) consistió en comprender si el concepto que quería desarrollar le interesaba a alguien más que a mí misma. Yo no quería hacer un blog personal de entrevistas sino introducir un concepto que pudiera representar a más personas: alguien que, como yo, no se percibía como un “emprendedor tecnológico”, alguien que no conseguía venderse o que no se terminaba de hallar como artista. Me armé un sitio y ahí colgaba las [entrevistas](#) que hacía, después usaba las redes para amplificar y de a poco se fue armando un *boca en boca*. Con el tiempo, empezó a tomar forma un concepto que la gente se apropió.

Se juntó este talento creativo sub-35 en una plataforma, se empezó a dar un intercambio entre ellos, o sea que ya teníamos una comunidad, y entonces comenzamos a tirar puentes para conectar a estas personas



con proyectos y marcas que requirieran su talento. Mil veces me pasó de charlar con gente que quiere que tu idea encaje con lo que ellos se imaginan, entonces vienen y me dicen: “Ah, bueno, hacemos un directorio, con *sponsors* y publicidad online.” Pero yo no tenía en mente eso. Solo quería que las empresas, marcas e instituciones vinieran a buscar talentos en mi comunidad para formar sus equipos. Una agencia creativa: que, a través de YUKI, se armen equipos de trabajo. En ese momento, no era fácil mantenerme en lo que eventualmente yo creía que iba a pasar. Me confundí varias veces. Una de las claves fue no sofocar el proyecto, en el afán de que funcione rápido. Obviamente que uno va tomando elementos que aparecen como oportunidad, pero hay cosas que son esenciales y ahí hay que decir “no, esto no se toca,” porque lo que está en juego es ese proyecto de uno.

El primer ejercicio que les propongo es una línea de tiempo propia, marcando hitos de sus vidas: esto va a permitirles recordar lo importante. El día que entendí lo de teatro y lo pude conectar con mi hoy, entendí también qué había ido a buscar ahí. Era imposible saberlo en ese momento, porque no tenía referencias cercanas que me orientaran. Y, además, porque todavía no me conocía lo suficiente como para poder interpretarlo. En sus líneas de tiempo, está bueno que puedan poner en valor momentos que fueron claves, que los modificaron de alguna manera, para extraer elementos de ahí y empezar a componer esto que yo llamo el “identikit emprendedor.”

Hoy nos vamos a centrar en esto de ser un artista gráfico, emprendedor creativo, y en el concepto de que uno mismo pueda ser “su propia empresa”: cómo tomar herramientas de un modelo de negocio, para potenciar nuestra propuesta de valor y hacer que sea redituable. El autoconocimiento es la base fundamental, y la intuición es el GPS, porque será la que te vaya marcando el camino, si es por acá, si es por allá, esa calle es mejor no agarrar: cuanto más la pongamos en práctica, más afilada va a estar. El primer punto, entonces, es entender quiénes somos, es revisar cómo llegamos hasta acá, mi forma de ser, mi historia, las preguntas que vuelven una y otra vez: todo eso es importante para decodificar la columna vertebral invisible que nos arma y nos estructura.

Vamos a repasar lo que es un [FODA](#), para quienes no lo sepan. Un ejercicio que tiene cuatro palabras clave: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Es una tarea para hacer durante la semana. Un proceso de revisión que tiene que ser muy honesto con nosotros mismos, si queremos identificar esta información que puede ser elemental para la trayectoria de cada uno. Tiene que ver con el lugar donde estoy, con los estudios que cursé, pero también con una pieza vacía en mi casa, por ejemplo, o cualquier cosa que pueda ser considerada como un elemento a tener en cuenta. La personalidad, las habilidades, los rasgos que tenemos que corregir, todas cosas que se irán modificando con el tiempo. Hay algo hermoso que sucede cuando uno se decide emprender, que es el paso de la idea a la acción. La idea es una imagen preconcebida, pero, después, cuando empezás a hacer, surgen otras verdades. Entre esa radiografía que tenías en tu cabeza y quién sos ahora, en la acción, siempre hay diferencias, y está bueno detectarlas, abrazarlas, aceptarse uno tal cual es. Cuanto antes mejor, porque entonces más pronto vas a estar en movimiento.

Tenemos que ser piolas y estratégicos para soltar lo que no somos y armarnos de lo que necesitamos para mejorar lo que sí somos. Esa cosmovisión de nosotros, con todas las complejidades a bordo, nos pone alertas, nos hace estar con la oreja más despierta, te ves venir las cosas, te empezás a anticipar, porque ya te conocés a vos mismo y estás entendiendo cómo ser tu propio aliado. Ser independiente significa que vos sos tu propio manager y nadie va a venir a decirte “esto sí, esto no”: vas a tener que ir dándote cuenta solito.

Nadie más que uno lee lo que escribe, porque ningún ejercicio se califica ni se corrige. Y ese también, es un chip del que nos tenemos que despojar: no responder lo que pensamos que es “correcto,” sino visualizando lo que cada uno va a hacer después. Te tiene que servir a vos y a nadie más: cuanto más crudo y más honesto, más fértil será. Hay muchas personas en esta sala virtual: seguramente muchas ya están trabajando en lo suyo, sin importar qué sea; otras están queriendo emprender o armar algo propio, sin tener del todo claro cómo o por dónde; y también habrá quienes se les hace cuesta arriba la parte de venderse o de darse a conocer. Son procesos que se perfeccionan, y acá intentaremos dar algunas herramientas para que la cosa se ponga a andar. Hay un ejercicio que, si quieren, lo podemos hacer ahora mismo. Es muy fácil. Yo acá tengo una cajita de fósforos, y la idea es que, en lo que tarde en consumirse un fósforo, escriban las palabras que se les vengán a la mente -no necesitamos que se entienda ni que tenga coherencia-, pensando en el proyecto de cada uno. Tiren las primeras palabras que les salgan.

Después, el mismo ejercicio lo podemos usar para contestarnos preguntas. Cada pregunta, un fósforo encendido: *¿qué haces? ¿Qué te trajo hasta aquí? ¿Cuáles son, hoy, tus preocupaciones, obstáculos y desafíos? ¿Qué acontecimientos o momentos de tu historia te hicieron ser quien sos? ¿Cómo describís tu forma de hacer? ¿Qué características de tu personalidad o estilo detectás en tus proyectos?*



Entrada en calor:

En lo que tarda en consumirse un fósforo, escribí las palabras claves (las primeras que se te vengan a la mente + no intentes redactar una respuesta) para contestar cada una de estas preguntas.

1. ¿Qué hacés? ¿Qué te trae a este curso?

2. ¿Cuáles son tus principales preocupaciones, desafíos u obstáculos hoy?

3. ¿Quién sos? ¿Qué acontecimientos o momentos de tu historia, qué rasgos de vos, te hacen ser quien sos.

4. ¿Cómo describís tu forma de hacer? ¿Qué características de tu personalidad o estilo detectas en tus proyectos?

No existe la creatividad sin preguntas o sin búsquedas. Hay que aceptar que las preguntas van a estar siempre, y que las respuestas no vienen añadidas. Tener preguntas sin contestar es una incomodidad necesaria y hay que entenderlo como una parte de lo que somos y hacemos. Son las cartas que tocan a la hora de ser creativo. Si lo tomamos como algo que “hay que resolver”, estamos poniendo el foco donde no va. El desafío es tratar de responder las preguntas que afloran de la mejor manera posible, pero nunca quedarnos sin preguntas. Eso, básicamente, sería suprimir la búsqueda, la inquietud, que son las células fundamentales de la creatividad.

Otro ejercicio que nos va a permitir reflexionar sobre nuestra actividad: vamos a dibujar tres círculos, y cada uno contendrá una información diferente de nosotros. En el primer círculo, vamos a anotar los trabajos o proyectos que hacemos desde el amor, porque sacan lo mejor de cada uno; en el segundo, los que hacemos porque nos dan dinero o nos salen fácil; y en el tercero, los que hacemos porque no queda otra, porque no lo podemos evitar. La idea es que podamos ver cómo se superponen esos tres círculos, y qué pasa en cada una de esas zonas de superposición. Es una manera de explorar nuestras propias fronteras, el alcance que tenemos y hasta dónde estaríamos dispuestos. También, está bueno para detectar las oportunidades y los llamados a la acción que emergen en esas interseccionalidades.

Otras preguntas que voy incorporando: *¿qué querrías estar haciendo hoy? ¿Qué te frena? ¿Qué estás intentando para arrimarte un poco más?* Hay que buscar la punta de nuestro ovillo para ir tironeando de a poco. Y les aclaro que estos ejercicios aplican a cualquier estadio en que uno se encuentre. YUKI ya va para los 10 años y se acerca bastante a esa agencia que yo había soñado: de alguna manera, fui avanzando en la dirección que me proponía, y sin embargo hoy tengo un millón de preguntas nuevas, que son similares a estas que comparto con ustedes. Intento hacerme de una a la vez, pensando cuál de todas conviene agarrar en este momento del proyecto. Una vez que tomo la decisión, me pongo a trabajar en esa pregunta y trato de encontrarle las respuestas más adecuadas. Pero, las preguntas no desaparecen jamás, sin importar qué tan avanzado esté uno con su proyecto. Hay una que puede ser engañosa: *¿Por qué quisieras ser reconocido? ¿Qué te gustaría que se reconozca de vos?*

Hoy día, con el *alter ego* que se desarrolla en las redes, es inevitable compararse y absorber del otro. Antes hablábamos de ser como espejos: bueno, las redes son un gran espejo, y hay algo que nos está pasando todo el tiempo con esto. Compararse con otro, para arriba, para abajo, ya sea por un asunto de competencia, admiración, inspiración, o lo que fuera. Todo redundo en la última pregunta que nos hicimos: ¿por qué quiero que se me reconozca? Y ahí aparecen dos variantes posibles: por un lado, lo terminado, el fruto de mi trabajo, y por otro el mientras tanto, cómo soy al hacer o cómo llevo a cabo mi tarea. En esta última acaso esté más presente la parte humana de nuestros proyectos. La gimnasia de hacernos preguntas nos permite abrir caminos. La intuición nos indica por dónde ir buscando y los interrogantes que persisten son los que tenemos que aprender a contestar.

UN OJO, UNA MANO, UNA LAGRIMA, UN LAPIZ, UN RAYO, UN
CAFÉ, UN SOL, UNA CÁMARA, UNA TELA, UN CUERPO, UNA
MESA, UNA HOJA, UN BESO,
UN JUEGO,
UNA FLOR,
UN ABRAZO,
UN BAILE,
UN HILO,
UNA TEXTURA,
UNA FRUTA, UN MOVIMIENTO, UN POEMA, UNA CANCIÓN,
UN DISPARO,
UN TACTO, UNA FICCIÓN,
UN OLOR, UNA PALABRA,
UNA LISTA DE COSAS QUE
HACEN LATIR
AL CORAZÓN

¿POR QUÉ QUISIERAS SER RECONOCIDO?
¿POR QUÉ TE GUSTARÍA QUE TE RECONOZCAN?



Si googlean la definición de “propósito,” se van a encontrar con dos acepciones posibles: por un lado, es la determinación firme de hacer algo, y por otro, son los objetivos que uno pretende alcanzar. Otra definición, agrego yo, se refiere a la intención, o a la razón personal, que hace que uno desee dedicar tiempo a su trabajo, proyecto o iniciativa. El propósito no tiene que ser perfecto, ni *cool*, y eso es otra cosa para desmitificar, porque está re instalado que el propósito que uno se traza tiene que ser como *wow*, como si tuviera que ser digno de la admiración de los otros. No. El propósito es de uno, porque es algo muy personal. Mucho tiempo después, cuando ya tengas tu proyecto encaminado y andando bien, vas a poder intentar una versión de ese propósito que sea entendible para otros y marketinera. Pero el propósito primero, el personal, tiene que representarte solo a vos y tiene que ser algo íntimo, que te mueva todo. Es como tu brújula: si te guía y sentís emoción por alcanzarlo, entonces estás por buen camino.

Nada es tan simple para las personas que decidimos emprender, por eso nuestro propósito tiene que ser el combustible del que nos vayamos a servir. Hay que meterle mucha disciplina, mucho método, y hay que tener una voluntad lo suficientemente fuerte como para no sucumbir a la primera de cambio con los obstáculos que se nos interponen. Siempre habrá obstáculos. Esto no es una ciencia exacta ni un camino recto: lo que hay, en todo caso, son retrocesos, curvas, momentos de quietud, y después, cuando pasan, hay que seguir adelante. El propósito que tenemos en mente nos ordena los objetivos y las prioridades, que tampoco son fijas, sino que irán cambiando con el correr del tiempo. Recuerdo algo que me pasó una vez en YUKI: me escribe alguien para contarme que le interesaba el proyecto y que le gustaría ser parte, me dice que es sub-35 y que tiene una veterinaria. Y ahí yo me pregunté en qué momento una persona pudo haber creído que YUKI tenía algo que ver con las veterinarias. Y ahí me di cuenta de que no estaba comunicando con claridad que era un emprendimiento para creativos o en un marco de industrias creativas. Entendí que tenía que [decirlo](#) con todas las letras, para que no se volviera a dar semejante confusión, porque aparte de pronto me encontré en la situación de tener que explicarle a esa persona que ojalá le vaya bárbaro con su emprendimiento, pero que YUKI estaba pensando en otra cosa. Son quiebres que nos permiten ir desmalezando nuestro camino y moldearlo para que sea más funcional al propósito que nos trazamos.



El sentido de un propósito creativo, entonces, es darle orientación a lo que haces y cómo lo haces. Te define tu visión y tu temperamento. Cuando yo contaba que estaba buscando marcas que estuvieran dispuestas a pagar para armar equipos de trabajo con los recursos que teníamos en la comunidad de YUKI, varios me miraban como si me hubiera vuelto loca. No le daba relevancia. Yo seguía con la mía: sabía que no era algo que fuera a pasar de la noche a la mañana, pero estaba segura de mi propósito. *¿Estoy presente en mi trabajo? ¿Dónde está mi huella? ¿Cómo me transmito? ¿Cómo me vinculo con mis colegas?* Esto último es importante: cualquier espacio que encuentren para juntarse y compartir, puede ser el comienzo de algo hermoso, porque van a estar armando comunidad y entonces se van a sentir acompañados por personas diferentes pero que están en búsquedas similares. Una comunidad refuerza mucho nuestra identidad. No es cuestión de ser todos iguales, ni de forzar comportamientos que no son

MÓDULO

los de uno: la virtud no es mimetizarse sino estar acompañados. Quizás no tenemos nada que ver con muchas de esas personas, y esto también puede usarse a favor a la hora de posicionarse. Saberse distinto tiene que ver con la propuesta de valor de uno, que precisamente es cómo construir ese diferencial.

Una cosa: el bibliorato del emprendedorismo está lleno de anglicismos; lo que tenemos que hacer es adaptarlos a nuestra manera de hablar, porque la onda no es que funcionen en abstracto, sino que lo hagan en nuestra realidad. Hay un ejercicio que se llama [elevator pitch](#) y que se trata de presentar en un minuto lo que hago, o lo que soy, enfáticamente: puede ser cualquier cosa, pero en un minuto. El concepto viene de cuando te cruzás con una persona en el ascensor y tiene que ver con las dos o tres cosas que le alcanzás a comentar hasta que uno de los dos se baja. Se supone que es un momento de presentación que debería bastar para que el otro comprenda lo que hacés, o lo que sea que le hayas querido transmitir. Es difícil, obvio, pero es ejercicio: lo importante es empezar, animarse, aunque sea torpemente. ¿Cómo te das cuenta que no lo hiciste bien? Porque en algún momento te vas a volver a encontrar con esa otra persona y vas a ver que entendió cualquier cosa.

Pasa un montón de veces, que uno en su cabeza lo tiene súper claro, pero que después no se plasma. También puede pasar en una situación de encuentro familiar, o en una cena, que alguien te presenta, te introduce, y ahí decís “ah, no entendió nada”. El *elevator pitch* es para darnos a conocer, a veces es convencer, otras enamorar, otras sencillamente que se acuerden de vos. Otro tip útil es que podamos chequear en qué plataformas, o sitios web, hay una descripción nuestra: puede haber varios, además de las redes sociales. El proceso de ir entendiendo cómo darnos a conocer tiene que ver también con tomarnos el trabajo de hacer estas cosas.

Todas estas preguntas que nos venimos haciendo, tienen un costado laborioso: tomarse el trabajo de explicarle a tu tía, que no entiende lo que hacés, pero explicárselo de una manera amable e intuitiva, para que lo pueda captar, y para que ella misma lo pueda contar mejor. Ahí ya nos estamos poniendo a prueba nosotros mismos. No hay nada peor que otros no sabiendo explicar lo que hacés, y me pasó un montón de veces con YUKI. Intenté ir hablando con todos, una y otra vez, y así, de a poco, llegué a la mejor versión de mi presentación. En un momento dije “bueno, ya está, hasta acá, esto es lo mejor que puedo hacer”. El boca en boca es clave, que empiece a correrse la bola de que tenés un proyecto que está bueno. Y no vas a tener una sola manera de presentarte sino muchas: es estratégico eso. No tenemos que ser lo mismo para todo el mundo. Está bueno practicar estas presentaciones: repetirlas, cortar y pegar, esto no se entendió bien, pero esto sí, qué palabra garpa, cuál confunde. Una manera inteligente de presentar un proyecto es mostrando las necesidades que cubre o los problemas que te soluciona. Sirve poner ejemplos de casos que se resolvieron exitosamente y también pelar credencial si es que te posiciona mejor. Hay un mix de cosas que son recomendables, a la hora de presentarnos, pero sabiendo que no todas las escenas son iguales, ni nuestros momentos. Podemos querer inspirar, podemos intentar que nos registren, por momentos no vamos a querer saber nada, y después habrá algunas veces que nos vamos a animar a ir al hueso para decir “che, yo estoy necesitando laburo, esa es la posta. No te olvides que te puedo solucionar esto y esto”, y vas al frente con eso.



Tenemos que hacer que lo nuestro se sienta como algo potente, no cómodo. Incluso si te sentís torpe al principio, o defectuoso en esta presentación, siempre tenés que llevarte cosas para revisar y poder mejorar la próxima vez. Hay que exponerse a las situaciones. No se puede emprender sin exponerse, no se puede pensar en ser independiente sin exponerse, porque no va a pasar que alguien te venga a tocar la puerta para ver qué estás haciendo. Es una barrera que puede estar vinculada a la pereza o a la timidez, pero que,



de una manera u otra, tenemos que pasar. Uno mismo irá desarrollando su *alter ego*. Muchas personas se ponen el traje todos los días para ir a su trabajo. Bueno, el emprendedor se tiene que disfrazar de alguien tal vez más extrovertido de lo que verdaderamente es; y más sonriente también. Ese es el traje que nos tenemos que poner para hacer que las cosas funcionen. Otra sigla en inglés, *Unique Selling Proposition* (USP), que habla del diferencial que podemos tener, de lo que hace que una propuesta sea [única](#). No todos tenemos algo concreto: hay que ser creativos para detectarlo y también sugiero buscar cómo se venden los otros. Es importante que seamos curiosos: “A ver, ¿qué dice aquel? ¿Cómo lo va encarando?”. Hay gente que parece brillante, porque ya tiene muy pulida su manera de venderse, y después está la gente común, e incluso personas que quizás nos inspiran cero, y a ellos también los vamos a chusmear un poquito, a ver qué andan diciendo de sí mismos. hay data ahí: “Ah, mirá cómo la resolvió”. Se pueden sorprender.

Entonces, ¿qué puedo hacer para que mi propuesta de valor sea la foto de mi Fórmula Uno? Es clave apuntar un poco más lejos de donde estoy parado ahora: la distancia entre mi foto de hoy -quizás no tengo clientes fijos, poco laburo, cero plata en el bolsillo- y lo que quiero ser el día de mañana, me va a impulsar emocionalmente hacia adelante, pero, no solo eso, sino que puede ser el mejor marketing de nosotros mismos. Tenemos que dar ese salto, con herramientas de marketing, de comunicación, y así, poco a poco, con trabajo, ir achicando la brecha entre la situación que tenemos hoy y el potencial que nos trazamos. *¿Cómo se monetiza lo mío? ¿Cómo lo tengo estructurado? ¿Qué me falta y qué me sobra?* Hay decisiones que son de cada uno, porque estos ejercicios, en general, son muy exhaustivos y pueden cansarnos. Pero al menos está bueno comprender si hacemos todo este ejercicio pensando solo en el hoy, con nuestra foto actual, o si es para un momento próximo, para este *Fórmula Uno* que nos imaginamos ser.

¿Quiénes son nuestros aliados estratégicos? ¿Qué tan bien rodeados creemos estar? Cada uno puede tener una mirada diferente sobre qué significa estar bien rodeado. Y cada uno sabrá, también, qué es sano y qué no. Hay una sensación de ansiedad que a mí me resulta positiva, cuando tenemos muchas cosas por hacer y eso se traduce en energía. Otra cosa es cuando sentimos que todo se desmorona, o estar todo el tiempo comparándose con alguien más, o poner el énfasis siempre en lo que falta: estas ansiedades sí son negativas para nuestros proyectos, y para nosotros mismos como personas. Es fácil detectar si sentís que el espíritu se te revoluciona o si sentís, en cambio, como que te está faltando el aire. Cuando atravesamos esos momentos importantes del hacer o el emprender, el entorno que uno tiene es la nafta, y eso es fundamental: si el entorno te quita la energía y te tira para abajo, puede ser peligroso.

yuki.com.ar

yuki

@yukiculture

PLAN DE NEGOCIOS

UN MODELO DE NEGOCIOS
DISEÑADO DESDE MI IDENTIDAD.

UNA ESTRATEGIA DISEÑADA DESDE MI AMBICIÓN.

UN PLAN DE ACCIÓN DISEÑADO DESDE MI MOMENTO ACTUAL
HACIA LA FOTO QUE DESEO EN 2 AÑOS

inquietud deseo comunidad // proyectos pasiones impulsos // movimiento arte creatividad // generación sub 35 // desde 2015 // expresiones talento

El plan de negocios que tenemos que armar tiene que ver con nuestra identidad, con quiénes somos. Nunca es algo mágico. Es necesario aprender a registrar lo que somos y lo que nos pasa: “En esto soy de madera, pero esto otro se me da bien, y acá me creo mil”. Sin resolver esa parte, con honestidad y con claridad, es difícil que el plan de negocio que armemos nos sea de utilidad, porque la idea es que esté puesto al servicio de lo que podemos y mejor sabemos hacer. Hay que proyectar con todo lo que se quiere lograr, y ahí estará mi estrategia. Entonces diseñaremos un plan de acción, que nos permita ir avanzando hacia adelante, de bloque en bloque, pensado desde el presente y hasta la foto que uno desea para dentro de dos años, o cinco, o diez. Esa visión de decir “quiero llegar hasta acá”, no es fija, sino que se revisa y se ajusta, con el correr del tiempo y a medida que las cosas van pasando. A veces aparece una oportunidad que nos hace avanzar muchos casilleros de un tirón, y está bueno, pero eso nos pone en un lugar y después en todo caso habrá que volver a analizar y recalibrar esas metas. Una oportunidad puede servir para concretar situaciones, pero lo que yo busco está allá. Bueno, entonces frenás y recalculás, para ver cómo seguir yendo en esa dirección.



La versión de nosotros mismos va cambiando. Cuando arranqué YUKI sabía que tenía que exponerme de una forma que no es la que más se ajusta a lo que soy, porque en realidad yo soy alguien que a las ocho de la noche quiere estar en casa y de ser posible no interactuar con nadie más hasta el otro día. Pero si me vieran hablando sin parar en eventos o charlas, pensarían “mmm, no sé si te creo”. Bueno, es que ocurre esto que decíamos antes: que muchas veces es la que toca, no la que uno quiere, y hay que ponerle el cuerpo a eso. Después, a lo largo del proceso, seguramente iremos ecualizando, como con esas consolas que tienen mil pitutos y vas subiendo y bajando muy poquito, hasta que encontrás un equilibrio copado. Pero, la foto nunca es permanente: tengamos esto en la cabeza. No es cuestión de que conseguiste una receta y ya está, y vamos en piloto automático con esa.

El control es otro tema importante que nos atraviesa: esta tentación de querer controlar todo y hasta qué punto realmente se puede. Uno puede gastar mucha energía en el lugar incorrecto, por ejemplo, comparándose con alguien más desde una posición desventajosa y dañina para uno mismo. Una cosa es tomar ideas y elementos para ponerlos en juego: “Ah, mirá cómo hizo esto, a ver qué onda”; “mirá cómo la resolvió acá, me voy a fijar”. Pero, distinta es la comparación que solo me empequeñece. Sos vos el que le pone el cuero a cada cosa que te plantees hacer. Estos ejercicios deberían beneficiarnos, no perjudicarnos, porque sino no tiene sentido. Lo probé, no me funcionó, bueno, seguimos con otra cosa. O al revés: le tenía re poca fe, pero de golpe me empezó a dar resultados; y ahí es uno mismo el que se sorprende para bien, porque quizás creía que era un queso en determinada actividad y al final no era tan así, porque le están diciendo que le sale bastante bien.

Hay algo del control que me parece clave: si queremos armar buenos equipos y apoyarnos ahí para lo que nos falta, tenemos que saber poner en juego lo que nos traen o proponen nuestros compañeros, sin la pretensión de que todo funcione según uno lo había pensado. Es difícil que eso resulte y aparte es poco inspirador. Me pasa bastante seguido: “Acá tengo que aflojar un toque. Capaz que lo hubiese hecho de otra manera, pero me sirve esto que está pasando”.

