

EN TEORÍA

Las conexiones entre cómics y cultura

Relativismos geográficos, históricos y estéticos

por Javier Coma*

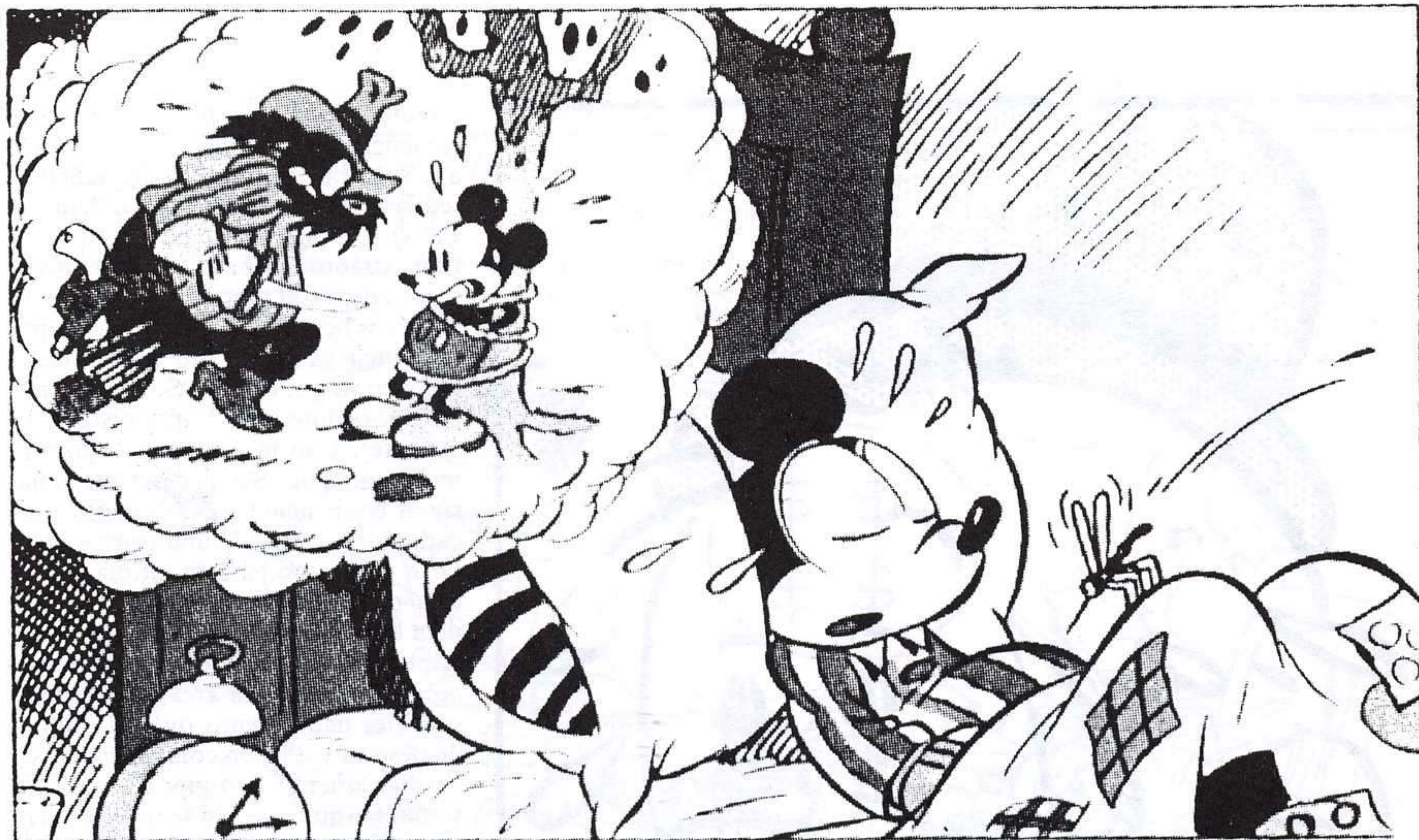
«No es lo mismo hablar de cómics aquí o en Estados Unidos. No es lo mismo hablar de las revistas españolas de historietas o de las secciones de cómics en la prensa diaria americana. No es lo mismo hablar de los adolescentes hispánicos que se consideran aficionados a los cómics o del americano adulto que



PAT SULLIVAN. FELIX THE CAT. KING FEATURES SYNDICATE, 1934.

compra el periódico y lee cada día las tiras de narrativa gráfica. No es lo mismo». Planteadas estas bases,

el autor sostiene que tampoco es lo mismo hablar de una cultura del cómic en España que fuera de ella y que incluso podría decirse que las conexiones entre cómic y cultura en nuestro país son inexistentes. Esa es la conclusión que expone en este artículo Javier Coma, especialista de larga trayectoria y con una amplia obra publicada.



