

Castelli Olvera Sarahi Isuki

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla - México

Puebla, México

sarahi.castelli@correo.buap.mx

El campo y la historieta mexicana de fin de siglo

The field and the end of the century Mexican comic strip

Contenido

RESUMEN	42
ABSTRACT	42
1. INTRODUCCIÓN	43
2. METODOLOGÍA	44
2.1 Bourdieu y su categoría campo	45
3. RESULTADOS	45
3.1 El campo de la historieta mexicana. Antecedentes y auge	45
3.2 Primera división. Editoriales grandes con estrategias de monopolio	47
3.3 Segunda división. Historietas educativas vs contraculturales	49
3.4 Tercera división. Pornografía vs amarillismo, melodrama y violencia	51
3.5 Reestructurarse o perecer	52
4. CONCLUSIONES	53
REFERENCIAS	55
AUTORA	56
CONFLICTO DE INTERESES	56

El campo y la historieta mexicana de fin de siglo

The field and the end of the century Mexican comic strip

 Sarahi Isuki Castelli Olvera
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla - México
Puebla, México
sarahi.castelli@correo.buap.mx

RESUMEN

En este artículo se examinó la dinámica cultural y de historietas en México en las décadas de los ochenta y noventa retomando la categoría de campo, de la teoría de la dominación de Pierre Bourdieu. Se realizó una analogía del campo de las historietas con el del fútbol, con la finalidad de describir y analizar la complejidad de los movimientos socioculturales involucrados en las luchas por capital simbólico y económico. En este trabajo cualitativo-interpretativo, basado en el análisis de documentación primaria y secundaria, se partió del argumento de que en México, mientras la historieta industrial estaba en decadencia, las historietas de autor se encontraban en eclosión. Este argumento se fundamenta en que, mientras empresas como Editorial Vid, Novaro y Novedades, se regían por estrategias empresariales que incluían reedición de material nacional, importación de cómics extranjeros; el cómic de autor eclosionaba, alimentado por el cómic europeo y norteamericano. Se encontró que en las décadas de estudio, el panorama cultural se vio modificado por la implantación del modelo neoliberal, que introdujo múltiples productos culturales, los cuales transformaron el consumo cultural mexicano y dieron a la historieta industrial una competencia ante la cual no pudo ganar. Como conclusión, se propone que pese a que la historieta industrial cayó en decadencia, por falta de estrategias de adaptación, las condiciones que llevaron a su caída permitieron que los creadores de la historieta de autor se enriquecieran con nuevas influencias, que los llevaron a generar obras adultas, críticas, vinculadas con su entorno.

Palabras clave: Campo de la historieta; sociología; historieta; industria; contracultura

ABSTRACT

In this article, the cultural and comic book dynamics in Mexico in the eighties and nineties were examined, taking up the category of field, from Pierre Bourdieu's theory of domination. An analogy of the field of comics with that of soccer was made, in order to describe and analyze the complexity of the sociocultural movements involved in the struggles for symbolic and economic capital. This qualitative-interpretative work, based on the analysis of primary and secondary documentation, arises from the argument that in Mexico, while the industrial comics were in decline, the author comics were flourishing. This argument is based on the fact that, while companies such as Editorial Vid, Novaro and Novedades were governed by business strategies such as reissuing national material and importation of foreign comics; the author's comic was emerging, inspired by the European and North American comic. It was found that, in the decades of study, the cultural panorama was modified by the implantation of the neoliberal model, which introduced multiple cultural products, that, therefore, transformed Mexican cultural consumption and gave industrial comics a competition which it could not win. As a conclusion, it is proposed that, despite the fact that the industrial comics fell into decline due to lack of adaptation strategies, the same factors allowed the creators of the author's comic to enrich themselves with new influences, that led them to generate adult, critical works linked to their environment.

Keywords: Comic field; sociology; comic strip; industry; counterculture

1. INTRODUCCIÓN

En este artículo se examinó la dinámica cultural y de historietas en México en las décadas de los ochenta y noventa, retomando la categoría de campo, de la teoría de la dominación de Pierre Bourdieu. Se realizó una analogía del campo de las historietas con el del fútbol, con la finalidad de describir y analizar la complejidad de los movimientos socioculturales involucrados en las luchas por los diferentes tipos de capital, y con ello garantizar la dominación del campo.

La historieta forma parte de una larga tradición gráfica en México creada con rasgos propios y originales, a partir de la influencia de las tiras cómicas estadounidenses y las caricaturas francesas. Por largo tiempo la historieta resultó ser un medio de consumo masivo, para público de todas las edades, quienes llegaron incluso a alfabetizarse a través de esta. Sus orígenes se remontan a las publicaciones ilustradas con caricaturas, que proliferaron en la segunda mitad de siglo XIX, en las que la gráfica satírica pasó de mostrar una situación en una viñeta a desarrollar una historia como secuencia. A principios del siglo XX una historieta mexicana incipiente se publicaba en la prensa, sus influencias eran la estampería y la caricatura francesa¹ y las tiras cómicas norteamericanas, éstas se conservarían como el modelo a seguir durante los años 20, cuando las secciones dominicales de los periódicos mexicanos se llenaron de historietas de factura nacional que seguían ese patrón. Entre los años 30 y 50 de esa centuria dio inicio la llamada época de oro de la historieta, que se caracterizó por la proliferación de editoriales y la creación de historietas que la población consumía en grandes cantidades.

La existencia de un mercado para el producto favoreció la consolidación de una industria editorial, basada en la producción y venta masiva, que se consolidó entre los años 60 y 70, lapso conocido como la época de plata de la historieta mexicana. A partir de los años 80 decae la producción industrial, debido a múltiples factores como: la crisis económica por la que atravesó el país y la gran cantidad de productos culturales que entraron a México y le dieron variedad de opciones de consumo al público, como es el caso de la televisión, videocasetera, arcades etc. En este contexto, y mientras la historieta industrial entraba en decadencia y la contracultural cobraba auge, se introdujeron al país los primeros mangas japoneses, que diversificaron aún más las opciones de consumo. En esta investigación, se profundiza en este episodio poco estudiado de la historieta nacional.

Los análisis en torno a las historietas y su consumo en México han tomado dos vertientes principales. En la primera, la historieta se analiza como un producto enajenante y repetitivo. Los autores de este enfoque están influidos por la Escuela de Frankfurt y los planteamientos de Max Horkheimer y Theodor W. Adorno, quienes conciben a los medios de comunicación masiva como un “género que se caracteriza por imponer la lógica del número y de la semejanza sobre lo particular” (Zubieta, 2000, p. 118). Desde esta perspectiva la cultura de masas es generalizada, sin diferencias, y presenta estereotipos negativos que se imponen al público, concebido como masa (Dorfman y Mattelart, 1972), (Herner, 1979), (Serrano y Trejo, 2001), (Gómez, 2019).

Por otro lado, los autores que pertenecen a la segunda vertiente están influidos por la contracultura y la cultura popular. En esta perspectiva, se suelen estudiar las condiciones culturales y sociales que crean, mantienen y transforman la producción de historietas mexicana; así como los modos de adaptación de esta, cuando las condiciones históricas y contextuales que les dan paso cambian. Quienes se insertan en esta tendencia de estudio, analizan las nuevas formas creativas y los referentes de la historieta (Aurrecoechea y Bartra, 1988), (Bartra, 2002), (Bartra, 2001), (Gantús, 2014), (Zalpa, 2005), (Cruz García, 2010), (Cruz Pérez, 2010), (Hinds y Tatum, 2000), (Ruiz Bañuls et al., 2020), (Neria Aspinwall, 2016); (Swanson, 2017); (González, 2014), (Hernández Nieto y Rubinstein, 2018), (Hernández Nieto y Rubinstein, 2020). El presente trabajo se adhiere a esta segunda postura, influida por la cultura popular, los estudios culturales y los procesos de resistencia e hibridación, que analizan la historieta como un modo de expresión complejo y en constante cambio.

