

## 200 AÑOS: MEDIOS, COMUNICACIÓN Y CULTURA

Escuela de Ciencias de la Información - Universidad Nacional de Córdoba  
8, 9 y 10 de Setiembre de 2010

EJE TEMATICO: 1 - Historia de los medios

### **Marco para el estudio de la historia del campo del *cómic*.**

Por Dr. Roberto von Sprecher ([rvonsprecher@yahoo.com.ar](mailto:rvonsprecher@yahoo.com.ar)) (Director, desde 2001 del Equipo de Investigación *Estudios y Crítica de la Historieta Argentina*) y Dr. José Manuel Pestano ([jmpestano@gmail.com](mailto:jmpestano@gmail.com), Universidad de La Laguna, España), Escuela de Ciencias de la Información, Universidad Nacional de Córdoba. Director, desde 2001 del Equipo de Investigación *Estudios y Crítica de la Historieta Argentina*)

Palabras claves: historia - sociología – *cómic*

“La historia del campo no es simplemente la lucha por el monopolio de la imposición de las categorías de percepción y valoración legítimas; la propia lucha es la que hace la historia del campo; a través de la lucha se temporaliza.” (Bourdieu, 1995: 237)

### Introducción

Consideramos aquí en los elementos teóricos centrales para realizar una historia sociológica del campo del *cómic*, teniendo como orientación inicial la teoría de Pierre Bourdieu. Considerando los planteos de este autor, trabajaremos los siguientes objetivos como perspectiva teórico/práctica y haremos algunas referencias empíricas, centralmente, al *campo de la historieta argentina*:

- Análisis de la posición del campo del *cómic* dentro del campo de la producción cultural, y al mismo tiempo en el campo del poder y su evolución.
- Analizar la estructura interna del campo del *cómic* desde sus inicios y hasta la actualidad, 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*.

- 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.

No nos detendremos en una exposición general de los fundamentos centrales del estructural-constructivismo de Pierre Bourdieu dado lo reducido del espacio disponible y que se trata de una teoría ampliamente difundida y conocida.

Nuestra propuesta es realizar un abordaje al estudio del *cómic*, que permita construir una particular historia sociológica del campo, de sus distintos estados, tanto a nivel global, como al nivel de distintas naciones o al de distintos modos de producción de la historieta, un abordaje que considere los datos sin convertirse en una historia enumerativa de los mismos, para interpretarlos justamente como parte de una historia sociológica de los *comics*. Esa propuesta no puede evitar convertirse en una apuesta en el campo, en cuanto construye un objeto de estudio y el estudio pasa a ser parte de aquel. Intentamos en nuestras futuras indagaciones revisar y superar algunas de las limitaciones que presentan la mayor parte de los estudios sobre este tipo de expresión narrativa.

Si revisamos, por ejemplo, la bibliografía circulante en Argentina desde los setentas sobre *comics* la mayoría de ella está constituida por trabajos ateóricos con un corte cercano a investigaciones periodísticas. Ello no quiere decir que no hayan sido valiosas en su momento, dada la inexistencia de datos sobre el campo y su historia, pero esa perspectiva debe ser superada para comprender el funcionamiento del campo y de los *habitus* de quienes forman parte de él. Parte de esa superación consiste en comprender las apuestas que realizó esa bibliografía, como *La historia de la historieta argentina* de Carlos Trillo y Guillermo Saccomanno (1980), que sigue siendo considerado el texto clave de referencia para comprender a esa historia sin tener en cuenta que ese texto jugó y sigue jugando un papel clave en la lucha por la construcción del campo y de la que se considera *la historia* del campo, tanto cuando fue siendo publicado por entregas, como cuando fue publicado en libro, como posteriormente. De la misma forma podríamos decir, a nivel global, que textos como *The World Encyclopedia of Comics* de Maurice Horn (1976) o *La Historia de los Comics* editada

por Joseph Toutain (1982) no simplemente transmiten datos si no también juegan un papel en la lucha por la construcción del campo, por la consagración de *lo valioso* dentro del mismo, por lo que incorporan como *digno de ser tenido en cuenta* y por lo que dejan afuera, etc. Por ejemplo, estos dos textos permiten inferir el *desconocimiento* en una determinada época en *occidente* de la producción de *manga* japonés y el lugar secundario que se le otorgaba a nivel global, cuando ya se habían realizado algunas de las obras que hoy son consideradas fundamentales a nivel global.

