

La UNHIL (Unión de Historietistas e Ilustradores de Tucumán) en el campo de la historieta argentina

Por Federico Fabiano y Carlos Lottersberger

Introducción

El presente artículo toma como referencia el trabajo final de grado que realizamos para la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Córdoba. Se trata de una reconstrucción y análisis de la UNHIL (Unión de Historietistas e Ilustradores de Tucumán), agrupación que forma parte de lo que podemos llamar **campo de la historieta argentina**, es decir, un espacio específico que contiene todo lo relacionado con la actividad de la historieta en Argentina. En el desarrollo del trabajo se utilizaron los términos de Pierre Bourdieu como herramientas teóricas porque su lógica relacional nos pareció adecuada y útil para los fines de la investigación.

De esta manera, tomamos a la UNHIL como uno de los integrantes del campo de la historieta argentina, como un agente social que actúa en ese espacio y que es colectivo porque está compuesto por distintos agentes sociales individuales (historietistas, dibujantes, guionistas, diseñadores). En el mencionado campo, la UNHIL ocupa una posición en relación con el resto de los integrantes de dicho espacio, y esa posición va cambiando de acuerdo a la acumulación de distintos capitales, como el prestigio, el reconocimiento o el dinero (capital económico). Es así que la UNHIL desde sus comienzos ha formado parte del campo de la historieta argentina, y dentro de este espacio fue desarrollando sus actividades (prácticas) y desandando un camino a lo largo de los años (trayectoria). En la presente ponencia, les ofrecemos las conclusiones más relevantes del trabajo final de grado sobre la UNHIL.

El campo de la historieta argentina

La UNHIL está ligada inexorablemente a la historieta argentina; por ello, el estudio de la agrupación hace necesario puntualizar ciertos elementos importantes para tener en cuenta. Podemos decir que la historieta argentina tuvo su mejor momento en los años '40, su época de oro. En ese entonces el modelo de producción de historietas argentino ocupó un lugar a nivel mundial junto con otros modelos, como los de Estados Unidos, Europa y Japón. Pero

las sucesivas crisis que se dieron en el campo de la historieta argentina llevaron a la desaparición del modelo de producción de historietas y de su correspondiente mercado tradicional, ocurrido a fines del Siglo XX. La situación desde fines de los '90 y hasta el año 2007 mostró distintos cambios; la referencia hasta el año 2007 tiene que ver con que hasta ese año realizamos nuestra investigación y por ello lo establecimos como corte temporal de nuestro trabajo.

A principios del Siglo XXI, la historieta argentina ya no contaba con las grandes editoriales tradicionales para las que solían trabajar los historietistas, conformando así el modelo de producción de historietas con características industriales. Ese modelo se había extinguido, y por eso el campo de la historieta argentina entre los años 2000 y 2007 pasó a estar conformado principalmente por dos grupos: los **autoeditores** y las **pequeñas y medianas empresas (PYMES) editoriales**, encargadas de la comercialización y publicación de las historietas producidas por los historietistas, pero tendiendo a publicar más producciones del extranjero que locales o nacionales.

La UNHIL como objeto de estudio

El proceso de organizar la Unión de Historietistas e Ilustradores de Tucumán (UNHIL) contempló varios momentos. En 1999, desarrollaron la *Expo Cómic* en la Feria del Libro de Tucumán, y el mismo año, César Carrizo, junto a Juan Emilio Rossello y Néstor Martín organizaron el evento *La Caricatura ataca*, que puede ser tomada como la primer exposición que realizó la incipiente agrupación, aún no constituida en lo que hoy conocemos como UNHIL.

En el año 2000, presentaron *La Caricatura ataca 2* y luego, en noviembre y junto a Ludmila Salazar, llevaron adelante una muestra homenaje a los 20 años de la muerte del famoso músico inglés John Lennon, denominada *Imagina que John vive*. La exposición se dio lugar en un local musical del centro de San Miguel de Tucumán y su objetivo era mostrar la vida y obra del cantautor británico desde distintas expresiones artísticas, como la ilustración, la pintura, el diseño y la maquetería. La similitud de gustos y preferencias artísticas unió a este grupo de personas aquella vez.

