

VI Jornadas de Sociología de la UNLP . Para Mesa 35 .Sociología de la comunicación y de los medios. Coordinadores: Esteban Rodríguez Alzueta, [rodriguezalzueta@yahoo.com.ar](mailto:rodriguezalzueta@yahoo.com.ar); Daniel Badenes, [dbadenes@unq.edu.ar](mailto:dbadenes@unq.edu.ar)

**Estudio de la historieta como campo: las luchas por la construcción de lo nuevo y de lo viejo, en Argentina, desde los noventa.**

**Autor: Dr. Roberto von Sprecher.**

Profesor Titular de Teorías Sociológicas I y del Seminario Sociología de la historieta realista en la Escuela de Ciencias de la Información, y de Comunicación y Trabajo Social, Escuela de Trabajo Social, ambas de la Universidad Nacional de Córdoba. Director de equipo de investigación sobre historieta argentina desde 2001, actualmente denominado: “Estudios y crítica de la historieta argentina”. SECYT. Escuela de ciencias de la Información, Universidad Nacional de Córdoba.

Correo electrónico: [rvonsprecher@yahoo.com.ar](mailto:rvonsprecher@yahoo.com.ar)

**RESUMEN:**

Este trabajo, realizado dentro del equipo de investigación *Estudio y Crítica de la Historieta Argentina*, que -desde 2001- se constituyó en la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba, se inscribe en un sub-proyecto para realizar una historia sociológica de la historieta argentina, teniendo como orientación básica la teoría de Pierre Bourdieu. Tras introducir la perspectiva de estudio que adoptamos, consideramos, específicamente, una breve aproximación las luchas para construir *lo nuevo y lo viejo* desde los noventa hasta la actualidad y a las condiciones de producción de dichas luchas.

Los noventa son claves porque en ellos se produce la desintegración de producción industrial, de la industria cultural, de historietas argentinas y el surgimiento de la historieta independiente y una región de relativa autonomía en el campo.

La edición de historietas independientes en papel es afectada por la crisis general de 2001/2002, pero con posterioridad a ella se produce una situación donde crecen las regiones autónomas, se quiebra el sistema existente de *posicionamientos* y va constituyéndose una *nueva* generación de productores culturales reales que producen una expansión de las formas de narrar y de dibujar historietas.

En el proceso de autonomización de regiones del campo tienen gran importancia los *blogs*, resultando central el sitio [www.historietasreales.blogspot.com](http://www.historietasreales.blogspot.com) (hoy [www.historietasreales.wordpress.com](http://www.historietasreales.wordpress.com)) como espacio para la publicación de historietas independientes fuera de las normas del sistema de producción previo.

Por otro parte, luego de la crisis de comienzos de la década, hay casos particulares de continuidad de empresas de pequeña escala e incluso de editoriales independientes –como *Llanto de Mudo* en Córdoba-, y la aparición de otras, más o

menos independientes, parte de las cuales imprimen historietas aparecidas inicialmente en *blogs*. También se acentúa el predominio del formato álbum/libro, mientras que intervienen en el mercado los diarios (verbigracia *Página 12* con el relanzamiento de la revista *Fierro* y *Clarín* con distintas colecciones que incluyen recopilaciones de material local e internacional –basadas en un serie presentada por el diario *La Repubblica* de Italia-) y a la tradicionales ediciones de recopilaciones y, ahora a algunos libros originales, por *De La Flor*, se suman la publicación de álbumes por parte de editoriales dedicadas tradicionalmente al libro (*Ramdom House*, por ejemplo).

Una de las conclusiones más importantes es que tras la crisis de los noventa, en un mercado muy reducido, y con buena parte de los creadores culturales reales trabajando para el exterior (incluyendo gran parte de quienes publicaban en la época de la industria editorial), en la década siguiente, en lo que va del 2000, se consolida una *nueva* historieta argentina, una *nueva* generación de productores culturales reales – guionistas y dibujantes- con variantes importantes respecto de las posiciones y relaciones en el campo en lo que hace tanto a los creadores, a los editores, distribuidores, espacios de consagración, la constitución de redes sociales entre los distintos integrantes del campo, etc.

### **Introducción a la perspectiva teórica: historia del campo de la historieta argentina.**

Aquí presentamos un avance del proceso, planteado como tarea para varios años, de elaborar **una historia sociológica del campo de la historieta argentina**, que pretende superar las perspectivas que orientan la mayoría de los trabajos producidos hasta ahora sobre historia de la historieta argentina, que, como tendencia, se han limitado a la recopilación de datos, al texto periodístico y carácter ateorico (ver von Sprecher y Pestano, 2010). Avances al respecto lo constituyen la Tesis “*La construcción de un objeto de estudio. El discurso teórico –crítico acerca de la historieta (Argentina, 1968-1983)*”, para la Maestría en Socio-semiótica de Lucas Berone, miembro de nuestro equipo, sobre el surgimiento del discurso teórico-crítico sobre la historieta, en nuestro país, entre 1968 y 1983 (2008b) y el libro de Laura Vázquez *El oficio de las viñetas. La industria de la historieta argentina* (2010) basada en su tesis doctoral “*Oficio, arte y mercado. La historieta argentina 1968-1984*” (2009).