La anterior revisión deja en claro que se ha estudiado bastante sobre la historieta mexicana desde la academia. Sin embargo, buena parte de estos análisis se centran en historietas y procesos propios de la época dorada de la historieta mexicana (1930-1950), dejando de lado los procesos vinculados a la

¹ Las Historietas de El Buen Tono realizadas por Juan Bautista Urrutia, que se publicaron de 1904 a 1914 y en 1922 corresponden a esta vertiente, particularmente se inspiran en las estampas de Epinal (Camacho Morfín, 2013, p.13).

estructura y la interacción entre agentes, tanto colectivos como individuales, que se debaten dentro de un campo en particular, sobre todo en procesos de fin de siglo, cuando la historieta industrial entraba en decadencia. Lo anterior, lleva a la pregunta sobre cuáles son los procesos de interacción y competencia, vinculados al ejercicio del poder, que estaban en juego en el campo de la historieta mexicana en el fin de siglo XX.

En esta investigación se pretende:

- Analizar la dinámica de interacción y consumo en el campo de las historietas mexicanas, en las décadas de los ochenta y noventa.
- Identificar los diversos agentes y sus posturas en el campo de la historieta mexicana en las décadas de los ochenta y noventa.
- Examinar los procesos de ejercicio de poder y resistencia, dentro del campo de las historietas en México, en donde se incluyen tanto la historieta industrial como la contracultural.

2. METODOLOGÍA

Para realizar este proyecto se trabajó directamente con la observación documental y el análisis de colecciones particulares de historietas, que fungieron como corpus y fuentes primarias, a través de las cuales se estudió su estructura y características en las décadas de estudio. De igual importancia fue el trabajo con fuentes secundarias documentales audiovisuales, las cuales permitieron reconstruir una buena parte del campo de las historietas, sus dinámicas de interacción y sus procesos de ejercicio/resistencia del poder. En este sentido, se trabajó bajo el paradigma cualitativo, interpretativo con la finalidad de reconstruir un panorama general del campo y de los agentes que lo integraban, tanto colectivos como individuales. El análisis se presenta en dos fases: en la primera se inicia con una sección predominantemente descriptiva, en la cual se exponen los agentes que integraban cada división, así como sus dinámicas de interacción; en ese primer apartado, el diálogo con la teoría es mínimo. En la última parte del escrito, se integra la interpretación de la dinámica de competencia y lucha entre los agentes previamente presentados.

En este trabajo se analiza la dinámica de las historietas retomando la categoría *campo* de la propuesta teórica de Bourdieu, explicándola por medio de una analogía o metáfora con el juego de fútbol y su dinámica constitutiva, lo que permite entender mejor la estructura del campo cultural mexicano. Dicha analogía permitió aplicar la teoría de Bourdieu debido a las similitudes: jugadores en posiciones específicas del campo, trayectorias de acuerdo con dicha posición, el juego contra un oponente.

Es importante destacar que, pese a que la teoría de Bourdieu se convierte en el eje a partir del cual se analiza el fenómeno de las historietas, dicha teoría no es una condición que preceda al objeto de estudio, sino que se utiliza como caja de herramientas, de la cual se tomarán los elementos necesarios según la necesidad de la fuente y objeto de estudio; tal y como lo propone Foucault cuando expresa que la teoría es preciso que sirva, debe ser útil y práctica: “La teoría no se totaliza, se multiplica y multiplica (...) Desde que una teoría se incrusta en tal o cual punto se enfrenta a la imposibilidad de tener la menor consecuencia práctica” (1980, p. 80-81). Por ello, de Bourdieu se retomaron sólo los conceptos teóricos útiles y necesarios para analizar y comprender a las fuentes. De manera particular, los conceptos vertidos en el libro *El Sentido social del gusto* (Bourdieu, 2010) son de especial importancia por referirse a aspectos fundamentales de funcionamiento del mercado de bienes simbólicos.

En este trabajo se propone que el campo de las historietas es similar al fútbol. Es decir, su dinámica es semejante a la actividad que se da en dicho juego, ya que los agentes que integran el campo cultural mantienen una actividad de lucha y movimiento, que se asemeja al fútbol, lo que implica un par de equipos en competencia que siguen reglas y reproducen, mediante su juego, la trayectoria que han de seguir quienes comparten su posición en el campo. Por campo, se entiende la trama o configuración de relaciones objetivas entre posiciones en donde se llevan a cabo relaciones de lucha destinadas a conservar o transformar la posesión del capital y por lo tanto del poder (Bourdieu y Wacquant, 2005).

En el campo de las historietas mexicanas se jugaba la mayoría del tiempo por el dominio del capital económico, sin descontar importancia al prestigio. En los siguientes renglones primero se describe y

después se analiza su dinámica. Se inicia con los antecedentes de la primera división, constituida por las empresas que dominaban el mercado de la historieta con sus diferentes estrategias empresariales y prácticas monopólicas; posteriormente, se aborda la segunda división, en la que las historietas contraculturales se debatían con la división educativa de las empresas grandes. Finalmente, la tercera división, en donde la pornografía peleaba por el capital económico con el sensacionalismo y el melodrama.

2.1 Bourdieu y su categoría campo

La teoría de la dominación de Pierre Bourdieu (1930-2002), tiene como fuentes elementos provenientes de las propuestas de diversos teóricos, como Carlos Marx, Max Weber, Emilio Durkheim y Michel Foucault. De Marx y el materialismo histórico, Bourdieu retomó la dialéctica materialista basada en la oposición y la interrelación:

(...) los agentes y las instituciones luchan, siguiendo las regularidades y las reglas constitutivas de ese espacio de juego (...), con grados diversos de fuerza y, por lo tanto, con distintas posibilidades de éxito para apropiarse de los beneficios específicos que están en juego en el juego. (2006).

Bourdieu también retomó la categoría de capital desde una perspectiva más amplia que no se restringe sólo a aspectos económicos. Además, concilia la dicotomía de los estudios con enfoque objetivista y subjetivista, al retomar categorías pertenecientes a Durkheim, Weber y el propio Marx, los tres padres fundadores de la sociología.

La noción de poder, de Michel Foucault, también es básica para entender los planteamientos de Bourdieu. Foucault revolucionó las teorías sobre dominación en su momento, ya que propone que el poder no se ejerce de manera vertical de opresores a oprimidos, sino que en todo momento hay focos de resistencia y lo que él denomina, “contrapoder”; es decir, no sólo toma en cuenta a quien ejerce el dominio, sino al otro que es sujeto de acción y de lucha (Foucault, 1980).

En cuanto al método, este es definido como constructivismo estructuralista, ya que conjuga la idea de estructuras físicas externas al sujeto con la construcción de una serie de disposiciones objetivas, introyectadas en el agente de acuerdo a su subjetividad “Si tuviera que caracterizar mi trabajo en dos palabras, como se hace mucho hoy, hablaría de *constructivism structuralism* o *structuralism constructivism*, tomando la palabra en sentido muy diferente de aquél que da la tradición saussuriana o lévi-straussiana” (Bourdieu, 2000, p. 127).

3. RESULTADOS

3.1 El campo de la historieta mexicana. Antecedentes y auge

Para Bourdieu la vida social se reproduce en un área con reglas y estrategias determinadas: el espacio social,² en el cual coexisten los diversos campos. Un campo, es un “espacio de juegos históricamente constituido, con sus instituciones específicas y leyes de funcionamiento propias.” (Bourdieu, 2010, p. 11). La concepción de espacio y campo de Bourdieu concilia todos sus elementos en un mismo sitio, donde uno no es más importante que otro, sino que se encuentran en una fina red de interrelaciones en donde se compite por los diversos tipos de capital desde posiciones específicas. Del mismo modo que en el campo de fútbol, las acciones de los jugadores se realizan en relación con el otro, y sus posiciones dentro de las divisiones dependen de la cantidad de capital que acumulen.