La situación general planteaba la existencia de muchos dibujantes y muy talentosos, pero dispersos. La exposición pública de las obras permitió que las personas que formaban esa “tribu” en torno a la historieta se acercaran y se conocieran, de acuerdo a la esencia que caracteriza a este tipo de “eventos de historieta”. Por otra parte, podemos destacar que los agentes individuales, antes de integrar la UNHIL, ocupaban determinadas posiciones en determinados campos (algunos eran estudiantes, otros profesores o diseñadores gráficos, además de dibujantes). Sus prácticas estaban condicionadas según sus posiciones de clase que individualmente ocupaban, con esquemas de percepción determinados e identificables en sus respectivos habitus.

Según Bourdieu, tal posición es un punto a partir del cual se actúa, en relación a estrategias. La homogeneidad objetiva de los habitus de clase resulta de una homogeneidad en las condiciones de existencia, y así, las prácticas de un grupo pueden estar objetivamente acordadas. Los miembros de una misma clase tienen mayor posibilidad de verse en la misma situación, sin implicar que hayan tenido la misma trayectoria en su habitus individual. Por esto, cabe aclarar que el habitus es tanto la historia de un agente colectivo (UNHIL, en este caso) como la historia particular de los individuos que forman dicho agente. Luego, como grupo, llevarán adelante construcciones alternativas a las dominantes, expresando sus gustos en común, distinciones que reduplicarán simbólicamente la diferencia de clase, reforzando la posición de quien es el dominante en el campo.

La posición de clase es entonces el lugar ocupado en la estructura general de clases, en relación de dominación – dependencia con éstas. En relación al capital en juego, cada campo supone distintos tipos de clases sociales.

La muestra en homenaje a John Lennon significó el inicio de lo que más tarde conformaría oficialmente la UNHIL, a la cual sumarían su experiencia artistas como Guillermo y Raúl Escalante, Arturo y Jorge Soria, Bernardo Vides Almonacid, Fabián Castro, Edgardo Ortega, Ramón Díaz y el diseñador gráfico César Oliva, entre otros. La principal característica de la UNHIL, en sus comienzos, fue la de organizar muestras temáticas en donde sus integrantes pudieran mostrar todos sus trabajos. Esta era su estrategia y su práctica

concreta para llegar al público, exponiendo obras referentes a una temática general, analizada grupalmente, e intentando generar una convención en torno a una línea editorial determinada. El evento *Tinta Nakuy* fue establecido como una regularidad objetiva, en donde se desarrollan las estrategias acordes a mantener o aumentar el capital en juego; en este caso, el de “difusión / promoción de la historieta independiente”. Es un estado de acción permanente para defender los intereses en relación a una posición adquirida en el campo de la historieta de acuerdo a las condiciones de posibilidad existentes, pero sin advertir conscientemente el mecanismo en su totalidad. Por otra parte, vale aclarar que el capital económico no fue el único límite para la UNHIL, ya que como antes mencionamos no sólo les fue prácticamente imposible publicar una revista, sino que también se encontraron con la dificultad de establecer temáticas para la exposición de sus obras, consensuar sobre un contenido que pudiera interesarle a la mayor parte de las personas, que tuviera la aceptación del público.

Para la agrupación, el capital que desde un principio definió su posición en el campo fue el de la difusión de la historieta, conceptualizado por ellos mismos como la “socialización de la historieta”. En el mismo caso, distribuir la historieta también significa para la UNHIL un desafío al cual ajustarse, en el caso de su producción de historietas. Esto se debe más que nada a su ubicación geográfica respecto de un público masivo; no es lo mismo distribuir sus historietas en Tucumán que en Buenos Aires, en donde el público es mayor y por lo tanto también el potencial consumo. Este fue tan sólo uno de los factores que llevó al agente social colectivo a publicar con Thalos Editorial en 2007.

Lo más notorio fue el aumento del capital prestigio y reconocimiento, que le permitió acceder a diversos avales, colaboraciones y auspicio por parte de entidades gubernamentales (como el Gobierno de Tucumán), académicas (Universidad Nacional de Tucumán) y proyectos sociales particulares (proyectos educativos en escuelas, hogares infantiles, hospitales, etc.), gracias a los cuales pueden desarrollar su práctica de difusión de la historieta, pero también de aplicación como herramienta educativa. Con esto, se denota que la UNHIL supo advertir aperturas en las condiciones de posibilidad, por lo que llevó adelante una traslación de sus objetivos: desde la primaria difusión, a la

reciente vinculación de sus prácticas de producción de historietas con otros campos como el educativo.