Tenemos particularmente en cuenta, considerando la perspectiva de Pierre Bourdieu, los siguientes objetivos, que podrán ser reformulados en cuanto se construya el marco teórico preciso:

1. Análisis de la posición del campo de la historieta dentro del campo de la producción cultural y, al mismo tiempo, en su relación con el campo económico y su evolución.
2. Analizar la estructura interna del campo de la historieta argentina, por lo tanto las reglas y luchas propias del campo, sus principios de funcionamiento, sus transformaciones y las posiciones, y luchas entre posiciones, de agentes, grupos y editoriales, en particular en su competencia por la legitimidad y por *hacer época* y *construir lo nuevo* y *lo viejo*. Aquí avanzaremos sobre el período que corre a partir de los noventas a la actualidad.
3. Analizar la génesis de los *habitus* de los agentes individuales y colectivos que ocupan posiciones en el campo, y por lo tanto la trayectoria histórica de las disposiciones. (ver Bourdieu, 1998: 313 y ss )

Según Bourdieu

*“Hacer época significa indisolublemente hacer existir una nueva posición más allá de las posiciones establecidas, por delante de estas posiciones, en vanguardia, e, introduciendo la diferencia, producir el tiempo.”* (1995: 237)

Al estudiar la trayectoria del campo se estudian sus “estados” y por lo tanto los procesos de *envejecimiento*. (Idem: 227) Es la lucha a través de la cual se hace la historia del campo, se temporaliza:

*“El envejecimiento de los autores, de las obras, o de las escuelas es algo muy distinto del producto de un deslizamiento mecánico hacia el pasado: se engendra en el combate entre aquellos que hicieron época y que luchan por seguir durando, y aquellos que no pueden hacer época sin remitir al pasado (...).* (Idem 237)

En el caso de la historieta, desde sus inicios, forma parte del campo de la producción cultural como un campo particularmente dominado en cuanto se constituye y desarrolla como industria cultural, siendo económico el capital central en juego.

A pesar de la aparición de regiones de autonomía, que consideraremos más adelante, el campo de la historieta es constitutivamente dependiente del campo económico y del mercado. Hay una casi total falta de autonomía que es constitutiva del

campo en el capitalismo desde su surgimiento, considerando que aún quienes realizan una trayectoria en regiones autónomas del campo para continuar produciendo tienden a depender de los ingresos económicos que el mercado, y centralmente el de los países centrales, les puede dar. De cualquier manera hoy es posible para los creadores dos juegos, insertándose en regiones autónomas del campo local y en forma dominada en el campo global. (ver von Sprecher y Pestano, 2010)

### **Condiciones de producción previas a los noventa.**

Hasta los noventa la historieta argentina se había constituido, sin excepciones, como una industria cultural. En esas condiciones de producción se realizan las operaciones para hacerse una posición y de envejecimiento de otros para lograrlo. El caso más notable es el de Carlos Trillo, al que acompaña Guillermo Saccomanno hasta el momento en que se desplaza al campo literario, que durante los setenta realizan por entregas una *Historia de la Historieta* en la revista *Tit-Bits*, que va a ser recopilada en formato libro por *Ediciones Record*, la editorial comercial en la cual trabajaban, en 1980, como *La Historia de la Historieta Argentina* y que se va a convertir en la *historia oficial*, incluso hasta la actualidad, a tal punto que aparece asumida por Laura Vázquez en su libro *El oficio de las Viñetas* (2010) (ver von Sprecher y Pestano, 2010). Señala Lucas Berone:

“En su valioso libro sobre la *Historia de la historieta argentina*, Carlos Trillo y Guillermo Saccomanno lograron imponer un relato modélico del desarrollo histórico del campo de la historieta en nuestro país tan interesante y eficaz, que aún hoy no ha sido puesto en tela de juicio ni ha podido ser reemplazado por otro modelo.” (2010: 1)

Trillo y Saccomanno realizan una operación que les reditúa beneficios en tanto son autores y críticos al mismo tiempo. Logran hacerse un nombre, un nombre conocido y reconocido que les otorga poder de consagración. Sus firmas consagran sus propias historietas (efecto “de firma”) y pueden consagrar autores, o re-consagrar como lo hacen con Héctor Germán Oesterheld a quien utilizaron para consagrarse. Además de legitimar sus firmas como guionistas y como críticos se erigen en constructores de la *historia oficial* de la historieta argentina. Trabajando desde una empresa comercial, *Ediciones Record*, lo que los va a llevar al éxito comercial, y oponiéndose a “lo comercial”, nominando como tal a *Editorial Columba*, construyen una posición en la cual el capital simbólico se reconvierte en capital económico. Considera Sebastian

Gago:

“Esto es lo que hace a Trillo una especie de *banquero simbólico* con un fuerte poder de mediación sobre la circulación –y el consumo y producción- de mercancías; o sea, siempre y cuando hablemos de producción, circulación y consumo como momentos separados sólo analíticamente.” (Documento interno de trabajo, 2010)

No habría que perder de vista que, además, particularmente Carlos Trillo va a *hacer época*, va posicionarse por delante también en la forma –que constituye *normas-* de guionar historietas predominantes hasta el momento de la aparición de sus historietas en *Ediciones Record*, al usar un tipo de narración que prescinde casi siempre de los textos de apoyo que proliferaban en *Editorial Columba*. Trillo adopta, y propone, una nueva *norma* que venía a plantear que no se debía decir con textos de apoyo aquello que se podía decir con imágenes, y que, en todo caso lo que era remitido por necesidades narrativas a los textos de apoyo podía serlo a los globos de parlamentos o pensamiento, aunque ello supusiera una contradicción parcial con la forma de narrar de Oesterheld, a quien recurre para re-consagrarlo y, en esa misma operación, consagrarse. Esta es una cuestión que deberá ser estudiada con detenimiento.