En el ámbito económico había imperado en México la estrategia basada en el modelo John M. Keynes, que proponía un mayor protagonismo del Estado en la vida social y económica, en el que se utilizaba el modelo de sustitución de importaciones, que resguardaba al mercado interno a través de barreras arancelarias que protegían a los productores nacionales de la competencia internacional. Estas medidas habían generado un fuerte crecimiento económico, que perduró de los cuarenta hasta los años sesenta, momento en el que se dio un cambio en la conducción gubernamental, ante la crisis desatada al final del

² Para Bourdieu el espacio social es multidimensional, construido con base en la diferenciación y las propiedades del universo social, “dichas propiedades activas, principios de construcción del espacio social con las diferentes especies de capital que tienen curso en los diferentes campos” (1989, p. 28).

gobierno de José López Portillo (1976-1982) (Aboites, 2010). Se tomaron como ejemplo las condiciones impuestas por el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional para superar la crisis de 1982, así “el gasto público y las inversiones disminuyeron de modo significativo, y se inició la venta de numerosas empresas paraestatales” (Aboites, 2010, p. 292). Se ajustó la economía mexicana por la vía de la apertura de los mercados externos, la cual estuvo basada en la reducción de aranceles y la rearticulación del espacio económico nacional para mejorar el intercambio entre México y el extranjero (Zalpa, 2005).

Como consecuencia, en 1986, México se adhiere al Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), lo cual confirmó el cambio en la manera de conducir al país. Más tarde, en 1993, se aprobó el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), el cual entró en vigor el primero de enero de 1994. Este viraje en la forma de conducir al país tendría repercusiones, ya que permitió la entrada al país de una amplia oferta de productos culturales.³

Dentro de cada campo puede haber subcampos, universos independientes, variables, con reglas de funcionamiento propias; en el de la historieta se proponen tres, que en la analogía corresponderían a las tres divisiones del fútbol: primera, segunda, tercera. Dentro de cada subcampo hay una serie de agentes, que pueden ser individuales (productores, guionistas o creadores) o colectivos (organizaciones, industrias), quienes de acuerdo con su posición en el campo lucharán por la apropiación de diversos tipos de capital, de los cuales Bourdieu identifica tres: el capital cultural, el económico y el social.

El capital económico está ligado a los bienes de producción. El capital cultural se refiere a todo bien producido y consumido en la esfera de lo significativo, mediado por la educación inculcada a los agentes, este tipo de capital tiene tres estados: el estado incorporado, el objetivado y el institucionalizado (Bourdieu, 2011). El tercer tipo de capital es el social que es definido como “el conjunto de recursos actuales o potenciales relacionados con la posesión de una red durable de relaciones más o menos institucionalizadas” (Bourdieu, 2011, p. 206). Finalmente, el capital simbólico, el cual “es cualquier diferencia reconocida, aceptada como legítima entre las clases y grupos sociales” (Bourdieu, 2011, p. 206). Este último tipo de capital sería un agregado de los otros tres, ya que se traduce en prestigio o reconocimiento.

El campo de las historietas en México, en las décadas de los ochenta y noventa, funcionaba cuando sus agentes se disputaban el capital económico y simbólico, a través de estrategias probadas. Quienes habrían de estar en primera división, serían los equipos que tuvieran el monopolio del capital económico y el simbólico. Aquí hay un par de elementos fundamentales para la dominación, a saber, la existencia de dos posturas antagónicas: los que tienen el monopolio del capital, luchan por su conservación, y por lo tanto, ejercen la dominación dentro del campo; los que tienen menos capital y luchan por su apropiación mediante estrategias innovadoras o de vanguardia. El hecho de que haya una lucha por los diversos tipos de capital implica que quienes participan en este juego lo hacen de acuerdo con las reglas del campo y contribuyen a reproducir las relaciones de oposición, la competencia, la vida social y la dominación.

Los antecedentes de la historieta mexicana son las publicaciones periódicas ilustradas y la caricatura política reproducida litográficamente en los periódicos a finales del siglo XIX. Las tiras cómicas hacen su entrada en los diarios en la década de los veinte del siglo XX (Hinds y Tatum, 2000). A mediados de la década de los treinta, la producción de historietas se independizó de los periódicos al comenzar a publicarse libros de historietas. A este periodo se le conoce como “Época dorada de la historieta” (1934-1950) porque desató furor su producción, circulación y consumo diario, por lo menos hasta la década de los cincuenta. En esta época se vislumbra la dinámica de las historietas dentro de un campo con posiciones y trayectorias opuestas: la comercial y la vanguardia.

Mientras las historietas conquistaban a los mexicanos el país cambiaba, porque en las décadas de los cuarenta y cincuenta se inició su industrialización (Aboites, 2010). Además, la introducción de una gran cantidad de productos electrónicos, trajo consigo una “americanización” del estilo de vida de los mexicanos (Timothy, J. et al., 1985). Dicha industrialización era de tendencia fordista, la cual se impondría dando paso a lo que después se conoció como época de plata de la historieta, que abarca de los años cincuenta hasta los ochenta. En este periodo, la publicación de las historietas era semanal y su estructura se volvió

3 Véase el capítulo uno de (Castelli Olvera, 2017).

novelada. El 60% del mercado pertenecía sólo a los industriales con cuatro empresas comerciales: Editorial Argumentos, Editorial Novaro, publicaciones Herrerías y Promotora K (Hinds y Tatum, 2000). Dada su posición de dominio en el campo, sus acciones estuvieron encaminadas a conservar la posición ocupada y a perpetuar el status quo manteniendo el principio de dominación (Bourdieu, 2010).

3.2 Primera división. Editoriales grandes con estrategias de monopolio

En la década de los ochenta inicia la crisis de la industria de la historieta, provocada por la crisis económica, el avance tecnológico y los cambios en el consumo cultural mexicano, luego de la aplicación del modelo neoliberal. El campo de los ochenta en la historieta mexicana, en la primera división, estaba poblado por editoriales grandes, con estrategias de monopolios, que controlaban el mercado y el capital económico. Dentro de este campo las posturas antagónicas eran las siguientes: en un lado estaba Editorial Vid, con la estrategia empresarial de reeditar productos que habían resultado exitosos enfocándose en la clase popular; del otro lado estaba Novaro y Novedades, el primero se enfocó en la clase media y se dedicó a la importación de cómics que habían sido un éxito en el extranjero, mientras que el segundo se enfocó en ambas clases con los dos tipos de productos, pero en esta división entra solamente con los cómics que importaba de Marvel. Estas editoriales se contraponían, luchaban por el capital económico, para mejorar y mantener sus beneficios. Se encontraban en esta división por su dominio histórico en el campo y el mercado de la historieta, ya que:

(...) el capital simbólico que han sabido acumular en el curso de las luchas anteriores, gracias a una combinación particularmente exitosa de las capacidades contradictoria específicamente exigidas por la ley del campo, y los nuevos ingresantes que no pueden y no quieren tener otros clientes que sus competidores productores establecidos que su práctica tiende a desacreditar imponiendo productos nuevos o recién llegados con los que rivalizan en novedad (Bourdieu, 2010, p. 166.)

Esa era la dinámica de ambas empresas, que manejaban una gran parte del mercado de historietas desde hacía largo tiempo y que se habían mantenido en la competencia gracias a fusiones y compras. En 1985 EDAR formó *Grupo Editorial Vid*, al fusionarse con E.D.P.A. (Editorial de la Parra, S.A.), C.I.T.E.M.S.A. (que son las iniciales de cada uno de los cinco hijos de la Sra. Yolanda Vargas Dulché) y M.P.V. (Manelick de la Parra V. Editor) (Barrero, 2004a). Durante los ochenta, Editorial Vid se dedicó a reeditar sus principales historietas exitosas dentro del país, como es el caso de *Memín Pinguín* y la colección *Lágrimas y Risas*. En este periodo, su principal competidora fue Novaro sin embargo, Vid llegó a un público más amplio y generó mayores ingresos al enfocarse en las clases populares (Gantús, 2014). En el mismo lado del campo, junto a Vid, está Promotora K, que se enfocó en la clase popular nacional y durante los ochenta aún seguía publicando la primera época de *Kalimán* (1965-1996).