Nuestro plan de negocios debe tener el resumen o la intro de lo que hacemos, la marca del negocio y los productos o servicios que ofrecemos. También debe aclarar si es un [modelo B2B](#) o [B2C](#), es decir, si está orientado a otros negocios o a un consumidor final. Finalmente, es importante que esté explícito de qué manera resolvés o satisfacés la demanda: qué audiencia tenés, con qué lidiás día a día, quién es tu interlocutor. Muchas veces nos enfocamos en lo anhelamos lograr, pero debemos entender que esa foto no es de hoy, sino de un punto de llegada que nos trazamos. En el hoy, nuestros potenciales clientes son más pragmáticos que aspiracionales, por lo general con poco tiempo, y calculan otro tipo de cosas. Y ahí es donde nosotros mismos tenemos que ser más fríos y estratégicos, sin romantizar la situación.



¿Dónde está la clave del éxito de tu emprendimiento? ¿Tenés un modelo a seguir? ¿Conocés a alguien que haya llevado a cabo este modelo? Si lo tenés, estaría bueno seguirlo, observarlo, estudiarlo. Sean *nerds* en estas cosas: indaguen tanto como puedan en los proyectos que sientan que se parecen a los suyos pero también en los que no se parezcan en nada, porque incluso de ellos vamos a poder tomar cosas. Y acá salen nuevas preguntas: *¿Cómo puedo hacer que crezca mi proyecto? ¿Tiene potencial de desarrollo? ¿Qué tipo de desafíos u obstáculos me puedo encontrar en el camino?*

Después viene todo el tema de la organización: cómo estoy llevando la parte legal y la parte contable de mi negocio. Suele ocurrir que uno no entiende cómo estar en orden con estas cosas, pero hay que arremangarse porque lo único cierto es que sin eso no hay negocio: nos cargamos un termo de mate, ponemos la cola en el asiento y le metemos -“okey, a ver cómo es el tema”-, y se van a encontrar con que no era tan tremendo como parecía. Tenemos que ser metódicos y encarar la cosa como parte del trabajo, porque es la base operativa para todo lo demás.



¿Trabajás solo o con alguien más? ¿Cómo es tu esquema de organización? Otra vez, el FODA: ¿Cuáles considerás que son tus aptitudes y tus fortalezas para hacer lo que te estás proponiendo? ¿Cuáles son tus debilidades? ¿Qué aptitudes valorarías en un equipo? En relación al mercado: ¿quién es tu cliente o consumidor? ¿Qué tan amplio es el segmento en que te movés? Es uno el que define, y eso también será parte de la estrategia. Se puede intentar abarcar una porción importante de la torta, a la hora de elaborar el segmento de potenciales clientes. También se puede ser más cauteloso. Luego, conforme uno vaya interpretando mejor el negocio, se irá achicando o ajustando. Identificar a los competidores directos o indirectos, también es algo a tener en cuenta. ¿Cómo vendés lo que hacés? ¿Cuáles son tus canales de comunicación, de venta y distribución? ¿La competencia cómo se maneja en este aspecto? Puede pasar que creíamos que alguien era competencia nuestra y al final no, porque la lleva por otro lado que nada que ver con lo que nosotros proponemos.

Todo esto puede parecer un montón, pero es clave entender que no es todo al mismo tiempo: ambas cosas son ciertas. Hay que empezar por lo que más nos interesa y luego ir de rama en rama, tratando de interpretar cuál podría ser la próxima. Si vemos de golpe todo lo que estamos presentando, puede ser abrumador, por eso es elemental que todo sea en el marco de cada trabajo o proyecto. Son como esas llavecitas de cajones antiguos, que hay un millón pero los vas abriendo de a uno: “Ah, contactos, ¡cierto! A ver, ¿cuáles son mis contactos?” Es cuestión de que nos surja el interrogante y de empezar a poner la atención ahí: contactos tenemos todos, el tema es arrancar de a poco, produciendo charla, generando vínculos que creamos que nos pueden fortalecer. Una vez que te pusiste en marcha, vas a ir viendo cómo todo se pone en movimiento: lo importante es desplegar el mapa y buscar la manera de entrarle. De vuelta: ni todo junto ni al mismo tiempo; al revés, en cuotas y con calma. Una vez que hayas logrado ciertos avances, vas a volver la vista para atrás y vas a decir “ah, mirá qué espectacular, cómo se fue dando esto”.

Con las finanzas, suele pasarnos que, los que estamos en el palo creativo, somos bastante quesos con los números. Hay excepciones, y son bienvenidas, pero el resto sería importante que nos pudiéramos amigar con el tema de los números. Hablar de plata no tiene que ser tabú, y menos pretender cobrar bien por lo que uno hace. Cuanto más ruede la rueda, más enfocados estaremos en lo que realmente queremos, sin tener que depender de un montón de otros laburos y factores para poder sobrevivir. Y no es solo un tema de plata, sino también del estilo de vida que quiero llevar en relación al trabajo: si quiero dedicarle mucho tiempo o poco, a mi trabajo, si prefiero laburar solo o con otros, si preciso un espacio de laburo o me siento cómodo haciéndolo desde casa. Todo lo que ambiciono, o deseo, tiene que ver con la manera de poner a circular eso que hago, entendiendo cuánto me corresponde cobrar por cada cosa. Cuanto más pronto nos amiguemos con esto de los números, o al menos nos vayamos ablandando, mejor vamos a encarar nuestro proyecto.



Vamos a ir al [Canvas](#). La premisa es que no hay que llegar a un resultado correcto, porque no existe la noción de aprobado o desaprobado. La idea del ejercicio es que nos pueda dotar de cierta claridad, o entendimiento, acerca de cómo se va acordonando todo. Después, dependerá de lo que pongamos a jugar todos los días: “Bueno, yo arranco por acá y voy viendo,” “creo que me tendría que actualizar el portfolio,” “¿y si les pido a mis amigos que me compartan un flyer sobre el emprendimiento?” Pasito a pasito: esa es la mejor forma de avanzar. El objetivo, aparte de abrir el juego y entender el mapa, es alumbrarnos y que podamos elaborar un plan de acción para cada una de las cajitas. A la mayoría nos pasó, o todavía nos pasa, que tuvimos que laburar mucho de otras cosas para poder sobrevivir, y que en el poco tiempo libre que nos quedaba hacíamos lo que nos gustaba. Siempre vamos a estar medio atados al juego de interpretar cómo se va modificando la torta de nuestro tiempo, entre el deseo y la obligación, con la meta de que el deseo finalmente se imponga. Hay un momento importante, que es cuando uno se la juega un



poquito, quizás porque siente que algo ya empezó a cocinarse, que está en el fuego -aparte ya entendió que nunca va a estar todo dado-, y entonces se decide a dar el salto: “Ya fue, me mando”. Algunas veces se puede, otras no, pero en la experiencia de cada uno ese momento existe.

Para hacer el Canvas, lo ideal es que tengamos a mano una superficie grande, como un afiche pegado en la pared, e ir haciéndolo en etapas, para no abrumarnos. Podemos usar una pegatina de papelitos o sino podemos ir tachoneando sobre el afiche, y en todo caso cuando lo tengamos listo se pasa todo en limpio. Está buenísimo poder laburarlo con alguien más, porque eso nos va a permitir conversarlo, poner ideas en común, entender qué puso el otro y cómo lo piensa. Al principio, puede que tengan la tentación de anotar cosas re inteligentes, o especiales, pero después se van a ir dando cuenta de que la posta es que seamos concretos, y que, cuanto más llanos y más simples, mejores resultados nos va a dar.



Repasemos: el Canvas es un cuadro o esquema, con cajitas temáticas que aportan preguntas o metas que deberemos ir pensando y resolviendo. De vuelta: todo junto es imposible. Si lo quieren hacer así, lo más probable es que se traben antes de empezar. “Canales”, ¿a qué se refiere? Yo no tengo ningún canal. “Recursos clave”, ¿qué quiere decir esto? No entiendo. Okey, entonces habrá que ir abordando de a uno a la vez, sin desesperarse, sabiendo que la razón de esto es abrir el juego para que podamos entenderlo mejor.

Después del primer impacto, nos va a ir pasando de decir “ah, con esto ya sé qué puedo hacer”, o “se me ocurrió algo que podría probar con este otro tema”. Listo, probemos, a ver qué pasa. Empecemos con la segmentación de clientes: ¿cómo hay que pensar esa segmentación? Como tenga sentido para nosotros. Hay maneras de segmentar que son más recurrentes: puede ser por necesidad o demanda, y también por atributos o comportamientos. En general, cada grupo de esa segmentación de clientes tiene sus propios canales de distribución, o de acceso, según cuán rentables sean o en qué estadio se encuentren. El diseño gráfico tiene una fórmula bastante clásica para segmentar las clientelas, que se reduce a tres preguntas: ¿cuánto le voy a cobrar un logo a una compañía farmacéutica de trescientos empleados? ¿Cuánto le voy a cobrar a un comercio de mi barrio? ¿Cuánto le voy a cobrar a un amigo que está arrancando con su proyecto de tinturas madre? Ahí hay una escala posible, según el tamaño de cada cliente. Es un criterio de segmentación, efectivamente, porque no le voy a cobrar lo mismo a clientes que tienen características muy diversas entre sí.

Ya estuvimos charlando sobre la propuesta de valor: ¿qué es lo que tenemos para ofrecer? Puede ser una cosa o quizás más. Lo que hacemos no tiene que estar necesariamente encolumnado en una sola idea. Podemos tratar de consolidar una sola línea, o podemos impulsar varias. Hay momentos en que vamos a escribir más poéticamente la presentación de nuestro proyecto, y otros en que seremos más concretos con lo que queremos decir. Hay propuestas de valor que están pensadas para un segmento de clientes en particular, y a esos fines se combinan una serie de elementos: el servicio, la ilustración, una asesoría, una solución posible. Son los componentes del trabajo que uno tiene para ofrecer.

Por ahí uno quiere ser reconocido por su estética o por su impronta, y resulta que los clientes valoran más su sensibilidad, o la rapidez en el trabajo, o la fluidez en la comunicación. Y también nos vamos a ir sirviendo de esas cosas para seguir componiendo la propuesta de valor. Como si fueran pines en mi traje: tengo los míos y también los que me pone el resto. *¿Cuáles son los canales fundamentales para cada uno de tus segmentos de clientes? ¿Cuáles son mis puertas de acceso?* Algo muy interesante, en esto de los canales, es el vínculo post venta: *¿Cómo abordar a una persona que ya me contrató o con quien ya hicimos un laburo juntos? ¿Cómo proseguir esa conversación?* Canales posibles son los sitios web, las redes sociales, los eventos de *networking*, las recomendaciones y el boca en boca. En cuanto a las

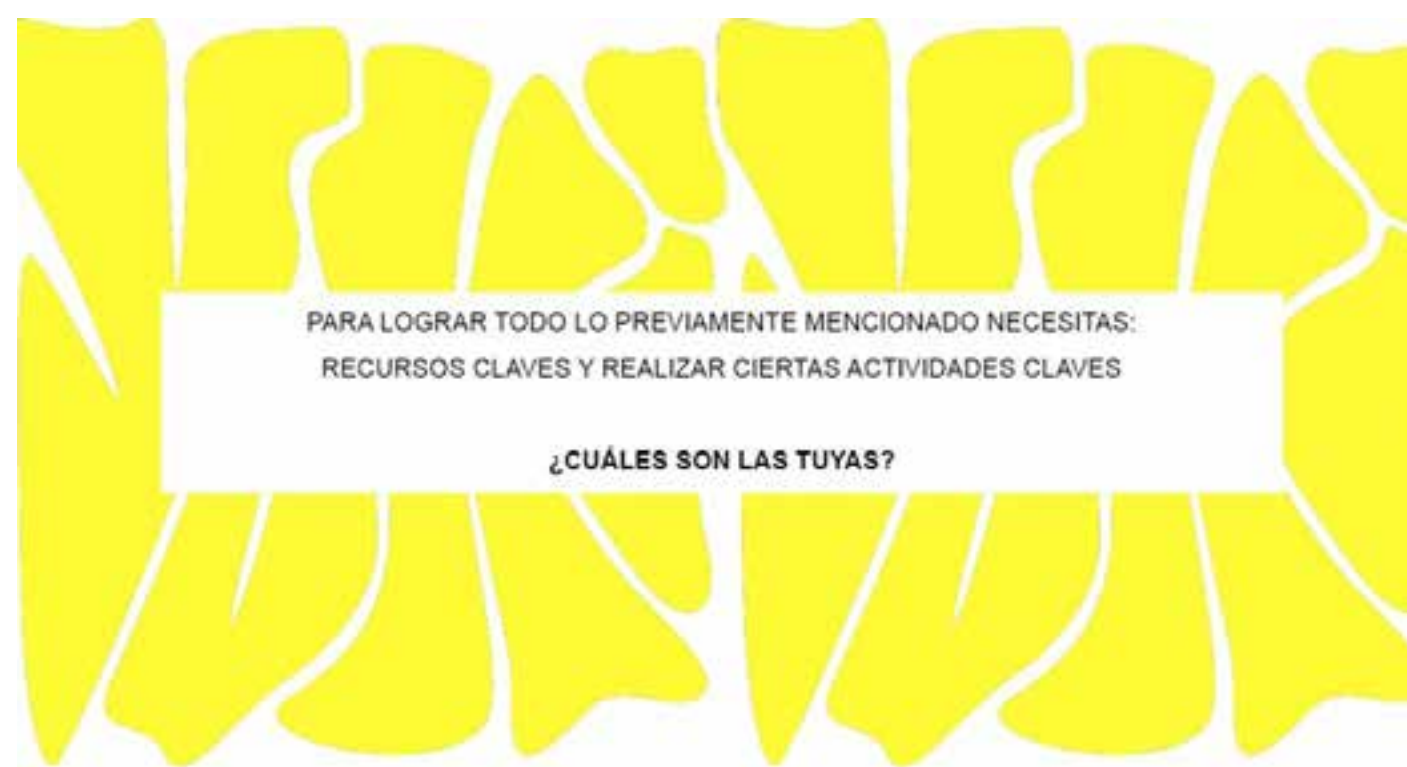


relaciones, aparecen nuevas preguntas: *¿Qué vínculo tenés con tus clientes? ¿Qué tan frecuente y fluida es la comunicación con ellos? ¿Qué acciones tenemos que hacer para sumar nuevos clientes? ¿Cuánto tiempo nos puede demandar?*

No vamos a conseguir un aliado estratégico para cada cosita donde nos sentimos flojos. Es imposible. Lo que vamos a tener que hacer es arremangarnos y buscar la manera más sencilla de resolver lo que nos cuesta, para que eso no nos detenga. Al mismo tiempo, tenemos que echarle nafta a la parte que nos sale más fácil. Una vez que detectemos cuáles son las cosas que se nos dan bien, vamos a subirle el volumen a eso.

En nuestra industria se trabaja bastante por proyecto, es una metodología extendida. También se usa la tarifa por hora y la venta por producto: puede ser una plantilla digital, un flyer, un póster, el logo, la adaptación; con todo, vamos a ir armando nuestro tarifario. Va a depender de cada uno y hay mucho de prueba y error. Yo sé que no puedo cobrar por hora mis trabajos, porque no tengo idea de cuándo empecé ni de cuándo terminé cada cosa. No llevo esas cuentas. Por eso digo que cada uno irá viendo qué le funciona.

En relación a los recursos clave, que es otro de los elementos que nos propone el Canvas, tenemos la pregunta del millón: *¿qué recursos te ayudan a crear y ofrecer tu propuesta de valor? ¿Cuáles son tus recursos fundamentales?* El espacio de la fábrica, la maquinaria, la tecnología, son diferentes tipos de recursos, pero puede que algunas empresas solo necesiten personas: va a depender mucho del rubro de cada una. Cuando revisen sus proyectos, háganse esta pregunta: *¿qué materiales físicos necesito?* Posiblemente una computadora, una impresora, quizás materiales artísticos; *¿soportes tecnológicos?* Un *software* de diseño, la versión actualizada del *Illustrator*, capacidad de almacenamiento. *¿Y cuáles son los recursos financieros?* Capital para que el proyecto comience a rodar, una línea de crédito, una beca. Y desde luego el recurso humano: ya sea un equipo de trabajo, en caso de que lo tuviéramos, y sino nosotros mismos. Puede que tengamos que invertir en hacer unas buenas fotos de algún trabajo que hayamos hecho, o de nosotros mismos, para armar un perfil más atractivo. Hoy en día cualquiera sabe distinguir entre una foto profesional y una que fue sacada con mi teléfono. Puedo necesitar una red de colaboradores, porque quizás mi trabajo va de acá a acá, pero después, en esta otra parte, me quedo rengo, y entonces preciso asociarme con alguien más. Para tomar ciertos proyectos, de hecho, es mucho mejor ir de a dos, porque ofrecés un combo más grande y eso siempre se paga mejor. Pasa mucho con la edición: uno registra el material y el otro lo edita. Podés intentar bancarte solo o podés armar equipo con más personas y salir a la cancha mejor armado.

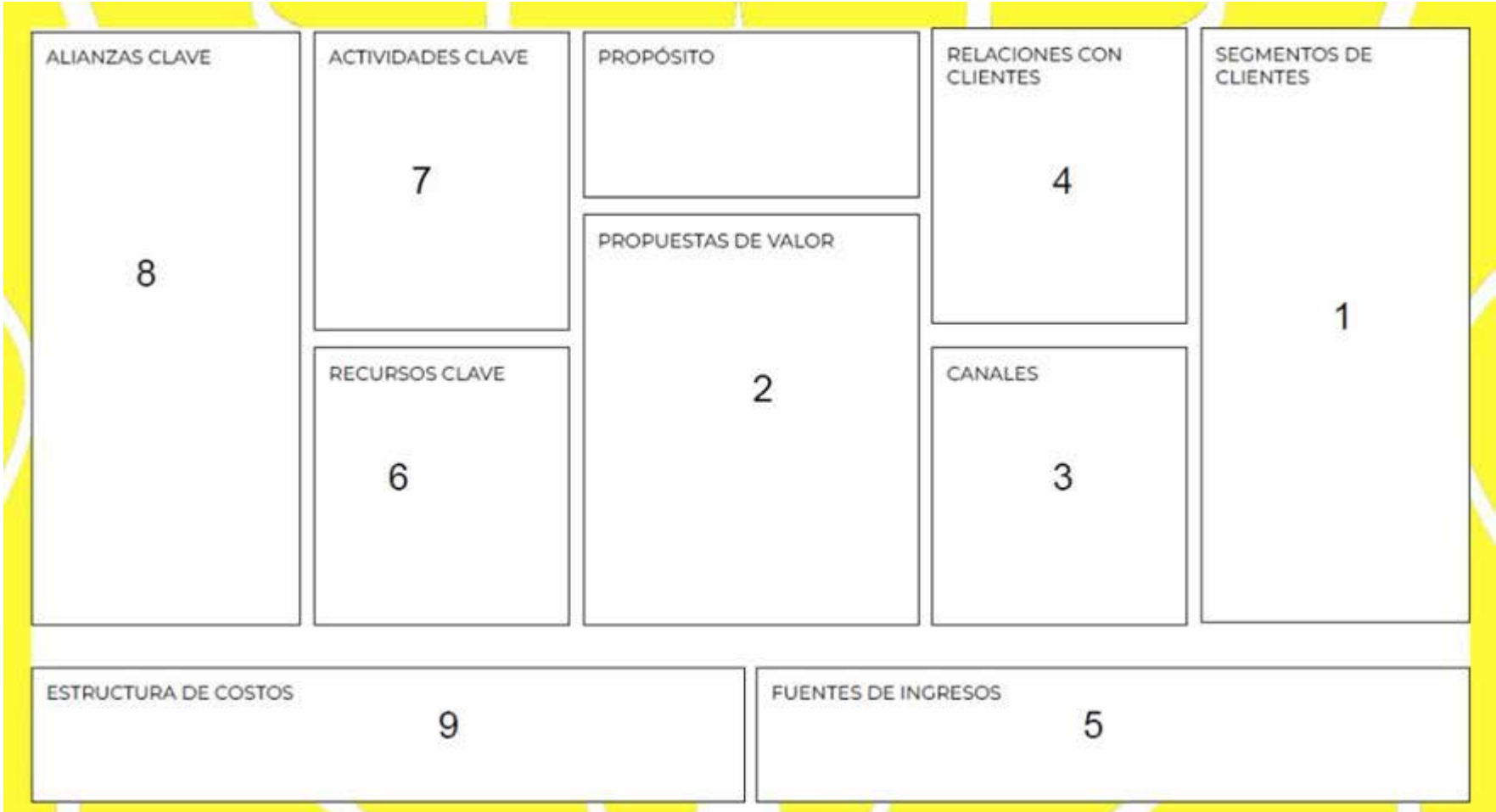


¿Y las actividades clave? ¿Cuáles son? Bueno, acá entra hasta el contador, por ejemplo, porque, si soy diseñadora, mi trabajo no se limita a las horas que me siento a diseñar sino que involucra todo lo que orbita alrededor: difundir lo que hago, el portfolio, ventas, servicio al cliente, ser un amor de persona cuando me llaman para pedirme el cambio número mil. Todo esto forma parte del 360 de mi trabajo. Sería fácil si en este cuadrito tuviéramos que resolver solo las partes que tienen que ver con la magia del trabajo, lo que más nos gusta de nuestra actividad. Pero todo el alrededor es igual de importante, porque hace al plano más general. Alianzas claves: *¿qué es lo que impulsa una alianza? ¿Me potencia con algo que no tengo? ¿Me ayuda a reducir costos o riesgos? ¿Me complementa de alguna manera?* Hay alianzas estratégicas entre no competidores, como utilizar el mismo espacio físico para compartir el gasto del alquiler, y hay alianzas estratégicas entre competidores, por ejemplo, organizar un comité gastronómico: chefs de primera línea que compiten entre ellos periódicamente, pueden nuclearse en una cámara para negociar mejores precios con los productores, para conseguir mejores proveedores, etc. Unirse entre competidores es sumamente estratégico y beneficioso. Y después hay otra cosa que es el [joint venture](#), o sea, proponerle a



alguien un proyecto o negocio a fines de reunir capital y poder hacer una inversión: se puede plantear una sociedad en relación a una faceta puntual del proyecto. Y otra alianza clave, por último, es la del proveedor-cliente: “Yo te voy a encargar, todos los meses, esta cantidad de insumos, y te lo puedo compensar brindándote gratis este servicio”.

La estructura de costos engloba la sumatoria de gastos que tenés, cuando agarrás todos los bloques y comenzás a cruzar información. Entonces, podés hacer un análisis sobre los recursos y las actividades más costosas, y de esta manera vas a ir construyendo una estrategia más sólida: “Ah, mirá, esto tiene un montón de laburo encima y no me reditúa tanto”. Posiblemente hay que hacerlo de todas formas, pero, ahí uno ya puede ir leyendo entre líneas. Están los costos fijos, independientes del rendimiento que estés teniendo -por ejemplo, el alquiler del local-, y los costos variables, atados a tu rendimiento: cuánto más productos vendés, más insumos necesitás. La mano de obra, si tuviera que tercerizar una parte del proceso, es un costo variable. También, hay costos indirectos, muchas veces menos visibles, en general vinculados a asuntos más administrativos, desde un seguro hasta el mantenimiento de los equipos: cosas que quizás uno no tiene en la cabeza, pero que al final del día terminan contando.