El caso de Carlos Trillo es importante en tanto seguirá, hasta la actualidad, realizando operaciones para mantenerse entre *los nuevos*, entre *la vanguardia*, mostrando competencia para ajustarse y reubicarse ante profundos cambios del campo, ante los cuales buena parte de sus colegas quedan desajustados o trabajando exclusivamente para el mercado externo (Italia principalmente).

En los ochenta Carlos Trillo y Guillermo Saccomanno renuevan estrategias para seguir siendo *lo nuevo*, se posicionan luego de la operación a la que hemos hecho referencia, primero en *Humor Registrado* y en *Superhumor Registrado*, de *Editorial La Urraca*, contra *Ediciones Record* (la empresa donde se posicionaran inmediatamente antes, Saccomanno lo había hecho inicialmente en *Columba*) y *Editorial Columba*, y luego desde la revista *Puertitas*, donde Trillo se convierte en editor (*Editorial El Globo*), contra –particularmente- el segundo período de la revista *Fierro*, de *Editorial La Urraca*. Así, asevera Sebastián Gago:

“Construye una trayectoria ajustándose exitosamente a cada época, y evita así llenarse de *arrugas simbólicas*: va cambiando de posición en el campo (además de ser autor y crítico posicionado en distintos subcampos editoriales, será luego editor) y, más o menos irreflexivamente y más o menos razonablemente, va renovando su estatus de *joven* o de *vanguardista*, a medida que su

envejecimiento biológico avanza. Justamente, su trabajo de acumulación de capital específico del campo, lo llevará luego al menos a no perder económicamente.” (Documento interno de trabajo, 2010)

Podemos aplicar a la operación en la que se distingue Carlos Trillo, en este período y en los posteriores, lo que indica Pierre Bourdieu respecto de cómo “los valores de originalidad y de cambio (...) expresan también la ley específica del cambio del campo de producción, es decir la dialéctica de la distinción” (1995: 235), lo cual trabaja para el *envejecimiento* de formas de producción como las de *Editorial Columba*.

### **Los noventa: industria cultural e historieta independiente.**

En el proceso de profundización del modelo neoliberal desde finales de los sesenta algunas editoriales sobreviven a pesar de la progresiva disminución de las tiradas, pero la situación se vuelve crítica hacia fines de los ochenta e irreversible en los noventa. Fue definitorio que los *habitus* de los editores funcionaran a destiempo respecto de las nuevas condiciones objetivas, aunque en muchos casos ni siquiera existe la posibilidad de ajuste ni la continuación de la producción industrial ante las nuevas condiciones del modelo y del mercado y, por lo tanto, se acentúa la escasa autonomía respecto del campo económico. En estas circunstancias desapareció la historieta como una industria nacional de casi cien años. Cerrando *Editorial Columba* (*El Tony*, *D'artagnan*, *Fantasia*, *Intervalo*, etc.), *La Urraca* (*Fierro*), *Record* (*Skorpio* y otras) y *El Globo* (*Las puertitas*). En el caso de *Record* que nació para producir para el mercado italiano que fue siempre su objetivo central, discontinuó la edición local en cuanto no resulto medianamente redituable.

En los sucesivos desplazamientos entre *lo nuevo* y *lo viejo*, *Editorial Columba*, que siempre va a seguir estando en la mira de las operaciones de Carlos Trillo, fue sufriendo en cada etapa un mayor *envejecimiento*, primero con *Ediciones Record* y particularmente con la revista *Skorpio*, luego con *Editorial La Urraca* y las revistas *Humor Registrado*, *Super Humor* y *Fierro* –que a la vez contribuyen al envejecimiento de las revistas de *Record*- y luego con *Puertitas*, editorial fundada por el propio Trillo. Este envejecimiento se va a dar en unas condiciones de disminución de la masa de sus lectores, lo cual produce una aceleración de su crisis, a pesar de lo cual, con la reedición de material de períodos anteriores, en especial las historietas de Robín Wood, va a

lograr durar en el tiempo más que todas las editoriales y revistas que contribuyeron a *envejecerla*, dado que *lo nuevo* se construye sobre una porción significativamente menor de mercado que tuviera *Columba*, tornando más lábil su supervivencia. Incluso en algún momento (1992, 1993) *Columba* modifica sus normas de publicación y recurre a los nuevos creadores, incluyendo al propio Trillo, pero esa operación no logrará hacer retornarla a la masividad anterior, e incluso provoca el alejamiento de lectores adherentes a los esquemas anteriores (ver von Sprecher, 1993: 31 y ss). Pierre Bourdieu considera que

“El envejecimiento les llega a las empresas y a los autores cuando permanecen adscritos (activa o pasivamente) a modos de producción que, sobre todo si hicieron época, están inevitablemente datados; cuando permanecen encerrados en esquemas de percepción o valoración que, convertidos en normas trascendentes y eternas, impiden aceptar o percibir la novedad.” (1995: 235)

En el caso de *Columba*, alcanzan a percibir el problema de seguir aplicando sus anteriores esquemas de valoración, pero cuando lo hacen ya es tarde por la transformación y declinación de toda la industria cultural de historietas, a lo que se sumaron algunas operaciones particularmente desafortunadas como la venta de la imprenta propia cuando era más barato imprimir en el exterior. De cualquier manera todas las editoriales sufren un desajuste respecto de las nuevas condiciones objetivas que van a contribuir a la desaparición de la industria editorial de historietas argentinas.