En el otro lado del campo, estaba Novaro, que triunfó con una estrategia editorial diferente: la importación de éxitos estadounidenses. Empezó sus funciones en 1949 por iniciativa de Luis Novaro. Al principio se llamó Ediciones Recreativas (ER) (Gantús, 2014) y posteriormente fundó tres sellos más: Sociedad Editora América, (SEA), Ediciones Modernas SA, (EMSA) y ALEGRIA, los cuales se fusionaron en 1964 para formar Grupo Editorial Novaro. Pese a que el público objetivo de esta editorial era la clase media, cada uno de los sellos estaba dirigido a diferentes facciones de esta (Barrero, 2004b). Novaro vio su ocaso a finales de los 70, después del cierre de Editoriales Americanas como *Gold Key* (que publicaba Disney) o Dell. (Gantús, 2014).

La última editorial que competía por el mercado de la historieta en México en las décadas de los ochenta y noventa era Novedades Editores. Al igual que sus predecesoras, Novedades surgió de la fusión de empresas. En 1948 Rómulo O'Farril compró publicaciones Herrerías S.A de C.V, fundada en la década de los treinta por Ignacio F. Herrerías. Novedades funcionaba con dos estrategias: por un lado, tenía un sólido mercado nacional con sus publicaciones como *El Libro Semana*, *El Libro Vaquero* y *El Libro Policiaco*, los cuales llegaron a alcanzar tirajes de miles de ejemplares a la semana (Herner, 1979); además, publicaron líneas educativas como *Joyas de la Literatura*, *Novelas Inmortales* y *Hombre y Héroes*. Por otro lado, desde 1980, Novedades apostó por la importación de cómics de Marvel.

Durante el primer quinquenio de la década de los noventa ocurren importantes cambios en las mencionadas editoriales. En primer lugar, la caída de Novaro dejó libre el mercado al que dirigía sus

productos: la clase media, por lo que Vid compró las licencias de DC Cómics y comenzó a importar las series con las que Novaro había tenido mayor éxito: *Archie*, *Popeye*, *Superman* y *Batman*. Vid creció, sin Novaro como contendiente, y, entonces, quedó como su única rival Novedades Editores que, al igual que Vid, seguía importando material extranjero además de mantener sus publicaciones nacionales de mayor éxito.

En esta división las empresas tenían en común un *habitus*⁴ estructurado en relación con una realidad objetiva, donde la historieta se había impuesto sobre otros medios de entretenimiento. Este tipo de agentes, al ser dueños de los monopolios de capital, optaban por estrategias de conservación que las orientaba a:

...una política de elecciones dirigida por la certeza de la ubicación del producto y la búsqueda de *Best Sellers*; además, publicaban un número considerable de títulos nuevos y suponían importantes servicios de promoción, gastos considerables en la publicidad y relaciones públicas (Bourdieu, 2010, p. 195)

Como se puede observar, estas estrategias de juego se guiaban por la aplicación de fórmulas seguras y la búsqueda de *Best Sellers*, lo que les permitía mantener el monopolio del capital económico (Bourdieu, 2010) y, por lo tanto, el dominio del juego al permanecer en primera división.

En esta división, lo que se disputaba era el capital económico, pues cada empresa deseaba ganar más público y por consiguiente, más capital económico. Todas ellas habían crecido mediante la fusión de varios grupos y las estrategias de ataque con las que jugaban eran las mismas: la publicación de *bestsellers* o los que habían sido éxitos, tanto en el interior como en el exterior del país. No hubo cambios o ajustes derivados de la introducción al país de nuevos productos de entretenimiento porque estas seguían aplicando fórmulas seguras desde la época de oro.

Sin embargo, si durante su época de oro y de plata en México la historieta era el medio de comunicación más importante y sus tirajes llegaban a millones de ejemplares (Gantús, 2014), en las décadas de los ochenta y noventa las temáticas resultaban pasadas de moda, la industria parecía cerrada a nuevas propuestas y a los nuevos modos de producir, a lo que se sumaba la fuerte censura y las malas condiciones en las que laboraban los creadores en dichas empresas. Aunado a lo anterior, la crisis económica en la que estaba sumido el país generó desabasto de papel y pérdida de poder adquisitivo (Camacho Morfín, 2014). Estas condiciones sirvieron para acelerar el declive de la historieta mexicana industrial, la cual no tuvo la capacidad de reestructurar su *habitus* y, por consiguiente, no modificó sus estrategias y acciones en relación con la nueva realidad objetiva que se les presentaba.

En esta metáfora de fútbol, el árbitro de las tres divisiones serían tres organismos que regulaban la producción, distribución y consumo de historietas en México: la Productora e importadora de Papel S.A (PIPSA), la Unión de Voceadores y la Comisión Calificadora de Publicaciones y revistas ilustradas, de la que ya se ha hablado con anterioridad. Estos tres organismos conformaron la industria editorial durante más de seis décadas (Gantús, 2014) y regulaban tanto la primera división como el resto: controlaban el abasto de papel, la distribución del material y el contenido de las historietas. Eran estos árbitros los que institucionalizaban el capital cultural al brindarle su reconocimiento (o capital simbólico) por un lado, regulaban las reglas del juego dentro del campo, por otro, brindaban su reconocimiento a los agentes.

4 El *habitus* es una categoría central en la propuesta de Bourdieu, porque enlaza tanto las estructuras objetivas como la subjetividad del agente. Al respecto Bourdieu lo entiende como: Los grupos sociales, y en especial las clases sociales, existen dos veces, por así decirlo, y lo hacen previo a la intervención de la mirada científica misma: existen en la objetividad del primer orden, aquella que es registrada por la distribución de propiedades materiales; y existen en la objetividad de segundo orden, aquella de las clasificaciones contrastadas y las representaciones producidas por agentes sobre la base de un conocimiento práctico de estas distribuciones como las expresadas en los estilos de vida. Estos dos modos de existencia no son independientes, aun cuando las representaciones disfrutan de una autonomía definida con respecto a las distribuciones: la representación que los agentes forman de su posición en el espacio social es el producto de un sistema de esquemas de percepción y apreciación (*habitus*) que es él mismo el producto encarnado de una condición definida por una posición definida en distribuciones de propiedades materiales (objetividad I) y de capital simbólico (objetividad II), y que toma en cuenta no sólo las representaciones (que obedecen las mismas leyes) que otros tienen de esta posición y cuya agregación define al capital simbólico (comúnmente designado como prestigio, autoridad, etc.), sino también la posición en distribuciones simbólicamente retraducidas como estilo de vida (2011, p. 205).

3.3 Segunda división. Historietas educativas vs contraculturales

La segunda división estaba constituida por las historietas educativas, en oposición a las contraculturales. Dentro de cada lado de este campo hay una amplia gama de publicaciones como las revistas de historieta política y las de autor. En este nivel están publicaciones que ejercen actos de resistencia al dominio de la historieta industrial, que se encontraba en primera división, pero no competían directamente con las mismas publicaciones, porque peleaban por un tipo de capital diferente al económico, con estrategias también variadas. Esta relación de dominio/oposición es un aspecto necesario ya que, el campo es campo en tanto hay resistencia al ejercicio del poder, pues los que dominan en un campo dado, están en posición de hacerlo prosperar en su provecho, pero se debe tener siempre en cuenta la resistencia, la protesta, y con ello, las reivindicaciones, las pretensiones, «políticas» o no, de los dominados (Bourdieu, 2006).