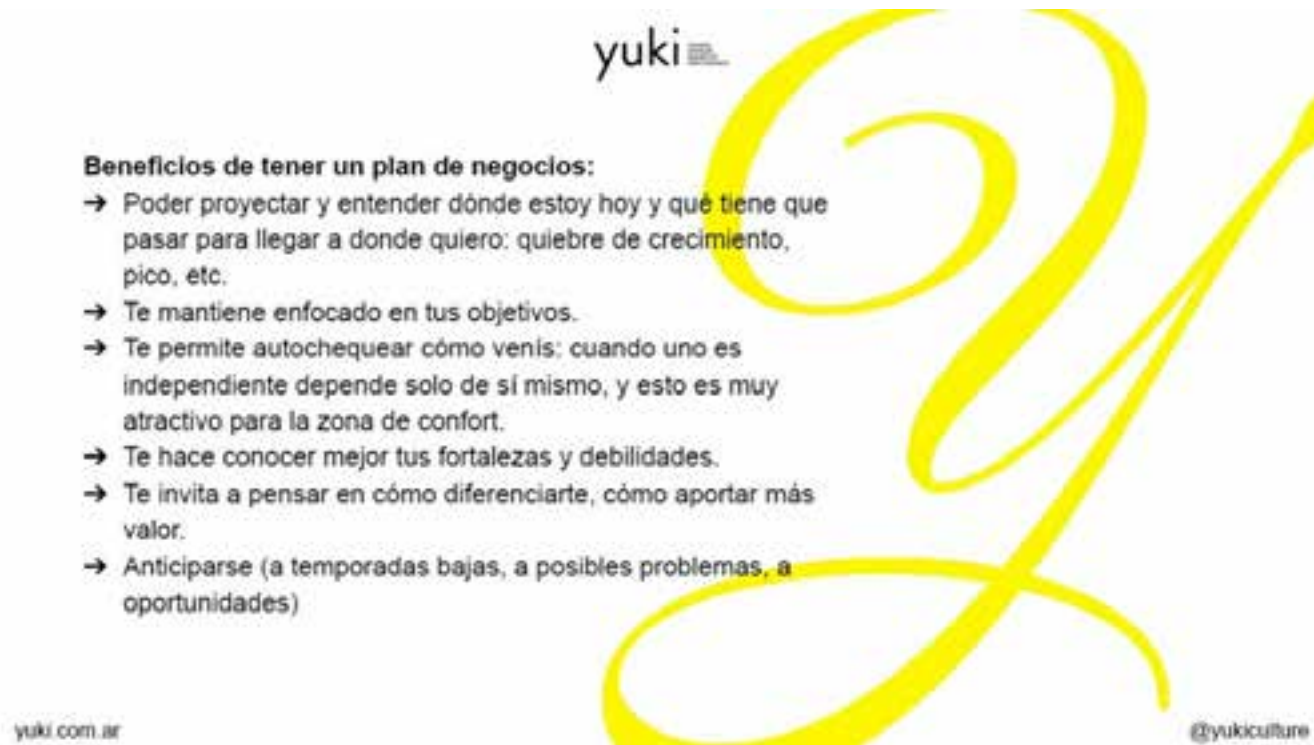


Hay recomendaciones sobre cómo ir resolviendo el Canvas: conviene comenzar por la “segmentación de clientes” y delinear una propuesta de valor, para luego ir abordando paulatinamente la sección de los “canales”, la “relación con los clientes”, “fuentes de ingreso” y “recursos clave”: cada una te va a ir conduciendo a la siguiente. ¿Cuáles son los beneficios de tener un plan de negocios? Suena todo muy formal y estructurado, y capaz que nos produce un poco de ansiedad. Pero, como dijimos antes, todo esto tiene que ser una herramienta para uno, nada más que eso. Te lo pueden pedir para casos súper puntuales, por ejemplo si estás buscando un inversor: ahí, seguramente, le vas a tener que mostrar la viabilidad de tu negocio. Pero, dejando de lado estas excepciones, es todo para nosotros, para captar cómo viene la mano y organizarnos a la hora de decidir qué rumbos tomar. Saber proyectar, entender dónde estoy hoy y dónde me propongo llegar, son seguridades que nos van a mantener enfocados en relación a nuestro propio orden y a las prioridades del negocio.

Si uno no tiene a nadie en quien apoyarse es fácil polarizar: o te vas a tu rincón de confort, “bueno, lo intenté, ya está”, o te exigís a un nivel que puede perjudicarte, y entonces ahí hay que frenar la moto, bajarse, retomar. Es difícil encontrar un equilibrio. Después está el artista que vive como en un trance de inspiración permanente y cree que solo con su talento va a comerse el mundo: en algún momento él también debería entender que necesita este tipo de herramientas. El otro extremo es el que busca que cierre todo perfecto en su planilla de Excel: eso tampoco me parece un lugar deseable. Encontrar el equilibrio es encontrar un refugio, porque hay veces que no soportamos la exigencia de la creación artística y no nos fumamos ni a nosotros mismos. Ahí hay que aprender a meter un freno y de a poco ir cambiando ese chip. Son dos sombreros los que tenemos que usar: el de la inspiración artística y el del manejo de datos. Si le encontramos el *yeite*, funciona, y está bueno.

Armarse un plan de negocios te permite ser más más pillo con tu propio kiosco, básicamente. La cosa va por ahí: aprender a diferenciarme, entender cómo venderme mejor, cómo capitalizar las fortalezas que tengo y minimizar las debilidades -que van a seguir ahí, por más que uno las pueda ir laburando-. El tema no es cómo borrar las debilidades sino que no tengan un farol alumbrándolas todo el tiempo. Cómo anticiparse también es importante: a los problemas que nos pueden caer, a las oportunidades, a las temporadas bajas. Eso es saber administrar una sensación de frustración que a todos nos puede atacar, en algún momento del trayecto.

MÓDULO



Hace poco, en YUKI, le estábamos dando vueltas a un trabajo, y un compañero tiró una metáfora que me encantó: “Mientras esté la pintura fresca, se puede corregir”, nos dijo. ¿Cuál era el sentido de esa imagen? Que el foco tiene que estar puesto en el hacer, en echarse a rodar, en probar y ver qué pasa, y no en la pretensión de que todo esté perfecto antes de arrancar. Si fallamos, seguramente vamos a poder corregir, porque siempre hay un tiempo de pintura fresca. Es muy difícil que la claves al ángulo de entrada. Puede pasar, obvio, pero son excepciones. En general, todo va a ser más sobre la marcha, y así iremos andando, estando atentos para detectar dónde te pasaste un pelito y dónde te quedaste corto. Zurciendo, ajustando. Tiene algo de recreativo, y de artístico también, esto de ir descifrando el recorrido. Y ahí aparece este vínculo entre lo creativo y lo intuitivo: saber leer, aprender a anticiparse y a ser medio camaleón cuando la situación lo requiere.

Algunas preguntas son el termómetro para uno mismo: *¿cuánto de mi propósito se cristalizó, después de haber hecho este ejercicio?* *¿Cuánto logré visualizar de mi proyecto?* Quizás sintamos que estamos trabados y que no pasa nada, pero un día van a encontrar la punta del ovillo y van a ver cómo a partir de ahí se van a ir anillando las respuestas. *¿Bajo qué métricas voy a medir mi éxito?* La contestación a esta pregunta es muy íntima. Tu familia, tus amigos, tu compañero, tus colegas, todos te van a tirar la foto de un éxito posible -el de ellos-, pero puede que para vos no sea relevante esa información, y no porque no admitas otros puntos de vista, sino porque esa respuesta tiene que ser muy propia. Es uno el que se va a poner a laburar con el plan de acción que diseña, y entonces la idea del éxito detrás de ese trabajo tiene que ser solamente de uno. ¡Mirá si vas a hacer todo ese viaje para alcanzar un éxito ajeno! Tiene que haber algo de nuestro proyecto que sea intransigente, y no por ser necios ni porque no nos vayamos a contradecir, sino para no perder de vista la esencia de todo esto. Y ahí está otra vez lo creativo, para ir dándonos cuenta, para ir conociéndonos mejor, etc.



La mejor inversión que podemos hacer en el proyecto -que somos nosotros mismos- es tiempo: para revisar lo que tenés y entender qué te hace falta; para sentar las bases y contestarte estas preguntas; para definir el modelo de negocios y bajar un plan de acción a su medida, que sea viable. Todo eso es tiempo de dedicación y sepan que será un ejercicio permanente. No hay un punto de llegada que nos permita decir: “Listo, lo logré, ahora me tomo un descanso”. Cuando entendés que eso no va a pasar, te relajás, y capaz que lo empezás a disfrutar más. Se trata también de no pasarla mal todo el tiempo o estar sacrificándote creyendo que un día te van a dar un diploma al buen emprendedor. Este laburo que elegimos es en la diaria.



Otro mantra que debiéramos considerar: decir “no”, muchas veces es tan importante como decir “sí”. Hay algo medio seteado en la cultura del trabajo, de que siempre hay que decir que sí. Es válido, pero de la misma manera también es válido entender en qué momento conviene decir que no. Está bueno poder dismantlar algunas falsas creencias o al menos cuestionarlas. Oportunidades habrá muchas: lo que hay que hacer, frente a cada una, es analizar si colabora o no, en función del objetivo que tracé y del camino que quiero andar. Ahí está el valor de la oportunidad. Por supuesto que muchas veces nos vamos a dar cuenta tarde. No pasa nada. La próxima seguramente prestaremos más atención. Se dice que cuando uno está cansado, o distraído, tiene el sí fácil. También, hay algo que es básico, porque es propio del ser humano, que es el hecho de querer agradar. Decir que sí parece mucho más fácil. Decir que no implica bancarte la que venga después. Ahí también hay un entrenamiento que estaría bueno poder afrontar: no agradar por agradar, y no decir siempre lo que el otro quiere escuchar. Resistirse a esa tentación. El tiempo es lo único que tenemos en común todos los seres humanos y en él radica la relevancia de poder decir “no”. No toda oportunidad concreta es una oportunidad potente: ¿cómo lo sabemos? Apostando por la intuición y preguntándonos qué tan alineada está con nuestro propósito. Algunas pueden parecer deslumbrantes, imposibles de rechazar, pero después, cuando vemos qué se nos pide a cambio, es como si tuviéramos que dejar la vida en eso, y entonces capaz me bajo, porque capaz que no preciso tanto. Y ahí está, otra vez, el significado tan íntimo del éxito.

Consideraciones finales

Pregunta de la sala: Me llamo Macarena y soy socióloga, así que no me resultó del todo nuevo lo que presentó Josefina. Lo que sí me llamó la atención, fue esta perspectiva de ver en el autoanálisis quién es realmente uno y qué es lo que quiere ofrecer. Eso me pareció súper valorable, porque, en general, el universo del emprendedorismo se reduce más a esta idea de transformarse en unicornio, de hacer plata, de la cartera de clientes. Este enfoque, en cambio, se basó en preguntas sobre los principios de cada uno, valorando aquello en lo que somos buenos, proponiendo no perder el tiempo en lo que no tiene que ver con nosotros para no convertirnos en otra cosa. Me parece una perspectiva interesante para trabajar, porque creo que quienes nos vinculamos con el arte vamos mucho más por ese camino de lo genuino. Un espacio intermedio que nos permite replantearnos cosas para pensar quién es uno y qué desea, con herramientas de organización, de sistematización. Es un buen camino.

Josefina: Cuando transmito algo, intento que sea desde el amor y las ganas de que todo esto les sirva a ustedes, pero, como no nos conocemos, lo más probable es que algunas de las palabras que usé no hayan sido las más adecuadas. El mensaje siempre lo completan quienes lo reciben. Me pasó muchas veces de haber ido a cursos de emprendedorismo y sentirme una oveja negra, entre tanta gente que, aparentemente, sabía un montón de cosas. Yo ni sacaba fotos, ni editaba, ni diseñaba, y me sentí una inútil. Y me pasó también esto de verme paralizada frente a una consigna, porque, en vez de tomar lo que me servía, me quedaba como fijada en lo que no sabía responder. Se los sugiero incluso desde lo más instrumental: “Agarrá lo que te sirve y quedate solo con eso”. Hay mucho de la industria creativa que tiene que ver con lo humano, con lo blando -que somos nosotros-, pero también hay un rulo que tenemos que aprender a cortar. Entonces, todo lo que nos quede a favor de este perfil emprendedor, nos sirve. Hay elementos duros, estructurados: la demanda, la propuesta de valor, el diferencial; pero los tenemos que ver como una info que nos sirve para apoyarnos, sin meternos en ese rulo oscuro de la perfección que no nos va a dejar que lleguemos a ninguna parte. Usemos estas herramientas como muletas, como apoyatura, estructura, biblioteca o lo que más les guste, para ir acomodando las cosas y las ideas. El contexto de todo esto es nuestra búsqueda, y nada más. Tiene que ver con lo expresivo y con lo que va mutando, que finalmente somos nosotros mismos.

Pregunta de la sala: Me llamo Victoria y tengo una feria gráfica. Me quedé con lo que dijiste del MVP, cuando pusiste el ejemplo de tirar una carnada para ver qué podemos recoger. Yo quería preguntarte cuánto tiempo te llevó a vos ese proceso, y en base a eso qué cosas fuiste cambiando después.





Josefina: El MVP es un buen filtro para entender a qué le pongo cabeza, sobre todo en relación a qué cosas pueden requerir una inversión. Suponete que tenés que alquilar un local para la feria y mandar a imprimir 300 afiches, pero no tenés ni idea de la cantidad de gente que puede venir. Bueno, el MVP es agarrar y decir “bueno, pero primero voy a probar con un *pop-up* en la casa de alguna amiga, a ver cómo resulta, cuántas personas se acercan; y antes voy a amar una preventa online, para ver cuántas consultas tengo”. Un ejemplo de MVP es la venta de láminas o remeras: antes de salir a producir una, hacés un *mockup*, colgás una publi con el precio que estás pensando, y ahí te fijás quién está del otro lado. Haya consultas o no, vos todavía no pusiste un peso ni te moviste de tu casa. Habilitás la opción de compra por encargo, respondés consultas, y cuando te confirman una cantidad equis de encargos, ahí sí, manos a la obra.

En YUKI hice muchos MVP: primero para entender si había algún interesado en la historia que estaba queriendo contar; de golpe entrevistaba a una chica con un emprendimiento de helados veganos que me resultaba fascinante, pero, ¿cómo podía saber si su historia iba a tener rebote en otras personas? Me acuerdo que escribí la nota, la subí a Facebook y se compartió 356 veces: no conocía tanta gente, y no entendía cómo había pasado eso. Pero, ahí empecé a ver que había algo que funcionaba en red, y que me servía. Antes de hacer una inversión, por ejemplo, en el diseño de una página web, siempre empiezo con plantillas gratuitas, pruebo, veo qué llegada hay, porque sé que lo importante va a pasar por otro lado. Tenemos que aprender a servirnos de tantas herramientas como podamos, para poner en valor lo que realmente nos importa.

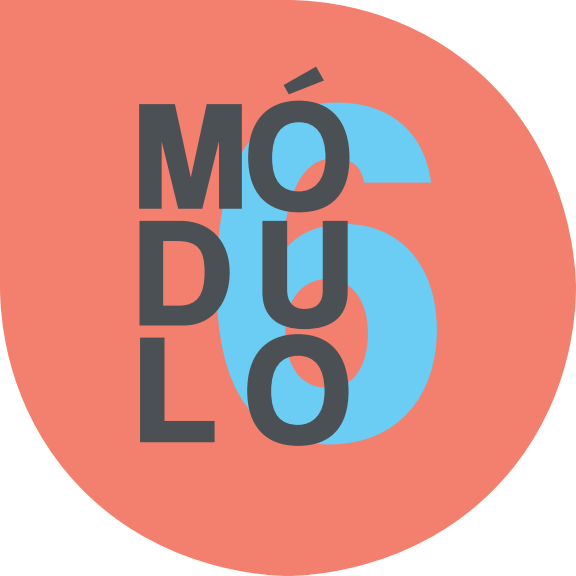
BIO

Josefina Rodríguez Egaña es fundadora y creadora de YUKI, investigó y acompañó a diferentes creativos, artistas y hacedores de distintas disciplinas, edades y estilos desde 2015. Me apasiona adaptar aquellas herramientas generadas para el ámbito emprendedor más convencional y adaptarlas para nosotros, los emprendedores atípicos y poco convencionales: los creativos e independientes. Creadora de ZIP, el programa de formación en modelo de negocios para creativos independientes. Mentora de emprendedores creativos y directora creativa de YUKI.

MÓ DULO



FUNDACIÓN
WILLIAMS



Módulo 6. Miércoles 22 de mayo 2024 – 18h

CÓMO VENDER LO QUE HAGO: PORTAFOLIO Y NETWORKING

A cargo de Josefina Rodríguez Egaña, YUKI

¿Cómo muestro lo que hago de la mejor manera y cómo lo vendo mejor? Este módulo se enfocará en equipar a los creativos con las habilidades necesarias para destacar su trabajo y venderlo de manera efectiva. Se explorarán tres áreas clave: el desarrollo de un portafolio sólido, la creación de una estrategia de comunicación efectiva y la presentación de servicios de manera convincente.

Desarrollo del portafolio: Se abordará cómo mostrar el trabajo de forma efectiva. Se analizará el proceso de crear un portafolio que destaque las habilidades y la singularidad del creativo. Se estudiará la importancia de una estrategia de comunicación coherente y persuasiva. Se explorarán conceptos como identificar al cliente y establecer objetivos claros. Se enfatizará la necesidad de comprender el mercado y la competencia, así como destacar la propuesta de valor única del creativo. Se brindarán herramientas para comunicar eficazmente los servicios ofrecidos. Se examinará cómo diferenciar la oferta de servicios y comunicar esta diferenciación de manera efectiva. Se explorarán diferentes enfoques para desarrollar un portafolio único y atractivo. Se presentarán consejos prácticos y recomendaciones basadas en el análisis de diversos portafolios de artistas gráficos.

¿CÓMO ESTÁN? ¿CON QUÉ SE QUEDARON?

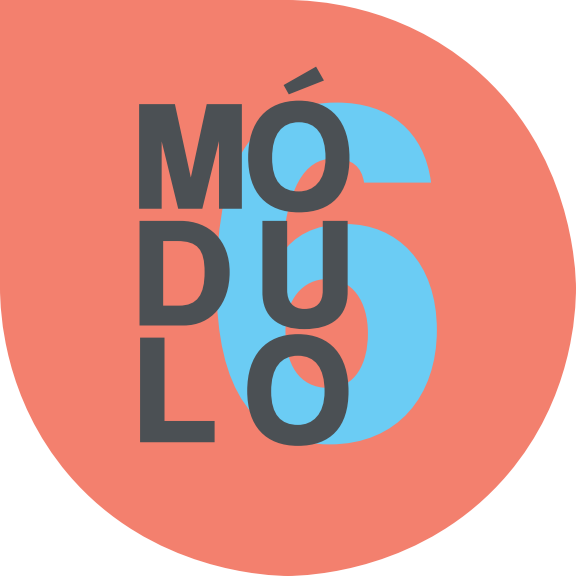
yuki.com.ar

yuki 

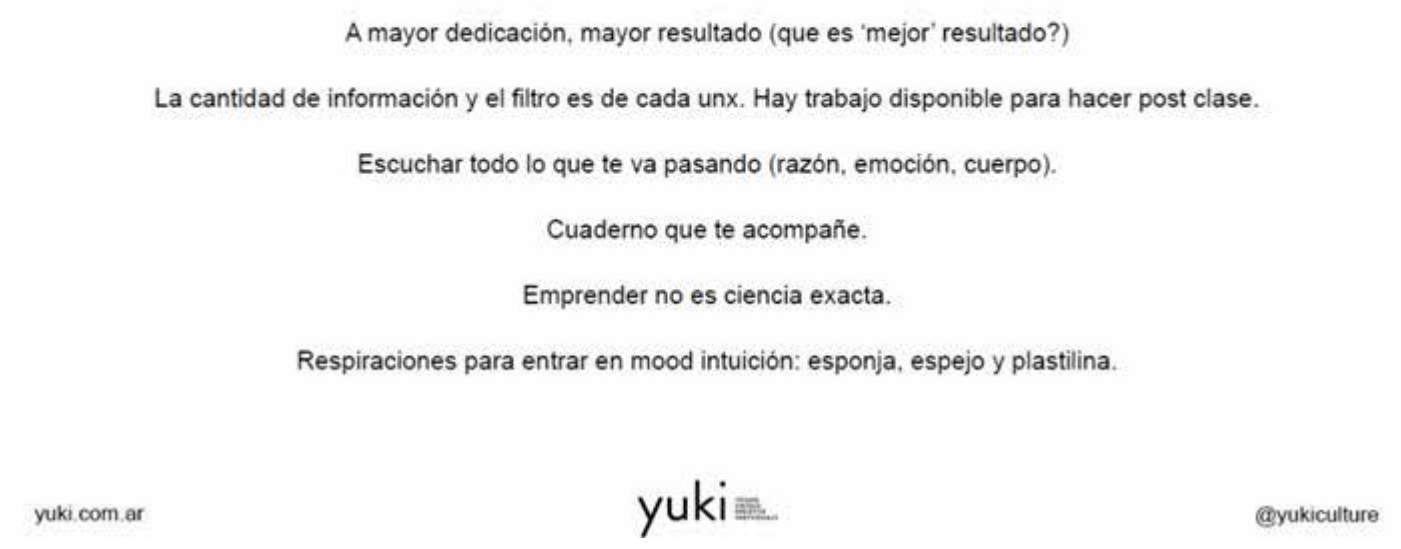
@yukiculture

Vieron que éstos son procesos muy extenuantes, pero absolutamente fructíferos y fértiles. Es tanta la información con la que trabajamos, que por momentos nos puede saturar. Hay que confiar mucho en la capacidad de uno. Confiar mucho en la capacidad de ir asimilando, tejiendo y conectando. Muchas veces somos muy exigentes con nosotros mismos y queremos ver todo ya, materializado o puesto en práctica, pero los procesos tienen su tiempo natural. La madurez de las cosas tiene su tiempo natural y nosotros tenemos que saber acompañar eso. Despiertos, eso sí, estar atentos, con hambre, avidez; estar arremangados, desde un lugar de compromiso y laburo. Eso de estar arremangados es una muy buena imagen, porque significa que el cuerpo está armado para encarar el laburo que hay que hacer. Escuché a alguien decir que, para el emprendedor, todos los días es lunes. Y creo que es verdad.

Veo lo que están compartiendo en el chat sobre las sensaciones después del encuentro de la semana pasada: “Con ganas de saber más”; “increíblemente, me quedé tranquila”; “no me tengo que quedar en lo que no soy, sino en lo que sí”; “dudas sobre el proyecto, pero encaminada, o al menos entrando en calor”; “ordenando un poco mis experiencias”; “con ganas de poner en práctica”; “reflexionando y reactualizando escritos sobre el para qué”. Por suerte, nadie dice haberse quedado paralizado, y está buenísimo, porque justamente la idea es que no hay que hacer de esto un gigante. Todas estas cosas, sobre todo el [Canvas](#), hay que tomarlas como ejercicio, como herramienta, que nos van a acompañar durante un tiempo y que en el medio las vamos a tener que rehacer, porque van a cambiar las etapas relevantes de nuestro proyecto y también de nuestra vida. Entonces, más vale tenerlo cerca y hacerlo accesible, para que esté siempre a la mano. Recuerden que acá estamos viendo un abanico de info y de herramientas, pero que no todas tienen que servirles a todos por igual. No todas las herramientas nos tienen que servir ya, y por eso está bueno prestar atención al proceso de lo que nos va pasando.



VA CONSIDERAR



Ahora vamos a poner el foco en lo que tiene más que ver con cómo vendernos, cómo presentarnos, y el laburo sobre el portfolio de cada uno. Primero vamos a hacer una parte más expositiva y luego una más práctica, donde vamos a compartir ciertas herramientas concretas y analizar juntos la estructura de ciertos portfolios. Obviamente, tiene que ver con aprender a mirar, ni compararse ni querer llegar a algo perfecto. Sencillamente, estar despabilados en el mirar, en el pulir, y en hacernos las preguntas correctas sobre lo que me puede servir y lo que no, sobre lo que tomo y lo que no.

Vamos a empezar con los términos y condiciones, algo que todos tenemos re escuchado de cualquier PNT de radio. Cualquier publicidad, y prácticamente cualquier cosa, tiene sus términos y condiciones, un contrato, un vínculo, un servicio, todo tiene términos y condiciones. Lo tenemos muy naturalizado como algo externo -en general nadie los lee-, pero es una buena premisa, o un buen título, para decir “che, a ver, ¿cuáles serían mis términos y condiciones?” Sobre qué términos y sobre qué condiciones levantaríamos nuestro proyecto. Aplica para los vínculos, para los equipos de trabajo, las sociedades, y es algo interesante para traer a la mesa y pensarlo juntos. Estaría bueno, si se les vinieran a la cabeza unos términos y condiciones que por equis motivo una vez registraron. Sepan que, cuando empiecen a prestarle atención, después los van a ver en todas partes. Me gusta esta pregunta: *¿recordás haber admirado a un colega por manejar tal o cual límite?* Poner los términos y condiciones es básicamente marcar la cancha y setear límites: formatos, dinámicas, montón de cuestiones. Ahí empezamos a ver, también, qué nos pasa a nosotros, qué nos pasa con pedir lo que queremos, con intentar proponer la dinámica de laburo que nos sienta bien y con marcar un límite, o sea, con decir “lo mío es hasta acá”. A algunos les cuesta más, a otros menos, igual que a algunos les cuesta hablar de dinero y a otros no tanto.

Es importante desarrollar apoyaturas o muletas, pensar cómo nos vamos a armar, qué disfraz vamos a usar para encarar tal o cual parte de la estructura de mi proyecto. Son cosas que, en el [FODA](#), están en el cuadrante de las debilidades, pero esto no significa que no hay ahí oportunidades de desarrollo. Más preguntas: *¿qué límite te cuesta poner? ¿Hubo cosas que no lograste aclarar, charlar o plantear? ¿Qué fue lo que no supiste proponer? ¿En qué puntos marcarías la cancha?* Todo eso está vinculado a los tiempos, a las dinámicas, a los tipos de trabajo, los tipos de proyecto, los roles que querés ocupar y los que preferirías que ocupen otros. Capaz que esto de arrancar hablando de límites y de términos y condiciones parece medio mala onda. Pero, es clave poder entender que los límites dan estructura a cualquier cosa, que son necesarios y que son sanos para cualquier vínculo. Después, obvio, hay que ver cómo los comunicamos, uno puede ser simpático, amoroso, educado, y entonces estos límites no tienen porqué ser vinculados con una mala actitud. Está como esa creencia de que, para dar un buen servicio, hay ser un *all inclusive*, y eso es un error, sobre todo cuando empieza a afectar el resultado o el impacto de lo que queremos generar.

En cada etapa de nuestro trabajo tenemos que buscar la manera de cobrar lo que corresponde, ni de más ni de menos, porque ambas situaciones son igual de incómodas. Hay que entender cómo darle a cada una de esas etapas el equipo o los recursos que necesita; hay que setear buenos objetivos. Todo es importante, y también entender que esta información no es solo clarificante para uno mismo, sino también para el resto. Yo no sé diseñar, por ejemplo, y entonces necesito que mi equipo me explique muchas cosas, sobre todo si es algo complejísimo o si es una pavada, si nos va a consumir un montón de horas de laburo o si lo podemos resolver en media hora. Realmente no lo sé y por eso preciso que mis compañeros me den un panorama honesto.