El quiebre también se produce en los procesos de construcción de posiciones, de *lo nuevo* y *lo viejo*. La historieta independiente más que desplazar *lo viejo* va a construir directamente *lo nuevo* en unas condiciones de existencia totalmente distintas a las anteriores.

Resumiendo, a nivel de las empresas que funcionaban dentro de la lógica de la industria cultural local, dentro de la cual nació la historieta realista originariamente, se produce en el primer lustro de los noventa –aunque la *agonía* de *Columba* se prolonga otro lustro- un desajuste de las que habían sido las principales editoriales y su cierre. Esto ocurre en el marco de la profundización del neoliberalismo globalizante que hizo que el desajuste fuera casi inevitable, dados los *habitus* de los editores no preparados para enfrentar los pronunciados cambios de las nuevas condiciones objetivas, por la reducción del mercado, es decir, algunos factores importantes influyen en las nuevas condiciones:

- La pérdida de poder adquisitivo, o directamente del trabajo, de amplios sectores de la clase obrera y medios, que eliminan de sus presupuestos el consumo de revistas de historietas.
- El ingreso, a partir de la paridad del peso con el dólar y la modificación de políticas aduaneras, de revistas importadas, comercializadas a través de las *comiquerías*, con las que las publicaciones nacionales debieron competir en una relación desigual. Esta oferta, que va a incluir desde *comic-books* norteamericanos nuevos, incluso en su idioma original, a historietas editadas en Europa, incluyendo los saldos de las editoriales españolas, *mangas*, etc., son las condiciones de posibilidad de los cambios de gustos que señalamos inmediatamente.
- Modificaciones en los gustos de los lectores, y en especial la constitución de nuevos lectores relacionados con la extensión global de la oferta de las transnacionales del entretenimiento, no sólo en lo que hace al *comic* (como va a empezar a denominarse cada vez más la historieta en argentina), con la rápida extensión del cableado televisivo y la difusión global por cable del *animé* (dibujos animados japoneses que generalmente van acompañados por cierto *merchandising* y álbumes de *mangas* –historietas-, que en Japón más bien tienden a preceder a la versión televisiva. Nuevos lectores también identificados con las modificaciones estéticas y narrativas que suponen los sucesivos relanzamientos de superhéroes norteamericanos de la editora *Marvel* y de *Detective Comics (DC)*, a su vez influidos por la producción europea y japonesa, más los fuertes cambios que promoverán las innovadoras historias de guionistas británicos como Alan Moore (*Watchmen*, *V de Vendetta*, *From Hell*) y Neal Gaiman (*Sandman*), más unas producciones que tanto en Estados Unidos como en Europa van constituyendo alternativas a las formas de producción y expresión imperantes (de Clowes a Sfar, por citar sólo dos nombres).

Sin embargo, en el caso de los dibujantes, y en menor medida los guionistas, el *habitus* de tener como un horizonte posible o efectivo las editoriales del primer mundo, permitió a muchos seguir trabajando para el exterior sin que sus obras se publicaran en Argentina, en buena parte de los casos hasta la actualidad. Incluso, a medida que avanza la década, creadores que apenas habían publicado en Argentina o que directamente nunca lo hicieron, pasaron a trabajar para los mercados



estadounidense y/o europeo. La informática, *Internet*, correo electrónico, y la mayor facilidad de posibilidad de viajar al exterior para mostrar material mientras duró la paridad del *uno a uno* con el dólar, facilitaron el trabajo a distancia, una tendencia que de hecho había comenzado a fines de los cincuenta con la primera crisis de la producción industrial nacional de historietas realistas, sobre todo por las mejores ofertas de los países del primer mundo, con un mercado más extenso y consumidores con mayor poder adquisitivo, y la reducción del nivel de ventas en el mercado interno. (ver von Sprecher, 2005)

En relación a los procesos de construcción de *lo nuevo y lo viejo* Carlos Trillo alcanza a realizar otra operación antes del cierre, ello es considerado por Lucas Berone, citando a Carlos Scolari, al referirse a cómo se modifica la revista *Fierro* luego de que dejará la dirección Sasturain y Carlos Trillo creará la editorial *El Globo* editando *Puertitas*:

“En clara confrontación con *Fierro* la revista de Carlos Trillo reivindicó la aventura clásica, con dibujos normales y sin tantos vericuetos narrativos, acercándose de ese modo a la propuesta tradicional de *Skorpio*. Se dio por entonces una polémica entre los sostenedores de la *línea clara* (entendiendo equivocadamente por *línea clara* la historieta tradicional de fácil lectura) y los defensores de la línea oscura (la experimentación gráfica) (op.cit.:277, el subrayado es mío).” (en Berone, 2010: 11)

Continúa Berone:

“Por último, a propósito de los contenidos, las formas y los alcances de la discusión, sería posible intentar inferir un par de observaciones de algún interés.

La primera: que la discusión entre “línea clara” y “línea oscura” remite obligatoriamente ya a tradiciones y genealogías que no pueden ser nacionales, sino *globales*.