Otros trabajos, como los de Román Gubern (1973, 1979) y Daniel Barbieri (1993), expusieron las particularidades propias de la forma de narrar de la historieta mediante dibujos y textos organizados en unidades secuenciales y su relación con otras narrativas como la cinematográfica, verbigracia. Sin embargo, no lograron profundizar en una comprensión más profunda del funcionamiento del *lenguaje* del *cómic* y la construcción de sentidos, como lo vienen trabajando, por ejemplo, Federico Reggiani (2003, 2008<sup>a</sup>, 2008b, 2009, 2010) y Lucas Berone (2008a, 2008b, 2009a, 2009b), del equipo de investigación *Estudios y Crítica de la Historieta Argentina* de la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba. O lo hiciera, más ligado al estructuralismo, Oscar Steimberg (1977).

Lucas Berone ha escrito la tesis, aún inédita, "*La construcción de un objeto de estudio. El discurso teórico-crítico acerca de la historieta (argentina, 1968-1983)*" (2008b), que resulta clave para entender la construcción de la historieta como objeto de estudio entre fines de los años sesenta y comienzos de los ochenta:

“busca reconstruir las estrategias y las operaciones por las cuales la historieta se constituyó en *objeto de estudio* para ciertos discursos teóricos y críticos; a la vez que trata de indagar, en el desarrollo o evolución del campo intelectual de nuestro país, entre mediados de la década del sesenta y principios de los setenta, algunas de las condiciones de producción o de existencia de esos discursos particulares.” (2008b.6).

Berone analiza, verbigracia, “la fundación semiológica del discurso sobre la historieta” (2008b: 54 y ss) por Oscar Steimberg; los tempranos aportes e intervenciones de Oscar Massota (1970); como, entre otros, el trabajo desde el marxismo centrado en la lucha de clases e ideológica que exhiben Dorfman y Mattelart en *Para leer El Pato Donald* (1972); asimismo considera la perspectiva crítica, que analizó la historieta como género costumbrista de Eduardo Romano (1980) y Jorge B. Rivera (1976, 1980, 1981) y la de Juan Sasturain (1995, 2010).

Otros equipos y estudiosos con orientación académica comienzan a superar las tendencias anteriores. Como el caso de Laura Vázquez, en la Universidad de Buenos Aires, con una tesis doctoral titulada *Oficio, arte y mercado. La historieta argentina 1968-1984* (2009), a partir de la cual realizó el libro *El Oficio de las Viñetas: la industria de la historieta argentina* (2010). Sin embargo, en cuanto todo texto – inevitablemente- se inscribe, con o sin conciencia de ello, en las luchas dentro del campo, en particular por la legitimación; el libro citado no puede evitar tomar una postura similar a la de Carlos Trillo y Guillermo Saccomanno (1980) que pareciera haberse constituido en la *historia oficial* de la historieta argentina –un texto (el de Trillo y Saccomanno) de recopilación, interesada como toda recopilación de datos, sin una teoría que permita una profundización- .

Dentro del equipo de investigación de la Escuela de Ciencias de la Información, desde el año 2001, parte del mismo viene indagando desde una perspectiva sociológica, que toma como referente central a Pierre Bourdieu –por ejemplo, Sebastián Gago (2009, 2010), Iván Lomsacov (2010), Roberto von Sprecher (1996, 1998, 2006, 2008<sup>a</sup>, 2008b)-.

#### Análisis de la posición del campo del *cómic* dentro del campo de la producción cultural, y al mismo tiempo en el campo del poder y su evolución.