WALT DISNEY. MICKEY MOUSE. WALT DISNEY PROD., 1933.

Empezaron a abrirse espacio y camino en los suplementos dominicales a color y gran tamaño que los diarios brindaban al público americano en el ocaso del siglo pasado. Eran anécdotas humorísticas, con dibujos de amplias dimensiones y considerable exuberancia estilística, donde poco a poco los textos confluyeron con las imágenes para establecer un nuevo arte narrativo, el que, dada su temática inicial, sería bautizado luego con el nombre de cómics. El siglo XX albergaría pronto la derivación de la joven fórmula artística hacia las páginas interiores de los periódicos en sus ediciones para los días laborables, y cierta necesidad industrial de unificación de formatos condujo a la clásica tira, integrada por unas pocas viñetas en blanco y negro. Convivieron desde entonces las *sundays*, o entregas dominicales de una página o fracción de página, y las *dailies*, o tiras diarias cuyo conjunto for-

maría las secciones de cómics con dos o tres páginas a su disposición desde el lunes hasta el sábado.

Nacía simultáneamente la industria del cómic, en forma paralela a como se desarrollaba la industria cinematográfica; ambos artes, el noveno y el séptimo respectivamente (el octavo sería la fotografía), proponían relatos visuales con ayuda de la palabra y disfrutarían de interconexiones de todo tipo. En el aspecto industrial y comercial, las similitudes fueron notorias, gracias a los paralelismos entre las agencias de cómics, llamadas *Syndicates*, y las compañías cinematográficas. Las *Syndicates* producían series de cómics, las distribuían a los periódicos y, al estar relacionados con poderosas cadenas de prensa diaria, intervenían indirectamente en la difusión de sus productos al público. Las compañías cinematográficas elaboraban films, los distribuían a las salas de proyección y, al tener decisivos in-

tereses en amplias redes de salas, controlaban la exhibición ante los espectadores. Tanto el consumo de cómics como el de films era, de esta forma, masivo: *dailies* y *sundays*, publicadas en centenares de periódicos, eran degustadas por un público de extensión gigantesca, mientras que los largometrajes cinematográficos, exhibidos en un alto número de locales, eran disfrutados por multitud de asistentes.

Resulta didáctica la comparación con el cine para entender no sólo la enorme repercusión de los cómics de la prensa en Estados Unidos sino también el notable status creativo, profesional y social de los autores de narrativa dibujada en aquel país.

Como estrellas de Hollywood

A lo largo de una serie de charlas para profesorado de colegios, que llevé a cabo recientemente por encargo del Departament d'Ensenyament de la



E.C. SEGAR. POPEYE. KING FEATURES SYNDICATE, 1936.