En este sentido, la UNHIL decidió hacer de la historieta un soporte de un tipo de discurso que reivindique la historia nacional y una producción de sentido relacionada principalmente al campo de contenidos educativos; una particular práctica de hacer de la historieta un medio de expresión de identidad nacional, historia y valores morales en torno a esas cuestiones. Con esta modalidad de trabajo nació oficialmente la UNHIL el 24 de Marzo de 2001, inaugurando una muestra denominada *El Día de los Lápices*, la primera de trece muestras que organizaron hasta el año 2007, donde abordaron desde el mundo de las viñetas, diversos temas históricos, personajes y costumbres, sobre la base de lo que ellos definen y entienden como “cultura con identidad”.

A nivel global, el capital económico es el más importante, ya que presiona sobre el resto de los campos, determinando la formación de clases sociales. El capital cultural está más ligado a conocimientos y a la posesión de determinadas habilidades. Entre los integrantes de la UNHIL se cuentan profesores, investigadores y productores reales de historieta, con lo cual se adjudican una relativa autonomía tanto en el campo de la historieta como en el educativo (autonomía limitada en el primer campo por condiciones objetivas de producción relacionadas con el capital económico, y en el segundo campo, principalmente por las limitaciones teleológicas y tecnológicas que explicamos en nuestro trabajo final de grado a partir de los conceptos de Rodríguez Diéguez). Por su parte, el capital social está ligado a un círculo de relaciones estables de reconocimiento entre los integrantes de la UNHIL, y de interconocimiento entre la UNHIL y otros agentes del campo de la historieta.

Las estrategias de difusión de la historieta de la UNHIL representan lo que Bourdieu llama “estrategias de inversión social”, orientadas hacia la reproducción de relaciones sociales mediante la comunicación, suponiendo conocimiento mutuo, intercambio y expansión de los límites del campo. En tanto la enseñanza implique comunicación, tomando a Rodríguez Diéguez como referencia, y en tanto tal comunicación sea una estrategia de difusión, lo que la UNHIL denomina “socialización de la historieta” a través de sus prácticas concretas es análogo a un concepto de “promoción de la historieta independiente”. También podemos considerarla, siguiendo a Bourdieu, como

una producción voluntaria que aumenta el capital simbólico representado como un sobreañadido de prestigio, legitimidad, autoridad y reconocimiento sobre los demás capitales. Es la producción de una manera de ver al mundo, conociendo lo que está en juego, y creyendo en su valor.

El trabajo de investigación sobre la UNHIL tiene que ver con que nos pareció un caso interesante y destacado en el campo de la historieta argentina, siendo importante destacar que es una agrupación del interior del país que ha logrado llegar a ser reconocida a nivel nacional, teniendo en cuenta que históricamente la principal actividad de la historieta en nuestro país se desarrolló en Buenos Aires. Además, nos interesaron sus actividades relacionadas con la producción de historietas, incluyendo distintas temáticas y proyectos relacionados con lo educativo.

A partir de la UNHIL, surgieron una serie de interrogantes a los cuales buscamos responder con nuestra investigación y que representaron nuestros problemas de estudio. La UNHIL surgió en una etapa de crisis del campo de la historieta argentina y esto condicionó sus prácticas. Nos interesaba observar cómo pudo la UNHIL surgir y mantenerse en ese contexto; identificar las actividades o prácticas precisas que pudo desarrollar la agrupación en función de sus **posibilidades de acción**, teniendo en cuenta que tanto las condiciones objetivas externas (generales, es decir, sociales, políticas, económicas) como los condicionantes específicos del campo (particulares) restringen y a la vez posibilitan las prácticas de los agentes sociales; dar cuenta de la estructura interna de la UNHIL y de su relación con los distintos capitales; analizar su trayectoria, identificar las prácticas que le permitieron hacerse un lugar dentro de la historieta argentina y ver si sus proyectos a futuro son factibles de realizarse.

A la hora de encarar la investigación surgieron distintas hipótesis en torno a nuestro objeto de estudio. De acuerdo a nuestro criterio, la UNHIL:

- surgió y se mantuvo en el campo de la historieta argentina en un contexto desfavorable;
- a lo largo de su trayectoria, fue creciendo y mejorando su posición en el campo, a partir de la acumulación de prestigio y reconocimiento;

- llevó adelante una traslación en sus objetivos, dirigiendo sus intereses y prácticas hacia la relación del campo de la historieta argentina con otro campo, el educativo;
- supo leer las condiciones dadas y ajustar sus prácticas a estas, logrando así afirmarse en el campo.