Más allá de que es cuestionable que el *cómic*, en Argentina, haya efectivamente llegado a ser considerado sin discusiones como parte efectiva del campo artístico y legitimado desde dentro del mismo<sup>1</sup>, o como objeto legítimo del campo científico, no

---

<sup>1</sup> Desde el interior del campo de la historieta se afirma, como tendencia visible, la certidumbre de que se trata de un *arte*, en una lógica apuesta de los creadores (guionistas, dibujantes) por ser considerados parte de una de las construcciones (el *arte*) que supone el ser incluidos entre las expresiones consagradas desde aquellas expresiones que a través de largas trayectorias y luchas han logrado ocupar posiciones y ser valoradas legítimamente, autónoma o heterónomamente, como *arte* y por lo tanto *legitimadas* para *legitimar*, o no, a otras formas de expresión. Sin embargo, por lo menos en buena parte de las instituciones que consagran oficialmente qué *es* y qué *no es arte*, como por ejemplo en la Escuela de Artes de la Universidad Nacional de Córdoba, la historieta sigue siendo despreciada y marginada, salvo algunos docentes que realizan apuestas heréticas y no tienen un peso significativo en las definiciones. Reconociendo que, generalmente desde las vanguardias, los que hacen apuestas heréticas dentro del campo en pos de lograr su inclusión, y ciertas instituciones estatales, desde fines de los sesenta, han venido realizando gestos heterónomos, de intentar la legitimación de la historieta como *arte* -ver Berone (2008b), Vázquez (2009, 2010), von Sprecher (1998, 2010)-. Claro que de lo expuesto se infiere que lo se considera dentro y fuera del *arte* es una construcción histórica situada, parte y resultado de las luchas dentro del campo de la producción cultural (que puede incluir subcampos tan diversos como el periodismo, la poesía o la pintura).

hay dudas de que forma parte del campo de la producción cultural. E, históricamente, ha formado parte del campo de la producción cultural como un campo dominado por el campo económico en cuanto se constituye y desarrolla como industria cultural dentro de la cual el capital central en juego es el económico. Si extendemos las consideraciones que hace Pierre Bourdieu sobre el campo literario, la casi totalidad del *cómic* ha sido producido por *empresas de ciclo de producción corto*:

“que tratan de minimizar los riesgos a través de un ajuste anticipado a la demanda identificable, y dotadas de circuitos de comercialización y de recursos de promoción (...) pensados para garantizar el reintegro acelerado de los beneficios mediante una circulación rápida de productos condenados a una obsolescencia rápida” (1995: 215)

A pesar de la aparición de regiones de autonomía, que consideraremos más adelante, el campo del *cómic* (incluyendo *manga*, *historieta*, *fumetti*, *bande dessinée*, bajo esa denominación, a riesgo de quedar atrapados por el objeto) a partir de su inclusión en un mercado que hoy es claramente global, a pesar de que se puedan identificar distintos modos de producción (estadounidense, japonés, francés, italiano, etc.), si se revisa la trayectoria del campo hasta la actualidad éste 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 el surgimiento del *cómic*, considerando –en Argentina- 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. Es posible para los creadores dos juegos insertándose en regiones autónomas del campo local y en forma dominada en el campo global.

Analizar la estructura interna del campo del *cómic* desde sus hasta la actualidad, 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*.

Por su supuesto no haremos lo que plantea el subtítulo, en todo caso el punto es que para hacer una sociología del campo y de los *habitus* de quienes ocupan posiciones en el campo del *cómic* es necesario realizar una indagación que dé cuenta de los elementos que en el se plantean. Estos elementos se presentan tanto en las regiones del

campo que pertenecen a la industria cultural, dominadas por el campo económico, como en las regiones autónomas del campo<sup>2</sup>.