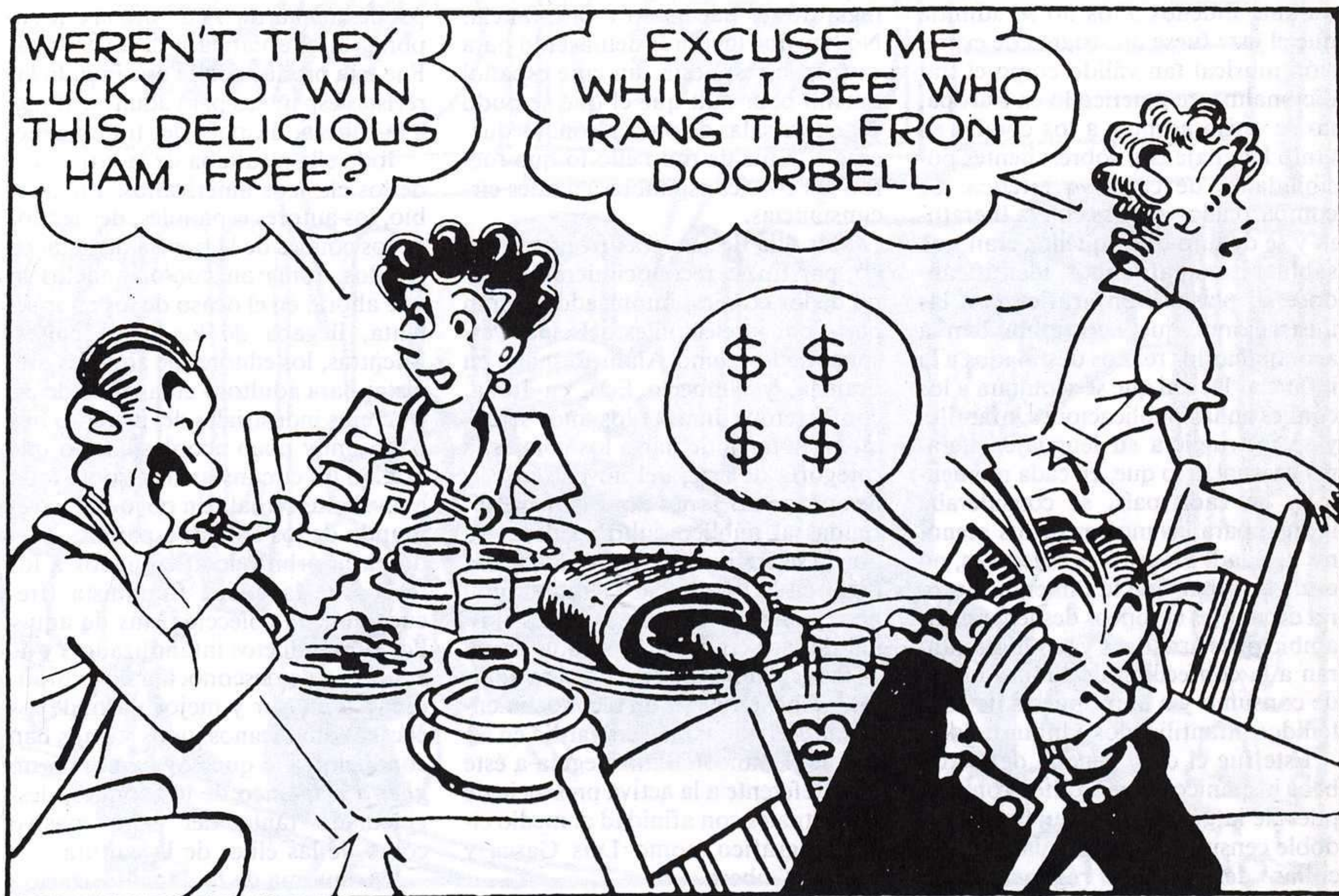
Generalitat de Catalunya, tuve ocasión de sorprender a los sucesivos auditorios mediante el ejemplo constituido por *Peanuts*, la serie coprotagonizada por Charlie Brown y Snoopy, en lo referente al status profesional de los más destacados creadores de cómics para la prensa americana.

Les propuse el siguiente cálculo. *Peanuts*, una serie que debutó en 1950 y que ha permanecido sin interrupción en los periódicos hasta hoy, se publica cotidianamente ahora mismo en dos mil de ellos. Es decir, cada tira de Charlie Brown y Snoopy se reproduce simultáneamente en dos mil di-

ferentes soportes de prensa y, en consecuencia, es retribuida dos mil veces a la Syndicate que la distribuye (el United Feature, conectado con la United Press). Las tarifas de reproducción varían extraordinariamente según países y periódicos, al tiempo que engloban distintos beneficios económicos para la agencia y el autor (que en este caso es único ya que Charles Schulz desempeña los cometidos de guionista y dibujante). Cabría suponer, de forma modesta, que Schulz percibe una suma equivalente a 500 pesetas por cada publicación de una tira de *Peanuts*; por tanto, si se multiplica esta cifra por la de dos mil, que corresponde a la globalidad de periódicos suscriptores de la serie, resulta que dicho autor cobra por la creación de una sola tira nada menos que un millón de pesetas y que, en consecuencia, se ve diariamente enriquecido con tal suma. Disminúyase, si se quiere, la cifra elegida como hipotético promedio a la mitad, y pártase de la base de que autor de *Peanuts* «sólo» cobre 250 pesetas por publicación; la cantidad total de beneficios por día, medio millón de pesetas, sería también espectacular.