Este es el espacio de la resistencia a la dominación, en donde la historieta alternativa peleaba con la línea educativa de las mismas editoriales, que tenían el dominio de la primera división. Aunque la lucha parecía desigual para aquellos agentes que no pertenecían a la industria, se producían varias cuestiones positivas: proliferaron los suplementos y revistas de historietas de corte político, además de las historietas educativas, publicadas por Vid, Novaro y Novedades; además, surgió la historieta de autor. En los ochenta, en esta división, lo que estaba en juego era el capital simbólico (prestigio). Lo que ocurre en esta división es de especial interés porque se observa cómo las empresas que conservaban el monopolio de los capitales entraban a una división que no era su fuerte, pero en la que se insertaban para disputarse el capital simbólico con sus rivales, dada la importancia de este tipo de capital como sinónimo de prestigio, que lleva a la obtención de más capital económico:

(...) cuando el único capital útil y eficaz es ese capital desconocido, reconocido, legítimo que se llama “prestigio” o, “autoridad”, el capital económico que la mayoría de las veces suponen las empresas culturales sólo puede asegurar los beneficios específicos que produce el campo (...) si se reconvierte en capital simbólico (Bourdieu, 2010, p. 154).

Esta división se caracteriza porque los agentes contendientes de los monopolios, al ejercer actos de resistencia, se salen de lo oficial y de las fórmulas probadas y *Best Seller*, por lo que no detentan el monopolio del capital cultural, pero pelean por hacerse de él. Se trataba de agentes que, en el mejor de los casos, contaban con poco personal, producían poco y consagraban una parte ínfima de su presupuesto a la publicidad (Bourdieu, 2010). Además, se orientaban al descubrimiento de nuevos talentos, argumentos singulares y arte perfeccionado. Aquí, la historieta política, cuyo mayor antecedente es Eduardo del Río, *Rius*.

En 1979 el periódico *Unomásuno* publicó el suplemento “Masomenos”, en el que se dieron a conocer caricaturistas como Ahumada, Rafael Barajas “El fisgón”, José Ignacio Solórzano “Jis” y José Trinidad Camacho Orozco “Trino”. En 1983:

...se produjo una escisión en *Unomásuno*, quejándose los disidentes del cambio de línea política y de que ya tenía poco de cooperativa. La mayoría de los directivos el periódico y las mejores firmas lo abandonaron, para crear en septiembre de 1984 (Covo, 2002, p. 19).

A finales de la década de los ochenta *La Jornada* empezó a publicar el suplemento “Historietas”, este fue un espacio donde se impulsó la aparición de nuevas generaciones de moneros como Cecilia Pego, Ricardo Peláez, José Quintero, Edgar Clément, quienes más adelante se desempeñarían como historietistas independientes (Enciclopedia de México, 2008).

Además de los suplementos se dio un auge de revistas de historietas de corte político. Por esas fechas se publicaba *La Garrapata*, fundada desde los setenta por Helioflores, Naranjo y Rius, en esta publicación participaron también Ahumada, Jis y Trino, entre otros. Otra revista de monitos de política fue *El Chahuistle*, publicada por Editorial Posada, que dirigía Fernando Mendizabal. En *El chahuistle* compartían dirección colectiva El Fisgón, Rius y Helguera (Enciclopedia de México, 2008). Posteriormente, luego de una disputa los directivos del *Chahuistle* salieron y fundaron *El chamuco*.

En este mismo lado del campo, estaban las historietas educativas de Novedades Editores: *Joyas de la Literatura*, *Novelas Inmortales* y *Hombre y Héroes*. También la SEP publicó sus colecciones *México, historia de un Pueblo* (1980-1982) y *Episodios Mexicanos* (1981), creadas por un equipo multidisciplinario que incluía investigadores, diseñadores, dibujantes, argumentistas, etc.

Tanto las historietas educativas como las de crítica política compitieron en prestigio con las historietas de autor, de las cuales, uno de sus principales antecedentes es *Snif*, un proyecto con patrocinio de la Secretaría de Educación Pública, Editorial Penélope y la dirección de Armando Bartra, Paco Ignacio Taibo II y Juan Manuel Aurrecoechea. Esta publicación según Camacho Morfín, pretendía invitar al público tradicional de las historietas, de que había algo más allá de lo puramente comercial y que las propuestas eran mucho más variadas (2014). Un segundo antecedente es la revista *Bronca*, la cual se publicó con casi el mismo personal que había echado a andar a *Snif*, pero sin el apoyo de la SEP (Camacho Morfín, 2014).

En los noventa se dio la eclosión de las historietas de autor y un aspecto determinante fue el hecho de que, desde los ochenta y noventa en México, se dio el auge de los fanzines con la llegada de la fotocopiadora, debido a la facilidad con la que se podían reproducir las publicaciones para ser distribuidas de mano en mano (Valderrama, 2013). Uno de los más importantes fue *Molotov*, formado por el colectivo del mismo nombre, cuyos integrantes eran Sebastián Carrillo (Bachan), Bernardo Fernández (Bef), Luis Javier García (Carcass) y Alfonso Escudero (Vera). Este fanzine se distribuyó en el tianguis del Chopo.

De importancia mayúscula en este periodo fue el *Gallito inglés*, que después se llamaría *Gallito Cómics*. Su director, Víctor Real, expresaba que *El Gallito* se concibió a finales de los ochenta en México, ya que no había una publicación de historietas interesantes, salvo *Bronca* y *Snif*. El primer número del *Gallito* se publicó en 1992, duró sesenta números, seis por año durante casi una década. Contenía historietas originales de dibujantes como Edgar Clément, quien era parte del núcleo original de la revista, Ricardo Peláez, José Quintero, Luis Fernando Enriquez, etc. *Gallito* se hacía sin dinero, con colaboraciones y apoyo de quienes estaban interesados en publicar y el dinero que se obtenía se invertía en la impresión y la comercialización.

Molotov y *Gallito Cómics* fueron de las primeras revistas de historietas cuyo contenido se alejaba de la crítica política y contribuyeron a difundir e impulsar a sus autores a otras oportunidades y publicaciones. Por ejemplo, en 1994 Edgar Clément recibió la beca de apoyo a Jóvenes Creadores otorgada por el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes en el área de pintura para realizar su novela gráfica *Operación Bolívar*. Las historietas que se encontraban en esta división tenían el suficiente capital económico para producirse, pero lo enteramente importante aquí era el capital simbólico, el prestigio, que se disputaba en esta división. El capital económico importaba, pero no era lo más significativo. Como lo más importante era el capital simbólico, ambos equipos jugaban teniendo como estrategia a la denegación de la economía, lo que significa que “sólo funcionan y pueden funcionar en la práctica al precio de un rechazo constante y colectivo del interés propiamente económico” (Bourdieu, 2010, p. 153).

La denegación de la economía significa, aparentemente, un rechazo a los intereses y beneficios comerciales. Por ello, los agentes que forman parte del campo de consumo cultural tomarán las conductas más antieconómicas y desinteresadas (Bourdieu, 2010) con la finalidad de ganar más capital simbólico. Sin embargo, esta denegación de la economía no es completa, ya que, en la medida que estos agentes tienen capital simbólico, pueden acumular más capital económico:

Como la denegación de la economía no es una simple máscara ideológica ni un repudio completo del interés económicos, los nuevos productores que tienen su convicción por todo capital podrán, por un lado, imponerse en el mercado reclamando para sí valores en nombre de los cuales los productores dominantes han acumulado su capital simbólico y, por otro lado, sólo quienes sepan adaptarse a las coacciones “económicas” inscriptas en esta economía de mala fe podrán recibir plenamente los “económicos” de su capital simbólico (Bourdieu, 2010, p. 155).

Los agentes de esta división denegaban la economía y para hacerlo tomaban las conductas más antieconómicas y aparentemente desinteresadas. En el caso de VID, Novaro y Novedades, al entrar al mercado con una línea educativa denegaban la economía para esa línea en específico. En el caso de

Novedades, consagraba sus productos a través de la adaptación de reconocidos clásicos de la literatura universal. El hecho de que estas empresas grandes con estrategias de monopolio entraran a esta división para competir por el prestigio confirma que eran ellas las que ejercían dominio en este campo, ya que se extendían en todas las divisiones para luchar por el capital más significativo contra sus oponentes, que se mantenían en una dinámica de resistencia y combate.