En un trabajo anterior (2009a) nos hemos acercado a estos procesos históricos, particularmente cuando Carlos Trillo y Guillermo Saccomanno (1980), desde una doble posición de creadores y de críticos (finalmente dominantes-dominados, intelectuales) realizan una operación para *hacer época*<sup>3</sup> (ver Bourdieu, 1995: 235 y ss), por producir la *creencia* en una versión, ocupando un lugar en el campo, realizando un trabajo promotor del *envejecimiento* de otras posiciones y en ese proceso producir, exitosamente, una *historia oficial* de la historieta argentina. En la promoción de *lo nuevo*, se apoyan en lo que había sido la *vanguardia* en el campo en años anteriores (Oesterheld y Breccia, en especial) y desde allí trabajan para *construir lo viejo*, para *envejecer* a quienes habían llegado a ocupar una situación central en el campo dominado por la industria cultural (*Editorial Columba* y Robín Wood). Por más que ellos lo realizaran desde otra posición de la industria cultural de la historieta local (*Ediciones Record*). Trillo y Saccomanno<sup>4</sup> realizan una apuesta para sacar beneficios como creadores y como críticos al mismo tiempo, para hacerse un nombre conocido y reconocido que les otorgue poder de consagración. Logrando eso sus firmas consagran sus propias historietas (“el efecto de marca o firma”) y pueden consagrar y re-consagrar, como lo hacen con Oesterheld a quien utilizan para consagrarse<sup>5</sup>.

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. Crisis de la dominación de la industria cultural del campo de la historieta argentina y aparición de regiones variables y móviles autónomas.

La génesis de los *habitus*, sus variaciones en el tiempo y por lo tanto las trayectorias de los agentes que ocupan distintas posiciones en el campo y las relaciones entre los mismos, con base en los poderes que ponen en juego en las mismas, como las disputas por lo que está en juego, son el punto de partida de un análisis que todavía no ha sido realizado. En dicho análisis no pueden dejar de considerarse, con mayor o menor énfasis según el período histórico que se considere y las mayores o menores

---

<sup>2</sup> Hay que tener en cuenta que, en diversos grados en diversos momentos históricos, tanto la dominación como la autonomía son relativas.

<sup>3</sup> “*Hacer época* significa indisolublemente *hacer existir una nueva posición* más allá de las posiciones establecidas, por delante de estas posiciones, por delante de estas posiciones, *en vanguardia*, e, introduciendo la diferencia, producir el tiempo.” (Bourdieu, 1995:237)

<sup>4</sup> Quien luego haría una exitosa apuesta de reconversión al campo literario.

<sup>5</sup> “ (...) la obra es hecha en efecto no dos veces, sino cien, mil veces, por todos aquellos a quienes interesa, que sacan un interés material o simbólico al leerla, al clasificarla, al descifrarla, al comentarla, al reproducirla, al criticarla, al combatirla, al conocerla, al poseerla” (Bourdieu, 1995: 259)

regiones de autonomía respecto del campo del poder y de la economía. Claro que en cuanto leemos el texto anterior queda en claro que no se puede entender, la teoría es relacional, si no es considerando simultánea y constantemente el campo, las regiones del campo, los otros campos, y quienes en ellos ocupan posiciones, desarrollan *disposiciones*, por lo tanto un *sentido práctico* y realizan *prácticas sociales*, para lo cual habrán tenido que tomar *decisiones* ante las distintas *situaciones*. (Ver von Sprecher (Coord.), 2007: 13 y ss)

Para cumplir con la reconstrucción histórica de las trayectorias y de los *habitus* deberemos considerar las distintas posiciones que se verifican al interior del campo, como también las posiciones exteriores con las que se produzcan relaciones significativas. Así: editor, creadores culturales reales (guionista, dibujantes, colorista, letrista, etc.), distribuidores, vendedores, agentes de consagración, eventos, consumidores, etc. (Ver, von Sprecher, 2005)

Verbigracia cuando estudiamos, el mapa del campo de la producción, edición y distribución de historietas realistas en Argentina y las trayectorias y posiciones de quienes ocupan posiciones en él, encontramos que cambia sustancialmente a partir de 1990, existiendo una relación bastante directa con el campo del poder y las reformas políticas y económicas neoliberales en el marco de la denominada globalización.