Quizás se piense que *Peanuts* es una excepción. Pero no lo es. Una serie poco conocida en nuestras latitudes, *Blondie* (de la que ahora se han publicado antiguas entregas dominicales en el mensual *TBO*), linda también con una venta a dos millares de diarios, y otras obras de cómics americanos se acercan a esta inmensa distribución. No hace falta, tampoco, llegar a tanto para que el autor de una serie de cómics para la prensa de Estados Unidos logre enormes beneficios por su trabajo; basta lo que habitualmente exigen los Syndicates, la publicación en varios centenares de periódicos, para que una obra del medio comentado tenga garantizada su permanencia y asegure a su responsable una vida económicamente privilegiada.

Hoy día la influencia de los cómics



CHIC YOUNG. BLOUNDIE. KING FEATURES SYNDICATE.

en la sociedad americana es inferior a la que tuvieron en los años treinta y cuarenta, antes del advenimiento de la televisión. Por aquel entonces, el autor de narrativa dibujada que había colocado una obra en la prensa gozaba de una extraordinaria popularidad, un alto respeto social, y unas pingües ganancias. Era una figura pública, comparable desde diversos puntos de vista, a las estrellas de Hollywood. Y su parentesco con el cine se incrementaba en virtud de que muchos cómics obtenían versiones cinematográficas, a la vez que adaptaciones a la radio, a la novela e incluso al teatro. Véase en este fenómeno, la proyección de una serie de cómics a otros

medios, una nueva fuente de ingresos, nada desdeñable en múltiples casos. Y obsérvese también en este cuadro de repercusión cotidiana e ingente el matiz referido a la calidad de los lectores: eran los consumidores de los diarios, o sea el sector más culto de la población adulta, un sector que aceptaba y saboreaba los cómics porque estaban hechos a su medida. Este es uno de los motivos de la gran calidad estética de numerosas obras de cómics durante la edad de oro de la cultura y de las artes americanas, la edad de oro que transcurrió desde los últimos años veinte hasta la década de los cincuenta y que se nutrió igualmente de una pasmosa fertilidad en

el cine, la novela, el jazz, el teatro y otros medios de expresión.

Reconocimiento cultural en Europa

Dadas las circunstancias comentadas, no hubo necesidad de reconocimiento cultural de los cómics en Estados Unidos, al igual que ocurrió con el jazz o el cine; eran artes nuevos pero instalados en la vida cotidiana y en la cultura tanto popular como elitista. Por el contrario, el continente europeo tardó mucho tiempo en descubrir y reconocer a los cómics como un medio expresivo que daba y podía dar obras de singular y elevado relieve ar-

tístico. De forma equiparable a cómo durante muchos años no se admitía que el jazz fuese un sistema de expresión musical tan válido como el tradicionalmente practicado en Europa, no se quiso aceptar a los cómics en tanto lenguaje con sobresalientes posibilidades de creación estética. Se comparó a los cómics con la literatura y se dedujo que aquéllos eran una subliteratura para niños, identificándose su plasmación gráfica con las ilustraciones que acostumbraban a acompañar los relatos destinados a la infancia. De ahí que se sepultara a los cómics en las publicaciones infantiles y se restringiera su lenguaje, literario y visual, a lo que, en cada momento y en cada país, se consideraba idóneo para las mentes de los menores de edad. En estas condiciones, no es de extrañar que la inmensa mayoría de autores europeos desdeñaran las ambiciones artísticas y se autolimitaran a la confección de subproductos de consumo y a la propuesta de contenidos infantilizados e infantiloides.

Este fue el caso general de los tebeos hispánicos que proliferaron después de la guerra civil, sujetos a una doble censura franquista, la muy peculiar del nefasto régimen y la referida a que las publicaciones de cómics tenían que ser «aptas para niños». Acudamos de nuevo al parangón con el cine para proponer al lector de estas líneas una hipótesis demencial: ¿qué cine americano hubiéramos visto en España durante la dictadura si hubiese regido la norma de que todos los films provenientes de Estados Unidos tenían que ser «aptos para niños» o adaptarse, mediante el tijeretazo y el doblaje, a tal categoría? Pues bien, hubiéramos contemplado un cine americano semejante a los cómics americanos que se editaron aquí: los menos adultos e inteligentes de la producción de aquel país, y además manipulados y desfigurados hasta límites grotescos.

En el mismo nivel de hipótesis imaginemos qué cine español se habría

producido de tener que sujetarse a la regla de ser adecuado a la infancia. No hay que lucubrar demasiado para extraer la respuesta: un cine español mucho peor aún que el que se pudo ver en las salas de proyección. Dedúzcase a la luz de todo ello lo que fueron los cómics españoles en tales circunstancias.