La denegación de la economía se da cuando un agente de vanguardia empieza a crecer, lo cual incrementa gastos, obliga a la divulgación. Las opciones de la vanguardia cuando llega a este punto son las siguientes: se continúa con la producción y búsqueda de nuevos autores o se explotan y difunden los productos consagrados, o ambas opciones. Sin embargo, si se escoge la última opción, la dialéctica de la distinción condena a las distintas escuelas, obras y artistas que han hecho época, a devenir en clásicos, a convertirse en lo oficial (Bourdieu, 2010). El destino de la vanguardia que opta por no denegar la economía es convertirse en lo oficial, lo económico. En el caso de las historietas educativas de Novedades los suplementos, las revistas, el camino que escogieron fue seguir siendo lo oficial.

En el otro lado del campo, en donde se encontraban las historietas de la SEP, *Gallito Cómic*s, y *Molotov*, la denegación era más visible: la SEP pretendía impulsar la enseñanza de la historia a través de un medio visual destinado al consumo popular (Chávez, 2008), evidentemente su intención no era económica, ni crecieron en este aspecto ni se hicieron oficiales. El fanzine *Molotov* tampoco optó por lo económico, porque sus integrantes, al mismo tiempo que realizaban la revista, trabajaban en la industria; ellos la conocían, sabían lo que podían o no obtener de ella y escogieron realizar una revista diferente. Por su parte, *Gallito Cómic*s se mantuvo en la vanguardia, continuó con la búsqueda de nuevos autores, propuestas interesantes, novedosas, aun cuando al parecer tuvo opciones de crecimiento: Edgar Clément asegura que Editorial Norma estuvo interesada en distribuir el *Gallito* en España “a decir verdad, creo que estos mails ni siquiera los leyó el camarada Del Real” (Villagómez Oviedo, 2010). Esta denegación de la economía originó problemas entre Víctor del Real y Clément, y al final Clément salió de *Gallito Cómic*s para fundar el *Taller del Perro* en 1998, y *Gallito Cómic*s emitió su último número en 2001.

En esta segunda división el juego se debate entre quienes quieren ser los poseedores legítimos del capital simbólico, por lo que se hacen patentes dos cosas: por un lado, el ejercicio de la dominación se extiende desde la primera división, cuando las empresas grandes incluyen sus historietas educativas para competir contra los productos contraculturales y de autor; por otro, el *habitus* propio con el que crean sus estrategias estos agentes hace que sigan una trayectoria específica: en el caso de las historietas de autor, deniegan la economía, en el caso de las historietas industriales, pese a pelear por el prestigio, optan por convertirse o seguir siendo lo oficial.

3.4 Tercera división. Pornografía vs amarillismo, melodrama y violencia

La tercera división se caracterizó por la presencia de los sensacionales publicados por EJE, en contraposición con las historietas eróticas, amarillistas, melodramáticas y violentas de Novedades Editores y Vid. En esta división se regresa de nuevo a un campo donde lo que está en disputa es el capital económico.

Editorial EJE fue creada por Everardo Flores, dueño de uno de los expendios más importantes de la unión de voceadores; de hecho, el nombre de la editorial es acrónimo del nombre de sus cuatro hijos (Enrique, Jaime, Everardo y Alberto). Los sensacionales surgen a principios de los ochenta:

Los sensacionales es el término con el que se define a las historietas de tamaño bolsillo, se adquirirían en los puestos de periódicos y cuyo contenido giraba alrededor de temas populares o identificados con la clase más empobrecida de nuestro país (Gantús, 2014, p. 194).

Estas historietas de corte pornográfico eran publicadas por EJE y posteriormente por Toukan y Mango. Los sensacionales pudieron publicarse debido a un relajamiento en las condiciones de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas (Gantús, 2014), organismo que tenía desde 1944 la facultad del “examen del título y contenido de las publicaciones y revistas ilustradas, a efecto de declarar su licitud o, en su defecto, ilicitud” (“¿Quiénes somos?”, 2013), además de la posibilidad de cancelar los Certificados de Licitud. La Comisión obligó a las editoriales de los sensacionales, a

ponerles un cintillo anunciando que eran propias para mayores de 18 años y, posteriormente, a venderlas embolsadas (Gantús, 2014).

En ese mismo mercado, pero del lado opuesto del campo, se encuentra el *Libro Vaquero* y la *Novela policiaca*, publicados por Novedades Editores. Ambas publicaciones llegaron a tener tirajes de miles de ejemplares por semana y eran, ante todo, los principales competidores de estas editoriales emergentes que publicaban sensacionales: primero Ejea, luego Toukan y Mango. Pese a que las historietas publicadas por novedades no eran pornográficas, como los sensacionales, sí manejaban altas dosis de erotismo y violencia.

En la tercera división se regresa a un campo donde lo que está en disputa es el capital económico. Los contendientes son los siguientes: en los ochenta, de un lado del campo están las empresas emergentes como EJEA, con sus sensacionales, que se debatían el capital económico con la línea erótica de los editoriales que dominaban el mercado de las historietas en México: Novedades con su *Libro Vaquero*, *Novela policiaca*, y Editorial Vid con *El pantera*, la cual fue durante esta época una de las historietas más populares de la mencionada editorial. Pese a que no eran pornográficas, las historietas de *Vid* y *Novedades* sí manejaban la suficiente dosis de violencia y desnudos para competir con los sensacionales de EJEA.

Pese a que tenían altísimas ventas, estas publicaciones se localizan en tercera división porque, aunque generaban cuantiosas ganancias y evidentemente tenían capital cultural, no poseían nada de capital simbólico, es decir, no tenían nada de prestigio. Igual que en la primera división, se recurría a fórmulas que garantizarían el éxito y la ganancia: pornografía, desnudos, violencia, alusiones al barrio, a los albañiles, los trailereros, la música del pueblo.

3.5 Reestructurarse o perecer

Durante este recorrido por las tres divisiones del campo de consumo de historieta destacan dos cuestiones: por un lado, una serie de empresas grandes, que monopolizaban el capital económico desde la primera división; por el otro, la eclosión de la historieta crítica, alternativa de autor. Las empresas tipo monopolio ejercían la dominación hacia el resto, al entrar a competir por capital en todas las divisiones. Estas empresas producían historieta industrial, con un modelo que había operado largo tiempo y que entra en crisis en los ochenta, el fordista, ante el avance tecnológico y el surgimiento de lo digital. Estas tecnologías agregan “nuevos recursos comunicativos y nuevas formas de comunicarse que alientan la creación de grupos multimedia convergentes. La digitalización permite que las empresas tradicionales comiencen a explorar nuevas ramas de negocios vinculadas a esas innovaciones o a cambiar las obsoletas” (Toussaint, 2013, p. 14).

La digitalización permite un cambio entre el tipo de industria fordista y la industria digital. A continuación se examinan las características y similitudes entre ambas. El modelo industrial fordista es semejante al modelo industrial digital, en cuanto que ambos buscan la producción y consumo masivo de diversos productos que circulan en el mercado. Sin embargo, el primero funciona con la reproducción técnica de productos en soportes separados: “cada hilera desarrolló y manejó un modo específico de explotación de acuerdo con el soporte” (Toussaint, 2013, p. 46), lo que implica altos costos de producción, costos casi nulos en procesos de reproducción y circulación y sinergias entre los bienes de distintas hileras, con la finalidad de impulsarse los unos a los otros. En este modelo, una vez agotado el mercado interno, se buscaba exportar (Rionda, 2007). En cambio, elaborar cualquier producto mediante el sistema digital permite situarlo en un soporte intangible y luego reproducirlo también en cualquier medio físico (Rionda, 2007). Esto implica que el mismo producto puede materializarse en cualquier modalidad existente, a partir del archivo digital. Además, se disminuyen los gastos de reproducción y circulación, porque a partir del archivo gratuito, colocado en una red, el usuario puede acceder a él siempre y cuando tenga conexión a internet (Rionda, 2007).