En cuanto a lo que hasta entonces había sido una edición a cargo de una industria cultural local, con editores privados, podemos verificar un desajuste en los *habitus*, ante una nueva situación objetiva, de las que habían sido las principales editoriales industriales y su posterior cierre. En ese desajuste de los *habitus* detectamos algunos factores centrales que hacen a otras posiciones y disposiciones:

- La pérdida de poder adquisitivo, o directamente del trabajo, en los sectores populares. Deja de ser parte de los *habitus* de los sectores obreros altos, e incluso medios, la compra de revistas de historietas (habían sido principalmente consumidores de los productos de *Editorial Columba*).
- En los sectores medios, en los que se produce un masivo descenso social, quienes mantienen el *habitus* de la compra de *comics*, a partir de la paridad del peso con el dólar y la modificación de políticas aduaneras, se direccionan en parte a revistas importadas, comercializadas a través de las comiquerías, con las que las publicaciones

nacionales debieron competir en una relación desigual. Como así mismo a los saldos de revistas españolas (*Cimoc, 1984, Rambla, Totem*) que ofrecen material apetecido por los sectores más afectos a la compra de historietas por un precio mucho más barato que en los kioscos.

- Modificaciones en los gustos de los nuevos lectores, por lo tanto la constitución de *habitus* de consumos que no existían anteriormente, relacionados con la extensión global de la oferta de las transnacionales del entretenimiento, en particular con la rápida extensión de la televisión por cable y la difusión global

por cable del animé (dibujos animados japoneses que generalmente van acompañados por abundante merchandising y los álbumes de mangas –historietas-, que en Japón 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 (Hombre Araña, Hulk, X-men) y de Detective Comics (Batman, Superman).

- Aparecen eventos tanto comerciales como independientes que alteran los mecanismos y agentes de consagración.

- Luego de la crisis 2001/2002 la tirada reducida de las editoriales y publicaciones sobreviviente (*IVREA, DOEYO*), como las limitadas tiradas de las empresas PYME (*Domus, Moebius, Exabrupto*), hace que la distribución en quioscos resulte muy costosa, salvo Capital Federal y algunos puntos de Buenos Aires o ciudades de alta densidad poblacional del interior, y que la distribución se realice en comiquerías (que en muchas poblaciones del interior son inexistentes) con lo que se modifica el *habitus* de relación del consumidor con los puntos de venta y viceversa.

- Luego de la crisis aparecen nuevos lectores y otros modifican sus *habitus* para consumir historietas, locales y extranjeras, en Internet, o bajarlas con programas *peer to peer*, creando un nuevo tipo de relación entre consumidores y vendedores. Internet significa también la aparición de sectores de consumidores más informados y reflexivos que no sólo leen sitios dedicados al *cómic* si no también los realizan y escriben.

- Algunos medios (*Comiqueando*, por ejemplo) se desplazan en momentos de crisis a sitios web.

Los sitios de estudio y crítica de historietas en Internet, el hecho de que los creadores realicen sus propios sitios donde efectúan tanto anuncios como reflexiones como promoción de sus creaciones, son factores claves para el



crecimiento un *habitus* de reflexividad tanto para editores, creadores, consumidores, etc., que se constituye en un indicador de mayor autonomía del campo y de los *habitus* creativos. Nuevas generaciones de creadores que no pueden, como la generación anterior, pasar a vender sus creaciones al exterior dados contactos previos y el hecho de ser reconocidos, recurren a la web como lugar de publicaciones. En tal sentido resultó clave el sitio *Historietas Reales* donde publicaron los que luego serían miembros de una generación que logra profesionalizarse más tarde, biológicamente, que las anteriores, y que encuentra en la web un lugar donde publicar, aunque sea gratuitamente, y continuidad en su producción, lo que luego facilita su profesionalización<sup>6</sup>, excepcionalmente en medios locales (Max Aguirre), a veces produciendo para el exterior (Diego Agrimbau, Ippoliti).