Más allá de nuestras fronteras llegó, por fin, el reconocimiento cultural de los cómics, impulsado en gran parte por intelectuales del cine. Personalidades como Alain Resnais, en Francia, y Umberto Eco, en Italia, confluyeron, durante los años sesenta, en la tarea de dar a los cómics la categoría de arte, del noveno arte, y de apoyar ediciones expresamente dirigidas al público culto y adulto ya que la narrativa dibujada no hallaba lugar en la prensa, su medio natural por excelencia. De ahí vino, tras el final de la dictadura, la oleada de revistas españolas de cómics para adultos, alimentada por un reconocimiento cultural que si bien era tardío en relación al francoitaliano seguía a éste en lo referente a la activa presencia de intelectuales con afinidad al medio cinematográfico, como Luis Gasca y Román Gubern.

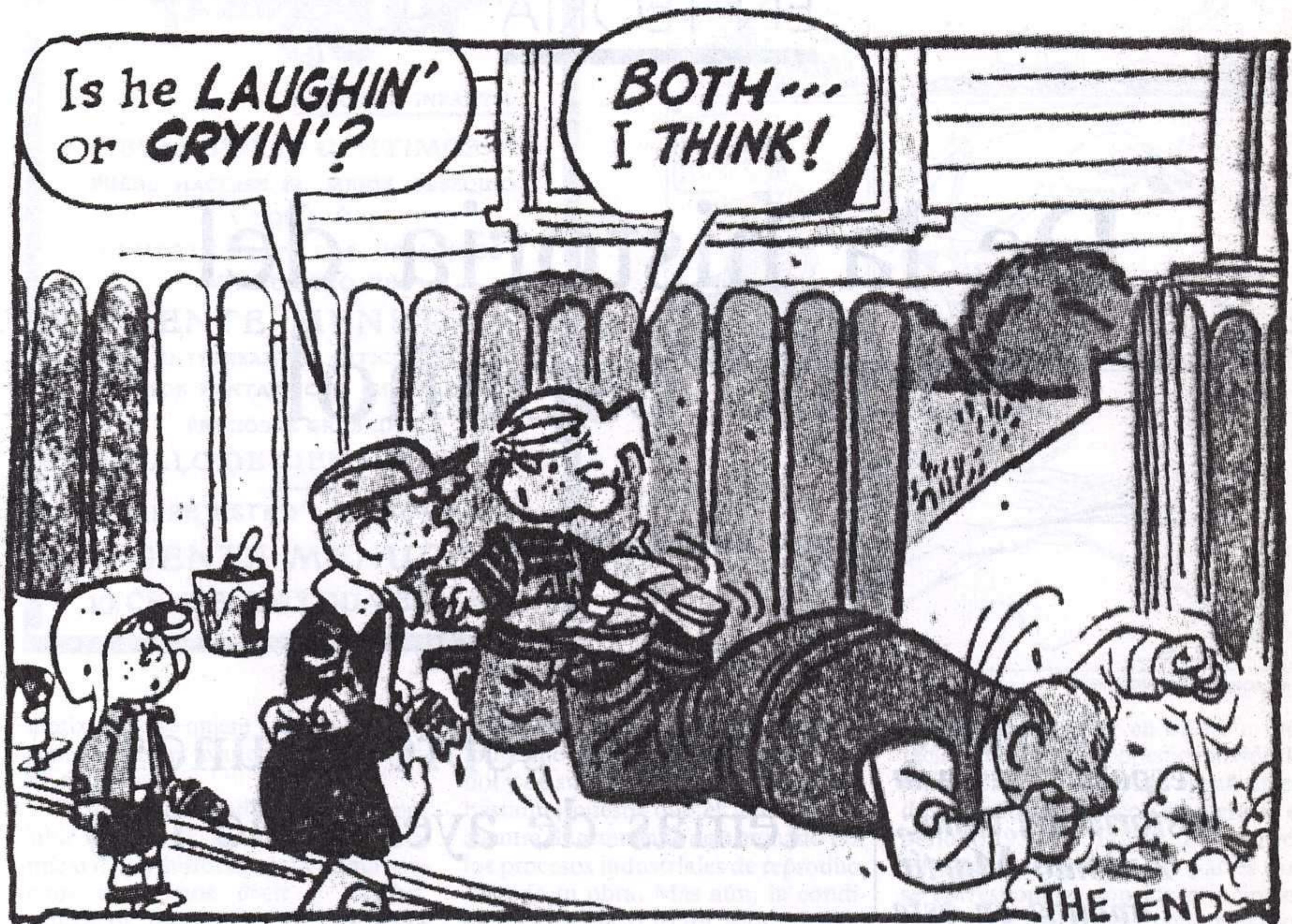
El problema industrial

Los adalides del reconocimiento cultural de los cómics en Francia e Italia propusieron ediciones de los clásicos americanos con extrema fidelidad a los originales y el desarrollo de cómics autóctonos a partir de tales modelos (con la ventaja añadida de que, al no publicarse en la prensa sino en revistas y volúmenes específicos, disponían de más amplios márgenes de expresión). Surgió así una importante producción de obras francesas e italianas que se agregó a los cómics procedentes de Gran Bretaña (donde sí aparecían en la prensa diaria) y de Argentina (donde la constante importación de series americanas había repercutido en una excelente escuela autóctona)

para integrar el núcleo principal de una narrativa dibujada que suponía la alternativa a la americana. Fue esta producción la que inundó las revistas españolas para adultos, *Totem* a la cabeza, después del franquismo.

Toda ella resultaba de la influencia de los clásicos americanos. En cambio, los autores españoles, desligados de los cómics de la prensa de Estados Unidos, tomaron como modelos lo que ahora, en el ocaso de los años setenta, llegaba de los otros países. Mientras, los editores de aquellas «revistas para adultos» emanaban de estructuras industriales del pretérito hispano, muy poco acordes con lo que exigían las circunstancias, sobre todo a nivel intelectual. En poco tiempo el mundo de los cómics españoles quedó en la órbita de aficionados a los tebeos de la época franquista (frecuentemente coleccionistas de aquellos subproductos infantilizados) y de editores que desconocían en profundidad la mayor y mejor parte de los clásicos americanos; unos y otros han conducido a lo que hoy parece ser un *ghetto* hispánico de los cómics, desvinculado tanto del éxito masivo como de las élites de la cultura.