Cuando planteás términos y condiciones le das la chance al otro de pensar cosas que, por ahí, ni se le habían pasado por la cabeza. Abrís un diálogo para darle forma al trabajo que se va a hacer. Si somos honestos con estas cosas, se plantea una dinámica de a dos, un ida y vuelta, y partir de esa base yo lo veo como algo profesional. Estás tratando al otro profesionalmente y le estás dando la posibilidad de asumir herramientas nuevas. En los términos y condiciones hay dos grandes temas, que son el rol y el pago. Podríamos agregarle la variable del tiempo, pero, si entendemos que el tiempo es un sinónimo de dinero, entonces lo tratamos en la pestaña del pago. El rol tiene que ver con cómo delimitamos el *scope*, una palabra del rubro agencia, cómo delimito mi área de trabajo, el servicio que puedo dar, de acuerdo con la

MÓDULO

necesidad que me traen; “mirá, esto y esto lo laburo, pero esto otro no; lo que podemos hacer ahí es tratar de armar un equipo, porque lo que yo te puedo ofrecer es hasta acá”

¿Qué pasa si se cancela un proyecto o algunas de sus etapas, más allá de si ya habíamos empezado o no? No vamos a poder controlar estas situaciones, pero no hay que desesperar. Uno va construyendo bloque a bloque, y si ocurren imprevistos, cosas que uno no dimensionó, hay un aprendizaje ahí, una vez que empezás a incorporar estas variables y a calcular el volumen de detalle de cada proyecto, eso impacta en el presupuesto que presentás, y ahí están las condiciones de trabajo que vos imponés en relación con cada etapa. La experiencia te va indicando que ciertos tipos de trabajos tienden a dilatarse y que, si encarás el armado con punto y coma, o la vas a pasar mal o vas a quedar mal. O la pasás mal porque te extendés para no quedarte atrás con ese trabajo, o quedás mal porque te bajás sin cumplir con lo que habías pactado. No acompañar un proyecto hasta su etapa final, no es bueno nunca. *¿Qué pasa si un trabajo se cae por fuerza mayor?* *¿Qué pasa si no hay entendimiento con el cliente sobre la manera de trabajar?* Si te percatás de que la cosa no está funcionando, quizá lo sano sea bajarse. Por supuesto que ese estimado de horas y de plazos es difícil de planificar, hay gente que labura por hora y las contabiliza, y hay gente que arma una estructura de semanas, por etapas u objetivo. Es práctica, sobre la marcha vas a ir conociendo cómo trabajás mejor y cuál es tu ritmo más sano, entre no andar haciendo todo a las corridas y una laxitud que no te deje concretar el laburo en un tiempo prudente.

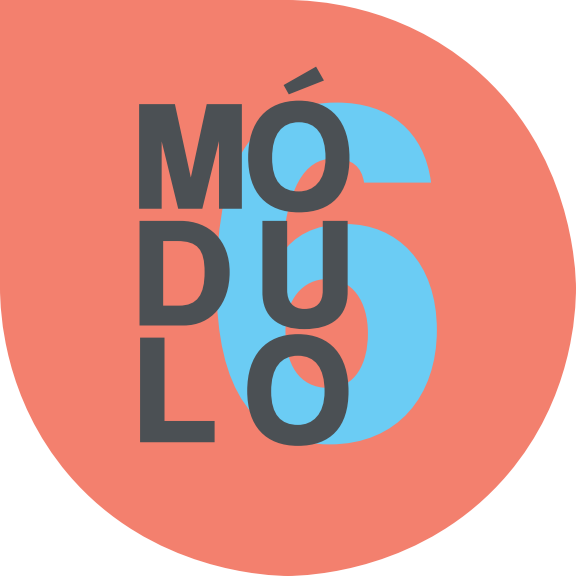
Ciertos rubros artísticos tienen prensa de esta cosa como medio volada. Ya sea mala prensa, prejuicio o lo que sea, hay que estructurar el trabajo que uno hace y dotarlo de herramientas, sobre todo si es un trabajo artístico. Hay que fortalecer la estructura que nos armamos. Hay como un falso mantra de que, para que algo sea artístico, tiene que fluir, sin estructuras, porque así es como más puro, y que si uno le da estructura o formato lo transforma en algo mercantil. Como si profesionalizar una actividad le quitara vuelo, o contenido. Es algo personal, de cada uno, y ahí no me voy a meter, solamente digo que habilitar una escala de grises, o lugares intermedios, es sano, es súper potente y les va a permitir crecer.

¿Cómo aprendemos a tomar las riendas para analizar qué me sirve, qué no, qué obtengo de esto, qué me está diluyendo, qué capitalizo, dónde estoy perdiendo energía, en qué otro sitio la podría colocar? Aplica al tiempo, a los recursos, a los espacios y vínculos que uno habilita, y también a mis clientes. Si estoy poniendo mi energía acá, en este proyecto, quiere decir que no la estoy poniendo en otros; por eso tengo que darle una estructura al trabajo. Para haberle podido decir que sí, le tuve que decir que no a esto y a aquello. Saber administrarse uno mismo tiene que ver con ser nuestros propios agentes y nuestros propios generadores de trabajo. Todo es responsabilidad nuestra: es así de fácil.

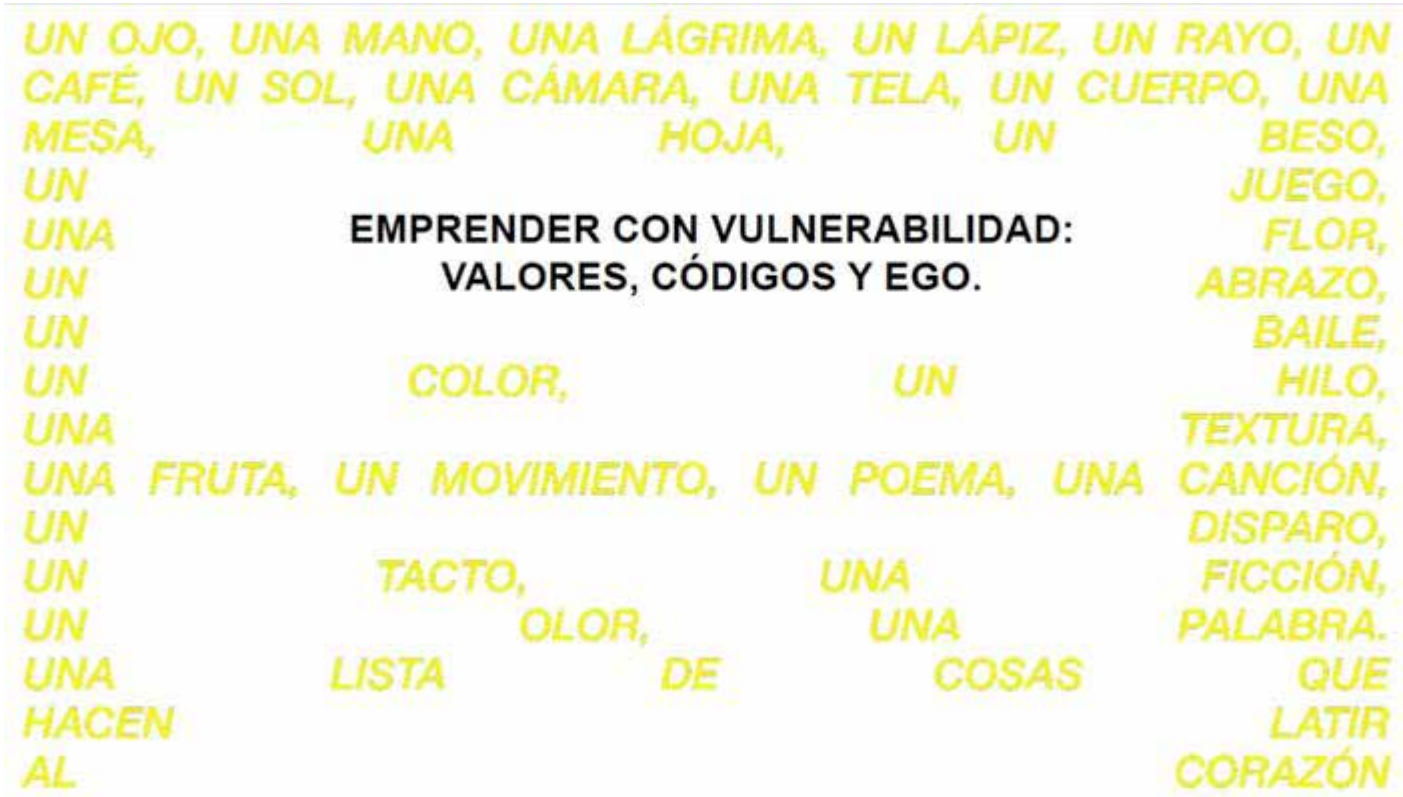


En relación a la comunicación, horarios y canales de encuentro que se abren, hay un tema recurrente que es el uso del WhatsApp. Quizás nos tendríamos que preguntar sobre el vínculo que tenemos con el WhatsApp como canal de comunicación, tema horario, tiempos de entrega, cambios, correcciones. Yo recomiendo, casi como un ejercicio semanal, juntarse a tomar un café, o unos mates, con gente de tu confianza, que sabés que te ayuda a pensar, “Che, ¿qué te sirvió de esto? ¿Qué te funcionó mejor a vos?” Estos encuentros nos van a dar acceso a un montón de ejemplos, un montón de experiencias ajenas, que a la larga o a la corta también van a aplicar en nuestro proyecto. Cambia la particularidad pero todos los procesos tienen algunos elementos en común, o se apelmazan o se extienden más de la cuenta, porque capaz que dependías de otro y entonces te encallaste en sus tiempos. Hay matrices que son bastante típicas.

Y hay algo clave, pero que a la vez es muy sutil, que tiene que ver con ciertos códigos que está bueno identificar, que son implícitos pero que podrían figurar en algún manual de “la buena educación en lo profesional”, estar atentos a la hora de agradecer el trabajo, recomendar a otro si no podés tomar un laburo por equis motivo. Son un montón de cositas que hacen al vínculo entre colegas, y que, al final, terminan siendo importantes. A mí me pasó, durante mucho tiempo, de pasar laburo a otros, porque sentía que no estaba madura, que no estaba fuerte, y me apichonaba. Me decían: “¿qué haces? ¿Por qué estás pasando esto?” Claro, porque al final terminaba generando



oportunidades por fuera de mi propia comunidad. Fue el tiempo que me llevó mi proceso. Entiendo que hay un tiempo natural, para madurar ciertas cuestiones, y después hay otra parte que quizás tiene más que ver con estos códigos, o con una forma de hacer las cosas que se inclina a esta actitud de circular trabajo, sin especular y sin temor a que te pasen cosas malas. Como si la única lectura posible fuera que estás desaprovechando una oportunidad. Yo no creo que sea así.



Un ejemplo que puede servirles, una marca muy importante de cerveza se nos acercó, para que [YUKI](#) desarrolle una estrategia y ponga un equipo de trabajo. Era un proyecto muy grande. Era una de esas marcas que puede hacerte sentir que no estás preparada, o que no tenés las suficientes credenciales. Al final no salió el proyecto. Como fundadora de YUKI y su directora creativa, fui a revisar todo lo que yo, en lo personal, hice mal o pude haber hecho distinto. Fue doloroso, pero entendí que ese trabajo, en ese momento, no hubiese sido lo mejor para nosotros. Resulta que un tiempo después me escribe otra marca de bebidas alcohólicas, igual de prestigiosa, y cuando pregunto cómo llegaron a YUKI salió el nombre de la persona que nos había bajado el pulgar la primera vez. Quiero decir que hay algo, no sé qué, que me deja tranquila, porque sé que en el fondo siempre está la dimensión humana. Es algo que converso mucho con mi socio y que intento impregnar en el equipo. Vuelvo a esto de los valores, yo puedo no ser el recurso que necesitás, puedo no encajar con el plan que te estás armando en este momento, pero hay algo que sucede a nivel humano, y eso sí que puede perdurar.

En relación a los ejercicios de las preguntas, sugiero que las tomen para después, con tiempo, que las revisiten, que las laburen en equipo si pueden. Hacer red tiene que ver con cómo me apoyo y con los equipos que soy capaz de armar o integrar. Parto de mi FODA, de mis patas flojas, de las falencias del proyecto, e intento tender una red de colegas y conectarme desde lo comercial para paliar lo que me falta. Cuanto más nos hagamos cargo de lo bueno, pero sobre todo de lo no tan bueno que tenemos, mejor nos va a salir esto de armar red para buscar complementos. A veces se naturaliza lo que puede uno ofrecer a los demás, y también lo que tiene a disposición, ya sea recurso, experiencia, contactos, materiales o infraestructura. Cuando lo naturalizamos, perdemos de vista cuáles de todas estas cosas le pueden servir al otro. Tejer red es poner sobre la mesa lo que uno dispone, y eso sirve para que se produzca un ida y vuelta.

yuki.com.ar

yuki

@yukiculture

NETWORKING: SOCIOS Y ALIADOS

Empezá por usar tus recursos, talentos y contactos para ayudar a otrxs. Conectá el networking con el dar.

→ ¿Quiénes conforman tu red? ¿qué elementos tienen en común?

→ ¿Cómo alimentas esa red? ¿para qué crees que sirve? ¿qué te puede dar?

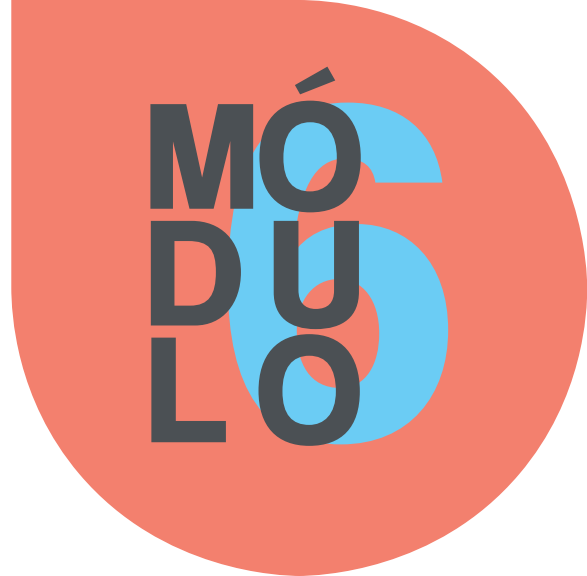
→ ¿Qué sentís que podés dar?

→ ¿Qué tipo de personas, recursos o talentos te gustaría tener más cerca?

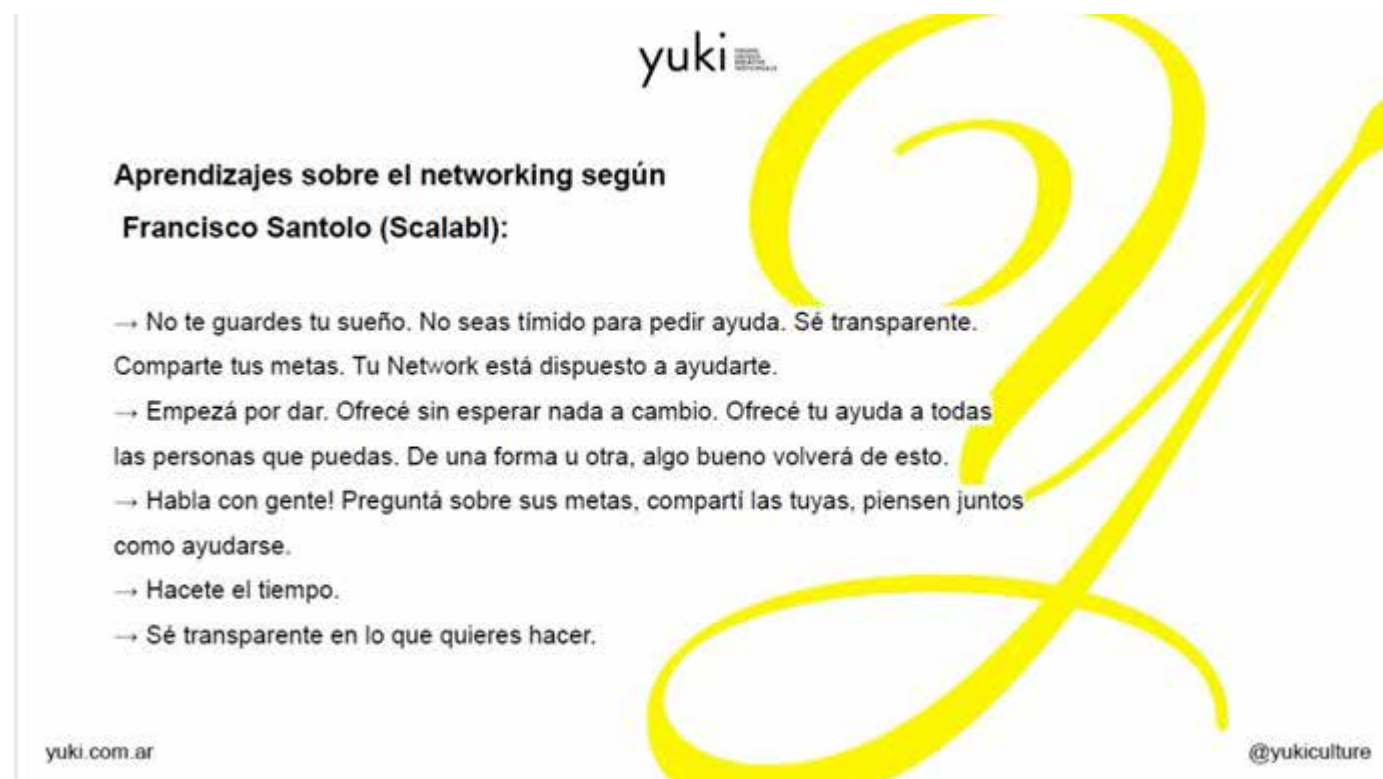
→ Re chequeo clase anterior: ¿cuáles son mis patas flojas? ¿dónde necesito apoyo?

inquietud deseo comunidad // proyectos pasiones impulsos // movimiento arte creatividad // generación sub 35 // desde 2015 // expresiones talento

Para meternos de lleno en el universo del [networking](#) tomo una cita de Francisco Santolo, alguien del palo emprendedor, muy metódico y con mucha escuela, que labura el tema de la escalabilidad, cómo hacemos para



dar estructura a proyectos que están muy buenos pero que todavía transitan la fase de su niñez. Él tira algunas premisas: "No te guardes tus sueños"; "no seas tímido para pedir una ayuda"; "sé transparente". Hace treinta años, un emprendedor prefería no contar en qué andaba por temor a que le copien la idea. Bueno, ahora se maneja otro concepto, que quizás tiene más que ver con abrir, con ser [open source](#) y contar todo de una, sabiendo que no existe más la receta de la Coca-Cola. Todo cambió. El diferencial entre un emprendimiento y otro, somos nosotros, sus creadores. Hay un millón de personas haciendo cosas similares, sin embargo hay laburo para todos, eso es porque tenemos un distintivo para ofrecer y lo encaramos desde lugares diferentes. Es clave esto de ser transparentes, de saber pedir ayuda y de atreverse a compartir en qué está cada uno. Cuanto más nos conectemos más nos vamos a acompañar, emprender, encarar, ser autogestivos, todo es solitario. La parte humana, la del sostén, la de pasarnos data, prestarnos el oído, entender la que estás pasando, todo eso vale oro.

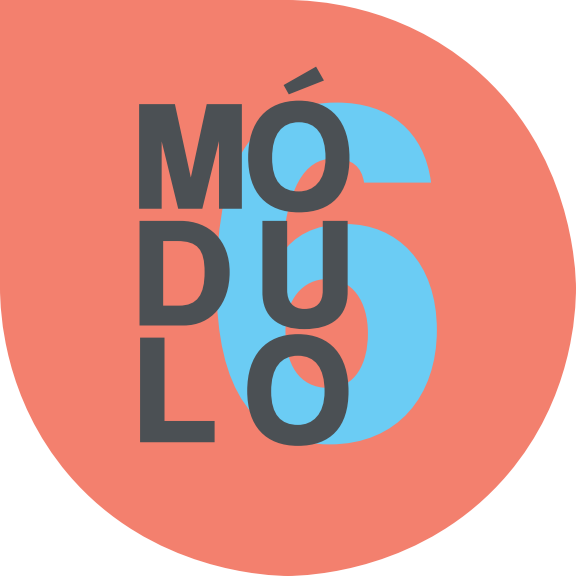


Hay otro ejercicio, que es como un *Manifiesto Expreso*. La propuesta es sencilla, tenemos que agarrar los apuntes que tomamos en nuestros cuadernos y usarlos como machete para escribir lo que se nos venga a la mente, en plan de conectar con la potencia y las ganas de cada uno, dejando las exigencias de lado. No es para leer en voz alta, pero si alguien quiere compartir su manifiesto con el grupo, sería hermoso. Este tipo de ejercicios que apelan a la desnudez y a la honestidad, suelen costarnos incluso si fuera para nosotros mismos. Les vamos a compartir un modelo que pueden tomar como referencia para sus escritos y les vamos a dar unos minutos de silencio para que lo puedan encarar con calma. Si prefieren, también lo pueden resolver más tarde en su intimidad, cuando les resulte más propicio.

Mi nombre es _____. Me dedico a _____ y hago lo que hago porque me apasiona _____. Mi diferencial es _____. Siento que puedo generar un impacto positivo y crecer en _____. Tengo claro que mis fortalezas son _____ y mis puntos débiles son _____. Hoy veo como oportunidad _____.	Mi objetivo hoy es _____. Me comprometo a _____ haciendo _____ y _____. Me vendría muy bien hacer equipo o alianzas con _____ para encarar _____ área o desafío. En 2 años quisiera estar _____ si bien no hay solo un camino para llegar ahí, creo que uno posible es _____. Sé que no es un camino fácil pero confío en mi capacidad, fortaleza, vínculos para llegar ahí a mi manera. Ni más rápido ni más lento y a mi modo.
--	---

Venimos hablando de esta noción de ser el manager de uno mismo, quizás la figura del “manager” es una referencia más del palo del arte o de la música; en todo caso sería gestor, representante, o como le quieran decir. A mí me gusta hablar del arte del autobombo. Está como mal visto esto de hablar de uno mismo, o de tener que salir a vender el trabajo propio. Lo del autobombo es a propósito, porque justamente es como exagerar ese punto que nos suele costar, no nos gusta hablar de lo que hacemos bien, suele darnos pudor. Y la realidad es que, cuando somos independientes y nos autogestionamos, no queda otra. Ahí también entra a jugar el portfolio, que tiene la misión de hablar por uno, para que uno no tenga que estar todo el tiempo contando lo que hace. El portfolio tiene que ser dotado de esa virtud de transmitir mucho más de lo que uno mismo podría decir en un mano a mano. Tiene que ser mucho mejor que eso. Hay algo de lo propio que es re importante, porque, en definitiva, nosotros no hacemos vasos, nuestro laburo no se reproduce en serie. Supuestamente, tiene más que ver con algo de la expresión.

La bio que producimos, nuestra tarjeta de presentación, tiene que estar bien pensada, porque es una parte importante de la propuesta, hay que buscar la manera de sintetizar ideas que nos representen; inclusive para una descripción eficaz en nuestros perfiles de Instagram o LinkedIn. La biografía es una herramienta para exhibir lo



que hacés, tu trabajo, quién sos; su objetivo es enfatizar en los logros y el potencial; el tono debe reflejar confianza en uno mismo, la gente que la lea debe entender que sabés de lo que sos capaz. Obviamente, esto también se tiene que ejercitar, porque puede parecer que uno es un agrandado, que se cree mil o que se está vendiendo. Y claro que nos estamos vendiendo. Por lo pronto, intentamos darnos a conocer. Y ahí es donde está bueno pensarnos para saber bien qué es lo que queremos decir. Puedo poner al frente alguna faceta de mi formación; reconocimientos, premios o becas; puedo poner al frente mi entusiasmo, o algo relacionado con mi momento actual, si ando en la búsqueda de nuevos proyectos o colaboraciones. A veces, es de lo que me puedo agarrar, ¿qué me da más confianza hoy? “Okey, vamos al frente con eso.”

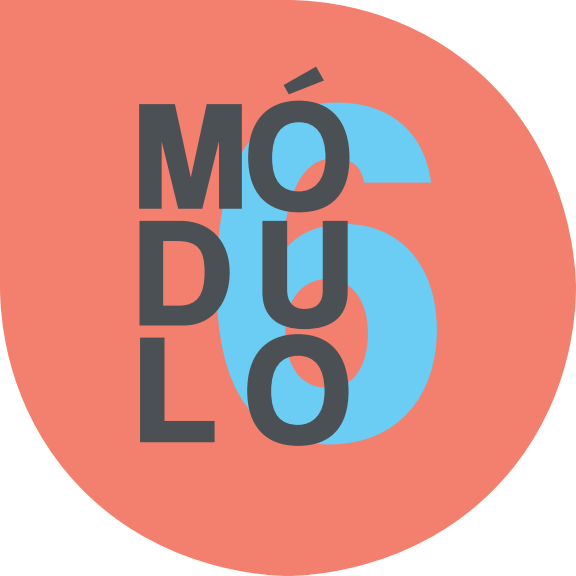
¿Nunca se googlearon a sí mismos? Puede ser gracioso, pero háganlo, porque hay mucha info de uno mismo dando vueltas por Internet y está bueno conocerla. Chequear también aquellos lugares donde puede estar el nombre de uno, ya sea por una nota, colaboración, porque aparecimos en los créditos de algún proyecto, etc. Tratemos de captar lo que nos pueda servir como material de representación o de venta, porque son herramientas de identidad, de contar quién soy. Tenemos esa oportunidad de usarlas a nuestro favor. Es importante narrar el momento presente: “Hoy estoy en ésta, mi estrategia y mi plan de acción tienen que ver con esto y voy a fondo por este lado”. La consistencia ordena y es más rendidora que andar tirando tiros para todos lados.