Segunda: que esta nueva polémica resulta *inconmensurable* respecto de las que la preceden; es decir, que lo que está en juego en este nuevo escenario de conflicto no establece ninguna relación de continuidad precisa y determinada con los anteriores estados de lucha dentro del campo (y esto acaso sea lo más importante, por cuanto nos obliga a reflexionar sobre ciertas propiedades singulares de la emergencia de lo *nuevo*, o de las lógicas de producción en campos culturales dominados o subalternos).” (Berone, 2010: 11/12)

### **Algunos casos particulares.**

No tenemos suficiente espacio para extendernos sobre algunos casos particulares de supervivencia a los noventa, como *Comiqueando*, una revista de información sobre

historietas y nuevas tendencias, que incluyó algunas historietas, en especial de quienes van a constituir la nueva generación de creadores y que logra mantenerse establemente en el mercado hasta la crisis del 2001, que luego retornaría en *Internet* y posteriormente de nuevo en papel (ver von Sprecher y Williams, 2005). Como *Cazador*, un atípico superhéroe local que boyaba entre la ironía y un esperpento adolescente, que tiene algunos períodos de buenas tiradas para la época, pasando por distintos tipos de ediciones y editores de 1990 a diciembre de 2001. *IVREA* es creada en 1997, cuando el resto de la editoriales están feneciendo, empieza como un pequeño emprendimiento con una revista *-Lazer-* sobre el cada vez más popular *manga*, y que luego comienza a editar series japonesas, instalando en 2001 una filial en España y en 2007 otra en Finlandia, aunque actualmente se encuentra en una crisis económica luego del cierre, por problemas de derechos de autor, de la revista informativa inicial. Javier Doeyo empezó con una pequeña publicación de información en 1989, cuando la crisis se agudizaba, y sobrevivió como una pequeña empresa, que sin dejar de ser una *PYME*, y con distintos sellos, fue creciendo luego de la crisis 2001/2002.

**Editores y creadores independientes: una región con mayor autonomía en el campo.**

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

Desde mediados de los noventa creció el número de productores culturales reales que se autoeditaron, lo cual tenía un precedente importante en los últimos años de los ochenta, experiencias que por los procesos inflacionarios u otras razones no habían perdurado. En la última mitad de esa década se organiza una *Asociación Argentina de Autoeditores*, experiencia inédita, que logra acordar formatos comunes bajo el distintivo *AHI* y una efectiva distribución. En estas publicaciones la significación del capital económico es parcialmente reemplazada por la valoración de un capital estético y expresivo que en mayor o menor grado va a estar en tensión con el capital económico, en

cuanto parte de quienes editan no profesionalmente en espacios alternativos se planteen llegar a vivir de su creación. En cuantos a guiones y dibujos no existen empresas que señalen normas, líneas a seguir, y comienza una eclosión de múltiples y diversos estilos, que se prolonga hasta la actualidad, como posiblemente no se ha visto nunca en la historia del campo. Se verifica que a menor importancia del capital económico mayor autonomía del campo de la historieta realista y menores restricciones para la creación de los productores culturales reales, como también que a mayor importancia del campo económico menor autonomía. Pero la crisis 2001/2002, y diferencias internas, borraron casi todos los logros y desarticularon el avance organizacional logrado a nivel de publicaciones. Pero no en relación al surgimiento de una *nueva* generación de creadores, muchos de los cuales persisten a pesar de las pésimas condiciones y a pesar, incluso, de no publicar, a la cual van a ir sumándose otros nuevos. Los *fanzines* siempre funcionan como una experiencia aunque sea mínima de visibilidad que nunca va a desaparecer totalmente.

Un caso notable de edición independiente continuada es *Llanto de Mudo* de la ciudad de Córdoba, que a pesar de algunos altibajos, sin estructuras complejas, o directamente sin ninguna estructura material especial, y posiblemente gracias a ello, en septiembre de 2010 cumplió quince años y distribuye en comiquerías a nivel nacional, creciendo incluso con un importante catálogo que suma literatura y poesía a las historietas. Es un caso particular de ajuste aún a las condiciones más desfavorables, a partir de sostener una perspectiva independiente bastante radical.

### **Crisis 2001/2002 y proceso posterior: blogs, editoriales, diarios, libros-álbumes.**

Si la crisis 2001/2002, y diferencias internas en la AHI , borraron muchos de los logros y avances organizacionales, la nueva generación se mantuvo aún con un mínimo de publicaciones, reforzados por eventos que mantuvieron eventos con un espíritu independiente como *Leyendas*, Rosario, que alcanzó su décima edición en 2008, los *Aquelarre* en San Nicolás, el *Tinta Nakuy* en Tucumán, e incluso *Montevideo Comics*, o el *Festival Viñetas con Altura* en Bolivia, como parte de la conexión de la historieta Latinoamérica que ha ido incrementándose en los últimos años, reforzada por las redes sociales que se van constituyendo en *Internet*, desde los foros, luego los *blogs* a *Facebook* en la actualidad.

Por su parte gran parte de los lectores sobrevivientes y de los nuevos, que se constituye en un pequeño sector de consumidores que va creciendo años a año, especialmente en los primeros años de la crisis se volcaron a ediciones locales e importadas de *manga* japonés, a los *comic-books* de superhéroes norteamericanos y en menor medida ediciones europeas. La proliferación de tiendas de historietas, denominadas *comiquerías*, así como el giro lingüístico del uso del término tradicional historietas al global de *comics*, es parte de un cambio en el cual serán las empresas transnacionales la que se convierten en dominantes en el campo directa o indirectamente (las ediciones locales de *Marvel -Cono Sur-* y de *DC -Sticker Design-*, posteriores a la crisis, pasarán a manos de las transnacionales *Panini* y *Planeta-Agostini*, respectivamente que importan desde España). Como ya señalamos, la mayoría de los trabajadores profesionales pasaron a trabajar para el exterior.