La década de los ochenta y noventa es escenario de esos cambios en la industria. El ámbito editorial también estaba estructurado con el modelo fordista. Estas transformaciones se agregan al cúmulo de cambios sociales, políticos y culturales por los que pasaba la historieta. Ante el problema del avance tecnológico y el cambio de modelo industrial, que implicaba transformar las estrategias y modos de producción, la solución hubiera sido renovar y transformar la historieta industrial a una acorde con el

desarrollo de nuevas propuestas gráficas digitales y productos culturales. Sin embargo, esto no se logró, lo que explica por qué en dichas décadas la historieta industrial iba en declive. El caso contrario ocurrió con las historietas de vanguardia y alternativas, las cuales se crean aprovechando todos los cambios sociales y contextuales que generan la caída de la historieta industrial.

En el caso de la historieta industrial, como agentes, su *habitus* se había estructurado en relación con la época de oro y los inicios de la época de plata, en donde las excelentes ventas los hacían completos dueños del mercado y uno de los principales medios de entretenimiento. Para los ochenta, el contexto, las estructuras objetivas se transformaban vertiginosamente, lo que generó que las acciones de los agentes perdieran su vigencia, ya que:

(...) las prácticas que engendran el *habitus*, regidas por las condiciones pasadas de la producción de su principio generador, están adaptadas de antemano a las condiciones objetivas, siempre que las condiciones en las cuales el *habitus* funciona hayan permanecido idénticas (o semejantes) a las condiciones bajo las cuales se ha constituido (Bourdieu, 2011, p. 79).

Lo anterior explica el caso de la historieta industrial, cuyas estrategias, generadas debido a un *habitus* que se derrumbaba, chocaban con las nuevas condiciones objetivas. La reedición de clásicos, la importación de éxitos, incluso el melodrama y la pornografía, ya no coincidían porque correspondían y funcionaban en condiciones objetivas y contextuales que ya no existían o que estaban reestructurándose. El *habitus* de la historieta industrial era fordista, adaptado a otro contexto cultural, y no fue reestructurado por las editoriales y agentes, en este caso, sólo había dos posibles finales: desaparecer, que fue lo que ocurrió con casi todas las editoriales que en su momento estuvieron en primera división; o adaptarse, que fue el caso de Novedades Editores la cual, en la actualidad, es la única que continúa produciendo historieta bajo el nombre de Hevi Editores.

No sólo la mayoría de agentes colectivos no lograron readaptar su *habitus* a las nuevas estructuras objetivas, también hubo agentes individuales que crecieron con un *habitus* acorde a la época de oro y la mejor parte de la época de plata de la historieta, autores para quienes la historieta desapareció en la década de los noventa y pretendían devolverla a su época de gloria. Como Oscar González Loyo⁵, autor que pretendía generar una industria como la época de oro y cuyas acciones se explican porque “los miembros de una misma clase pueden tener disposiciones respecto del porvenir radicalmente diferentes según pertenezcan a una fracción globalmente en ascenso o declinación” (Bourdieu, 2011, p. 95). Loyo pertenecía a esa clase en declinación, su argumento era compartido por el promotor cultural Carlos Martínez Rentería y Rius, y subrayaba la desaparición de la historieta mexicana, la falta de calidad en muchos de los dibujantes contemporáneos y hacía una fuerte crítica a la publicación de tiras de manera gratuita en la red.

En contraparte, estaban los autores que generaron sus propuestas en la decadencia de la historieta industrial. Ellos aprovecharon los cambios para hacer propuestas adaptadas a las nuevas estructuras objetivas, como es el caso de Bachan y Bef, con quienes tuvieron debates con Loyo e incluso Ruis. Cuando este último hablaba de la desaparición de las historietas mexicanas, Bef dio una respuesta que enfatizaba en que lo que desapareció en los noventa fue la historieta industrial, por el contrario, aquellos que se adaptaron, continuaban vigentes con nuevas propuestas (Fernández citado por Cómico mexicano, 2007).

4. CONCLUSIONES

A lo largo de este artículo se observó la complejidad del campo en dos ámbitos: el del panorama cultural y el de las historietas en México durante las décadas de los ochenta y noventa. Se inició por observar y describir la posición que tenía la historieta en relación con la diversidad de productos y nuevas tecnologías de entretenimiento, que poblaron al país en ese periodo de tiempo. Posteriormente, se analizó el campo en el ámbito la dinámica de historietas, en donde las empresas como Vid, Novaro y Novedades tenían el monopolio de todos los capitales, en especial el económico, que estaba en disputa en su campo; con ello dominaban el juego al estar presentes en las tres divisiones. Lo anterior,

5 Autor de la historieta Karmatrón.

no evitaba que tuvieran una gran cantidad de competidores que ejercían resistencia a su predominio dentro del campo.

El eje que permitió entender todo el proceso y las transformaciones del campo fue la introducción del modelo neoliberal que detonó una serie de importantes cambios: inicialmente, el panorama cultural mexicano se componía de productos culturales creados por industrias fordistas, con un *habitus* adaptado al ámbito cultural mexicano anterior a la década de los ochenta; todo cambió cuando se implantó el modelo neoliberal y las nuevas tecnologías modificaron todos los aspectos culturales del mexicano, incluyendo el de historietas. Finalmente, se crearon nuevos formatos y productos culturales en el ámbito de la historieta; la industria cayó por una falta de adaptación a las nuevas estructuras objetivas, a la par que floreció el cómic de autor.

Este artículo, si bien es semejante a otros estudios sobre cultura e historietas en cuanto a que analizan la dinámica y cambios en la producción de historietas en México, se distingue de otros, en cuanto a que se examinó el campo desde la perspectiva de Bourdieu, haciendo una analogía con el fútbol, además de integrar un acercamiento entre la dinámica cultural y las historietas con la finalidad de examinar la posición de las segundas dentro de toda la gama de productos culturales. En cambio, otros estudios analizan ambos elementos desde perspectivas separadas, poco integradas, que pasan por alto los cambios contextuales y las transformaciones que reestructuraron la historieta mexicana dentro de todo el proceso de consumo de productos culturales. El procedimiento que se usó para analizar este campo permitió aportar un estudio que toma en cuenta una gran cantidad de fenómenos complejos que influyeron en su transformación, todo lo anterior visto no desde una perspectiva única, sino desde múltiples e interdependientes factores.

En este sentido, uno de los principales aportes consiste en examinar el panorama de las historietas mexicanas de fin de siglo, más allá del tema ampliamente estudiado de la época de oro, e interpretar este fenómeno desde el panorama de acción e interacción, en donde los diversos agentes en disputa atendían a reglas de funcionamiento del campo, respondían a partir de su propio *habitus* y estructuras marcadas por su posición. Estos agentes ejercían poder y generaban acciones y productos vinculados al ejercicio y resistencia al poder, lo que explica buena parte de las acciones que se observaron en el panorama de las historietas en la década de los ochenta y noventa, y da pauta a la comprensión del estado de dicho campo en el momento en que la apertura de fronteras permite la introducción del manga japonés, el cual se convierte en uno de sus principales oponentes en un inicio y en un elemento de enriquecimiento e hibridación creativa en posteriores décadas.