Cuando queramos contar sobre quiénes somos o qué hacemos, podemos empezar con un texto más extenso, pero después el ejercicio es de ir achicando hasta obtener un párrafo, y más adelante poder resumirlo en dos líneas. Una de las cosas buenas de ensayar eso, es que nos permite entender qué es lo que no nos puede quedar afuera: “Esto es elemental y lo tengo que decir”. En la bio hay que incluir los últimos logros, ya sea en relación a clientes, experiencias, búsquedas, links, menciones, artículos, etc. No se recomienda emplear la voz pasiva, o sea, que no hablemos en tercera persona de nosotros mismos: mejor en primera persona, haciéndonos cargo de lo nuestro como artistas creativos o lo que fuera que seamos. Y, otra sugerencia, es hacer foco en lo que sé y en lo que quiero. Ser concretos con eso también.

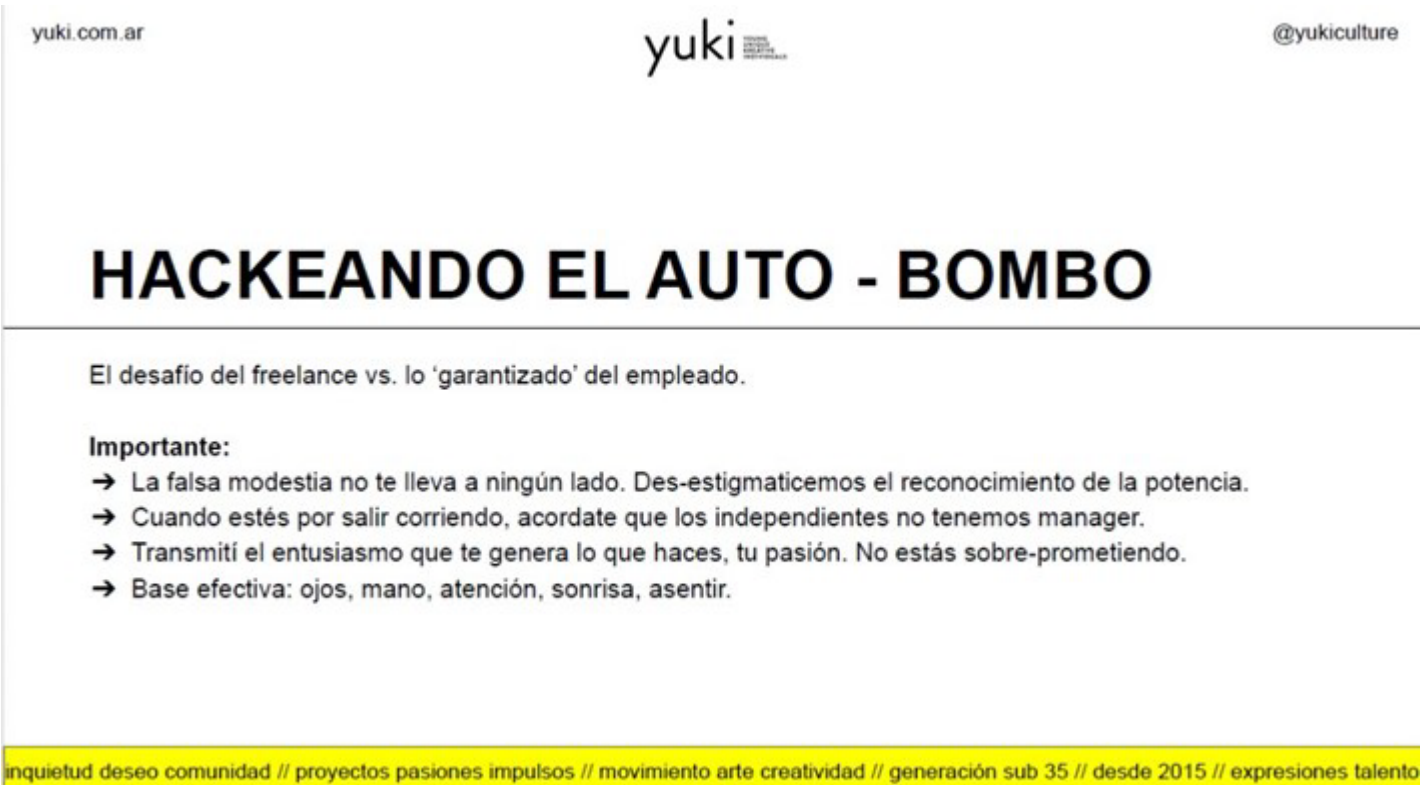


Esto de ser nuestra propia empresa, o nuestros propios managers, requiere muchas veces un nivel de exposición que nos encantaría poder eludir: que se ocupe otro y nosotros poder abocarnos a la parte del laburo que más disfrutamos. Pero, como decía Carl Jung, “nadie es cien por ciento extrovertido ni cien por ciento introvertido”. Existe un término, [ambivert](#), que remite a lo ambivalente y sugiere que todos tenemos un poco de cada cosa. Cuando lo escuché por primera vez, me sentí muy identificada: entender que eso también es parte del trabajo; que hay que desarrollar un *alter ego* -este disfraz que nos tenemos que poner-, que hay que regular nuestra energía -planificar, anticiparnos-. Después está bueno pensar cómo hacer equipo con quiénes mejor nos complementen, sin mambearnos con que si son competencia o no, entendiendo que hoy con la virtualidad es infinito lo que te podés comparar y con quiénes. Está bueno descansar en lo que otro me aporta: si hay equipo, si hay entramado y si hay un sistema que funciona, que no haya mambo; si un colega me está dando soporte, si está habiendo laburo colaborativo, que no haya rosca. Si no, ¿para qué lo hacemos? Sería un despropósito. Lo único que tiene que pasar ahí, es que haya potencia y estructura. Está bueno captar lo que admiro del otro: qué tomo, qué aprendo de esa persona.

Cuando no nos sale tirarnos flores, o hablar de nuestros logros, entonces hablemos en términos de lo que nos entusiasma y lo que nos gusta hacer: lo apliqué muchas veces, porque me parece que es una forma copada de transmitir mucha potencia, mucho caudal, sin ir a cosas tan concretas como pueden ser un premio o una meta que se consiguió. Recomendaciones para ordenar las prioridades, hay algo que se puede volver caótico, cuando uno es todos los departamentos de su empresa -administración, comercial, marketing, redes, comunicación-, y encima tiene que producir algo de calidad, que genere como un orgullo; está bueno intentar ajustarnos al Principio de [Pareto](#), que dice que el 20% de lo que hacemos produce el 80% del impacto. No importa si se cumplen o no esos porcentajes. Nada más es una premisa que está bueno atender, dónde se genera el impacto, dónde me



conviene ejercer mayor presión de tiempo y de trabajo. Si sos vos solo nunca vas a llegar a hacer todo, porque es imposible, y entonces hay que aprender a ser eficientes con el uso que hacemos del tiempo y la energía, para que no se nos diluyan en situaciones que no nos hacen la diferencia.



Vamos al armado del portfolio, qué buscamos transmitir, en qué lugar vamos a sacar a relucir nuestro autobombo, cómo lo ordenamos, cuántos trabajos seleccionamos y con qué criterio. Obviamente, de nuevo, no hay respuestas correctas y tampoco definitivas, todo esto se va a ir actualizando y se va a ir viendo. Está buenísimo mirar otros portfolios, por más que no conozcamos a la persona que lo armó. Mucho mejor si esos portfolios son de personas que sí conocemos, porque ahí vamos a poder charlar con ellas, es el doble de rico porque vos conocés lo que hace, sus laburos, sus círculos, y con toda esa info ves la foto que decide mostrar y lo analizás. ¿Se entiende? El portfolio es un laburo de ingeniería, de diseño, y tiene un montón de información sobre su autor, es la síntesis que eligió mandar al frente para presentarse; está muy bueno tomar contacto con esos laburos y esas presentaciones, porque de cada caso vamos a poder llevarnos elementos.

Para seguir con esta parte de la presentación, me van a ayudar Yane y Lu, dos compañeras del equipo de YUKI.

Lu: Me gustaría retomar algo que decía Jose, sobre pensar qué queremos transmitir. Nosotras ya hicimos todo ese laburo de crear nuestro emprendimiento, de llevarlo adelante, de pensar en quiénes somos y qué queremos hacer, pero hay una parte igual de importante, que es cómo comunicamos todo eso. Recordemos que nadie te va a tocar la puerta para decirte “che, necesito esto, y esto otro”, que nadie tiene por qué adivinar lo que uno hace, y que nadie se va a enterar si vos no lo comunicás. Una parte importante es entender lo que uno quiere transmitir. Nos podemos centrar en un rubro determinado o ser multifacéticos; podemos ser únicamente ilustradores, o podemos ser ilustradores, tatuadores y diseñadores gráficos. Saber lo que se quiere transmitir está atado a entender lo que queremos hacer. Las personas que te van a ir a buscar, o las oportunidades que vas a encontrar, serán consecuencia de lo que estás mostrando. La parte de la curaduría, que ahora vamos a ver, va muy de la mano con esta pregunta *¿qué queremos contar entre todo lo que hacemos hoy? ¿Qué vamos a hacer más adelante?* Obvio que vamos a cambiar de idea, y obvio que nos vamos a ir actualizando, porque hay un montón de elementos que se encuentran con el proceso en marcha. Estaría bueno que todos nos pudiéramos hacer estas dos preguntas “¿Qué es lo que verdaderamente quiero comunicar y qué me gustaría que pase de aquí en adelante?”

Alguien comentó en el chat que el portfolio le quedó corto y que no pudo incluir una parte relevante de su trabajo. Esto es similar a cuando cualquiera de nosotros hacemos un CV, dependerá del trabajo al que estás aplicando y del recorte de tu experiencia que estás queriendo mostrar. Con el portfolio es lo mismo, puede tener versiones distintas, según si se lo vas a presentar a alguien en particular o si lo vas a publicar en tu sitio o en las redes. Lo que exhibís, se adapta al tipo de trabajo al que aspirás, o a lo que suponés que la otra persona está buscando de vos.

Yane: Agrego que, al momento de armar un portfolio -más que nada si uno está recién arrancando-, es muy difícil ponerse a pensar si sos realmente capaz de hacer todo lo que expresa. Ahí aparece el [síndrome](#) del impostor, que es esto de no tener bien en claro qué es lo que hacemos. El portfolio es un ejercicio agudo para recopilar material y también para consolidar esa percepción sobre uno mismo “Che, si es mío todo este trabajo, si tengo esto para mostrar, bueno, entonces algunas cosas hice”. Ahora vamos a ver los cuatro pasos que deberían cumplir para armar el portfolio propio. El primero es seleccionar nuestros mejores laburos, y hay dos formas de hacer esto, se puede pensar en un portfolio base, que vamos a tener siempre linkeado en la descripción de Instagram; y también se puede readaptar frente a la posibilidad de enviarlo, por ejemplo, a una agencia de publicidad, analizando entre tus proyectos cuáles pueden ser los más interesantes o idóneos para las personas que lo van a recibir.

El siguiente paso, luego de haber hecho esa selección de nuestros mejores laburos, tiene que ver con priorizar qué es lo que queremos hacer a futuro. Uno puede tener experiencia en diferentes ámbitos, pero hay que hacer

MÓDULO

valer estas preguntas *¿qué quiero seguir haciendo de ahora en adelante? ¿Tengo ganas de seguir siendo community manager o prefiero crear un contenido propio? ¿O me quiero tirar para el lado de la fotografía?* Esos deseos que tenemos deben estar expresados en un portfolio base. Desde luego que el contexto económico juega, y que, si me cae un laburo de *community*, voy a poner esa faceta adelante. Pero el portfolio base nos tiene que servir como brújula al lugar que nos gustaría habitar el día de mañana.

El tercer paso es adaptar nuestro contenido de acuerdo a la plataforma, porque no todas son iguales, algunas son sitios web, pero otras se asemejan más a una red social. Es importante que describamos con minuciosidad nuestro rol en cada proyecto. Una vez hice un curso sobre producción de moda y la actividad final era una práctica profesional, en una revista importante. Éramos más de cien personas. Obviamente que todas íbamos a incluir esa experiencia en nuestros portfolios. El tema es cómo, si yo solo cuelgo las fotos, pero no aclaro mi rol, entonces la persona que lo reciba puede pensar que fui la responsable de esa producción. Eso no tiene que pasar nunca. Es importante aclarar qué rol me tocó y en qué contexto sucedió. Teniendo en cuenta esos roles y las características del proyecto, armamos el epígrafe como corresponde. Y el último paso, también importante, es que pidamos *feedback* todas las veces que actualicemos un portfolio. A veces estamos ensimismados con un proyecto y perdemos de vista si realmente se entiende lo que queremos decir. Pidamos opinión, a gente del palo y también a algún amigo nuestro que nada que ver, los dos puntos de vista nos van a servir para detectar si está clara la propuesta.

yuki.com.ar

yuki

@yukiculture

CURAR UN PORTFOLIO

4 PASOS

- 1) **Seleccionamos nuestros mejores laburos en virtud de la audiencia o público-objetivo:** ¿cuáles fueron los que tuvieron mejores resultados? ¿Cuáles son los más relevantes para esta plataforma/audiencia?
- 2) De esa primer selección, **separamos los que nos gustaría seguir repitiendo a futuro.** Hay portfolios muy amplios, hay gente que tiene experiencia en diseño gráfico, Social Media, Cobertura de Eventos, etc. Que de todo eso querés seguir haciendo?
- 3) **Adaptamos el contenido a la plataforma + describimos el proyecto:** cuál fue nuestro rol?
- 4) Si tenemos la posibilidad, **pedimos feedback**, como se ve? se entiende? que proyecto llama más la atención?

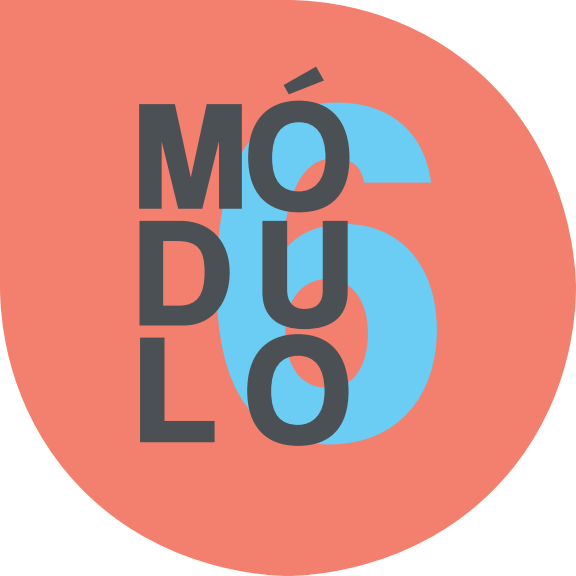
inquietud deseo comunidad // proyectos pasiones impulsos // movimiento arte creatividad // generación sub 35 // desde 2015 // expresiones talento

Ahora sí, vamos a ver las herramientas y las plataformas que podemos usar para nuestros portfolios y también algunas buenas prácticas. En el puesto número uno, Instagram la mejor opción que pueden elegir a la hora de armar un primer portfolio, no es la más profesional, pero te habilita un *networking* súper orgánico, por lo simple que es publicar ahí tu trabajo y hacer que te etiqueten las personas que te dieron una mano o tuvieron algo que ver con ese proyecto. Así, muy naturalmente, se teje una red eficaz, porque todos a su tiempo van a ir curioseando el posteo, y sus contactos tendrán acceso. Es la forma perfecta de darse a conocer y también de contactar gente. Si estás chusmeando el portfolio de alguien y en un click podés enviarle un mensaje, eso marca la diferencia. No es lo mismo si tenés que seguir un link desde una web para visitar las redes o aterrizar en la casilla de mail del autor. La idea es simplificar. Hay que tener una versión profesional de nuestro portfolio y una más social. Esto produce interacciones fluidas y repercute en el alcance que vamos a generar.

Lu: Está bueno, si uno quiere contagiarse de miradas creativas, seguir a gente que hace un laburo similar, o cosas que nos gustan, para alimentar nuestras propias ideas. Se puede re aprovechar una red social como Instagram, para todo lo que es ambientes creativos y de emprendimiento. En los créditos de un proyecto te vas a encontrar con un montón de perfiles que pueden ser puntas para otras cosas: “Éste hizo la portada, aquel hizo la iluminación, el otro lo diseñó”; y ahí hay una oportunidad de ir llegando a más gente. Uno piensa que no, pero eso está siempre a nuestro alcance. Nunca sabemos a quién llegamos, qué personas están visitando tu perfil, pero al final resulta que terminamos proponiendo lo que hacemos a un otro que puede ser muy amplio. Todo lo que es colaboración, vínculos de trabajo y *networking*, merece que le pongamos atención y que lo alimentemos tanto como podamos.

Yane: Hay algo que es real y es que las redes sociales te permiten estar cerca de lo que te propongas. Antes debía ser muy difícil. La verdad es que ni me lo puedo imaginar porque yo nací en esta era virtual. No me imagino realmente cómo funcionaba todo sin esto. Para tomar contacto con un estudio de diseño reconocido, supongo que tendrías que tener una trayectoria inmensa. De otra manera no te daban cabida. Hoy, si le metés un toque de ganas, el trabajo que hacés le llega a la persona que vos quieras. Todo está al alcance de tus manos, y eso es una posibilidad increíble.

Para que podamos dimensionar lo que significa trabajar las redes, traje el caso de [Agostina Raffa](#): ella tiene 21 y comenzó sacando fotos analógicas en un bar que se hizo famoso porque ahí circula mucho del género urbano. Nadie se lo pedía, nadie le pagaba los rollos que usaba, nada de nada. Lo que ella hizo fue etiquetar a algunos



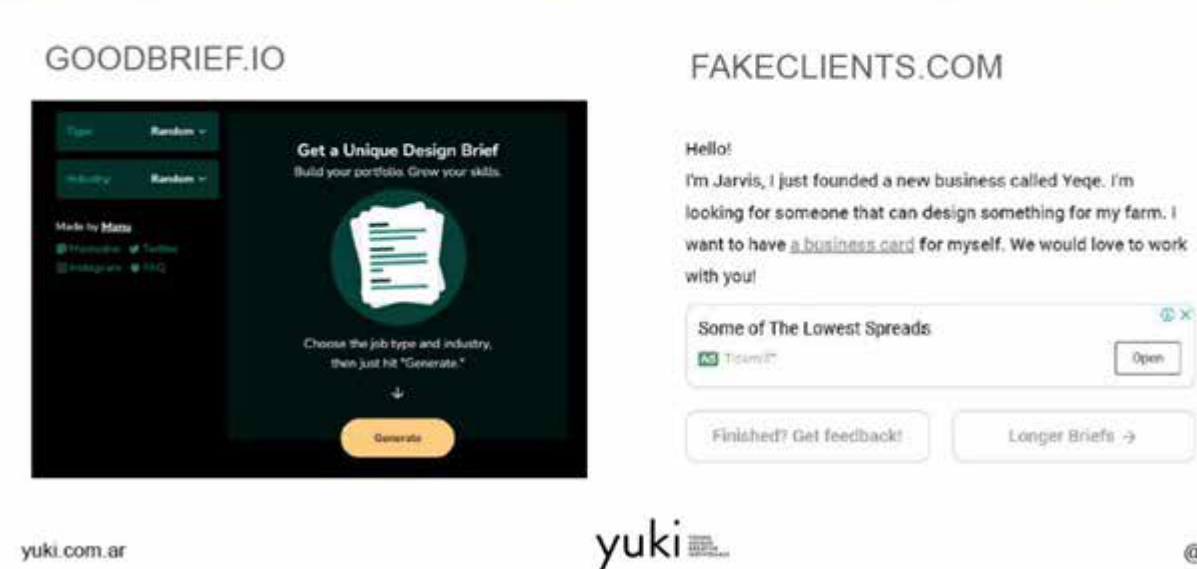
piques que la pegaron, y lo que pasó fue que la gente se empezó a fijar en su laburo. Algunas de las fotos se viralizaron y circularon mucho por las redes. Ella se proponía para ir a sacar fotos analógicas a recitales o eventos. Agarraba la cámara e iba, no esperaba sentada a que la llame alguien. Esto le abrió puertas y fue así como llegó a trabajar en producciones más grandes. Y es muy loco, porque en realidad fue simple cómo se le fue dando todo, obviamente que Agostina labura un montón y que además tiene talento, pero no es que tuvo que hacer un recorrido académico súper intenso ni nada en especial para posicionarse haciendo lo que a ella le gusta. Usó sus recursos y a eso le agregó un portfolio muy bien armado en Instagram. No lo traemos en plan de romantizar las redes, pero sí para que podamos entender que son una herramienta importante, y que, si te dedicás, podés sacar buenos resultados. Es cuestión de mostrar lo que hacés y de trabajar para vincularte.



Hay tres plataformas ideales, además de Instagram. Es ideal tener el Instagram activo como medio de *networking* y un portfolio más profesional en alguna de las plataformas que les vamos a recomendar. La primera es [Behance](#), que es la más común e intuitiva. La segunda es *Cargo Collective*, que es como más *cool* porque tiene un diseño personalizable y te ofrece muchos *templates* y cositas de edición. Es paga y habría que ver qué onda los planes que ofrece, pero también es una buena opción. [Readymag](#) es parecida a *Cargo Collective* pero tiene una opción *free*, y eso está bueno, porque cualquiera puede armar su portfolio tranquilamente ahí. También es intuitiva y personalizable. Hay un montón de otras herramientas que pueden explorar, pero les queríamos traer especialmente estas tres porque son las que más nos permiten jugar desde un lado creativo. Si están arrancando, Adobe es una buena opción para no tener que acelerar de 0 a 100 y poder experimentar más de a poco. Todo dependerá siempre de la búsqueda, de la personalidad de cada uno y de lo que desee poner al frente en su propuesta de valor. Hay plataformas que son más interdisciplinarias y expresivas, pero a la vez son más complejas y por eso pensamos que tal vez les pueda convenir dejarlas para una próxima etapa, cuando acumulen un poco más de recorrido.

Ahora, ¿qué pasa si alguien está arrancando o si, de pronto, quiere tirar para otra disciplina? ¿Qué se supone que debemos hacer si todavía no tenemos material para mostrar? Bueno, hay herramientas y plataformas que están buenas porque te proveen de *briefs*. ¿Qué es eso? Es el pedido que te hace un cliente: “Voy a necesitar un logo para tal marca”, por ejemplo. *Good Brief* es un sitio que te permite ir categorizando según lo que precisás, si sos diseñador y tenés que hacer un trabajo para una empresa de transporte, entonces te va tirando distintos *briefs* para que empieces a practicar. Después hay una comunidad, [Blank Poster](#), que también está buena para los diseñadores gráficos porque cada semana se tiran distintas palabras y la idea es que la comunidad tiene que ponerse a armar flyers teniendo en cuenta esos disparadores, después, se hace una selección de los mejores y se difunden esos trabajos. La palabra *brief* viene de la jerga publicitaria, de las agencias, pero cualquiera de nosotros puede usar estas herramientas para obtener lo que buscamos.

BRIEFS FAKES



MÓDULO

Todas estas cosas que estamos viendo nos pueden servir para apuntalar nuestro trabajo, pero no hay que perder de vista la herramienta más importante que es la colaboración. Si uno todavía no tiene un proyecto propio, lo más poderoso que puede hacer es juntarse con personas que estén en la misma y que tengan ganas de meterle para adelante. Las ideas se pueden complementar y siempre va a existir la posibilidad de generar un proyecto común. En YUKI, sin ir más lejos, van a encontrar un montón de personas que están arrancando y con ganas de ponerse a trabajar. Es una sinergia muy linda la que se produce cuando hay colaboración. Ésta es la premisa número uno siempre, y sobre todo si todavía no tenés laburos hechos o proyectos a la vista. Hay que armar grupo con gente que complemente lo que tenemos para dar y trabajar juntos para materializar las ideas.

Dicho esto, ahora sí, vamos a abrir un espacio para que ustedes, si lo desean, compartan su portfolio. La idea es que los podamos analizar entre todos para ver qué pasa con esos procesos. Solo les vamos a pedir, a quienes quieran participar, que nos hagan una pequeña introducción sobre ustedes y sobre el portfolio que nos van a mostrar, en qué se sienten cómodos, qué les gustaría corregir, hace cuánto que lo armaron, etc. Así podremos entender un poquito más sobre cómo viene siendo la experiencia.