La aparición de los *blogs* como un espacio gratuito de publicación en la red permitiría, a partir del 30 de diciembre de 2005, que se produjera la experiencia más importante de los años siguientes en el medio local: *Historietas Reales* un blog que nucleó a numerosos autores, conocidos y desconocidos, de Buenos Aires y del interior –parte de los cuales irían renovándose en el transcurso de sus cinco años de existencia, con entregas diarias, salvo excepciones, alrededor de la temática autobiográfica. En *Historietas Reales* está la base de la *nueva* generación de creadores culturales reales –guionistas y dibujantes-.

A posteriori cobran relevancia algunas de las *pymes*, ya existentes, como *Doeyo* que publica álbumes, muchos de ellos reediciones, o como *Thalos* que, como veremos luego, reintenta con las historietas de antología. Con *Domus*, inicialmente, se da un paso reclamado por los lectores del *blog* de las producciones de *Historietas Reales* al papel, primero una selección con el mismo título, y más adelante con la edición de los álbumes *El asco*, *El Granjero de Jesús*, *Los resortes simbólicos*, *La divina Oquedad*, *Autobiografo*, etc. Los autores, en cuanto se hace visible el fenómeno que han constituido en *Internet*, logran publicar en revistas no específicas como *La Mano* o *La Central* (Córdoba), llegando ser una parte significativa de los autores de la nueva época de la revista de historietas *Fierro*, como a realizar tiras diarias para medios masivos (Max Aguirre). Tras este caso, que no es el primero, pero el más notable en continuidad, calidad y visibilidad, los *blogs* se

constituyen en un medio alternativo importante que puede brindar visibilidad y facilitar las posibilidades de acceso al profesionalismo.

Sin embargo al menos parte de las *pymes* basaron su crecimiento en el no pago de derechos de autor o en pagos irrisorios, encontrando productores culturales reales dispuestos a aceptar esas condiciones, básicamente, de dos tipos: los que tienen regularidad de trabajo en el exterior y que desean que algunas de sus creaciones sean conocidas en Argentina y los inéditos o cuasi-inéditos a los cuales las publicaciones les sirven para ir logrando cierta visibilidad. La historieta realista dejó de ser un medio de grandes ediciones masivas. La única excepción significativa está constituida por una nueva época de la revista *Fierro*, lanzada como un suplemente mensual del diario *Página 12*, en octubre del 2006 y ya próxima a alcanzar el número cincuenta. *Fierro*, dirigida nuevamente por Juan Sasturain, aunque no implicándose tanto como en el proyecto anterior en la dirección efectiva de la revista, comienza con una confusa mezcla de *lo nuevo y lo viejo*, hasta ir predominando una mayoría de creadores de la *nueva* generación. Carlos Trillo vuelve a ubicarse en *lo nuevo*, ya no desde la crítica si no con variaciones en sus guiones y optando por trabajar con dibujantes *nuevos*. Asimismo *Fierro* paga a los autores, aunque la remuneración sea insuficiente y reducida en relación al mercado internacional. (ver Lomsacov, 2010)

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

Estamos ante un campo complejo que no se construye sólo alrededor de la producción, circulación, venta y consumo de ediciones en papel, con regiones más o menos

autónomas y otras que dependen de los mercados nacionales y del mercado internacional, aunque desde la mundialización de la historieta de autor y de experiencias de ediciones independientes, de espacios de discusión teórica y crítica, podemos verificar que la auto-reflexión y algún grado de autonomía también se producen en el campo global de la historieta *realista*.

En el nuevo estado del campo de la historieta, los *nuevos* que buscan reconocimiento local saben que ya no lo pueden lograr tempranamente a través de la masividad, aunque alguno lo logre excepcionalmente ingresando a un diario importante, buscan a otros que los reconozcan: pares, críticos, lectores, que suele reunirse en redes virtuales y en eventos, y que implican un reconocimiento autónomo en lugar del heterónimo del mercado. Pese a que el peso del campo económico siempre está presente, aunque se haya reducido y exista una meta en los creadores de profesionalizarse. Dice Bourdieu

“El intervalo de tiempo  
interpuesto, hace de pantalla y oculta el beneficio al se suponen abocadas las  
inversiones desinteresadas” (1995: 224)

Un sector del campo y de los autores empiezan a parecerse más a grupos análogos de la literatura, del cine, de la poesía...

También existen algunas publicaciones de creadores relativamente jóvenes – biológicamente- al final del período de la industria, convertidos por necesidad en editores, como *Thalos* (Meriggi) que replican la orientación de un *habitus* adquirido en la última etapa de mercado masivo y que difícilmente funciona (revistas “*Magma*”, “*Pandemonium*”). En casos como éstos, vemos que el *envejecimiento* no es una cuestión de edad biológica. Puede haber creadores y/o editores que *envejezcan*, a pesar de no serlo biológicamente

“al ocupar una posición homóloga a la que ocupaban (...) antecesores de reconocido prestigio en unos estados más o menos antiguos del campo.” Por lo tanto “la edad biológica y la época artística (...) pueden ser discordantes (...)” (Bourdieu, 1995: 227).