Conclusiones de la investigación

A partir de la reconstrucción y análisis realizado sobre la UNHIL, pudimos desarrollar las siguientes conclusiones:

- La UNHIL, a partir de las condiciones dadas y más allá de las restricciones derivadas de las mismas, tuvo la posibilidad de insertarse en un momento de renovación del campo de la historieta argentina y ocupar una posición en el mismo.
- La agrupación fue creciendo y mejorando su posición en el campo en función de la acumulación de prestigio y reconocimiento. Comenzó realizando exposiciones y muestras temáticas, ajustándose a las condiciones dadas (escaso capital económico). Gracias a las exposiciones públicas de sus historietas, logró reconocimiento y prestigio a nivel local y difusión de la historieta independiente. Y a partir de los eventos y muestras en distintos puntos del país, el reconocimiento y prestigio de la UNHIL se fue extendiendo.
- Si bien la agrupación no acumulaba capital económico, con sus actividades fue estableciendo vínculos y relacionándose con otros autoeditores y con editores propietarios de PYMES dedicadas a la publicación de historietas. A partir de estos vínculos y del prestigio y reconocimiento logrados, la UNHIL pudo llegar a publicar una producción como *1806, Invasiones Inglesas* a través de una editorial nacional de Buenos Aires, Thalos. Fue así como la agrupación, en ese caso, pasó de ser autoeditor a ser productor real de historieta (como lo eran los historietistas en el extinto modelo de producción de otras épocas). Además, publicando mediante Thalos, la UNHIL consiguió aumentar su prestigio y reconocimiento a nivel nacional y llegar a un

mercado potencialmente mayor para sus producciones y para la difusión de la historieta independiente y educativa.

- El hecho de publicar en Buenos Aires no era ni fue el objetivo principal de la agrupación, sino que representó solamente un paso en la tarea de formar un mercado de historietas alternativo al tradicional, dirigido a la educación. En este sentido, podemos notar un cambio de objetivos en la agrupación, porque dirige sus intereses y prácticas hacia la relación de la historieta con el campo educativo.
- La UNHIL plantea que la historieta es una herramienta útil para el proceso de aprendizaje, teniendo en cuenta sus características técnicas. A partir de este planteo propone una relación entre el campo de la historieta argentina y el campo educativo, y tiene como proyecto y objetivo principal introducir la historieta en las escuelas.
- El planteo de aplicar la historieta en el proceso de enseñanza debe tener en cuenta un conocimiento previo del campo educativo por parte de los historietistas para poder ajustarse a este, y la viabilidad económica del proyecto, más allá del prestigio y reconocimiento obtenido.
- La UNHIL ha iniciado el proceso para alcanzar su objetivo de aplicar la historieta en el ámbito educativo. Pero hay que tener en cuenta que esto no sólo dependerá del esfuerzo y desempeño de la agrupación, sino también de lo que hagan y permitan hacer las instituciones gubernamentales correspondientes (relacionadas con Cultura y Educación), y del rol que cumplan otros agentes del campo de la historieta argentina, sobre todo los editores y los productores de historieta que tengan objetivos relacionados con el ámbito educativo.
- El discurso y los conceptos propios de la agrupación han sido contruidos desde su posición en el campo de la historieta argentina y están presentes en todas sus actividades. Entre los conceptos podemos destacar la **socialización de la historieta**, que se refiere a la difusión de la historieta a todo el público y no sólo a un grupo pequeño de fanáticos (“tribu”); **historieta educativa**, que representa el contenido de sus producciones y el objetivo hacia el que dirigen sus prácticas; **cultura solidaria**, que se refiere a la acción social que la

agrupación realiza desde sus actividades relacionadas con la historieta y que se orientan a clases sociales marginales y sectores carenciados (como colaboración económica con fundaciones y talleres de enseñanza de historieta para niños de clases y lugares marginales).

- A partir de la extinción del modelo industrial de la historieta en los '90, en la actualidad el campo de la historieta argentina parecer estar intentando conformar una nueva industria. Nos preguntamos si la misma es económicamente rentable y viable para que, de esa manera, los agentes sociales del campo de la historieta argentina puedan acumular capital económico y mejorar su posición. A nuestro criterio, este será el parámetro que servirá para observar los ajustes o desajustes en las prácticas de la UNHIL.