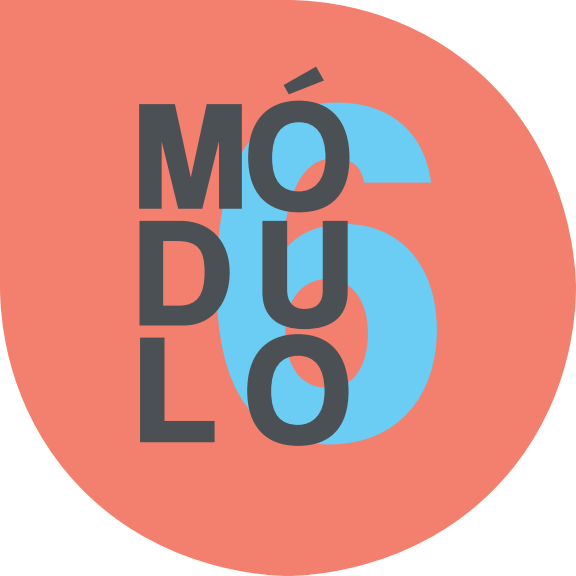
Juliana: Soy diseñadora e ilustradora gráfica. Llevo un par de años trabajando en esto y la verdad que el portfolio siempre fue un problema para mí. Lo pulí con los años, fui aprendiendo de observar otros portfolios y de charlar con compañeros o colegas. Lo que aprendí, básicamente, es que hay que tener como un cierto impacto visual a la hora de presentar los trabajos, además de mantenerlos ordenados y con un criterio que se entienda. Lo que más me cuesta es llevar el Instagram, no soy constante y no me gusta el concepto de tener que postear cosas todo el tiempo para mantener un perfil actualizado. Tampoco me termina de convencer esa cosa de los likes. Entonces, por ahí me falta complementar mi portfolio de Behance -que sí me gusta cómo quedó- con algo que tenga más llegada. El camino lógico es empezar por Instagram y después pasar a Behance, entiendo que eso es lo que hace la mayoría de la gente. Que te descubran directamente en Behance es más difícil.



Yane: Behance está preparado para que la persona pueda *scroll*ear y recorrer el proyecto de una forma que impacta visualmente. Ofrece herramientas de diseño que le dan calidad al portfolio. Juliana agregó la descripción de su proyecto traducida al inglés, que son detalles que hay que tener en cuenta, porque Behance es una plataforma internacional. Si bien no produce tanta interacción como una red social, a menudo ocurre que un portfolio atraviesa fronteras, y por eso nunca está de más ofrecer una versión en inglés.

Lu: Justamente por eso, porque el Behance no está pensado para vincularse, Juliana nos decía que siente que le falta como esa pata más social o interactiva, que es lo que proporciona Instagram. A veces uno cuenta sus proyectos enfocándose en la parte de la difusión y la vinculación, y después, en todo caso, las personas que se interesen en esa propuesta irán al portfolio de Behance para seguir indagando en el laburo. Está bueno tener un espacio, aparte de las redes, donde esa gente que se asomó y le gustó lo que vio pueda *zoom*ear en la obra de ese autor. En el portfolio de Juliana vemos que ella no es solo una ilustradora, sino que es todos estos laburos, que están increíbles y que se muestran súper bien.

Josefina: La plataforma está pensada para que uno pueda tomarse el tiempo de exponer su proceso de trabajo y todo el 360. Eso lo comunica mucho mejor a uno como recurso y como capacidad hacedora, mucho más allá de esa cosa resultadista de decir “bueno, ésta es la foto que quedó”. Todo el 360 que está de fondo, detrás de “lo que quedó”, también es valioso, y por eso es clave saber mandarlo al frente en el portfolio, para que se luzca ese proceso y para que otro lo pueda dimensionar. Me interesaría que no reparemos solo en lo lindos que están estos portfolios que nos comparten -aunque por supuesto que es necesario decir esas cosas y también que te las digan-. Creo que es importante hablar en términos de lo robusto o no que puede estar un portfolio e intentar descubrir lo que se podría desarrollar más, así vamos a aprovechar mejor este espacio, que es muy valioso. La capacidad de escribir con claridad sobre los roles que uno ocupó y los aportes que hizo en el marco de un proyecto, nos fortalece mucho desde la presentación. Tenemos que evitar que se genere una nube de confusión sobre lo que se hizo y lo que no se hizo. Veamos ahora el portfolio de Martina.



Martina: Siento que en esta etapa empecé a encontrar una cierta multiplicidad de lenguajes. Pero ahí se me confunde un poco la parte profesional, el laburo que tengo hecho y hacia dónde quisiera ir. Me parece que tengo que ajustar el portfolio en relación a lo que me moviliza hoy. Ya logré avanzar hacia esa multiplicidad de cosas que hago y reflejar eso en el portfolio, y ahora estoy necesitando ponerme como más concreta o específica.

Lu: Está bueno cómo fuiste explorando los diferentes elementos para mostrar el recorrido de tu laburo, y también esto de lo que elegís mostrar primero, porque ese es el criterio de curaduría que necesita un portfolio. Está bueno mostrar todo, pero entendiendo que el contenido tiene que estar en función de lo que buscas. Si decidís poner todo, bueno, pero en qué orden lo ponés: qué es lo que salta a la vista apenas uno entra, qué cosas van apareciendo más abajo. Todo tiene que estar al servicio de lo que se busca transmitir. El portfolio no es algo estancado, es un proceso. Hay que atreverse porque eso te va a dar una estructura base y a partir de ahí lo vas a ir puliendo cada vez más.

Josefina: A este portfolio le pensaría como una intención de estrategia. Si tu elección efectivamente es ser una herramienta plural, que hace todo este abanico de trabajos y que puede resolver de acá hasta acá, va bien encaminado. Ahora, si tu meta hubiera sido transmitir una línea, una actitud o una especialidad, ahí te habría dicho que no está bien la estrategia actual, porque es una estética abarcativa y plural en relación al tipo de laburos que hacés. Si me paro desde la perspectiva de tu impronta, te diría que ahí te estás diluyendo un poco. Quizás te da más fuerza curar desde líneas o estéticas vinculadas a lo que quieres transmitir: acá veo algo medio poético, y a la vez aparece lo comercial, lo empresarial. Insisto, a menos que la estrategia sea que quienes vean el portfolio interpreten que soy un *todo terreno*, que es súper válido, yo sugeriría elaborar portfolios más diversos, uno linkeado a la moda y al diseño, uno más corpo, otro más artístico. El de Martina está un poco caótico en cuanto a la pluralidad y el riesgo ahí es que se diluya la potencia. Si del otro lado hay un cliente que está buscando una impronta, o un rasgo de carácter, posiblemente no te vayas a lucir.

Victoria: Sé que tiene errores, porque yo también siento que tengo esta cosa medio caótica. Me pasa que todavía no puedo decidir la línea que quiero seguir. Me gusta mucho la ilustración y es lo que me hace feliz a pesar de todo, pero no encuentro una manera de definir qué es lo que quiero realmente.

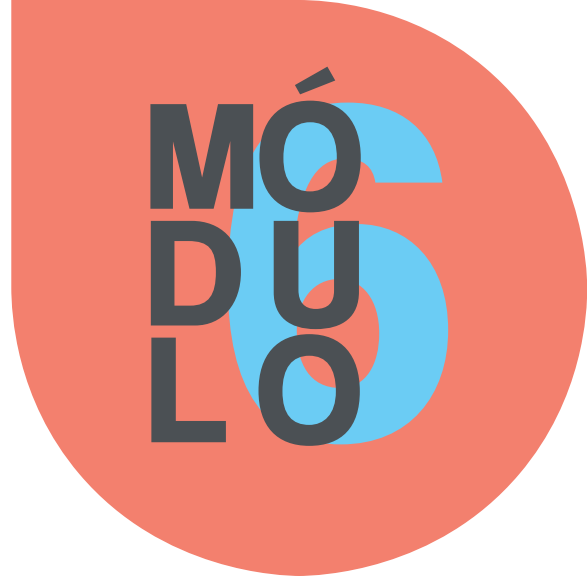
Josefina: Reconocer dónde estás parada está buenísimo, porque es un primer paso. Y esto que acabás de decir es lo que te va a permitir hacer algo al respecto “No sé qué camino, o qué línea estética, va conmigo. Lo único que sé es que la ilustración me hace feliz”. Estar parada ahí, hace que pongas rotundamente al frente un talento y una técnica que queda como evidente. Por ahí no estás todavía en ese punto de decir “okey, mi línea va por acá”, pero, hablando mal y pronto, “te dibujo lo que quieras”. Hay algo de tu capacidad, en relación a distintos estilos y materialidades, que estás transmitiendo bien acá. Tiene fortaleza y es transparente con tu momento. Seguramente que tu portfolio va a mutar mucho, de acá a algunos años, a la par de tu estilo y tus intereses, pero hoy es muy genuino.

Clara: Tengo ganas de pasar mi portfolio a Behance, porque siento que la plataforma donde lo hice ya me está quedando medio corta. Hay una animación, por ejemplo, que sale como imagen y eso no me impacta de la misma manera. Cuando lo empecé tenía 16 y trabajaba con el realismo. Ahora ya tengo 19 y quiero ir por otras cosas, ya no me gusta tanto el realismo; quisiera hacer flyers que vayan por el lado del diseño, la catarsis y la ilustración. Me gustaría transmitir en mi portfolio algo de la poesía y la sensibilidad. Quiero hacer otro, que represente mejor lo que soy hoy. Me gustó mucho el portfolio de Juliana, lo tomo como inspiración. Me gusta la idea de ser multifacética pero, a la vez, creo que estoy en un proceso de cambiar mi estilo. Me seduce la idea de que se mezclen, en mi laburo, la ternura, la catarsis y la juventud. Siento que voy un poco perdida sobre mi propio rumbo, pero estoy en eso.

Lu: Estás en el proceso de encontrar tu propio estilo. Puede estar bueno, si todavía no tenés laburos para mostrar, agarrar algunos disparadores y orientarte por esos lados, cosa de ir ensayando e incluyendo esos elementos en los que querés explorar. Proponete como autora, vas a ver que se te va a ir dando. Está muy bien que estés pasando por este proceso y está muy bien también que lo quieras reflejar en tu portfolio.

Josefina: Hay momentos del camino que nos encuentra así, preguntándonos y contestándonos todo el tiempo, como si estuviéramos haciendo una clínica de obra. Venía pensando que quizá te estás mostrando en plataformas que son muy estáticas para este momento tuyo, porque no dejan ver lo más interesante, que es que estás prendida fuego, preguntándote y contestándote un montón de cosas. Ese fuego que tenés, más allá de que edites tu portfolio, lo tenés que poner en Instagram. Necesitás interacción con el otro, con algo de lo que está fuera. El Behance es esa biblioteca donde tenés alojado lo mejor de lo que hiciste hasta ahora, bien resumido y plasmado, y te resuelve darle al otro esa capacidad de mirar lo que vos hacés. Pero, cuando uno está en este estado de ebullición y movimiento, tiene que abrir el juego.

Para conseguir colaboraciones o salir al cruce de las oportunidades, hay que habitar los espacios más interactivos y esto quiere decir estar en una red social. No podés pretender que el portfolio produzca ese movimiento y que te vengan a buscar y pasen cosas. No está esa fricción con lo externo. Hay que saberse discernir, a veces estamos más para abrir conversaciones y entonces nos tenemos que poner más sociales e interactivos; y otras capaz que estamos en plan de tener prolijo nuestro portfolio, más claro y potente, por si se presenta la oportunidad de ir al frente con eso. Ahí tiene más sentido, como herramienta, laburar en estas plataformas más estáticas. Les recomiendo, antes de que nos vayamos, que anoten sus nombres, que registren sus caras, que se den like en Instagram y que hagan equipos. No se vayan de acá sin haber hecho tribu entre ustedes. Lo primordial, para que funcionen y tengan sentido todas las herramientas que estuvimos compartiendo, es estar en contacto.



BIO

Josefina Rodríguez Egaña es fundadora y creadora de YUKI, investigó y acompañó a diferentes creativos, artistas y hacedores de distintas disciplinas, edades y estilos desde 2015. Me apasiona adaptar aquellas herramientas generadas para el ámbito emprendedor más convencional y adaptarlas para nosotros, los emprendedores atípicos y poco convencionales: los creativos e independientes. Creadora de ZIP, el programa de formación en modelo de negocios para creativos independientes. Mentora de emprendedores creativos y directora creativa de YUKI.

MÓ DULO



FUNDACIÓN
WILLIAMS



Módulo 7. Miércoles 29 de mayo 2024 – 18h

CREATIVIDAD CON COPYRIGHT: PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA ERA DIGITAL

A cargo de Alejo Barrenechea

En el mundo de la creación artística y la propiedad intelectual, es esencial comprender los principios fundamentales que rigen los derechos de autor. Este módulo de formación ofrecerá una inmersión práctica en los aspectos clave de la propiedad intelectual, con un enfoque específico en la regulación del Derecho de Autor en Argentina y cómo este se ejerce en la generación y explotación de obras.

Contenidos: Principios Básicos de Propiedad Intelectual (Definición y alcance de la propiedad intelectual. Diferenciación entre derechos de autor y otras formas de protección.) Regulación del Derecho de Autor (Marco legal en Argentina. Derechos morales y patrimoniales del autor. Procedimientos de registro y protección.) Ejercicio del Derecho de Autor en Argentina (Generación y creación de obras. Estrategias de explotación y comercialización. Casos prácticos y estudios de éxito.) Impacto de las Nuevas Tecnologías (Entorno digital y desafíos actuales. Influencia de la Inteligencia Artificial en la creación y protección de obras. Herramientas y medidas para adaptarse a los cambios tecnológicos)

La idea es hacer algo flexible. Voy a abordar algunos principios fundamentales en materia de derecho de autor desde un punto de vista doctrinario, teniendo en cuenta lo normativo y también lo real: qué pasa con la doctrina y qué pasa con la ley en el día a día, sobre todo en un contexto como éste, con el impacto tecnológico que conlleva. Hay temas que hasta hace unos años no eran muy relevantes pero ahora están en revisión o en cuestionamiento. Trabajo con esto todos los días y trato de estar atento, pero tengo formación tradicional y la realidad es que están pasando cosas muy exigentes. Los invito a que me cuestionen, a que me pregunten e interrumpan, así hacemos un encuentro más práctico y no tan jurídico. En ese sentido, aprovechen las dificultades o las vivencias personales para que podamos tomar algunos conceptos o ideas más generales, que puedan ser de interés o utilidad para el resto de los participantes.

El derecho de autor es la rama del derecho cuyo objeto es la estimulación de las actividades creativas y la recompensa a los autores por sus obras. Esta rama del derecho pugna por mantener el equilibrio entre los titulares, que intentarán asumir el dominio pleno de sus creaciones, y el público, que querrá acceder a los contenidos de manera amplia.

Derecho de Autor

- OBJETO
- FINALIDAD
- REGULACIÓN
- COPYRIGHT



Apenas estamos presentando la materia y, en este punto, ya nos hace ruido el tema de la **Inteligencia Artificial** generativa, porque implica un debate muy profundo sobre las formas de estimular, el acceso a los contenidos y la protección de los derechos de autor.

El primer cuestionamiento que deberíamos hacernos es sobre si las normas, tal como están redactadas, cumplen con este objetivo primordial de estimular la actividad creativa y recompensar razonablemente a sus autores, compositores y artistas, de modo que puedan seguir dedicados a su trabajo artístico, sin tener que generar otros ingresos. En el equilibrio que persigue el derecho de autor, surgen tensiones: de un lado se exige acceso, libertad, y del otro el dominio sobre las creaciones amparado por los derechos que la ley concede. Lo principal es el reconocimiento de los derechos subjetivos del autor, es decir, que serán ellos quienes autoricen o prohíban determinados usos de la obra.



En Argentina, la ley que otorga los derechos de autor es la [11723](#), redactada allá por 1933. Cuando se preparó el borrador de la ley se lo mandó en consulta a Europa, en barco, para que lo vieran y dijeran qué pensaban. Eso habla por sí solo de la antigüedad de la norma. Ha envejecido razonablemente, en tanto que ha sabido acompañar adecuadamente los cambios de época. La tecnología siempre ha sido un motor para la evolución normativa: actualmente, la Inteligencia Artificial impulsa modificaciones a la norma. El primer cambio tecnológico que ameritó revisar los criterios fue el invento de la imprenta de tipos móviles, porque en aquel momento se creía que distanciaba a la obra de su autor. Tengo que aclarar que *copyright* no es sinónimo de derecho de autor, porque pone el eje en el empresario como titular de derecho y no en el autor como persona física: es la lógica que se usa en países anglosajones como Estados Unidos, Inglaterra, Nueva Zelanda, Israel y Australia. Es una diferencia académica, pero que también aparece en legislaciones, tratados internacionales y contratos particulares: no es igual si firmamos un contrato con una productora española, que si lo firmamos con una productora inglesa.

Si yo firmo un contrato con españoles y me dicen que, en caso de conflicto, el tribunal competente es un juez de Madrid, no tengo problema; si fuera con la ley alemán, tampoco tengo problema; ahora, si me dicen que el juez que va a entender mi caso es la Ley del Copyright, bajo la jurisdicción del quinto distrito de San Francisco, ya no me gusta, porque manejamos códigos distintos en relación al enfoque que le damos a la materia. Ya el nombre lo indica: el *copyright* es un derecho de copia, es un derecho del empresario, que históricamente es el imprentero. En cambio, el derecho de autor francés pone el foco en la persona física del creador. Por lo tanto, esto es un tema a tener en cuenta, que nos obliga a estar atentos y no comprar automáticamente discursos ajenos, que posiblemente no se condigan con la visión que tenemos nosotros sobre el significado de una obra y sobre los objetivos de la regulación en ese campo.

La Constitución Norteamericana habla de “aprovechar los beneficios del desarrollo tecnológico,” o de la ciencia. Es decir, que se protege al autor pero no porque él interese, sino porque esto beneficia a la comunidad: es una concepción con una finalidad utilitarista. Nosotros protegemos al autor porque es justo que la persona pueda recoger el fruto de lo que siembra. Son visiones filosóficas diferentes, que tienen impacto actual. Es interesante oír ciertos pronunciamientos en Estados Unidos respecto de los contenidos generados por la Inteligencia Artificial. Es un tema que está muy presente en la diaria.

El derecho de autor, entonces, protege obras, que las hay de toda clase: literarias, musicales, pintura, escultura, etc. La ley argentina, en su artículo primero, pone ejemplos de obras que están protegidas por el derecho de autor, pero eso no quiere decir que no haya más casos. Pienso en instalaciones, en intervenciones, en arte efímero, arte conceptual: expresiones artísticas que no están reconocidas por ley -ubiquémonos en 1933-, pero que hoy están protegidas por el derecho de autor y que reciben los aportes necesarios para su realización. También hay contenidos protegidos que, según nuestra lógica, no son obra. Fundamentalmente, dos: programas de computación y bases de datos. La ley argentina, por presión internacional, por estándares dominantes, los protege igual que si fueran obra literaria. A veces es difícil comprender cuál es la parte vinculada a la creación, a lo artístico, en estos contenidos. Son bienes inmateriales y contienen un esfuerzo intelectual, pero hay cierta flexibilización en relación al concepto. ¿Qué pasa entonces con los contenidos que genera la Inteligencia Artificial? No son obra en términos estrictos, no hay una persona física creadora, no se hacen con el sudor de la frente, pero podrían entrar en una categoría afín a la de los programas de computación, si se les concede un valor y un esfuerzo intelectual, por más que no necesariamente sean artísticos o tengan la impronta de sus creadores.

Obra

TIPOS

REQUISITO

IDEA - OBRA

CALIDAD

...

¿Cuál es el único requisito que exige la ley para que una obra esté protegida por el derecho de autor? Ya veremos que el registro es importante, pero no indispensable. El único requisito es la originalidad. La autenticidad puede tener que ver con el ejemplar físico de la obra, pero la originalidad implica que tenga la impronta del creador. No se trata de la novedad, sino de la individualidad. Si yo les pido que agarren un papel y dibujen una casa, no creo que salga una producción muy novedosa, porque todos van a hacer algo más o menos parecido, pero sí va a ser



original en tanto sea la casa que cada uno de ustedes hizo. Es difícil que me vayan a otorgar los derechos exclusivos sobre el dibujo de una casa, es decir, que pueda oponerme a que otros hagan una casa parecida a la que yo hice. Pero la originalidad no tiene que ver con eso, sino con la certeza de que cada uno de los dibujos pertenecen a su autor.

El autor, en tanto la persona física, es uno de los temas que se discuten en la actualidad en relación a la Inteligencia Artificial. Primera cuestión fundamental: comprender que el derecho de autor protege obras, no ideas. La obra es la manera personal de materializar una idea. ¿Por qué el derecho de autor no protege ideas? Por el estímulo a la actividad creativa. Si se reconocieran los derechos exclusivos al autor de una idea, podría suceder que una persona escriba una novela sobre un héroe de guerra y ya ningún otro escritor pueda abordar la temática. Eso no puede ser avalado. Lo que sí está protegido es cómo vos escribiste tu libro, o cómo filmaste tu película: esa es la forma personal que utiliza un autor para materializar su idea. Por eso podemos seguir escribiendo sobre hechos históricos. La Revolución de Mayo ocurrió una vez sola, pero cada uno puede contarla como quiere. Alguien podrá estar más o menos de acuerdo con la película que se realizó sobre Napoleón, pero es una manera de materializar creativamente un hecho de la historia. Parece bastante sencillo, pero en los últimos tiempos apareció algo que es como un intermedio entre idea y obra: el formato.

Habrán oído hablar sobre el formato televisivo, el formato de entretenimiento, etc. Se me ocurre una idea: encerramos a personas en una casa y hacemos que se vayan eliminando uno por uno hasta que quede el ganador; los filmamos las 24 horas, a ver cómo soportan el encierro. Es una idea. La obra es *Gran Hermano 2024*, con 200 capítulos, uno por cada día de encierro. El formato es esa estructura de programa, con un nombre, una canción, la casa, los participantes, un sistema de eliminación, los días de confesionario, toda esa mecánica es el formato. Bajo determinados estándares debería obtener el mismo éxito, incluso en territorios diversos entre sí. Formatos de ficción son *Gran Hermano*, *Casados con Hijos*, *CQC*, *Los 8 escalones*. Puede que los elementos que forman parte de la estructura narrativa no sean originales, pero sí lo es la combinación que se hace de ellos. El derecho de autor no se fija en la calidad de lo que se crea, ni en el mérito, la extensión o la moralidad. Se protege una sinfonía igual que una canción de trap, y una poesía de cuatro versos como una enciclopedia de quince volúmenes, se mantiene una neutralidad artística sobre los contenidos.

Muchos de estos asuntos se están revisando en los términos que plantea la Inteligencia Artificial. Hoy la calidad del aporte humano determina si es obra o no, es decir, si es protegible o no por el derecho. Históricamente no importaba, porque el derecho de autor no se pone a evaluar si algo es lindo o feo. No le corresponde a la ley ser policía de las artes en el sentido de definir qué obra merece protección y cuál no. Todas las expresiones gozan de los mismos derechos. En la música, se protege la melodía, y nadie tiene un derecho exclusivo sobre los ritmos -bolero, tango, jazz- ni sobre los acordes, son libres y uno puede usarlos y combinarlos como le parezca. La irrupción de la Inteligencia Artificial golpea de lleno sobre esta cuestión, porque pone en la mesa la pregunta sobre si los contenidos generados con estas plataformas son o no son obra. El resultado de las búsquedas puede ser novedoso pero hay que ver si es original, porque no hay una persona detrás. Según la autoría, obra y autor siempre fueron las dos caras de una misma moneda. Pero hoy se evalúa la posibilidad de que haya obra -eventualmente contenido- sin autor, es decir, sin una persona física detrás, al menos, no como lo entendíamos hasta ahora.

Comentario de la sala: A los ilustradores nos preocupa cómo las inteligencias artificiales se alimentan de información ya existente.

A los ilustradores, a los traductores y a los artistas en general, les preocupa la actividad que se genera con Inteligencia Artificial. No es algo que vaya a pasar más adelante, es algo que está pasando hoy. Es decir, ya alimentaron el sistema con obras que están protegidas por los derechos de autor. Fue hecho bajo la lógica de Google: “Prefiero pedir disculpas antes que pedir permiso.” Entonces, ya lo hicieron. Podemos ponernos estrictos y decir “no se puede,” “tienen que pagar,” “yo tengo que poder decidir,” pero la realidad es que ya está. Llegamos tarde a la discusión. Hoy lo que hay son iniciativas por parte de autores o titulares de derecho para exigir a las corporaciones que no usen sus obras para entrenar Inteligencia Artificial. No sé qué va a resultar de todo eso. Insisto: la palabra “impedir” es muy fuerte, porque, aparte, culturalmente se está hablando del “aprendizaje de la Inteligencia Artificial.” Ponerse estricto frente al derecho de aprender es estratégicamente muy antipático. Pero, claramente hay una preocupación en el medio por este tipo de cuestiones.

Hay tareas que serán más fáciles de suplir que otras. Uno le puede pedir a un sistema de Inteligencia Artificial un poema breve sobre un elefante que se extravió en la selva, y te lo va a redactar. Pero uno también le puede pedir que escriba el mismo texto como si fuera Borges, o como si fuera Kafka, y los resultados son sorprendentes. No es que te hace un *copy paste*, sino que toma elementos de su obra que no tienen trazabilidad. Es como si el cuadro de un pintor tuviera la impronta de Van Gogh: puede decirte que visitó muchos museos, que vio un montón de pinturas y eso lo convirtió en el artista que es. Qué sé yo. Pero ese tema de la trazabilidad es de los más controvertidos y candentes en el debate de hoy.

Autoría y titularidad

COAUTORÍA

TITULARIDAD

EMPLEO

ENCARGO

DERIVADA



Entonces, tenemos una obra -en sus términos tradicionales- protegida por la ley, y tenemos un autor. El tema es que nuestra ley no define qué es ser autor. La legislación española indica que el autor es la persona natural que crea una obra, por tanto, hay una referencia expresa a que debe ser una persona física. La ley argentina no habla de autorías, sino de titularidad de derechos. Implícitamente se puede interpretar que se refiere a personas físicas. Quizás en ese momento no hacía falta entrar en detalles, porque quién iba a pensar que un día habría programas de computación produciendo contenidos de forma autónoma. Esta preocupación de hoy, históricamente no lo era. El autor hace la obra y ya está, no era un tema de conversación si ese autor es una persona o es una computadora. Ahora, hay leyes más detalladas que la argentina que efectivamente hacen alusión a las “personas físicas”; la creación responde a un acto, es una manifestación del espíritu humano, y hay coautoría si dos o más personas hacen una obra.

Estas coautorías pueden ser perfectas o imperfectas. La coautoría perfecta es cuando no se distingue el aporte de sus participantes. Podríamos pensar en las obras escritas por Borges y Bioy Casares, bajo el seudónimo de Bustos Domecq, es imposible discernir qué renglón escribió cada uno. Y luego están las coautorías imperfectas, que es, por el contrario, cuando se distingue el aporte de cada autor de la obra, un cómic hecho por un ilustrador y un texto preparado por un guionista. Para no ir muy lejos, *El Eternauta*. Pero tiene su complejidad la coautoría, porque hay que revisar, en cada caso, la mecánica de trabajo. Si hablamos de *El Eternauta*, los textos los hacía Oesterheld y le pedía a Solano López que los ilustre. Y entonces tan coautores no eran, porque más bien uno respondía a la indicación del otro. Son cuestiones difíciles de abordar. Si están haciendo una serie sobre la historieta, ¿a quién le habrán pedido permiso? ¿A los herederos de Oesterheld o de Solano López, o de Alberto Breccia, que dibujó la segunda parte? Que la segunda parte la haya dibujado un tercero, ¿prueba que la obra en realidad es de Oesterheld como guionista? Bueno, la coautoría puede ser algo sencillo -dos personas escriben un texto-, o puede volverse bastante más compleja.

Ser autor, decíamos, no es lo mismo que ser titular de derechos. El autor es el titular originario de los derechos, desde el momento de la creación, adquiere todos los derechos que la ley le reconoce; pero existe la “titularidad derivada” de esos derechos, que es cuando el autor de la obra los delega en otra persona. El titular derivado puede ser un cesionario que recibe por contrato una autorización de uso, Borges celebró un contrato con la editorial *Emecé*, que entonces asumió la titularidad de derechos de una parte de su obra. Otra categoría de titulares derivados son los herederos, cuando falleció Borges, María Kodama se transformó en la titular de los derechos de autor de su obra y, cuando ella falleció, los derechos pasaron a manos de sus sobrinos, que son los titulares actuales de la obra de Jorge Luis Borges.

Otra cosa son las obras creadas bajo una relación de dependencia, una categoría que lleva el nombre de “obra por encargo”. Tengo un laburo de ilustración arriba de la mesa y voy a buscar a una persona que se especializa en tinta china, y a otra que hace coloreado 3D o animación; quizá mi mayor mérito haya sido convocar a los mejores en cada materia. ¿Es coautoría o simplemente yo como autor recibí sus aportes técnicos? ¿Cómo hago para protegerme si surgiera un conflicto con esos vínculos, que no siempre son tan claros? Si decíamos que la autoría emerge de las tareas artísticas, o creativas, ¿cómo marco la raya entre lo que es técnico y lo que es artístico? ¿Qué tengo que hacer si contrato a alguien para que me haga una animación 3D desde su casa? Tengo que establecer por contrato que todos los resultados de su labor, artísticos o técnicos, me los cede, que me corresponden a mí como autor y los voy a poder explotar por cualquier medio o procedimiento. Eso que la realidad plantea como desafío o dificultad, debe resolverse siempre por contrato. Si yo trabajo para una productora, no quiere decir que esa productora deba adueñarse necesariamente de todos los contenidos que genere. Va a haber titularidad de derechos, pero únicamente en los términos de la vinculación contractual que el artista firme con la productora.

Siguiendo con el criterio fundamental de que la persona física es la creadora, no habrá titularidad de derechos si



no encabeza el autor -o bien los beneficiarios que el autor haya señalado como titulares-. Lo mismo ocurre con una obra por encargo, si yo contrato a una persona para que pinte un mural y le indico que tiene que ser relativo a una escena de la Conquista del Desierto, y que los soldados tienen que estar en posición dominante, y que las paletas que tiene que usar son ésta y ésta, ¿quién va a ser el autor del mural? En efecto, la persona que lo realiza. Yo seré titular de derecho dado que encargué la obra, pero no soy su autor, simplemente porque no conozco cómo se hace un mural.

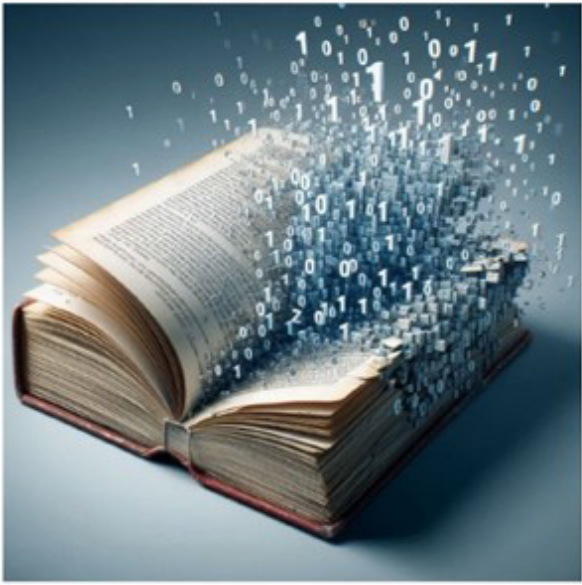
En Francia, hace unos años, hubo un caso que puso en tensión estas cosas. Cattelan es un artista que tiene en su haber muchas obras famosas y algunas controvertidas, como la del Papa golpeado por un meteorito, *La Nona Ora*. Un buen día se le ocurrió declarar ante la prensa que no sabía pintar, que no sabía esculpir. Luego de eso, la persona que había materializado sus instalaciones salió a proclamarse como autor de esas obras y lo demandó a Cattelan por la autoría. Escándalo internacional. Crisis total en el mercado del arte, porque se corría el riesgo de que se estableciera que el autor es el que hace y no el que tiene la idea. Recuerden lo que dijimos al comienzo: que una idea no te otorga derechos de autor. La justicia francesa finalmente determinó que el autor era Cattelan, y no el denunciante. Dicen que este fallo salvó al mercado del arte. Se argumentaba durante el litigio que Miguel Ángel tenía sus ayudantes y discípulos, y que no por eso se los consideraba coautores de la Capilla Sixtina. Al final, se dio vuelta la tortilla.

Lo cierto es que los tribunales franceses dicen que, en materia de arte conceptual, autor es el que da la instrucción y no el que la ejecuta. Muy dudoso. Volvamos al caso del mural: si yo tengo los planos, si ordeno los materiales, la terminación, los colores, entonces se puede deducir fácilmente que soy el autor, y que su ejecución la puedo delegar en cualquier operario que domine la técnica. Ahora, bien, lo único que hizo Cattelan fue impartir la orden de hacer un Papa golpeado por un meteorito. No dio más instrucción. Si yo le digo a la Inteligencia Artificial que quiero un robot leyendo en una biblioteca tradicional, porque siento que así voy a poder reflejar el choque entre las costumbres y la tecnología: ¿quién es el autor? ¿Soy yo, por haberle dado esa instrucción paupérrima? ¿Es el programa? ¿Somos coautores? ¿Qué pasa si edito la obra?

La pregunta, entonces, es dónde trazamos la raya. Si yo doy una idea muy básica y eso después acaba siendo obra, no soy autor, pero, entonces quién es. ¿Qué pasa si me pongo a editar algo que le pedí a la Inteligencia Artificial? Porque puede ser que modifique un detalle ínfimo, en un tiempo muy breve, o puede ser que ciertamente haga trabajo importante de edición que me demande muchas horas, en cuyo caso mi aporte sería el diferencial. ¿Dónde pongo la raya? Bueno, son temas complejos, que hay que revisar. Si yo contrato a alguien para que me haga una monografía, ¿quién es el autor? ¿Es válido presentar una tesis preparada por otro? En teoría, no. El escritor fantasma, los famosos *ghostwriters*, por mucho que haya un contrato que aclare que la titularidad de los derechos me pertenece a mí, es una práctica que contraría lo más elemental de la norma, que es que el que hace una obra es el autor y el titular de los derechos. Que alguien escriba en nombre de otro, es algo que está muy extendido y hay una suerte de consenso de que se puede tolerar. Por lo general no se hace tan descuidadamente, en los créditos suele haber algún tipo de mención al respecto.

La “obra derivada” es aquella que está creada a partir de una preexistente. Puede ser una traducción, una compilación o una adaptación, ya sea audiovisual, teatral, etc. Obviamente, no puede crearse sin el permiso de la obra preexistente. Cuando vemos fallos en materia de la Inteligencia Artificial, lo que se termina cuestionando es que no hay un dominio en el resultado, y que tener dominio no se puede ser autor. Doy marcha atrás: Cattelan no sabía cuál iba a ser resultado de la obra, por más instrucción que le haya dado al orfebre; no tenía dominio de resultado. Entonces, ¿cómo va a ser el autor de una obra, alguien que no sabe cómo será? Bueno, la Inteligencia Artificial vuelve a traer ese planteo y nos pone frente al desafío de ver qué posición tomamos. ¿Hay obra sin autor? ¿Hay contenido protegible sin autor? Si determinamos que nada de eso es obra, ¿qué consecuencias tiene? Nos podemos poner estrictos, o dogmáticos, y decir que “si no hay sudor en la frente no hay obra”, o que “si el autor no la pasó mal como Van Gogh no es autor”. Pero, hay que ver.

Derechos morales



- INÉDITO
- ATRIBUCIÓN
- INTEGRIDAD
- OTROS
- CARACTERÍSTICAS



Tenemos una obra, tenemos autor, tenemos derechos. Estos derechos se reparten en dos categorías: morales y patrimoniales. Los derechos morales son un piso que se les reconoce a los autores, por ley.

El primero es el derecho inédito, el autor decide si somete su obra al público o no. Es un derecho que se vulnera permanentemente. Kafka pidió que cuando muriera sus escritos fueran incendiados, ¿qué hizo su amigo?, los publicó, ¿alguien se quejó?, nadie. Ahora hay polémica en torno a la nueva novela de García Márquez, él no la publicó en vida, la había dejado en un cajón; ¿por qué la había dejado en un cajón?, nadie lo sabe, habrá sido que no le gustaba, habrá considerado que no estaba a la altura, o lo que fuera. La cosa es que apareció y se la publicaron. ¿Y entonces? la ley dice que esto no se debe hacer. Yo en cualquier momento voy y me compro la novela, porque la quiero leer, pero la realidad es que estamos lesionando la voluntad del autor. Distinto es la “obra póstuma”, es decir, aquella que un artista no alcanzó a publicar en vida, porque estaba preso, o bien porque había censura. Acá estamos hablando de un texto que García Márquez decidió no publicar. ¿Con qué derecho se puede pasar por arriba de esa decisión?

Segundo derecho moral: el de atribución, conocido internacional e históricamente como “derecho de paternidad”. Es el derecho que tiene el autor a ser mencionado toda vez que se utiliza su obra, con su nombre, seudónimo o bien de manera anónima. Es una decisión del autor. Acá, vuelvo al tema de los *ghostwriters*, yo no puedo comprar una autoría o decir “che, escribime este texto que yo lo firmo”; la atribución es siempre del creador.

El tercer derecho es a la integridad, no se puede mutilar o destruir una obra. Un derecho muy complejo, que genera dolores de cabeza, más que nada porque choca con el derecho de transformación, uno patrimonial que veremos enseguida. El Convenio de Berna, el más importante en la materia, define a la integridad como “la imposibilidad de mutilar o alterar una obra de manera que produzca un perjuicio injustificado a los intereses del autor”. Le pone un condimento, un elemento subjetivo -que la ley argentina no tiene-.

Estos derechos son perpetuos, no se pueden embargar, ejecutar ni renunciar, porque están por fuera del negocio. No puedo renunciar al inédito por escrito, ni a la atribución por escrito, ni a la integridad por escrito. Ahora, ¿qué pasa si vos me encargás un dibujo y en el contrato ponés que “te reservás el derecho de hacerle modificaciones”?, o si yo tengo publicada una novela y alguien me propone hacer una adaptación cinematográfica, pero me aclara que le va a cambiar el final porque el que tiene no le gusta. El principio rígido dice que la integridad no se negocia. En el mundo real, cualquier productora que negocia los derechos de un guión se reserva el derecho de modificarlo. Realidad contra norma, y contra eso s principios básicos que buscan defender los derechos de los autores. Hay otros, que suelo mencionar al pasar porque en Argentina no existen, como el derecho de acceso al ejemplar único y el derecho de retracto, o sea, la posibilidad de arrepentirse y retirar la obra del mercado, indemnizando a quien corresponda por los perjuicios que hubiera podido generar.

Pero, en líneas generales, los más relevantes de los derechos morales son estos tres: inédito, atribución e integridad.

En nuestra ley no hay ningún elemento que permita abordar la cuestión de la Inteligencia Artificial. El reglamento europeo alude de manera tangencial a la propiedad intelectual y propone algunos límites amparándose en el impacto que pueden tener en la sociedad. Pero, aún no existen leyes que refieran directamente a este fenómeno. En Argentina hay algún proyecto, pero la realidad es que regular esto a nivel nacional servirá de poco sin una normativa consensuada internacionalmente. Un programa de computación, en China, hizo un reporte financiero y lo publicó en la web de una empresa. Luego, una tercera se hizo eco de ese reporte. ¿Qué medidas tomó entonces la primera? La demandó por uso no autorizado de su obra protegida por los derechos de autor, y los tribunales chinos dijeron que, si bien no es la creación de una persona humana, está protegida, en tanto que tiene los mismos elementos y cumple la misma función. Este año, los tribunales norteamericanos tomaron una decisión totalmente en la dirección contraria. Asistimos a una pelea “norte norte”, en relación al destino que puede llegar a tener este tipo de contenidos. La estamos viendo, pero no está claro lo que va a pasar.

En materia de Inteligencia Artificial, tenemos tres escenarios. El primero es el de la alimentación, o el entrenamiento: se hace con material protegido por los derechos de autor y la discusión es si hay que pedir permiso o no. El segundo escenario es sobre el *output*, ¿es obra o no el contenido que produce la Inteligencia Artificial?; en función de esto, ¿cuáles son las consecuencias de tomar una postura o la otra? El tercer escenario, la coexistencia, que te presentes a un concurso y lo ganes con material que no hiciste vos, o que hiciste parcialmente; ahí la oficina de *copyright* dirá “bueno, si editás un poquito más las imágenes, podemos ver”. Chino básico. ¿Cómo vamos a determinar cuánto *Photoshop* podés ponerle a una ilustración? ¿Cómo vamos a interpretar si sos coautor o no? El público tiene derecho a saber el origen de lo que consume. Si yo me pongo a leer un libro me gustaría saber si fue creado por una Inteligencia Artificial. Pero ¿hay obligación de informarlo?



Derechos patrimoniales

- REPRODUCCIÓN
- DISTRIBUCIÓN
- TRANSFORMACIÓN
- COM. PÚBLICA
- CARÁCTERÍSTICAS



De un lado, entonces, están los derechos morales, y del otro los derechos patrimoniales, que pueden ser tantos como formas de explotar la obra existen. No son únicamente los que figuran en la ley, igual que aclaramos en relación a los morales. Yo agrupo los patrimoniales en categorías que me permiten explicarlos de una manera más fácil y me resultan útiles, a los efectos de instrumentar un contrato. El primer derecho es a la reproducción, o sea, a fijar la obra en soporte físico o digital. Por ejemplo, una ilustración, yo soy el autor de esta imagen y autorizo a que una persona o una editorial la utilice en la portada de un libro, o en una lámina. El tipo de soporte es indistinto, si hay reproducción. Almacenar contenido en la nube o descargar archivos, es reproducción digital. Ligado a la reproducción, aparece la distribución, que es el segundo derecho, una vez que tenés tu imagen, ¿qué podés hacer con ella? Alquilarla, venderla, hacer que circule dentro de un diario, que se distribuya con otros autores, etc. El tercero es a la transformación, y éste es el derecho patrimonial que se muerde la cola con el derecho moral de la integridad. Habíamos dicho que la integridad no se negocia pero ahora vamos a decir que la transformación como derecho patrimonial sí es negociable. Si autorizo la versión libre de una obra, ¿es violación de la integridad o ejercicio legítimo del derecho a la transformación? Es difícil. Creo que a la larga terminamos aceptando que hay cierto margen para negociar o para autorizar determinados cambios, siempre que no desnaturalicen la obra y respeten algunos mínimos planteados por el autor.

Podríamos cuestionar los términos de un concurso literario si el editor dice que se reserva la facultad de introducir cambios a la obra ganadora. Desde el punto de vista de la defensa rígida del derecho de autor, es una cláusula inválida. *El secreto de sus ojos* es una película basada en una obra preexistente, y resulta que le cambiaron el final a la novela. Claro, la película salió bien y nadie dijo nada. Pero si yo hubiera sido el abogado del autor de la novela, le habría advertido, “Che, mirá que la productora dice que le va a cambiar el final a tu historia”. ¿Cómo van a hacer eso? Ni se tendría que haber negociado. Pero, en la práctica, se hace, y si el resultado es bueno, todos contentos. Siempre va a quedar la duda sobre qué hubiera pasado si la película fracasaba. Quizás el autor habría dicho “yo te firmé esto, pero ahora que lo pienso bien es una cláusula inválida”, por el principio de que los derechos morales no se pueden negociar.

En la práctica, hay muchos derechos de transformación. Pensemos en el diseño, le encargás a alguien que te haga un personaje, para una tira gráfica; después, cuando lo tiene listo, le decís “está perfecto, pero, aunque no soy el autor, me voy a reservar el derecho de ponerle la gorra al derecho, porque no me gusta cómo queda para atrás”. También ocurre que se contrata a un guionista, para que escriba el guión de una serie televisiva, pero el productor le dice que le va a pagar únicamente por los primeros cuatro episodios porque después agarra otro escritor de su confianza. ¿Y eso cómo sería? El guionista podría reclamar, “Si los primeros capítulos son míos, si yo armo los personajes y los contenidos, ¿por qué tendría que aceptar que el laburo lo termine otra persona?”. En la práctica esto sucede. Supongo en los Estados Unidos se pretende esa facultad y que por eso son reticentes a reconocer los derechos morales, con las características que les asignamos los países que estamos enrolados en la concepción latina del derecho de autor.

Cuarto derecho, a la comunicación pública. ¿Qué maneras hay de difundir una imagen? Puede ser en vivo, con un artista que recita una obra literaria o un actor que interpreta una obra teatral. También a partir de una fijación, en una película que se proyecta en las salas de cine o en la música que se pasa en un boliche. La diferencia con la distribución es que acá no hay ejemplar involucrado. Y, por último, la puesta a disposición del público. Esto significa que yo puedo acceder a esa obra desde el lugar y en el momento que decido, la lógica de las plataformas. Antes, la comunicación al público implicaba que yo tenía que ir al cine y que, si llegaba tarde, me perdía el inicio de la película. Si veía un programa de televisión en casa y me levantaba para ir al baño, me perdía un fragmento. Hoy, la obra está puesta a disposición del público en tanto que podemos acceder desde el lugar y en el momento que elegimos.

En conclusión, reproducción, distribución, transformación y comunicación pública, más la variante de la puesta a disposición del público, son los derechos exclusivos y el autor decide cuáles autoriza, bajo qué condiciones y modalidades. Los derechos patrimoniales se pueden fragmentar, a vos te voy a dar la versión en portugués, a vos



la versión en español; a vos te voy a dar la adaptación teatral y a vos la cinematográfica; a vos te voy a dar dos años para que muevas el libro en Latinoamérica, y a vos cinco para que lo lleves a Europa; a vos te voy a dar un plazo para que coloques el producto en *Netflix* pero después lo tenés que bajar de tu catálogo. Vamos fragmentando y vamos estableciendo el alcance de cada uno de nuestros derechos.

Pregunta de la sala: ¿Qué pasa en el caso de textos que fueron publicados en diarios?

Hubo un caso interesante en Estados Unidos: la gente mandaba cartas de lectores al *New York Times*. Un día, el diario hizo una celebración con las 100 mejores cartas de lectores de los últimos años. Pero algunos se negaron a participar, “Yo te autoricé la reproducción de mi texto en tu diario, pero no dije nada sobre si se podía transformar y tampoco había comunicación pública más allá de los ejemplares que se vendieron ese día”. Solo reproducción y distribución. ¿Qué es esto de venderlo compilado con otros, de publicarlo en la web, y de que el medio siga lucrando a costa de algo que fue escrito en otro contexto? Y lo ganaron, porque, efectivamente, no eran derechos cedidos. Los usos son los que están establecidos por contrato. No se puede hacer lo que no está pautado. El derecho de autor procura un equilibrio, por una parte, se reconocen al autor sus derechos exclusivos, y por otra hay determinadas excepciones o limitaciones que implican que el autor tiene que tolerar que su obra sea utilizada, total o parcialmente, incluso sin cobrar. Derecho de cita, si hago un trabajo monográfico o una tesis puedo citar a un autor sin tener que pedirle permiso.

Hay otras excepciones, como la edición en braille, que no requiere pedir permiso al autor, porque, de alguna forma, se está contribuyendo con una necesidad social, sin afectar la normal explotación de la obra. Una excepción reconocida internacionalmente -pero todavía no en Argentina-, es la parodia. En nuestro país, hay una mención que dice que será el autor quien autorice o prohíba una parodia sobre su obra, si quiero parodiar a Mafalda tengo que pedirles permiso a los herederos de Quino. En España calculo que no, bajo determinadas condiciones -objetivo específico, que se distinga la obra parodiada de la parodia- está permitida, apelando a la libertad creativa y entendiendo que no mermará la venta de ejemplares de Mafalda por mucho que alguien la parodie. En Argentina no pasa así, y significa una restricción a las posibilidades creativas de muchas personas. En este punto, podríamos aceptar que la norma ha quedado desactualizada y que se debería, eventualmente, revisar el tema.

Pregunta de la sala: ¿Qué dicen los derechos sobre un formato de creación colectiva, como eventos o festivales?

Habría que ver el caso concreto. Yo te puedo decir “Vamos a armar un evento musical que va a tener cuatro escenarios, artistas permanentemente rotando y va a llamarse *Creamfields*”. Bueno, eso no es una obra protegida por el derecho de autor. Ese formato de evento no tiene la originalidad suficiente para justificar derechos exclusivos, porque hay un montón similares en todo el mundo. Es un ejemplo bastante pavo, pero quizás sí encuentran un tipo de espectáculo particular, que amerite dar derechos exclusivos. Hace un tiempo, me consultaron de un museo que les daba clases de arte a niños. ¿Cómo lo hacían? Elegían diez cuadros, que después utilizaban para estudiar cómo cambia la técnica artística y la temática. Al tiempo, se enteraron que otro museo estaba haciendo lo mismo, y preguntaron si se podía reclamar. La primera respuesta siempre es “depende”. Pero, el sistema de enseñar arte a través de imágenes no está protegido por los derechos de autor. Lo que sí no puede pasar, es que tomen los mismos diez cuadros que vos habías elegido para laburar con los niños. ¿Y si me cambian los cuadros, pero usan los mismos autores? Bueno, nadie puede arrogarse originalidad o exclusividad respecto de los movimientos artísticos. Quizás se puede hacer algo en relación a los artistas que se identifican. De nuevo, es una línea delgada.

Pregunta de la sala: ¿Es posible registrar una performance artística en un ámbito público, siendo que lo no controlable forma parte de la obra?

Es complicado. Si vos ponés una modelo desnuda y dejás que la gente interactúe con ella -como creo que sucedió, alguna vez- y lo grabás, lo documentás, hay cierto margen. Ahora, si yo quisiera hacer lo mismo que la modelo, nadie puede impedir que me desnude en un museo a ver qué hace la gente, si después salgo corriendo. La idea es una cosa, la materialización es otra. Después está el conflicto o la dificultad de ese tipo de obras que son creadas a partir de la espontaneidad. Otro ejemplo, un museo contrata a un guardia para que cada mañana tire el envoltorio de un alfajor en la sala, a ver qué pasa; si la gente lo recoge, si sigue de largo, cómo lo miran al guardia, etc. Eso es arte efímero, porque si no se filma ya está, y los que participan o intervienen no son coautores. Son casos de laboratorio. Ahora, ¿qué pasa con una entrevista que yo le hago a Borges? ¿Quién es el autor? ¿Borges que me contesta, yo que le pregunto o ambos? Las clases magistrales de Foucault en la universidad, ¿quién es el titular de los derechos? El autor era él, pero ¿qué diría el contrato que se firmó? ¿quién podía publicar ese material? Hay un montón de estas particularidades que nos obligan a repensar. Lo que hay que tratar de hacer, es anticipar el problema. Si yo voy a entrevistar a alguien, le hago saber los derechos. Si voy a filmar gente y después quiero explotar eso, tengo que decirle a cada participante: “Che, ¿me firmás los derechos de imagen, así puedo usar este material? Sin ánimo de lucro, en este contexto artístico”. Hay que resolver por contrato las limitaciones de la ley -que siempre corre detrás- frente a la realidad artística.