También son importantes los cambios en los formatos, con una tendencia a los álbumes/libros, y el lugar de venta donde los kioscos sólo funcionan en los centros clave de Capital Federal de Buenos Aires y en todo el país en *Comiquerías*. (ver Reggiani,

2008 y Lomsacov, 2010) Señala Federico Reggiani:

“Quizás el cambio más notable producido por la crisis en la edición de historietas haya sido la estabilización del libro como formato de publicación. Aunque hubo libros de historieta, y sobre todo de humor gráfico, en otros momentos de la historia del medio, nunca se había dado la presencia de un volumen de edición como el que se produjo desde el año 2001 en adelante.” (Reggiani, 2008: 5)

Acertadamente considera que el nuevo formato afecta la forma misma de producir, aunque nos encontramos en medio de un proceso donde lo *nuevo*, a nivel de edición, no ha terminado de nacer:

“Durante todo el desarrollo del medio, la producción fue, de manera dominante, a pedido, con plazos de entrega predefinidos y breves, y bajo formas que se adaptaban a este modelo: la serie y el folletín. El libro e Internet han favorecido modelos más cercanos a los de la literatura contemporánea, en los cuales el productor genera su proyecto y luego sale a resolver su edición. Sin embargo, el libro de historietas, aun con su crecimiento en estos últimos años, no ha demostrado todavía la capacidad de producir cantidades significativas de obra nueva. Es sencillamente antieconómico hacer historietas para un libro que en el mejor de los casos puede ofrecer al autor el porcentaje sobre unas ventas módicas a cambio del trabajo de meses o años. Pero Pierre Bourdieu nos enseñó que el arte es “un mundo económico al revés”, así que es muy posible que en este momento esas obras se estén escribiendo y dibujando.” (Idem: 8/9)

Y, efectivamente, aunque no sea en gran escala se están guionando y dibujando.

## **Conclusiones**

Volvemos, para cerrar, a una de las conclusiones que consideramos más importantes respecto del campo de la historieta argentina luego de la crisis de los noventa: en un mercado reducido, pero que en cuanto hay algún momento de estabilidad tiende a crecer, y con buena parte de los creadores culturales reales trabajando para el exterior en la primera década del 2000, se consolida una *nueva historieta argentina*, una *nueva* generación de productores culturales reales –guionistas y dibujantes- con variantes importantes respecto de las posiciones y relaciones en el campo en lo que hace tanto a los creadores, a los editores, distribuidores, espacios de consagración, la constitución de redes sociales entre los distintos integrantes del campo, etc. Con una gran renovación en las formas de narrar y dibujar, con una pluralidad de estilos difícil de encontrar en otro período de la historia del campo, que es posible merced al surgimiento de regiones autónomas.

Roberto von Sprecher. Córdoba. Septiembre 2010.

### **Bibliografía**

AGUIRRE, Max (2007) “*El canon Mc Millan*”. En [www.historietasreales.wordpress.com](http://www.historietasreales.wordpress.com) y en [www.maxaguirre.blogspot.com](http://www.maxaguirre.blogspot.com)

BERONE, Lucas (2008a) “*El discurso sobre la historieta en Argentina. Intertextualidad, conciencia y mercado*”. III Foro Universitario de Investigación e Intervención Social, organizado por la Escuela de Ciencias de la Información y la Escuela de Trabajo Social, Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba.

(2008b) “*La construcción de un objeto de estudio. El discurso teórico –crítico acerca de la historieta (Argentina, 1968-1983)*”. Tesis de Maestría en Sociosemiótica, Centro de Estudios Avanzados. Universidad Nacional de Córdoba. Mimeo. Córdoba.

(2009) “*El discurso sobre la historieta en Argentina (1968-1983)*”. En Revista “*Diálogos de la Comunicación*”, N° 78 (julio de 2009), FELAFACS (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social). Lima. Disponible en <http://www.dialogosfelafacs.net/78/>.

(2010) “*Campo literario y campo de la historieta en Argentina. Notas para un análisis en fase*”. Ponencia presentada en Viñetas Serias. Universidad Nacional de Buenos Aires. Buenos Aires.

BERONE, Lucas y REGGIANI, Federico (2009) “*Entrevista a Oscar Steimberg. Lo que tiene de bueno la historieta es que es imposible*”. En Revista “*Árbol de Jítara*”, Año II, N° 3 (mayo de 2009). Córdoba.

BOURDIEU, Pierre (1988) *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Taurus. Madrid

(1995) *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Anagrama. Barcelona.

GAGO, S. (2009) “*El conocimiento, capital definitorio del campo del poder. Su aplicación en El Eternauta*”. En Revista “*Tebeosfera Segunda Epoca*” N°2. España. <http://www.tebeosfera.com/portada.php>

(2010) “*Los estudios de recepción, una necesidad del campo de la historieta de argentina*”. Inédito. Córdoba.

LOMSACOV, Pablo Iván (2010) “*El campo de la producción, edición y distribución de historietas realistas en Argentina entre 2003 y 2009*”. En revista “*Estudios y Crítica de la Historieta Argentina*”. Córdoba. En línea:

<http://historietasargentinas.wordpress.com/2010/07/16/37-el-campo-de-la-produccion-edicion-y-distribucion-de-historietas-realistas-en-argentina-entre-2003-y-2009-pablo-ivan-lomsacov/>