REFERENCIAS

- Aboites, L. (2010). El último tramo 1929-2000. En, Escalante, P., García, B., Jauregui, L., Zoraida, L., & Speckman, E. *Nueva historia mínima de México*, (pp. 362-302) El Colegio de México.
- Analco, A. (2007). Cuerpos en papel: la representación del cuerpo juvenil en el fanzine. *Fuentes Humanísticas*, 19(34), 73-87. <http://fuenteshumanisticas.azc.uam.mx/index.php/rfh/article/view/308>
- Aurrecochea, J., & Bartra, A. (1988). *Puros cuentos. La historia de la historieta en México*, México, CONACULTA-Grijalbo.
- Barrero, M. (2004a). *Los precursores de Conan*. Tebeosfera. <https://n9.cl/kfnw>
- Barrero, M. (2004b). *Editorial Novaro*. Tebeosfera: <https://n9.cl/mn7qi>
- Bartra, A. (2001a). Debut, beneficio y despedida de una narrativa tumultuaria (3). *Globos globales: 1980-2000 Revista Latinoamericana de Estudios sobre la historieta*, 1(4). <http://rlesh.mogno.com>
- Bartra, A. (2001b). Fin de fiesta. Gloria y declive de la historieta tumultuaria. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre la historieta*, 1(3). http://rlesh.mogno.com/03/03_bartra.html
- Bartra, A. (2002). Piel de papel. Los Pepines en las educación sentimental del mexicano. En E, Acevedo, *Hacia Otra Historia del arte en México, la fabricación del arte nacional a debate (1920-1950)*, (pp. 127-157). Conaculta.
- Batra, A. [Anden Calacas] (2014, octubre 18). *Moneros y monitos 15 Del Verbo al mono*. [Video] YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=VFJAE0AFm1k>
- Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto, elementos para una sociología de la cultura*. Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (1979). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Taurus.
- Bourdieu, P. (1989). Espacio social y génesis de las clases. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, III(7), 27-55.
- Bourdieu, P. (2000). *Las cosas dichas*. Gedisa.
- Bourdieu, P., and Wacqant, L. (2005) *Una invitación a la sociología reflexiva*. Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (2011). *Las estrategias de la reproducción social*. Siglo XXI.
- Camacho Morfín, T. (2013). *Las historietas del Buen Tono (1904-1922)*. UNAM-UAEH.
- Camacho Morfín, T. (2014). Dibujar historietas. Una enseñanza fuera de la Academia. En A, De los Reyes, *La enseñanza del dibujo en México*, (pp. 335-358). Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Castelli Olvera, S. I. (2017). La introducción del manga en México. [Tesis doctoral, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo]
- Chávez, D. (2008). Cuando el Estado habla en cómic: historieta e historiografía en México. *Quaderns de folologia estudis de comunicació* (3), 51-76. <https://n9.cl/96raf>
- Covo, J. (2002). La Jornada de México y sus territorios. En J. M. De las Voces, *Prensa, impresos y territorios en el mundo hispánico contemporáneo* (pp. 17-30). Pilar.
- Cruz García, R. I. (2010). El taller del perro. Por una historieta de autor en México. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Autónoma de México]
- Cruz Pérez, S. (2010). Una historietista de finales de siglo XX: La obra de José Quintero. [Tesis de grado, Universidad Nacional Autónoma de México]
- Dorfman, A., & Mattelart, A. (1972). *Para leer al pato Donald*. Siglo XXI.
- Enciclopedia de México*. (2008). Planeta.
- Fernández, B. (2007). *Opina Bef por desaparición del cómic mexicano*. Cómic mexicano: <https://n9.cl/049pi>
- Foucault, M. (1980). *Microfísica del poder*. Edissa.
- Gantús, L. (2014). *La increíble y triste historia de la cándida historieta y la industria desalmada*. Gantús Producciones.
- García, L. [Anden Calacas] (2014, Octubre 18). *Moneros y monitos 18 A cien años de Yellow Kid*. [Video] YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Y74Vk1LGcAU>
- Gómez, A. S. (2019). El "Melodrama prostibulario" representado en un historieta mexicana, como expresión del discurso patriarcal. En J.C Suárez, S. Marín & P. Panarese, *Comunicación, género y educación. Representaciones y (de)construcciones*, (pp. 45-58). Dykinson.
- González, C. (2014). Mujeres, Monstruos Y Asesinos Seriales. La Historieta Gótica en La Pluma De Cecilia Pego. *Tonos Digital*, 26, 1-20. <https://digitum.um.es/digitum/handle/10201/39152>
- Hernández, L. N., & Rubinstein, I. F. (2020). The power of butterflies: The legacy of the Mirabal Sisters in an exhibition by the mexican cartoonist Cintia Bolio. *Feminist Encounters. A journal of critical studies in culture and politics*, 4(1), 1-14. <https://doi.org/10.20897/femenc/7907>
- Hernández, L.N., & Rubinstein, I. F. (2018). El sistema nacional anticorrupción mexicano en El libro Vaquero. Deficiencia estructural y solapamiento de responsabilidades. *CuCo, Cuadernos de Cómic*, 11, 30-51. <http://cuadernosdecomic.com/docs/revista11/03%20El%20Sistema%20Nacional.pdf>
- Herner, I. (1979). *Mitos y monitos historietas y fotonovelas en México*. Nueva Imagen.
- Hinds, H. & Tatum, C. (2000). *No sólo para niños. La historieta mexicana en los años sesenta y setenta*. Instituto cultural de Aguascalientes.
- Martínez Rentería, C. (2003). La historieta con inteligencia se extingue. *Generación*, 51.

- Neria, L., & Aspinwall, M. (2016). Popular Comics and Authoritarian Injustice Frames in Mexico. *Latin American Research Review*, 51(1), 22–42. <https://doi.org/10.1353/lar.2016.0007>
- “¿Quiénes somos?”. (2013, julio). Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas. <https://n9.cl/roo83>
- Rionda, J. I. (2007, septiembre). *Fordismo y modernización en la economía mexicana*. La organización social del trabajo y la producción en México en los siglos XIX y XX: <https://n9.cl/gcmil>
- Ruiz Bañuls, M., Rovira-Collado, J., & Baile López, E. (2020). Aproximaciones al mito de Quetzalcóatl a través del cómic: Una lectura didáctica. *Mitologías hoy. Revista de pensamiento, crítica y estudios literarios latinoamericanos*, 21, 319-333. <https://doi.org/10.5565/rev/mitologias.641>
- Serrano, T. & Trejo, R. (2001). *La vida es una historieta. El papel de cómic en la vida cotidiana de jóvenes universitarios de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*. Lito-Graph.
- Swanson, R. (2017). The Mexican nationalist discourse in the Víctor Fox comic Lonely Eagle. *Studies in Latin American Popular Culture*, 35, 79-103. <https://doi.org/10.7560/SLAPC3505>
- Timothy, A., Jan, B. & Jr. Womack, J. (1985). *Historia de México*. Crítica.
- Toussaint, F. (2013). Evolución de las industrias de la cultura (1980-2010). En D. Crovi, *Industrias culturales en México. Reflexiones para actualizar el debate*. (pp. 41-60). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Valderrama, P. (2013). *Fanzines de Tijuana. Estampas de un movimiento en los años noventa*. Replicante. <https://n9.cl/fnr4t>.
- Villagómez, C. (2010 Diciembre). Edgar Clément, una vida dentro del cómic. *Revista Interior Gráfico de la División de Arquitectura, Arte y Diseño de la Universidad de Guanajuato*. <https://n9.cl/a2ij>
- Zalpa, G. (2005). *El mundo imaginario de la historieta*. Universidad Autónoma de Aguascalientes. El Colegio de México.
- Zubieta, A. M. (2000). *Cultura popular y cultura de masas*. Paidós.

AUTORA

Castelli Olvera Sarahi Isuki. Doctora en Ciencias Sociales, área de énfasis Historia. Línea de investigación: cultura visual en la gráfica contemporánea, por lo que sus investigaciones están orientadas a los temas de relacionados con cultura visual, arte contemporáneo, cómic japonés e historieta mexicana. Candidata al sistema nacional de investigadores.

CONFLICTO DE INTERESES

El autor(es) informa(n) ningún conflicto de interés posible.

FINANCIAMIENTO

El artículo como tal no tiene ninguna fuente de financiamiento; sin embargo, está basado en una parte de la investigación doctoral de la autora (enero 2014-diciembre 2016), la cual sí estuvo financiada por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT).

AGRADECIMIENTOS

Dra. Thelma Camacho Morfín, quien como directora de tesis, en su momento proporcionó asesoría e ideas con respecto a la analogía trabajada la investigación doctoral de la cual deriva este artículo.