Es fácil pensar en arte y en autor si pensamos en *La Gioconda* y da Vinci, pero es más difícil pensar en una obra



que usó elementos de la Inteligencia Artificial, u otra que fue producida colaborativamente, como pueden ser los textos de Wikipedia. Te obligan a tener flexibilidad y a redefinir conceptos. En la práctica, insisto, la cosa se salda por contrato, y el tipo que pone la plata seguramente está asesorado y va a procurar que el resto de los participantes, hagan lo que hagan, le cedan los derechos. Imagen y obra no son lo mismo, la obra está protegida por los derechos de autor, pero la imagen es un derecho personalísimo de las personas. Una cosa es proteger un cuadro o una ilustración, y otra es el derecho de imagen que tiene un actor, que también corre para cualquier persona que es filmada en medio de una intervención artística en el espacio público. Son dos tipos de derecho diferentes.

En Estados Unidos se cede todo al dueño, que es el que paga. Para la legislación de Europa y América Latina, solo se cede lo que se negocia expresamente, e incluso algunas normas puntualizan que no se puede ceder lo que no se conoce, como tampoco si no se conocen las modalidades de explotación. El caso de Pink Floyd es interesante, celebró un contrato con una discográfica, allá durante los sesenta; 20 años más tarde, apareció el formato CD. El contrato que habían firmado estipulaba ventas a través de “cualquier medio o procedimiento conocido o por conocerse”, y no hubo problemas, porque no se había alterado la lógica del mercado, los CD se vendían en las mismas tiendas que antes tenían los discos de vinilo, con un precio de venta al público parecido. Pero un día aparece *iTunes* y comercializa los tracks individuales por un dólar. Y ahí Pink Floyd se planta y dice no “Esto no está en el contrato y no vamos a consentir que se vendan las canciones sueltas, porque nuestra música es conceptual”. No podía estar incluido en el contrato original porque era algo que no se conocía, una lógica novedosa, y en todo caso habría que sentarse a hacer un contrato diferente.

Obviamente, Pink Floyd tiene una capacidad de negociar diferente. Pero, insisto en que hay leyes que mencionan la imposibilidad de ceder cosas que no se conocen. Del otro lado de la biblioteca, quienes afirman que, si vos cedés tu obra, cediste todo. Bruce Willis le firmó a una productora un contrato de cesión de imagen para una película, “en su totalidad y para siempre.” Y resulta que ahora van a hacer *Duro de Matar 7* sin que él actúe, digitalizando su imagen. Bruce Willis dice “pero, ¿cómo es esto?”. Y bueno, su error fue haber cedido todos los derechos de imagen cuando filmó el primer episodio de la saga. Y esto en definitiva sigue siendo *Duro de Matar*. Son cambios tan radicales que deberían obligar a revisar todos los contratos que fueron celebrados previamente.

Duración de la protección



- PLAZO GENERAL
- PLAZO ESPECIAL
- DOMINIO PRIVADO
- DOMINIO PÚBLICO
- FNA

Obra, autor, derechos. Pero ¿cuánto duran esos derechos? En nuestro país el plazo general es la vida del autor más 70 años. Digo “plazo general” porque aplica a texto, obras literarias, pintura, escultura, música, grabado. Luego, hay plazos especiales, en el caso del cine, se toman 50 años desde la muerte del último de los coautores, ya sea director, productor o guionista -y autor de la música, en el caso de las películas musicales-; en la fotografía, se toma un plazo desde la fecha de publicación de la imagen -algo que está verdaderamente mal-, creería que de 20 años. Es inconstitucional porque discrimina al fotógrafo respecto de otros autores, y porque va en contra de tratados internacionales que Argentina ratificó. Debería considerarse implícitamente derogado. Importante, el plazo de la vida del autor más 70 años, pertenece al dominio privado; durante este tiempo, los derechos morales y patrimoniales se mantienen vigentes, de modo que no puedo reproducir, distribuir, transformar, comunicar al público, poner a disposición del público, sin pedirle permiso al autor. Vencido este plazo, la obra pasa a ser de dominio público. ¿Qué significa? Que los derechos morales se mantienen, pero no los patrimoniales. Cualquiera puede reproducir, distribuir, transformar, comunicar y poner a disposición del público, sin tener que tramitar permiso. ¿Cuál es el problema? Que, en Argentina, el dominio público es oneroso: el Estado cargó un impuesto a todo el que explote obras en dominio público, ya sea El Quijote, ya sea El Príncipe de Maquiavelo: si lo publicás en Argentina, tenés que pagar. Impuesto que históricamente es defendido por la UNESCO porque es una fuente de financiación para la actividad cultural, pero que es criticado por los que quieren usar obras sin pedir permiso. Para usar La Gioconda no hay que pedir permiso porque da Vinci murió hace más de 70 años. Es una realidad. En Argentina, sin embargo, hay que abonar un cargo al Fondo Nacional de las Artes.

Gestión de Derechos



¿Cómo se gestionan los derechos? De dos maneras: individualmente o colectivamente. La primera es cuando negocio los términos de explotación de mi obra, firmo contrato con un editor, firmo contrato con un productor audiovisual, firmo un contrato con una discográfica; todo esto es gestión individual. La universidad me pide que prepare una presentación y autorizo o no que esa presentación se suba a una plataforma, se grabe, se distribuya, se venda, etc. La otra forma es la gestión colectiva, pero hago un freno y regreso al tema contractual. Hay dos principios que debemos tomar en cuenta, el primero, la independencia de derechos, entendiendo que una cosa es la comunicación pública y otra diferente es la puesta a disposición del público; que una cosa es la adaptación teatral y otra cosa diferente es la adaptación cinematográfica. Cada derecho tendría que tener su cláusula específica. Es verdad que las legislaciones permiten la cesión total de derechos, pero en términos prácticos y de seguridad jurídica -evitarnos tener que interpretar qué estaban pensando las partes, al momento de firmar el contrato-, conviene separar los derechos: reproducción, distribución, comunicación, transformación, etc. Así los vamos a poder abordar mejor.

Por cada derecho que el autor otorga, se establece la retribución. La gestión individual no siempre es viable. Charly García no puede encargarse de autorizar o prohibir el uso de su música, cada vez que la pasan en una radio; lo que sí puede hacer, tal vez, es autorizar o prohibir su uso en una película, pero no en una radio, ni en un boliche ni en un hotel: para eso está la gestión colectiva, una herramienta que contribuye con el ejercicio de los derechos y la vigencia de la regulación. En Argentina, es una gestión particular, fundamentalmente porque es monopólica por ley: todos los autores musicales, argentinos o extranjeros, están gestionados por SADAIC. No hay forma de salirse de SADAIC. Si yo quiero usar un tema de *La Oreja de Van Gogh*, de los *Rolling Stones* o de Charly García, tengo que pasar por SADAIC. No hay otra manera de hacerlo.

En el resto del mundo, en general, la gestión colectiva es voluntaria, los artistas eligen qué entidad va a gestionar sus derechos. En términos abstractos parece muy bueno, pero la realidad es que encierra muchas dificultades. En España, me atrevería a decir que la gestión colectiva es monopólica también, porque no existen muchas entidades para cada categoría de derecho. Se ha demostrado que la mejor manera de que esto funcione es que haya una entidad central. Pero, la ley no dice eso. En España hay un monopolio, de hecho, cada tanto aparece alguna otra entidad que hace un poco de ruido, pero en principio es una única entidad la que se encarga de cada cosa. Por tanto, nuestro sistema es bastante particular. Por aquí anda Milei, diciendo que va a eliminar los monopolios artificiales. Seguramente le va a caer a la gestión colectiva, no porque le importen los artistas, sino que vaya uno a saber por qué.

Lo cierto es que en Argentina tenemos monopolio legal, y que eso genera cuestionamientos. Pero los países europeos que habilitan la gestión voluntaria se encuentran con muchas dificultades paralelas. Si soy una entidad sueca y voy a cobrar a una discoteca, tengo que mostrar a quién represento, ¿cómo hago? “Bueno, en realidad no tengo un comprobante, pero como represento a muchos, entonces hay una presunción de legitimación activa, bla bla”. Esto puede traer mucha fricción. Las presunciones de representación ampliada harían un desastre en Argentina. Nosotros tenemos zanjada la cuestión con este mandato legal. La ley indica que yo represento a *Soda Stereo*, *Maná* y *Héroes del Silencio* y listo. Es una particularidad local que está bueno tener en cuenta.

Si voy a usar una obra tengo que averiguar cómo consigo los permisos correspondientes. A veces voy a poder negociar individualmente y otras voy a tener que hacerlo a través de las entidades de gestión colectiva. Dependerá de lo que diga la norma específicamente en cada caso. En materia de música, si quiero incluir un tema de Fito Páez en una película, no alcanza con la autorización de SADAIC, porque el autor tiene derecho de autorizar o denegar que yo pase su canción en mi película, este derecho de sincronización no es un permiso genérico que puede dar la entidad, como sí ocurre, por ejemplo, con los temas que suenan en la radio.

Pregunta de la sala: Si registro una obra en un país, ¿esos derechos tienen la misma vigencia en otros países?



Vamos a hablar de dos temas, les dije que el registro no es obligatorio; hay un principio internacional que marca que la protección es automática y universal. Si escribo un poema en Argentina, aunque no lo registre, está protegido en España, China, México y Estados Unidos. Pero el registro es conveniente por dos cosas: otorga una presunción de autoría -la ley presume que quien registra es el autor- y una fecha concreta. Si el día de mañana alguien me acusa de haber plagiado lo que escribí, va a tener que comprobar que había producido el mismo material, con anterioridad a mi fecha de registro. Conviene hacerlo. En Argentina, tenemos esta particularidad de que el registro es obligatorio por ley. La norma no se actualizó y por lo tanto el registro sigue siendo obligatorio para obtener la vigencia plena de los derechos. Está mal, pero sigue estipulado por ley. Podríamos entender que está derogado porque Argentina suscribió a tratados internacionales que establecen el criterio de la protección automática. Pero la ley sigue siendo la misma, por eso yo sugiero que registren tanto la obra inédita como la obra publicada para acceder a una protección amplia.

Habiendo dicho esto, que tu obra no esté registrada no quiere decir que no esté protegida. Lo mismo pasa con la obra de terceros, que no estén registradas no significa que uno las pueda utilizar sin pedir permiso. En síntesis, es obligatorio para nuestra ley; no debería serlo porque Argentina asumió en los tratados internacionales que no se iba a pedir más; finalmente, registremos nuestras obras y siempre vamos a tener una mejor protección. Hablando de registro, hay que decir que conviene hacerlo antes de enseñarle la obra a otra persona y que no hace falta que esté terminada para registrarla. De todas maneras, hay que tomar en cuenta que la Dirección Nacional de Derecho de Autor conserva las obras inéditas por tres años. Vencido este plazo, se destruye el material, por tanto, conviene renovarlo para mantenerlo vigente.

La segunda cuestión que quiero recalcar es que, además de los derechos de autor, están los derechos conexos, son los derechos que tienen quienes no son autores, ni creadores, pero han contribuido con la difusión de obras. Un intérprete musical, un actor, un productor, un organismo de radiodifusión, un editor, no son autores, pero aportan difusión. Luis Miguel no es autor, el autor es Manzanero, pero él, como intérprete, va a tener derechos parecidos a los de Manzanero. Francella no es autor, el autor es el guionista, pero él como actor va a tener derechos afines -reproducción, distribución, comunicación pública, etc-. El organismo de radiodifusión tendrá derechos sobre su señal. El editor sobre su edición facsimilar: tipografía, portada, contratapa. Son derechos conexos, que están vinculados al derecho de autor. ¿Qué es lo importante de esto? Que si voy a usar algo tengo que tener en cuenta qué es lo que estoy usando. Volvamos al ejemplo del tema de Fito Páez, si quiero usarlo para una película, ¿a quién le tengo que pedir permiso? A Fito Páez, como autor -y también como intérprete-, y al productor que grabó la interpretación de esa canción.

Otro ejemplo: si quisiera usar una interpretación de Mercedes Sosa, ¿a quién le voy a pedir permiso? A la cantante, Mercedes Sosa; a SONY, la discográfica; y también a la persona que creó la canción. Las plataformas, como , ya tienen permisos o contratos firmados con las autorales a los efectos de permitir determinadas utilidades. Si vos podés subir una canción a un post en tus redes, es porque TikTok tiene firmado un acuerdo con esas titulares de derecho. Son acuerdos que no se conocen, que seguramente no son muy transparentes, porque, bajo el pretexto de la confidencialidad, uno no sabe muy bien en qué términos se autorizan las cosas. Históricamente, se hacía sin permiso hasta que, de alguna manera, la industria acordó con los usuarios. El sistema necesitaba estos permisos y, a cambio de monitorizar ciertos usos, se han celebrado algunos acuerdos.

Contexto Tecnológico



- DIGITAL
- TRANSFERENCIA
- TRANSFRONTERIZO
- INFRACCIONES

El contexto tecnológico es algo que se viene mencionando hace rato, y fundamentalmente a partir de la digitalización de contenidos, los usos transfronterizos, la gravedad de las infracciones. Se pretendía que Google o YouTube, como intermediarios, se hicieran responsables por las infracciones cometidas por terceros, y que se encargaran de bloquear ciertos contenidos. Esto generó dos doctrinas, primero en Estados Unidos, pero que luego fueron recogidas internacionalmente. La primera es la del “puerto seguro”. Normativamente se estableció bajo qué condiciones un intermediario no es responsable por las infracciones de terceros, más que nada en lo que



concierno a la neutralidad y a la no manipulación de los contenidos, en tanto que la injerencia podría violar garantías constitucionales. Telefónica no se hace cargo de lo que circula por su conexión de banda ancha. YouTube tampoco. En paralelo, surge la doctrina del *notice and take down*, únicamente es responsable el intermediario si, una vez notificado de una infracción, no obra para evitar que el daño se perpetúe. Si YouTube está alojando una película sin permiso del autor es deber de los usuarios darle aviso. Si, hecho esto, la plataforma no procede al bloqueo del contenido, entonces es responsable. Está muy lindo desde lo formal, pero, en la práctica, lleva tanto tiempo hasta que se logra bajar el material, que por lo general el daño ya es irreparable.

Responsabilidad de intermediarios

- INFRACCIONES
- DEBATE
- SAFE HARBOR
- NOTICE AND TAKE DOWN
- CONTEXTO TEC.



Este criterio se revisó internacionalmente y decantó en un nuevo término, *notice and stay down*, que sugiere que no alcanza con bloquear, sino que hace falta tomar medidas para que esto no se vuelva a producir. Es complicado de instrumentar, porque no se puede exigir a estas plataformas que apliquen controles previos sobre lo que se sube y lo que se baja. Pero, en ciertos casos la violación es flagrante y se han colocado restricciones. En este sentido, la normativa es horizontal. Una cosa es que YouTube no pueda bloquear un comentario de un usuario, y otra cosa es que no pueda bloquear contenido de pornografía infantil. YouTube debe tener herramientas tecnológicas que detecten ese contenido para bajarlo automáticamente, sin tener que esperar que una persona te notifique la infracción.

Pornografía infantil, imágenes de modelos en sitios pornográficos, odio racial y libertad de expresión son bienes que, en términos jurídicos, los intermediarios deben tratar como excepciones; debe haber controles previos, automáticos, de manera tal de impedir que esas infracciones se produzcan. Está en debate desde los años '90. Esta teoría del *notice and take down* ha prosperado. En Argentina hubo un caso de una modelo que, cada vez que se *googleaba* su nombre, el buscador lo *linkeaba* con una web pornográfica, la Corte Suprema decidió que la plataforma es responsable solo si recibe la notificación de que eso está pasando y no toma las medidas necesarias para evitar que el daño se reproduzca.

Brecha de Valor



- DEFINICIÓN
- CAUSAS
- SOLUCIÓN
- DE 790/2019

Otro debate, disparado por el contexto tecnológico, es el de la llamada “brecha de valor”, que refiere a las enormes cantidades de consumo de bienes que están protegidos por los derechos de autor y los derechos conexos, cuyos titulares reciben una retribución, en proporción, muy desfavorable. Hay que ver cómo se puede lograr que ese consumo extraordinario se traduzca en ingresos de una forma más justa para los titulares de los derechos. ¿Qué responde *Spotify*? “En el sistema viejo, un disco salía 20 dólares. ¿Quién ganó? La piratería. Las plataformas tienen un modelo de negocio lícito, se cobra a los usuarios tres dólares y pueden acceder a todo el catálogo de música.” De los 20 que costaba un disco a tres por toda la música del mundo. Pero *Spotify* dice más, “Si cobrara



cinco dólares en lugar de tres, la sangría de usuarios sería enorme y volvería la piratería. El punto de equilibrio es este valor que fue establecido por el mercado.”

La brecha de valor genera mucho consumo por poca plata. Que vos puedas acceder a una plataforma que te ofrece música de manera ilimitada, por lo que sale una entrada de cine. A vuelo de pájaro, me parece una desproporción. Ahora, Disney avisa que no se puede compartir la clave con más personas y se desploman las acciones un 25%. Algo que, para quienes nos dedicamos a esto, es una obviedad, un pago, un usuario; ¿querés otro usuario? Pagás un poco más. Es como pretender que con mi *carnet* entre al club toda la familia. La propiedad intelectual sobre los bienes intangibles -inmateriales- tiene dificultad para lograr esa sensibilidad social en relación a que ciertos contenidos merecen protección. Ahora, si *Spotify* cobrara 100 dólares la suscripción, no quedaría ni un usuario. Entonces, el dilema es cómo hacer que los usuarios accedan a todo el contenido por poca plata -algo que está buenísimo-, y a la vez que los artistas puedan seguir viviendo de sus producciones.

Inteligencia Artificial Generativa



¿Qué está pasando con la Inteligencia Artificial? Hay un primer punto, que es el input. Para alimentar una Inteligencia Artificial digitalizo contenidos. Si, como vimos, la digitalización involucra derechos de reproducción, y si para responder con contenidos primero tengo que transformarlos, entonces está a las claras que hay que pedir permiso. ¿Qué pasó? No lo han hecho: han entrenado plataformas y hoy se están produciendo contenidos sin haber hecho el procedimiento adecuado. La pregunta que surge es si el entrenamiento de estos programas no podría ser evaluado como una excepción al derecho de autor; o si un legislador no podría observar que el beneficio a la comunidad es tan amplio que quizás justifica el uso sin permiso.

Deberíamos revisar, en ese sentido, la regla de los tres pasos, que es una regla interpretativa sobre la viabilidad de una excepción o limitación al derecho de autor. Señala que “una excepción será válida si cumple con tres pasos acumulativos: que el uso sea excepcional, que no afecte la normal explotación de la obra y que no afecte los intereses legítimos del autor”. Pensemos qué sucede con el derecho de cita ¿es excepcional? Sí; ¿Borges va a dejar de vender porque lo cite en una monografía? No; ¿afecta a los intereses de Borges que yo lo cite? No. Ergo, esta excepción es válida. Pero, me pregunto, minar datos, entrenar una Inteligencia Artificial, ¿cumple con esta regla de los tres pasos, o afecta la normal explotación de la obra? Ya hubo planteos por parte de autores e intérpretes, que les han comunicado a Microsoft y a ChatGPT -la empresa que domina la tecnología- que no usen sus obras para alimentar las plataformas. Vamos a ver cómo les va, porque las empresas están diciendo que se trata de un uso legítimo, que no afecta y que debería estar permitido en aras de la evolución y el avance tecnológico.

El otro tema es el output, este contenido, ¿cuándo es obra y cuándo no? En función de la cantidad de trabajo que le pongamos encima, el valor agregado, las horas de edición. Pero, entonces, ¿qué grado de detalle va a justificar que yo me transforme o no en autor?, ¿qué dicen los términos y condiciones de ChatGPT respecto a los contenidos?, ¿quién es dueño, quién es autor y quién es titular? Volvemos a esta diferencia central. ¿tengo exclusividad sobre ese contenido o resulta que, lo que yo hice, ahora Copilot se lo sirve en bandeja a otros? Tercero, la coexistencia ¿yo puedo presentarme a un concurso con una obra creada con Inteligencia Artificial? ¿Tendría que avisar? Si organizo un concurso literario, ¿tengo que poner en sus términos y condiciones que no se admiten trabajos hechos con intervención de la Inteligencia Artificial? ¿cómo hago para darme cuenta si eso que me están presentando es o no es? ¿en qué casos estaré obligado a denunciar una intervención? Si yo escribo un texto y nada más le pido a la Inteligencia Artificial que me lo corrija, ¿sería intervención? Quizás solamente me sugirió un cambio de palabra. Bueno, son todas dudas.

¿Qué consecuencias puede tener todo esto? Que, cuando vayas a cobrarle a un boliche por la música que pasan, te digan que eso no es música. ¿cómo que no es música? No, es un contenido creado con Inteligencia Artificial, y la oficina de derechos de autor norteamericana ya dijo que no es obra. Y si no es obra, entonces no me vas a venir a hablar de derecho de reproducción, distribución, comunicación pública, puesta a disposición. Esto es otra cosa.

Pregunta de la sala: En 2013 firmé un contrato de colaboración, para un libro que se editó en España. Tiempo después, la editorial lo empezó a comercializar en muchos países y ninguno de los 22 autores e ilustradores que participamos cobramos nada. Me hace ruido la situación, y quiero saber si amerita un reclamo grupal, para ver si de esa manera obtenemos una respuesta.

Hay distintas cuestiones. En primer lugar, lo más seguro es que en ese contrato que firmaste te hayan hecho ceder totalmente los derechos, a cambio de una cifra. Por lo tanto, es muy probable que todas estas reproducciones la editorial las haya podido hacer sin el permiso de los artistas participantes. En todo caso, podremos discutir si no les tendrían que haber pagado un adicional por esas ilustraciones. Si el autor de un libro percibe regalías en el tiempo, podríamos reclamar que los ilustradores también gocen de ese mismo derecho. Pero, todo depende de lo que diga el contrato, y es posible que tengan que remar mucho frente a eso. La otra cuestión es la prescripción, cuando uno no ejerce un derecho, en un momento caduca esa posibilidad de reclamo. No totalmente, porque ya dijimos que el derecho moral no se pierde nunca. Pero sí se pierde la instancia de solicitar la reparación del daño. Vos podrás reclamar por los últimos tres o cinco años, en función de la legislación del país. Pero guarda con dejar que siga pasando el tiempo, porque cada período tiene su fecha de prescripción.

Si vos firmaste un contrato con una editorial española, seguramente aclara que dicho contrato se rige por la ley de ese país y que cualquier conflicto que surja se va a dirimir en los tribunales ordinarios de Madrid. Ahora, puede pasar que vos compraste derechos en la Feria de Frankfurt y que el contrato se haya firmado entre un autor argentino y una editorial polaca, para vender libros en Brasil. Bueno, ese contrato indicará la ley interviniente y el lugar de interpretación en caso de litigio, y no debería haber problema. Los problemas empiezan cuando el contrato no aclara ninguna de estas cosas. En ese caso hay que ir a la prestación más importante, que es el lugar de explotación, y hay que hacer una lectura pertinente. En materia de daño, se reclama según la legislación del país donde se explota la obra. Vos no podés reclamar acá un daño que se produjo en cualquier parte. En Argentina, reclamamos el daño que ocurrió en Argentina. No existen normativas uniformes sobre estos temas. Recuerden, porque es importante, que los registros de obra se hacen en la Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA), y que no es requisito que los trabajos estén terminados para poder efectuar el trámite de protección.

Pregunta de la sala: Si trabajo con versiones nuevas de cuentos clásicos, ¿tengo que pagar impuesto?

Vamos a hacer la última aclaración. *El Príncipe*, de Maquiavelo, está en dominio público, o sea que yo no tengo que pedir permiso para utilizar la obra. Ahora, sucede que la traducción que hizo Juan Pérez sí está en dominio privado, y entonces tengo que pedir permiso para usar esa traducción. Lo que está en dominio público es la obra original porque Maquiavelo murió en 1527, pero, la versión nueva, ¿de quién es? Si reversiono un cuento viejo y lo voy a explotar, tengo que pagar. Si es algo casero, no pasa nada, pero si escribo libros que están basados en *Pulgarcito* voy a tener que poner un importe. Y si la versión nueva la hizo un tercero entonces está en dominio privado, y eso, como ya sabemos, significa que le tengo que pedirle permiso.

BIO

Alejo Barrenechea: Abogado, Universidad de Buenos Aires (1993). Docente de grado y posgrado en distintas universidades e instituciones (UBA, UNTREF, FLACSO, UCA, etc.). Director del posgrado de Derecho de Autor de la Asociación de Abogadas y Abogados de Buenos Aires – UBA (AABA). Presidente de la Comisión de Derecho de Autor de la Asociación de Abogadas y Abogados de Buenos Aires. Secretario del Instituto de Derecho de las Comunicaciones y Derecho de Autor del Colegio Público de Abogados de la Capital Federal (CPACF). Presidente de la Asociación Literaria y Artística Internacional (ALAI) –Grupo Argentino-.