Un síntoma de la desculturización de la industria española de los cómics reside en la ausencia de buenas ediciones de los clásicos del medio, un fenómeno que sería ciertamente extravagante si se produjera en el campo de, por ejemplo, la novela. Bien es cierto que, en un momento dado, hubo algún editor que intentó apostar por la cultura de los cómics, como testimonia la aparición en 1983 de una historia del medio en fascículos para la que se requirió a más de cuarenta especialistas de una docena de países y que sigue siendo un logro de primer orden a nivel internacional. Pero no se siguió en esta línea y se perdió al público culto y adulto que había demostrado sobradamente su interés por los cómics a finales de los años setenta y a principios de los ochenta. Incluso los responsables de las secciones de



HANK KETCHAM. DENNIS THE MENACE. FIELD NEWSPAPER SYNDICATE, 1960.

cultura en los medios informativos prefieren hacerse eco de series populares pero con limitado alcance artístico antes que enfocar con rigor la actualidad de los mejores rumbos de los cómics.

En consecuencia se ha vuelto al pasado. Al pasado de los tebeos de consumo, más bien pueriles, con escasa ambición intelectual, pésimamente escritos, y con absoluta falta de impacto en las áreas cultas de la población. El reconocimiento cultural ya no existe y, a lo más, se mira al mundo hispánico de los cómics con ojos benevolentes pero suspicaces, conmisericordiosos pero displicentes. Se ha confundido al medio con su actual im-

plantación en nuestras latitudes y lo triste radica en que, desde las instituciones públicas, no se intenta cambiar esta implantación porque no se acierta a imaginar otra distinta.

Los cómics fueron y son importantes por constituir un medio que produjo *Li'l Abner* de Al Capp, *Thimble Theatre* de Elzie Crisler Segar, *Krazy Kat* de George Herriman, *Wash Tubbs* de Roy Crane, *Terry and the Pirates* de Milton Caniff, *Little Nemo in Slumberland* de Winsor McCay, *Pogo* de Walt Kelly, *The Spirit* de Will Eisner, *Bringing Up Father* de George McManus, y porque de su seno surgieran los personajes celtibéricos que acuden de inmediato a la mente

de los responsables de la cultura del país cuando se habla de narrativa dibujada. Las conexiones españolas entre cómics y cultura son casi nulas y tratar en nuestros lares de una cultura de los cómics parece una broma de mal gusto. ■

* Javier Coma es especialista en cómics, cine, novela negra y jazz.