



Los misterios de Trulalá

(Centro Audiovisual Rosario & Cooperativa de Trabajo Animadores de Rosario Ltda, 2012)

En abril de 2008 el historietista y animador Manuel García Ferré viajó a Rosario para brindar una charla en la Escuela de Animadores de Rosario y ser declarado "Visitante distinguido" de la ciudad. Ese encuentro fue el disparador para que el Centro Audiovisual Rosario y la Cooperativa de Trabajo Animadores de Rosario le rindieran un homenaje ya no al ciudadano ilustre sino al fundador de "Trulalá", el pueblo ficticio del personaje Higitus que rápidamente se convirtió en la sede simbólica del imperio de García Ferré Producciones.

Los misterios de Trulalá es un documental semi-animado que se centra en el programa *Las aventuras de Higitus* (emitido por Canal 13 entre los años 1967 y 1974) con el propósito de analizar la forma de un éxito que perdura hasta nuestros días tanto en el sentimiento nostálgico de una infinidad de fanáticos y coleccionistas como también en la vigencia de un producto que aun hoy se emite por la pantalla chica. De esta manera el film combina material de archivo, entrevistas a los realizadores y una serie de secuencias animadas en las que, emulando el imaginario de la serie, el personaje de Languirucho hilvana la narración a partir de algunos fragmentos extraídos de las cartas

de lectores enviadas a la hoy desaparecida revista Languirucho.

Para desentramar el universo Hijitus es necesario entender el proceso de un suceso que, trascendiendo al dibujo animado, se extendió en la esfera publicitaria, comercial y mediática-masiva (industria televisiva, editorial, discográfica y cinematográfica) alcanzando un lugar de gran notoriedad en la industria cultural argentina de la década de 1960 y 1970. De esta manera el film traza un recorrido que destaca los hitos principales de la carrera del padre de Hijitus, Languirucho, Oaky y Neurus, entre otros personajes de su factura.

García Ferré fue un prolífico realizador de origen español que a los diecisiete años de edad -en 1947- llegó a la Argentina para iniciar la carrera de Arquitectura y emprender sus primeros pasos como historietista. En el año 1952 logró que la revista infantil Billiken comenzara a publicar *Las aventuras de Pi-Pío*, su primera historieta gráfica que versaba sobre el personaje de un pollito que era el sheriff de un pueblo llamado "Villa Leoncia". Años más tarde, de manera autodidacta incursionó en el formato de la animación realizando una serie de cortos animados -también protagonizados por Pi-Pío- que fueron producidos por OCYPA, una productora argentina de circuito hogareño. Paralelamente desembarcó en el mundo de la publicidad animando cortos publicitarios que fueron emitidos tanto en el cine como en la televisión. En este último caso, la aparición de los nuevos canales privados y el poco valor de la pauta publicitaria del momento generaron una gran demanda que atrajo los servicios de García Ferré, quién para esa época ya había fundado su propia productora. Un hecho bisagra en la trayectoria de García Ferré Producciones se desencadenó cuando en plena década de 1960 creó la serie publicitaria *Anteojito y Antifaz*, emitida durante las tandas de Canal 9. Este "jingle omnibus" se caracterizó por colocar a estos dos personajes protagónicos en el desarrollo de una historia que se iba modificando según la entrada y la salida de los anunciantes. En consecuencia, el interés por otorgarle una unidad al eclecticismo de los productos de la oferta publicitaria convertía a la serie en un hecho de corte netamente

comercial.

Llegando por fin al año 1967, el film indaga en los entretelones de *Las aventuras de Hijitus*, la primera serie animada latinoamericana que emitía un capítulo diario en continuidad. Si bien este programa se independizó de los argumentos publicitarios, lo cierto es que los *crossovers* ficcionales entre televisión, historieta y cine, y la magnitud de la *merchandising* (golosinas, juguetes, álbumes de figuritas, perfumes, etc.) hicieron de él un producto indiscutidamente comercial. Sin embargo, un detalle que resulta llamativo es que los testimonios de los animadores, guionistas, actores, coleccionistas y del propio creador coinciden en que a pesar de haber alcanzado un importante éxito y de que su posicionamiento en el mercado muchas veces pudo haber sido comparado con la forma Disney, paradójicamente García Ferré Producciones se caracterizó por ser una productora de manifiesta localía en la que se trabajaba de modo artesanal.

En los antecedentes de *Las aventuras de Hijitus* se observa como el cruce entre disciplinas y el mercado posicionamiento comercial cimienta los presupuestos sobre los que se construye una producción seriada de contenidos infantiles que se inserta en una lógica de mercado de tipo capitalista. Esta situación se enmarca en un período de notoria proliferación de productos culturales destinados a la infancia en el que, sobre todo en el caso de la televisión, se generó una especie de teoría dicotómica que establecía una diferenciación entre las propuestas didácticas -ligadas a la trasmisión de saberes escolares- y las producciones comerciales -que vinculadas a un entretenimiento pasatista consideraban al niño como un potencial consumidor-. Más allá de lo tajante que puede resultar dicha dicotomía, lo cierto es que los años ´60 constituyeron un período en el que el concepto de infancia se empezó a delinear como una nueva categoría y un inédito nicho de mercado.

De esta manera podemos observar que las propuestas de García Ferré están al servicio de una industria cultural porque sus contenidos están en función de vender algo o porque las



Cine Documental



mismas producciones se convierten en mercancías que toman la forma del *merchandising*. Del otro lado de la moneda, la audiencia es susceptible de adoptar una posición consumista o una práctica receptiva, productiva y re-significativa cuya apropiación semántica juegue un factor emocional en la construcción identitaria del cuerpo individual y social. En este sentido, *Hijitus* trasciende la historieta y el dibujo animado para configurarse como un fenómeno masivo al servicio de una industria cultural que interpela las emociones de generación en generación.

Elina Adduci Spina

Ficha técnica:

Edición: Pablo Rodríguez Jáuregui. Sonido: Ernesto Figge.

Producción: Centro Audiovisual Rosario & Cooperativa de Trabajo Animadores de Rosario Ltda. Duración: 43 min. Origen: Argentina.

Año: 2012