- REGGIANI, Federico (2003) “*Fierro: historietas y nacionalismo en la transición democrática argentina*”. En Revista *Tram(p)as de la comunicación y la cultura*, II, 11. Universidad Nacional de La Plata. La Plata. (Para una versión ampliada, ver “*Historietas en transición: Representaciones del terrorismo de Estado durante la apertura democrática*”, en [www.historietasargentinas.wordpress.com](http://www.historietasargentinas.wordpress.com)).
- (2008<sup>a</sup>) “*De la revista al libro: La edición de historietas argentinas después del 2001*”. En revista “*Estudios y Crítica de la Historieta Argentina*”. Córdoba. En línea: <http://historietasargentinas.wordpress.com/2008/12/09/de-la-revista-al-libro-la-edicion-de-historietas-argentinas-despues-federico-reggiani/>
- (2008B) “*Ni literatura ni cine: puesta en página y enunciación en historieta (a partir de algunas lecturas de Fernando De Felipe)*”. En revista “*Estudios y Crítica de la Historieta Argentina*”. Córdoba. En línea: <http://historietasargentinas.wordpress.com/2009/03/31/25-ni-literatura-ni-cine-puesta-en-pagina-y-enunciacion-en-historieta-a-partir-de-algunas-lecturas-de-fernando-de-felipe-federico-reggiani/>
- RIVERA, Jorge B. (1976) “*Historia del humor gráfico argentino*” (1) y (2). En revista “*Crisis*”, 34 y 35. Buenos Aires.
- (1981) “*Humorismo y costumbrismo (1950-1970)*”. En *Capítulo. La historia de la literatura argentina*, 116. CEAL. Buenos Aires.
- (1992) *Panorama de la historieta en la Argentina*. Coquena : Bs. As.
- SASTURAIN, Juan (1995) *El domicilio de la aventura*. Colihue. Buenos Aires.
- (2010) *El Aventurador. Una lectura sobre Oesterheld*. Buenos Aires, Ed. Aquilina.
- TRILLO, Carlos Y SACCOMANNO, Guillermo (1980) “*Historia de la Historieta Argentina*”. Ediciones Record. Buenos Aires.
- SCOLARI, Carlos (1989) *Historietas para sobrevivientes. Comic y cultura de masas en los años 80*. Colihue. Buenos Aires.
- VÁZQUEZ, Laura (2009) “*Oficio, arte y mercado. La historieta argentina 1968-1984*”. Tesis de doctorado en Ciencias Sociales. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Buenos Aires. Buenos Aires.
- (2010) *El Oficio de las Viñetas: la industria de la historieta argentina*. Paidós. Buenos Aires.
- VON SPRECHER, Roberto (1993) “*Necrológica de la historieta realista argentina*”. En revista *e.t.c.* N° 5. Ediciones Club Semiótico y Facultad de Filosofía y Humanidades. Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba.
- (1996) *Arte desde los géneros y medios de comunicación masivos en Argentina: modelos de sociedad y de agentes sociales en «El Eternauta» y en «Mort Cinder» de Héctor Germán Oesterheld*. Informe de Investigación para el Fondo Nacional de las Artes. Mimeo. Córdoba.
- (1998a) *El Eternauta: la sociedad como imposible*. JCV Editorial. Córdoba.
- (1998b) “*H. G. Oesterheld, campo de la historieta y campo*

*del arte en los sesenta*". En revista *Tramas para leer la literatura argentina*. Vol. 8, N°8. Córdoba.

(2005) "*El campo de la historieta realista en Argentina y la globalización neoliberal*". En *Anuario de Investigación y Extensión 2004/5*. Escuela de Ciencias de la Información. Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba.

(2006) "*Héctor Germán Oesterheld: de El Eternauta a Montoneros*". En revista *Tebeosfera*. España. En línea:

[http://www.tebeosfera.com/documentos/documentos/hector\\_german\\_oesterheld\\_de\\_el\\_eternauta\\_a\\_montoneros.html](http://www.tebeosfera.com/documentos/documentos/hector_german_oesterheld_de_el_eternauta_a_montoneros.html)

(2008) "*Panorama del campo de la historieta realista argentina desde 1950 al presente*". III Foro Universitario de Investigación e Intervención Social. Escuelas de Ciencias de la Información y de Trabajo Social. Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba.

(Coord.) (2007) *Teorías sociológicas. Introducción a los contemporáneos*. Editorial Brujas. Córdoba.

(2009a) "*Desarrollo del campo de la historieta argentina: entre la dependencia y la autonomía*". En Revista "*Diálogos de la Comunicación*" N° 78, julio/diciembre. Felafacs. Revista de la Confederación de Facultades de Comunicación Social de América Latina. Quito. <http://www.dialogosfelafacs.net/78/articulos.php> y [http://www.dialogosfelafacs.net/78/articulos-resultado.php?v\\_idcodigo=108&v\\_idclase=12](http://www.dialogosfelafacs.net/78/articulos-resultado.php?v_idcodigo=108&v_idclase=12)

VON SPRECHER, Roberto y PESTANO, José Manuel (2010) *Marco para el estudio de la historia del campo del comic. Congreso 200 años: medios, comunicación y cultura*. Escuela de Ciencias de la Información. Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba.

VON SPRECHER, Roberto y REGGIANI, Federico (Eds.) (2010) *Héctor Germán Oesterheld: De El Eternauta Montoneros*. Escuela de Ciencias de la Información, Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba.

VON SPRECHER, Roberto y WILLIAMS, Jeff (2005) "*El Campo de la historieta realista argentina en los noventa: La revista Comiqueando*". En *Anuario de Investigación y Extensión 2004/5*. Escuela de Ciencias de la Información. Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba.

Revista del equipo de investigación *Estudios y Crítica de la Historieta Argentina*: [www.historietasargentinas.wordpress.com](http://www.historietasargentinas.wordpress.com)