Los anteriores son apenas un ejemplo de las modificaciones que la alteración del campo y de las posiciones van a traer en los *habitus* de *nuevos* y *viejos* creadores culturales reales, como editores, distribuidores, etc., nuevas reglas para la constitución de los *habitus* en los creadores no conocidos, etc.

### Conclusión

En definitiva hemos expuesto algunos aspectos centrales, a tener en cuenta para realizar una historia sociológica de campo del *cómic* y *habitus* de los miembros del mismo, como algunos ejemplos del caso argentino, que resultan de anteriores investigaciones. Esto es planteado como una vía para superar algunas de las limitaciones de estudios anteriores.

### 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)

BARBIERI, D. (1993) *Los lenguajes del cómic*. Paidós. Barcelona.

---

<sup>6</sup> Sebastián Gago hipotetiza que la profesionalización biológicamente tardía es, fue y será el precio que hay que pagar por la apuesta de jugar con las reglas del arte en el campo y lograr más autonomía. Documento interno de trabajo.

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/>.

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 Jitara*”, 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.

BRÓCCOLI, Alberto y TRILLO, Carlos (1971a) “*Las historietas*”. Colección *La Historia Popular*, 77. CEAL. Buenos Aires.

DORFMAN, Ariel y MATTELART, Armand (1972) *Para leer al Pato Donald*. Siglo XXI. Santiago de Chile.

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.

GUBERN, R. (1973) *Literatura de la imagen*. Salvat. Barcelona.

(1979) *El lenguaje de los comics*. Península. Barcelona.

HORN, Maurice (1976) *The World Encyclopedia of Comics*. Chelsea House Publishers. Nueva York.

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/>

MASOTTA, Oscar (1970) *La historieta en el mundo moderno*. Paidós. Buenos Aires.

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.

RIVERA, Jorge B. y ROMANO, Eduardo (1980) “El costumbrismo hasta la década del cincuenta”. En *Capítulo. La historia de la literatura argentina*, 68. CEAL : Bs. As.

SASTURAIN, Juan (1995) *El domicilio de la aventura*. Colihue. Buenos Aires.

(2010) *El Aventurador. Una lectura sobre Oesterheld*. Buenos Aires, Ed. Aquilina.

STEIMBERG, Oscar (1977) *Leyendo historietas*. Nueva Visión. Buenos Aires.

TRILLO, Carlos Y SACCOMANNO, Guillermo (1980) “*Historia de la Historieta Argentina*”. Ediciones Record. Buenos Aires.

TOUTAIN, J. (Ed.) (1982) *Historia de los Comics*. 4 tomos. Toutain Editor. Barcelona.

STEIMBERG, Oscar (1977) *Leyendo historietas*. Buenos Aires, Nueva Visión.

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 (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.

(2009) “*Civiles y militares en la historieta argentina*”. En el Simposio “*Artes secuenciales, cultura, historia y sociedad*”, en las XIII Jornadas de Investigación del Área Artes del Centro de Investigaciones de la Facultad de Filosofía y Humanidades. Universidad Nacional de Córdoba. 5 al 7 de noviembre. Córdoba. En línea la mayoría de los contenidos se incluyen en:

(2010) “*Luchas en el campo de la historieta realista*”. Revista “*Estudios y Crítica de la Historieta Argentina*”, 34. 24 febrero.

[http://historietasargentinas.files.wordpress.com/2010/02/vonsprecher\\_robinwood.pdf](http://historietasargentinas.files.wordpress.com/2010/02/vonsprecher_robinwood.pdf)

(2009b) “*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 REGGIANI, Federico (Eds.) (2010) *Héctor Germán Oesterheld: De El Eternauta Montoneros*. Escuela de Ciencias de la Información, Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba.