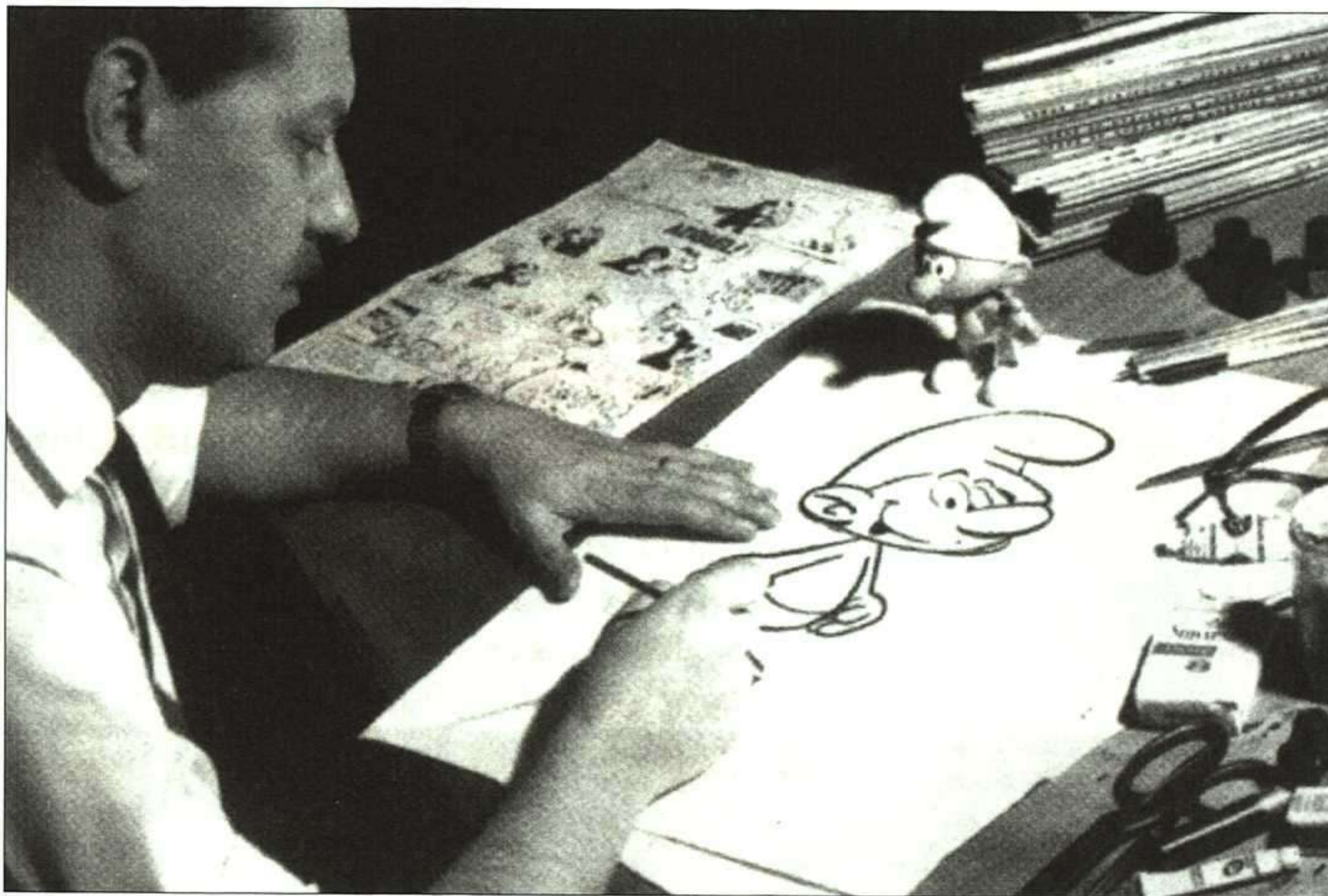
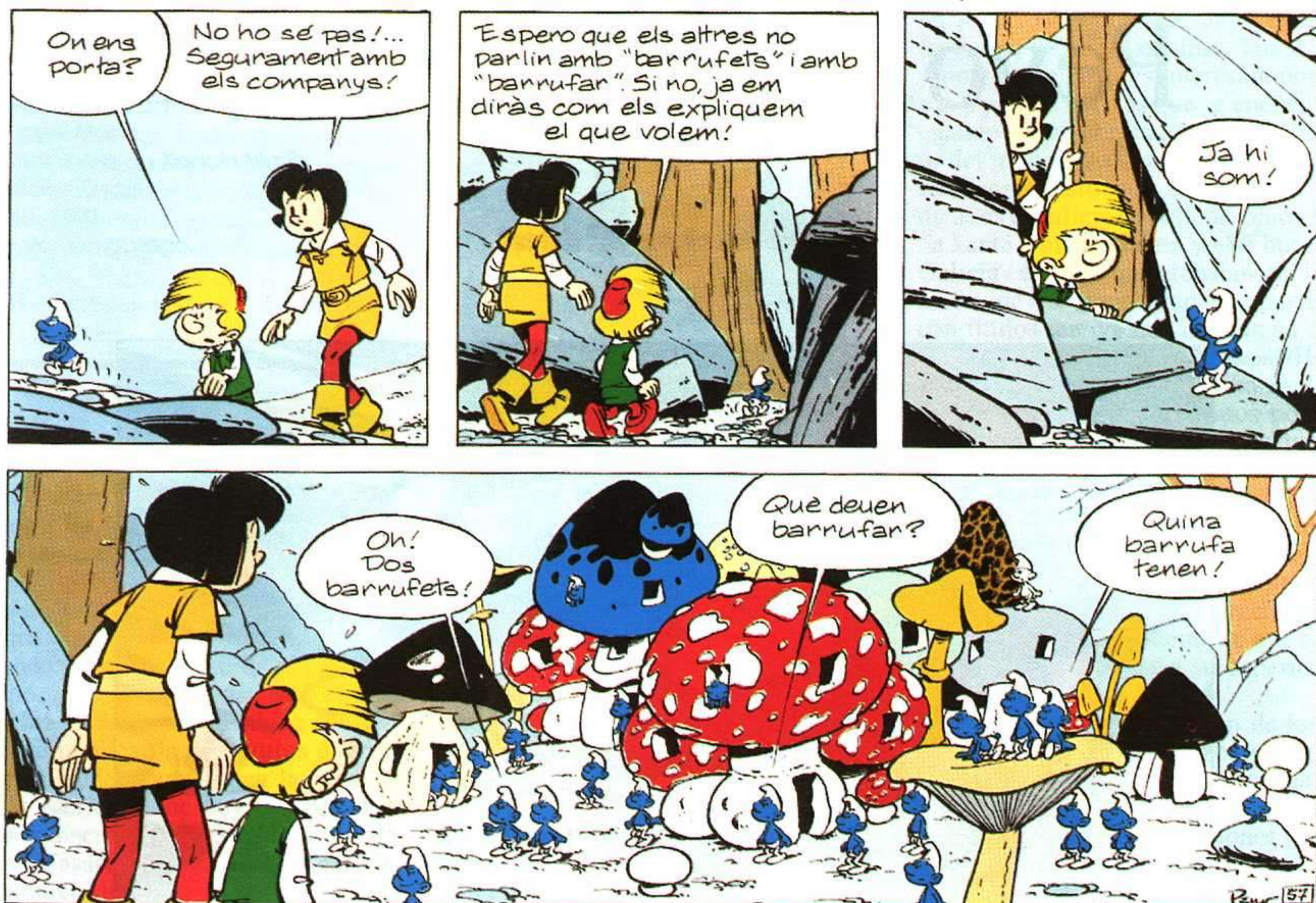


Peyo, el mago azul

por Víctor Aldea*



Peyo, nacido Pierre Culliford, es junto a Hergé, Franquin o Morris uno de los grandes de la historieta que Bélgica ha dado al mundo. Es el padre de personajes como Johan, Pirluit, Valentín Acero o el gato Pusy, pero es, sobre todo, el creador de un universo poblado por duendecillos azules que hablan una lengua muy especial, nos referimos, cómo no, a los pitufos, que desataron en su momento una verdadera fiebre «pitufera», tanto en Europa como en América. En España, el momento de máxima gloria de los pitufos se produjo en la década de los 80, pero las actuales generaciones no los han olvidado.



Viñetas pertenecientes a La flauta dels barrufets (Norma, 1999). En catalán, los pitufos son barrufets, y Johan y Pirluit son Jan y Trencapins.

Un pitufo que pitufa pitufo es un dragón que escupe fuego», con esta irrefutable claridad susurraba las claves de la particular lengua pitufa el creador de los famosos enanos azules.

Pierre Culliford, Peyo para sus lectores, nació en Bruselas el 25 de junio de 1928. El menor de tres hermanos, un chico y una chica, compartía sangre inglesa por parte de su padre, un agente de bolsa que murió cuando el futuro dibujante de cómics tan sólo tenía 8 años, y sangre belga por parte de su madre. En casa de los Culliford, al pequeño Pierre se le conocía con el apelativo cariñoso de Pierrot, pero a un primo suyo inglés

menor que él le resultaba imposible pronunciar semejante nombre y lo más parecido que acertó a llamarle fue Peyo. Años más tarde, cuando Pierre empezó a firmar sus primeras tiras de dibujos, recuperó el curioso nombre, del que ya nunca prescindiría y al que el trabajo y la fortuna emparejarían con una de las creaciones infantiles más queridas por generaciones de niños y que acapararía la curiosidad de tantos otros adultos: el particular mundo de los pitufos.

La infancia de Culliford transcurrió como la de tantos otros niños de su tiempo. Fue a la escuela (nunca se tuvo por un estudiante meritorio, sobre todo porque se pasaba las horas de clase llenando los li-

bro y los cuadernos de estudio con un sinfín de dibujos y caricaturas que le hervían en la cabeza), jugaba con sus amigos y, de vez en cuando, recibía la visita de sus tíos y primos ingleses. Entre 1935 y 1940, Peyo desarrolló una verdadera afición al escultismo y fue gracias a su jefe escultista como decidió que de mayor nada le satisfaría más que convertirse en guionista para poder predicar con el ejemplo del líder de su grupo, un narrador excelente. A cada nueva salida, el jefe escultista improvisaba sobre la marcha los interminables avatares de un personaje de la antigua Roma muerto hacía cientos de años, pero que había vuelto a la vida en el siglo XX. El romano cayó en

tanta gracia a Peyo, que el niño plasmó algunos de los personajes de la particular historia en el papel y, a partir de entonces, empezó a fantasear con el día en que él tuviera la oportunidad de inventar sus propias historias.

Acaso fue ésa la razón por la que el pequeño se entregó con devoción a sus dibujos y a las lecturas de sus libros favoritos (entre los que se contaban las novelas del humorista inglés Jerome Klapka Jerome, autor de *Tres hombres y una barca*, y las obras de otro cultivador del humor literario, en esta ocasión francés, Alphonse Daudet, sobre todo *Cartas desde mi molino*) y de cómics franceses y americanos, con una especial admiración por otro de los grandes del noveno arte: Hergé, cuyos álbumes el pequeño Pierrot veneraba y nunca se cansaba de releerlos, hasta que llegó a aprenderse-los de memoria.

Peyo, con 16 años y después de tener que abandonar la escuela a causa de la Segunda Guerra Mundial, salió de casa en busca de trabajo y empezó a ganarse la vida como ayudante de proyectorista en un cine de barrio. Al poco de finalizar el conflicto, Peyo consiguió colocarse como acuarelista en un estudio de dibujos animados belga, los CBA, donde el aprendiz trabó amistad con otros dos futuros grandes de la escena del cómic belga, que oficiaban de animadores: Franquin (creador de Spirou, Fantasio, el Marsupilami y Gastón el Gafe, entre otros) y Morris (padre de Lucky Luke). La aventura en el estudio, sin embargo, duró poco, pues la empresa no pudo hacer frente a la competencia de las producciones americanas que, como consecuencia de la liberalización del mercado, desembarcaron en Europa, terminaron de barrer el viejo continente, debilitado

ya por los desastres de la contienda, y los CBA fueron a la quiebra. No obstante, Culliford ya había tenido su primera experiencia en el mundo de la animación y, además, había hecho amigos que compartían su mismo interés por las historietas. La semilla, pues, ya estaba plantada y ahora tan sólo era cuestión de tiempo poder recolectar los primeros frutos.

La siguiente parada en la vida profesional de Peyo fue como empleado en una agencia publicitaria, pero consciente de que el talento requiere técnica para sacarle el máximo provecho, ingresó también en la Academia de Bellas Artes de Bélgica y se apuntó a clases de Dibujo, donde, según parece, los estudiantes no podían aspirar más que a copiar bustos de yeso y cuyo profesor le pronosticó que no confiara en alcanzar ninguna meta en la disciplina artística en la que se había matriculado.



PEYO, LA FLAUTA DE LOS SEIS PITUFOS, DIÁFORA, 1981.

A la izquierda, foto de Franquin, Peyo y Walthery.
A la derecha, fotograma de *La flauta de los seis pitufos*.



Primeras oportunidades

Culliford tuvo a bien desoír el desaire de su maestro y perseveró en hacerse un hueco en el mundo del noveno arte que se producía en Bélgica. El joven llamó a las puertas de distintas publicaciones de la época, pero la suerte no le acompañó hasta que en 1946, aún sin cumplir los 18 años, consiguió publicar sus primeras creaciones en la revista *Riquet*, el suplemento infantil del periódico *L'Occident*. Se trataba de pequeñas historias para las que creó dos personajes: el escultista Puce y el indio Pic-Tendre que, sin embargo, tuvieron una vida poco menos que testimonial. Resulta fácil advertir el pequeño homenaje del joven dibujante al admirado jefe de sus tiempos de escultismo, que tanta pericia demostraba cuando de contar historias se trataba, y a quien, en gran medida, debía el gusanillo por la incipiente profesión de guionista con la que empezaba a experimentar.

El mismo año empezó a colaborar en el semanario *Le Petit Monde*, del que sólo llegaron a aparecer cincuenta y nueve números, y para el cual, en colaboración con Willy Vandersteen, escribió y dibujó las historias de un detective: *Les Enquetes de l'Inspecteur Pik*, un hombre bajito que vestía sombrero, llevaba gafas y bigote, y era un incansable fumador de pipa. Personaje muy influenciado por los hermanos Hernández y Fernández de los álbumes de *Tintín*, creados por su admirado Hergé.

Pese a estos primeros escauceos con historias de cómic, ninguno supuso para Peyo ni el éxito ni el reconocimiento que el artista perseguía, situación que dio un giro de trescientos sesenta grados cuando, aún en 1946, entró a trabajar para el periódico *La Dernière Heure* y aprovechó la ocasión para imaginar un nuevo personaje, Johan (o Jano según quien firme la traducción castellana), un joven paje al servicio de un tal Lord Aauvon. Ambientadas en la Edad Media, las aventuras de Johan, aunque dibujadas con un trazo bastante torpe y presentadas en un escenario muy pobre, entraron al público por el ojo derecho y Culliford, acaso animado por el recibimiento dispensado por parte de los lectores, siguió creando nuevas planchas hasta el año siguiente. Tres años más tarde, ya en

1950, un periódico de la competencia, *Le Soir*, recuperó los originales y los publicó con cierta regularidad hasta 1952, año decisivo en la trayectoria del padre de la criatura, porque en septiembre Peyo entró a formar parte de la legión de colaboradores de la famosa revista juvenil *Spirou*.

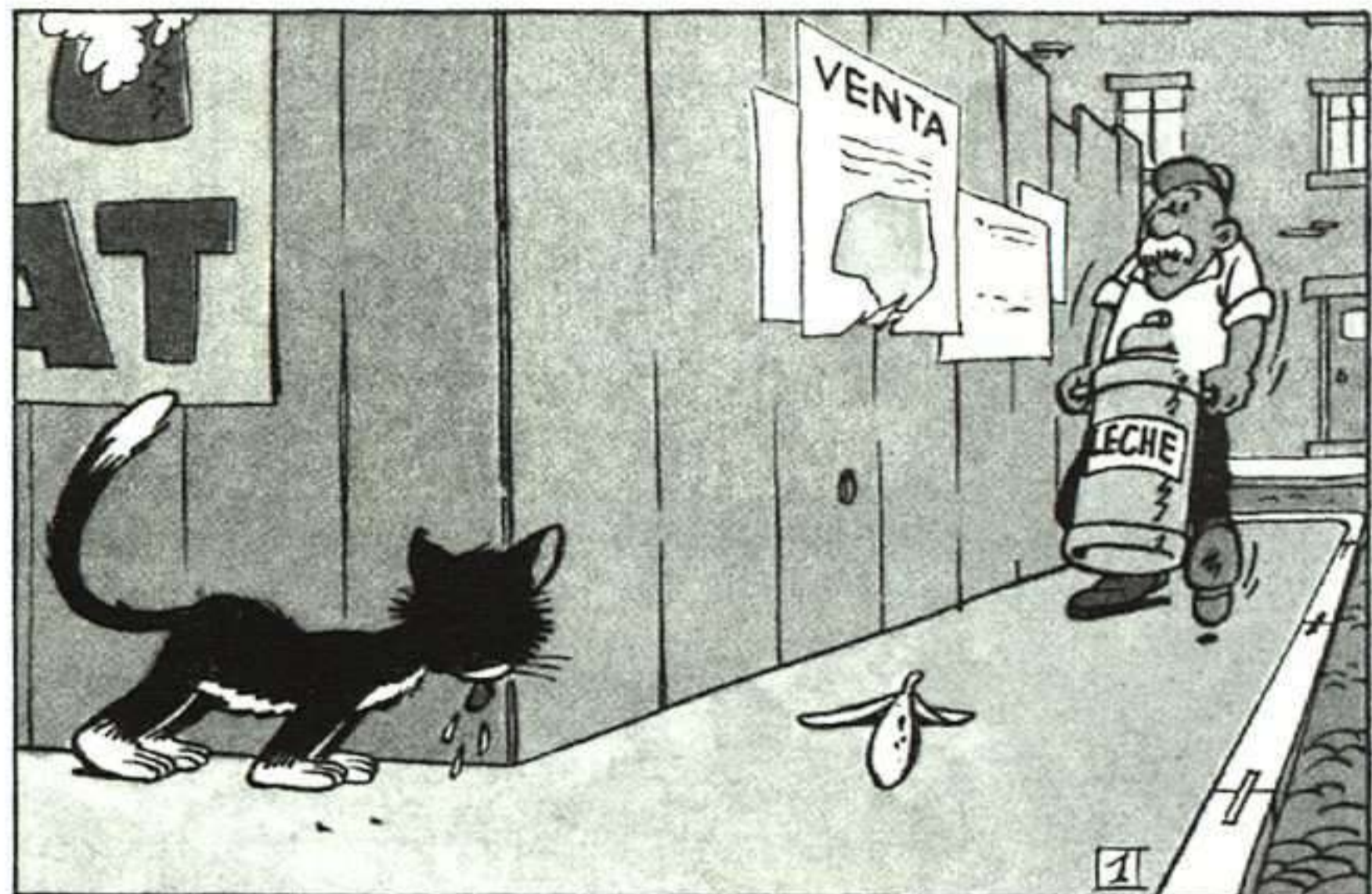
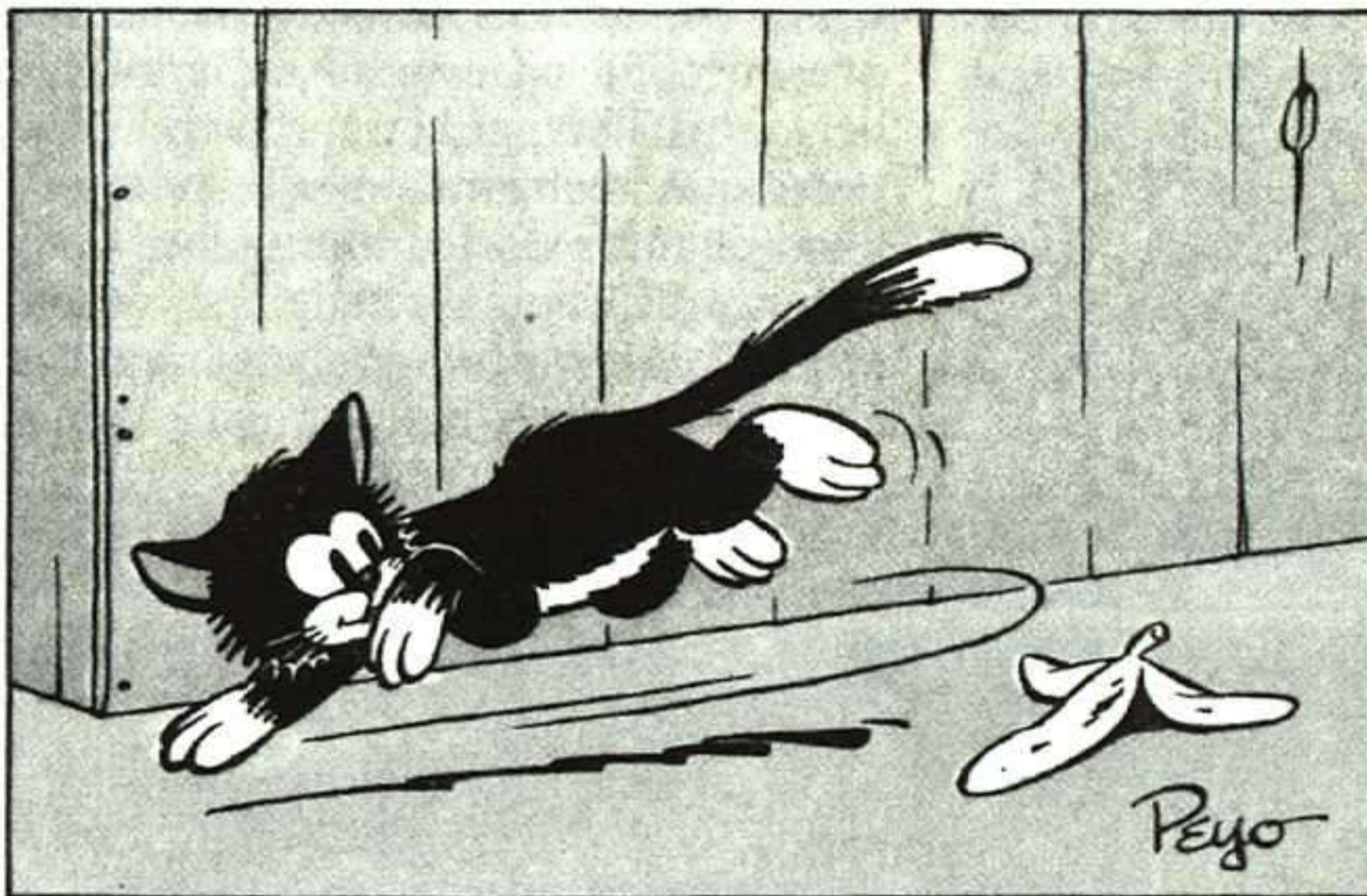
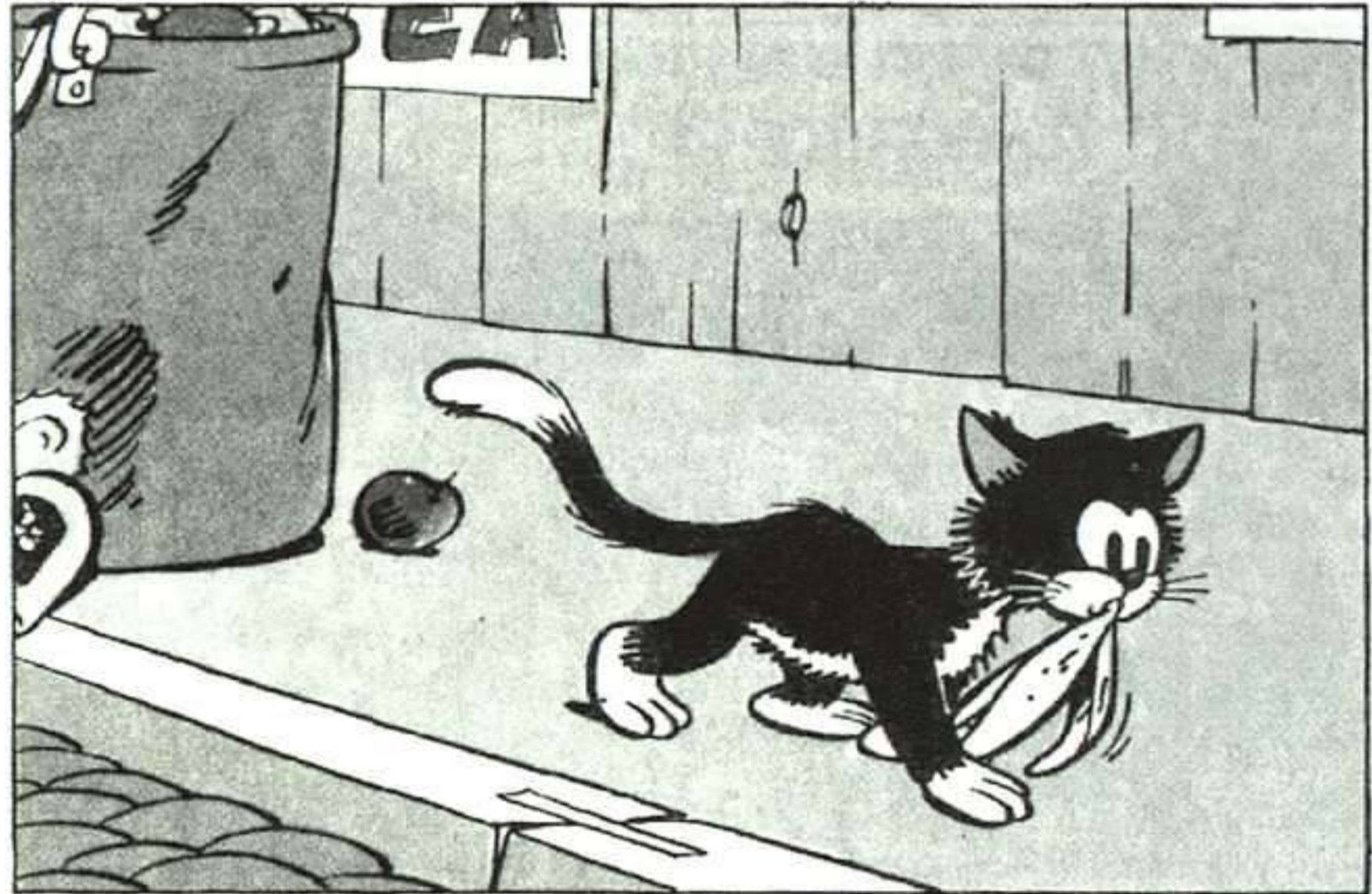
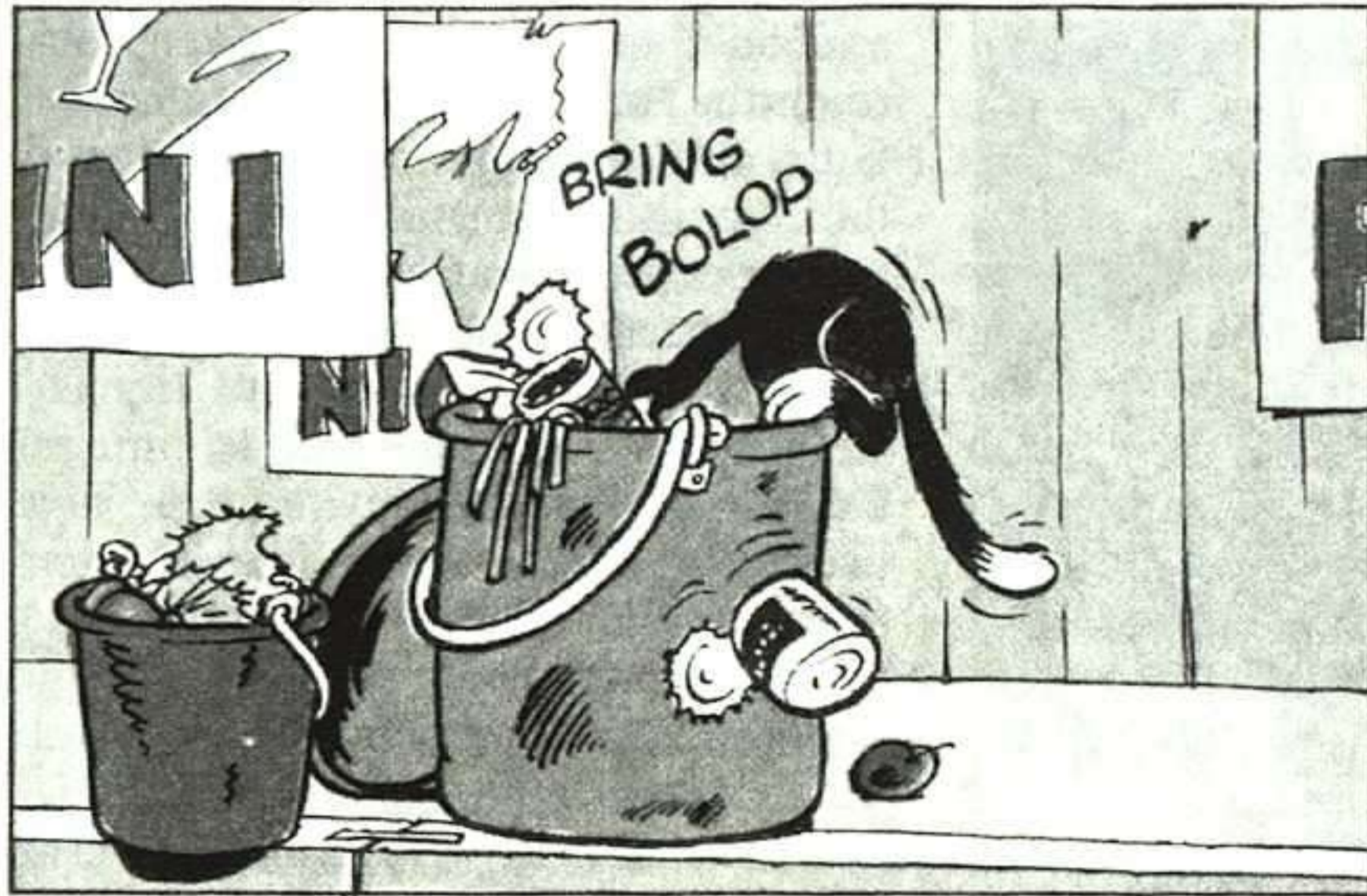
En 1937, Dupuis Editions, que ya contaba en su haber con distintos periódicos, decidió lanzar al mercado una revista semanal dirigida exclusivamente al público juvenil y así nació *Spirou* (palabra valona que puede traducirse por «ardilla» y con la que se bautizó al conocido personaje, que más tarde se convertiría en el símbolo del magacín). La revista fue un trampolín para muchos de los guionistas y dibujantes de cómics belgas del momento y gran parte de los personajes más queridos por el público valón y francés de la época —Spirou y Fantasio, el Marsupilami, Buck Danny o l'Oncle Paul— hicieron su primera aparición pública en sus páginas.

Cuando Peyo presentó en el semanario las nuevas aventuras de Johan, ahora convertido en un aguerrido caballero, dibujado con un estilo mucho más rico y depurado que el de las primeras historias, el éxito le sonrió desde el principio. En 1954, la editora de *Spirou* sacó a impresión el primer álbum de la serie, *Le Châtiment de Basenhau* (*El Señor de Basenhau*), que recogía las aventuras por entregas que habían ido apareciendo en el semanario.

Al año siguiente, se ofreció a Yvan Delporte el puesto de redactor jefe, cargo que aceptó y, resuelto a dar un nuevo brío a la revista, apostó por la publicación de nuevas historias autónomas y de importantes series nacionales e internacionales, lo que consiguió afianzar aún más el prestigio y la difusión popular del magacín.

Entre tanto, Peyo seguía trabajando en su serie de Johan y, en 1955, mientras dibujaba la tercera aventura del caballero medieval, *Le Lutin du bois aux roches* (*La verdadera historia del pequeño Pirluit*), dio con uno de sus mayores logros: el pequeño y alocado Pirluit (Pirluit, en castellano). El personaje, a caballo entre un hombrecillo y un niño, aportó a la serie una saludable dosis de humor. Simpático y corrosivo al mis-





PEYO, ¡VIVA PUSY!, UNICORN, 1985.

mo tiempo, pronto se granjeó las simpatías del público. Con Pirluit, Peyo logró crear al perfecto antihéroe, un comediante que desdramatiza y aporta su particular solución a muchas de las situaciones límite con las que tropieza su compañero Johan a lo largo de sus trifulcas. Hay quien ve en Pirluit un eco de la figura de Sancho Panza, aunque es cierto que con una transmutación de los atributos propios de Don Quijote: alocado, soñador y egótrico, para quien las más de las veces el fin justifica los medios y que no pone el más mínimo reparo en asomarse al puchero de la sopa boba a la primera ocasión que se le ofrece. Sea como fuere, el caso es que fue tal su aceptación que en las sucesivas entregas de los álbumes de la serie el personajillo fue cobrando protagonismo a pasos gigantados, hasta casi arrinconar a Johan a un plano diríase que anecdótico.

A partir de aquel momento, Culliford adquirió la categoría de una de las estrellas de *Spirou*, reputación que se consolidó de forma definitiva en 1958, cuando en la nueva historia del caballero Johan y de su inseparable amigo de fatigas Pirluit, aparecieron unas nuevas criaturas azules, del tamaño de tres manzanas, que vestían calzones y gorro blanco y se comunicaban con un lenguaje peculiar: Les Schtroumpfs, o lo que viene a ser lo mismo, los pitufos, que pronto se convertirían en la niña de los ojos de su creador.

Los pitufos: el éxito inesperado

La portada del número 1.047 de *Spirou*, que apareció el 8 de mayo de 1958, proponía a los lectores del semanario una nueva aventura, la novena, de la se-

rie de Johan et Pirluit que llevaba por título *La flûte à six trous*.

Pirluit encuentra una flauta de madera que cuenta sólo con seis agujeros y que tiene el poder de hacer bailar sin parar a quienquiera que escuche su música. El chico, que nunca se pierde una oportunidad de gastar bromas, consigue poner en solfa a los habitantes del castillo donde vive con Johan, haciéndoles bailar hasta que caen extenuados. La existencia del prodigioso instrumento llega a oídos de un ladrón, Mathieu Torchésac (Tornillón, según el doblaje de la película al castellano), que logra robársela a Pirluit y con la que se dedica a robar a cuantos se cruzan por su camino tras dejarlos sin sentido, después de un buen rato de escuchar su música. Johan y Pirluit corren en busca de Homnibus, el mago del reino, para que les ayude a encontrar una solución. El único modo de



PEYO, EL AEROPITUFO, EDICIONES B, 1992.

detener al rufián es presentarle batalla con su misma arma: una nueva flauta de seis agujeros, pero el instrumento sólo pueden procurárselo los pitufos, unos enanos de color azul que viven en el país maldito al que solamente se llega mediante el proceso de hipnokinesis. Los dos emisarios del rey se dejan hipnotizar por el mago y cuando recuperan la conciencia se despiertan en el país de los míticos seres, a los que convencen para que les echen una mano y les construyan un segundo instrumento. Homnibus les despierta del trance y tras un combate musical entre Pirluit y Torchesac, los dos vasallos del rey recuperan la flauta robada y devuelven los dos instrumentos a los pitufos, sus dueños originales.

Así se desarrollaba, a grandes trazos, la primera historia en la que aparecían las pequeñas criaturas y la atención que acapararon fue tan inesperada que, en *Spirou*, conscientes del diamante en bruto que Peyo les ofrecía, no dejaron pasar la oportunidad de sacar el máximo pro-

vecho a la nueva creación del dibujante y se le propuso que siguiera trabajando en los pitufos y les dotara de autonomía propia, sin que tuvieran que depender de la serie de Johan y Pirluit.

Peyo, que en 1950 ya creó un personaje en el periódico *Le Soir* para convertirlo en protagonista de una colección de historias cortas, el gato Pussy (Pusy, en castellano), puso manos a la obra y, en 1959, empezó a dibujar relatos muy breves para mayor gloria de sus duendes azules (relatos que años más tarde reharía con el propósito de publicarlos en el sello Dupuis, la editorial que se encargaba de sacar al mercado en forma de álbumes las historias que iban apareciendo por entregas en *Spirou*, y así se presentaron al público en 1972 con el título de *Histoires de Schtroumpfs* (*Historias pitufales*).

Una de las mayores curiosidades que rápidamente despertaron los pitufos fue, sin duda, el significado de su nombre y de dónde procedía. Cuenta la

anécdota que un buen día, en 1957, mientras Franquin y Peyo estaban sentados a la mesa en mitad de una comida, este último le pidió a su colega, sin pensar: «¿Me pasas el pitufo?». Y Franquin, sin saber qué cara poner, se echó a reír y le respondió: «Aquí tienes, y cuando hayas pitufado me lo pitufas». Cuando el dibujante tuvo que dar nombre a los enanos en la historia de la flauta encantada recordó la palabra y se sirvió de ella no sólo para bautizar a los duendes, sino para acuñar su particular modo de hablar.

La irrupción de los pitufos en la historia de Johan y Pirluit y en los relatos breves de *Spirou* les granjeó tal aceptación, que en 1959 un estudio de animación belga, los TVA, pidieron a Dupuis Editions que realizara para la televisión unos cuantos cortos animados, de 13 minutos de duración cada uno, con los pitufos como protagonistas. La casa editora aceptó y aquel mismo año se produjeron nueve cortos, siete en blanco y negro y dos en color. La verdad sea dicha, las películas no pasaban de ser planos semianimados de los enanos, pero el caso es que, al poco tiempo de su creación, los pitufos acaparaban ya toda la atención, muy por encima del resto de la producción de Peyo.

Aunque sorprendido por el interés suscitado por sus pequeñas criaturas y convencido de que al poco tiempo ya nadie se acordaría de ellas, en 1960, Culliford concebiría un nuevo personaje, Benoît Brisefer, rebautizado en castellano como Valentín Acero, del cual, entre 1962 y 1978, aparecieron un total de siete álbumes. Valentín Acero es un niño como el resto de sus semejantes, pero que bajo su apariencia de chico inofensivo esconde el secreto de una fuerza increíble, que tan sólo se ve diezmada cuando agarra un catarro. Al año siguiente, en 1961, el dibujante daría a conocer su última nueva creación: Jacky et Célestin, una pareja de jóvenes detectives que participarían juntos en tres aventuras y que, a diferencia del resto de la producción de Peyo, nunca llegaron al mercado español.

En 1960, Dupuis sacó al mercado el álbum de la última aventura de Johan y Pirluit y, dado el tirón popular de los pitufos, se decidió rebautizarla con el título

lo, acaso más explícito, de *La Flûte à six Schtroumpfs* (*La flauta de los pitufos*). Contra todo pronóstico de Culliford, los enanos azules habían conseguido desbancar al resto de los personajes que hasta entonces había imaginado y, en 1963, con un estilo mucho más cuidado y una producción de los dibujos y los escenarios diríase impecable, apareció el primer álbum protagonizado exclusivamente por los pitufos, *Les Schtroumpfs noirs* (*Los pitufos negros*). Desde entonces ya han aparecido dieciocho álbumes en Francia y diecinueve traducidos al castellano y al catalán (las editoriales de nuestro país decidieron publicar un álbum, *Los pitufos tienen hambre —La faim des Schtroumpfs—*, el undécimo de la colección, aprovechando una de las historias que Peyo concibió como suplemento para uno de los libros de la serie) y se prevé la aparición de una nueva entrega para los próximos meses.

Un microcosmos azul

A la hora de trabajar el marco en el que se construirían las historias de su nueva serie, Peyo, inspirado en el mundo tradicional de las hadas y otros genios de la naturaleza, tuvo que definir a grandes rasgos las características del microcosmos en donde tendrían lugar las aventuras de los duendecillos azules (particularidades que irían desarrollándose y concretándose con la aparición de cada nuevo álbum). Así, los pitufos se convirtieron en criaturas de 100 años de edad que habitaban una aldea construida por medio de setas, con los sombreros de distintos colores, que hablaban el lenguaje pitufo y que vivían bajo la salvaguarda de Papá (o Gran) Pitufo, el duende más viejo, con más experiencia y con una inevitable inclinación a la magia, que hace las veces de conciencia del resto de los aldeanos.

Al principio, Peyo imaginó solamente una comunidad de 99 enanos, cada uno de los cuales representaba un arquetipo social casi siempre exagerado en caricatura (el Pitufo Perezoso, el Fortachón, el Soñador o el Gruñón, entre otros). Por otro lado, muchos de ellos respondían a un modelo propio de la división del trabajo (el Pitufo Inventor, el Campesino, el Sastre, el Músico, etc.) en el seno de una sociedad marcadamente autárquica, en el sentido que ellos mismos cubren sus propias necesidades gracias a los recursos naturales que les ofrece el hábitat que les rodea y sin tener que recurrir al intercambio con ningún otro núcleo social. El contacto con el mundo de los humanos está prohibido y el principal enemigo de la comunidad pitufa se encarna en la figura de un brujo, Gargamel, quien, en compañía de su gato Azrael, hará las mil y una para descubrir el camino que le conduzca hasta la al-

Baja de las nubes.

Los derechos de autor no se defienden solos,
pero se defienden entre todos.

Nosotros dedicaremos todos nuestros recursos a defender tus derechos de autor. Cada año recibirás los derechos económicos que te correspondan por la fotocopia de tus obras. Asóciate a CEDRO, la entidad que gestiona colectivamente los derechos reprográficos de escritores, traductores, periodistas y editores.

Para más información: www.cedro.org - 91 702 19 39 - asociados@cedro.org
93 272 04 45 - cedrocat@cedro.org



Centro Español de Derechos Reprográficos
Entidad de Autores y Editores



PEYO, LOS PITUFOS NEGROS, BRUGUERA, 1982.

dea de los duendes y poderles dar caza.

La coherencia y la seriedad con que Peyo dio forma a este particular universo, que él mismo situó en algún punto de la Selva Negra alemana, en los bosques de Centroeuropa, pasa por ser uno de los componentes de la serie que mejor ayuda a comprender el favor y el fervor de su público.

Toda Europa pitufa

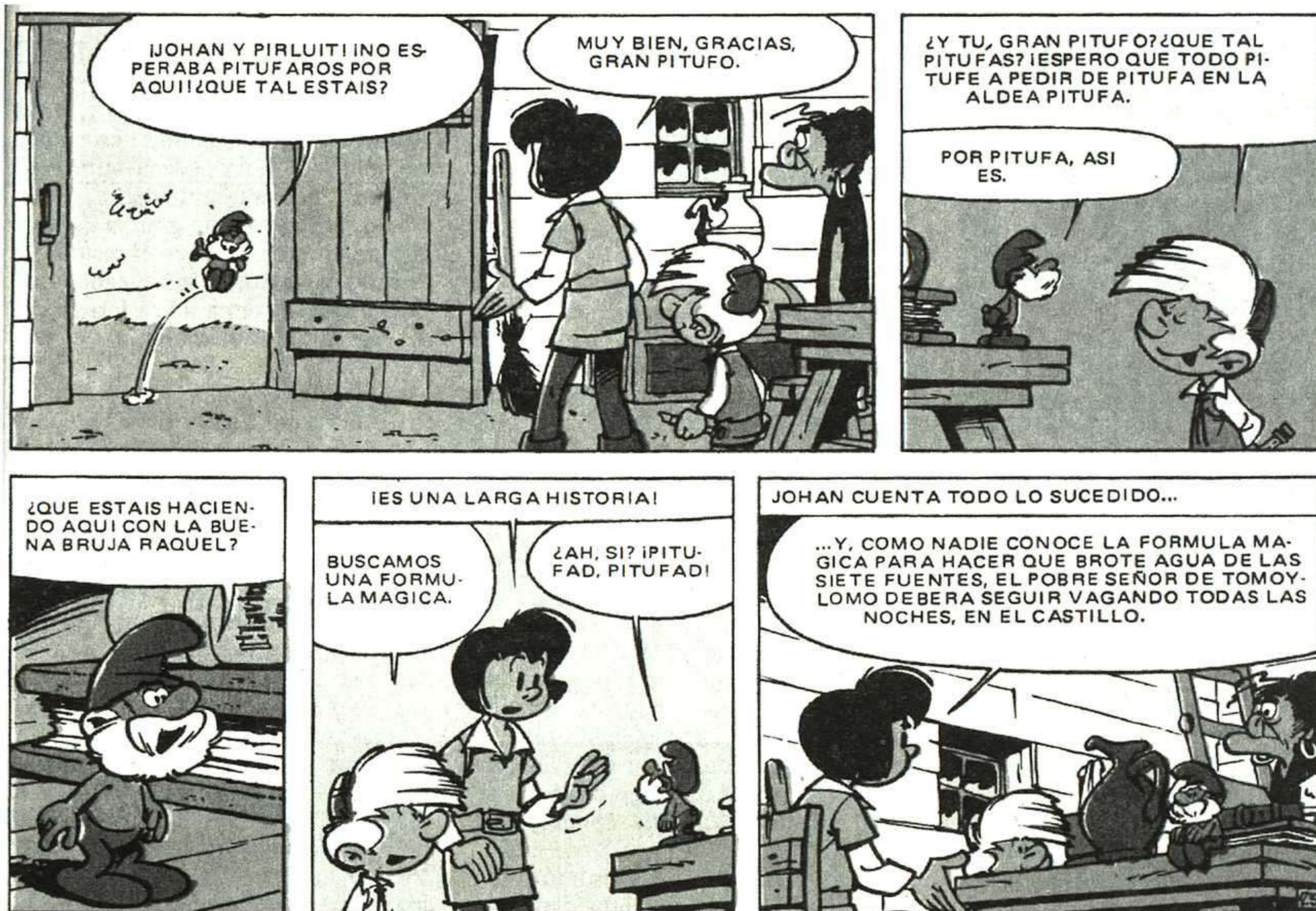
La publicación de *Los pitufos negros* desató una auténtica fiebre por los duencillos azules, que en 1965 creció más todavía con el segundo libro de la serie, *Le Schtroumpfissime (El Pitufísimo)*, y por la comercialización, por parte de Schleich, una empresa alemana, de los tres primeros pitufos de PVC que reproducían a los héroes de las historias. Desde entonces, ya son más de cuatrocientas las figuras y los

complementos que la empresa ha sacado al mercado y que el tiempo ha convertido en un verdadero fenómeno de coleccionismo entre niños y adultos.

El cariz que tomaron las cosas desbordó hasta la más optimista de las previsiones y Peyo, engullido por la creciente demanda de historias de pitufos y de otros productos que explotaran la figura de los duendes, se vio obligado a crear su propio estudio para atender la fiebre mercantil del momento. A partir de aquel momento, debería incrementar el volumen y la velocidad de producción, razón por la cual se rodeó de un sólido equipo de colaboradores, que iban y venían, de mutuo acuerdo con Culliford: Yvan Delporte, Derib, Roger Leloup, Benn, Marc Wasterlain, François Walthéry, su mujer Nina, que se encargaba de colorear los álbumes y cuya especialidad era el color azul de los pitufos (a medio camino entre el azul de Prusia y el azul marino), etc. El traba-

jo en equipo resultó ser tan fructífero que, a principios de los años 70, las dos terceras partes de las páginas del semanario *Spirou* se firmaban con nombres de dibujantes que pertenecían a la cuadrilla de Peyo.

En 1967 apareció el tercer álbum de la serie de los pitufos, *La Schtroumpfette (La Pitufita)*. Para su historia, Culliford creó tres personajes nuevos: la primera compañera femenina de los pitufos, la Pitufita, además del mago Gargamel y su gato Azrael, que a partir de entonces se convertirían en enemigos declarados de los enanos azules. El triunfo de la nueva aventura fue rotundo, como también lo fueron las voces de preocupación de algunos profesores y educadores que veían con angustia cómo la inmensa legión de niños que seguían las andanzas de los duendes, cautivados por el dialecto en el que se expresaban sus criaturas favoritas, adoptaban el lenguaje pitufo y sustituían sustantivos,



PEYO, LA GUERRA DE TOMO Y LOMO, BRUGUERA, 1983.

adjetivos y verbos por *pitufos* y *pitufar* en sus conversaciones particulares. Aquella práctica tan sólo conduciría, a tenor de los comentarios de la hueste de adultos que no entendía el juego de los niños, a un paulatino empobrecimiento del idioma y del acto de comunicación de los escolares. Por supuesto, también fueron algunos docentes los que aprovecharon aquel divertimento lingüístico de sus alumnos como la excusa perfecta para trabajar el léxico y preguntarles, cada vez que se les ocurría sustituir una palabra por *pitufos*, a qué se referían exactamente, ayudándoles, con eso, a desarrollar una de las áreas más complejas de la fenomenología lingüística: la concreción léxica. En cualquier caso, la anécdota proporciona pistas suficientes para entender el impacto social que las criaturas de Peyo se afanaban en pertrechar entre sus seguidores.

Las décadas de los 60 y 70 fueron testigos, nunca silenciosos, de la conquista

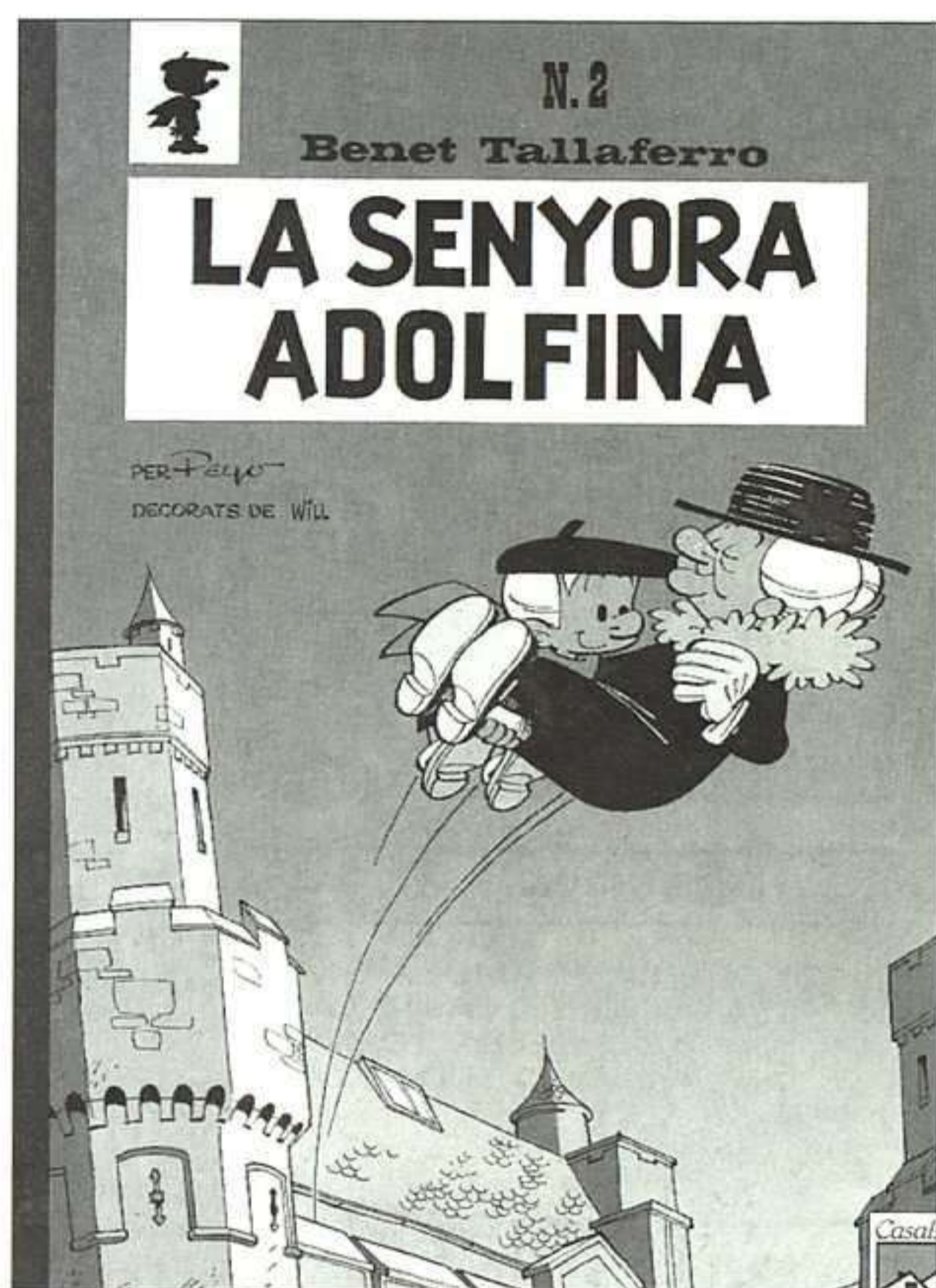
européa de los pitufos: entre 1963 y 1976, Dupuis Editions publicó diez álbumes con sus historias, mientras que la serie de Johan y Pirluit sólo ganó dos títulos (en 1963 y 1970). También la serie de Valentín Acero agotó sus primeros siete álbumes entre 1962 y 1978, y las tiras cómicas del gato Pusy se recogieron en tres libros, publicados entre 1976 y 1977, por el mismo sello editor.

Estrellas mundiales del cine y la televisión

A principios de los años 70, los estudios de animación Belvision, que habían fijado su interés en las criaturas azules de Peyo y que conocían la buena fortuna de los nueve cortos protagonizados por los pitufos que, en 1959, la TVA encargara a Dupuis, quisieron llevar aquella primera experiencia de ani-

mación más lejos y propusieron a Peyo realizar un largometraje basado en el álbum *La flauta de los pitufos*. Culliford aceptó encantado y él y su estudio pusieron manos a la obra.

El equipo tardó dos años en dibujar el último fotograma de la película y finalmente, en diciembre de 1975, la película se estrenó como una coproducción entre Dupuis Editions y Belvision Studios. La acogida fue tan espectacular, que propició la aparición de muchos objetos relacionados con la cinta de animación; se reimprimió el álbum original, se sacó al mercado el libro de la película, donde se combinaba fotogramas de la cinta con dibujos realizados expresamente por Peyo (en España el libro fue editado, en 1981, en castellano y, en catalán, por la Editorial Diáfara con el título de *La flauta de los seis pitufos*) y se editó la banda sonora de la película, con partitura y canciones del compositor francés Mi-



En catalán, Valentín Acero fue rebautizado como Benet Tallaferro.

chel Legrand (que a nuestro país llegó de la mano de la compañía discográfica Belter, en 1980). La avidez de los seguidores de los enanos azules parecía no satisfacerse nunca y, a partir de entonces, se incrementó la producción de artículos que explotaban la imagen de los pitufos: la firma Schleich siguió produciendo muñecos de PVC sin parar (el catálogo actual ofrece más de 400 figuras y complementos), y empezaron a comercializarse pósters, prendas de ropa, puzzles, juegos de cartas, adhesivos, llaveros, postales, vasos, álbumes de cromos, objetos de escritorio, etc.

Sin embargo, pese al fructífero negocio en el que los pitufos se habían convertido, lo cierto era que las posibilidades de explotación en Europa parecían haber tocado techo y que se necesitaba la intervención de un país como los EE.UU. para conseguir la expansión de los duendes azules allende las fronteras europeas.

En 1979, durante uno de sus viajes a Inglaterra, Wallace Berrie, un industrial de Los Ángeles, se cruzó con las figuras de los pitufos que producía la casa alemana y los juguetes le hicieron tanta gracia, que

decidió introducirlos en el mercado norteamericano. No obstante, los primeros productos con los motivos de los enanos azules que aparecieron en los Estados Unidos fueron muñecos de peluche que el mismo hombre de negocios se encargó de promocionar y poner a la venta.

Un buen día, un directivo de la cadena de televisión norteamericana NBC compró uno de los peluches para su hija y el hombre reparó en el detalle de que la niña nunca se separaba de su nuevo juguete. A Fred Silverman, que contaba con una sólida experiencia como publicista, le pareció una buena idea explotar en televisión el filón de los pitufos, que empezaban a gozar de éxito entre los niños americanos, y propuso crear una serie de dibujos animados con los duendes como protagonistas.

La serie sería una coproducción entre SEPP, una sociedad belga encargada de la explotación audiovisual de algunos de los personajes que publicaba Dupuis Editions, y unos estudios californianos de dibujos animados, Hanna Barbera. La realización de los primeros capítulos se puso en marcha y, el 12 de septiembre de 1981, los niños norteamericanos pudieron ver por primera vez a los pitufos en televisión. El éxito fue inmediato, de suerte que la serie se mantuvo en antena durante nueve temporadas (1981-1990), para la cual se produjeron alrededor de 400 episodios.

En España, los dibujos llegaron al año siguiente de su estreno en los EE.UU. y todavía hoy algunos capítulos son re-puestos por una u otra cadena del Estado. La aceptación de los dibujos animados convenció a los coproductores para poner en marcha una serie paralela, basada esta vez en las aventuras de Johan y Pirluit; sin embargo, el poco entusiasmo demostrado por los televidentes, no consiguió que la serie siguiera adelante y la NBC decidió suspenderla tras su primera temporada en antena.

En 1984, los estudios Hanna Barbera estrenaron la segunda incursión cinematográfica de los pitufos, *La gran pitufiesta*, un refrito de tres de los episodios de la serie televisiva, que pasó sin pena ni gloria. El tercer largometraje de los enanos azules, *Les Petits Schtroumpfs*, basado en el álbum homónimo publicado en 1988 por Peyo y que Ediciones B

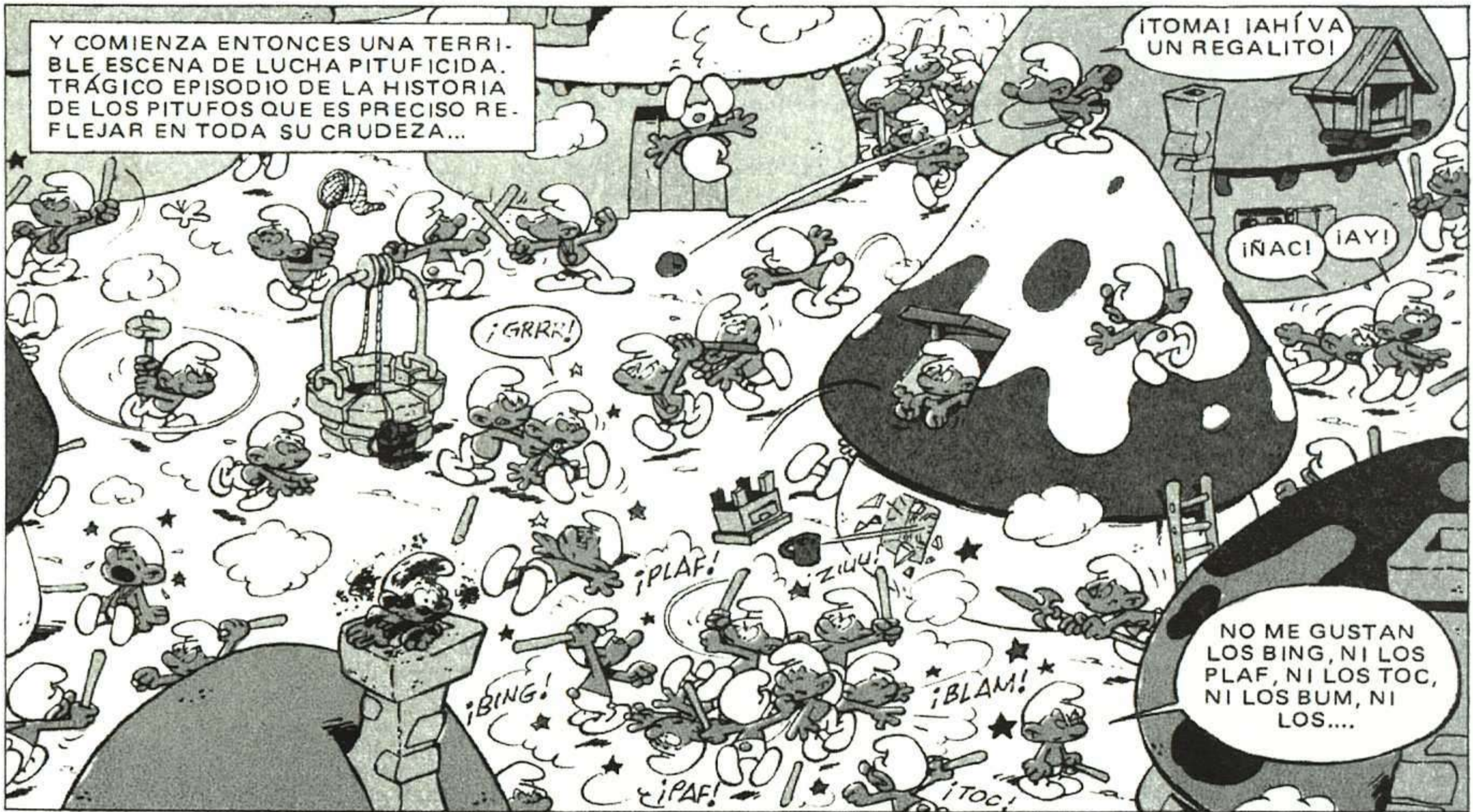
tradujo en 1990 como *Los pitufos y los pitufitos*, tan sólo encontraría distribución en salas comerciales en Cataluña, debido acaso al hecho de que en aquel momento TV3, la cadena autonómica catalana, siguiera emitiendo la serie de dibujos animados con gran éxito de audiencia, mientras que en el resto de España las aventuras de los duendes azules parecían ya haber pasado a formar parte del archivo de la memoria.

Su huella en España

Durante la década de los 80, los pitufos vivieron su momento de máxima gloria en nuestro país. Las múltiples ediciones de los álbumes de los enanos azules por parte de la extinta Editorial Bru-guera en castellano y de Edicions Junior en catalán, la publicación de un buen número de colecciones basadas en las aventuras de los duendes (la mayoría de las cuales partían de la serie de dibujos animados) y la aparición de infinidad de objetos relacionados con los pitufos llegaron casi a saturar el mercado español.

La otra cara de la moneda se produjo durante los años 90, con la titubeante aparición en el mercado de nuestro país de los álbumes de la serie de mano de Ediciones B y, más recientemente, de Norma Editorial. Esta última ha adquirido los derechos de traducción y reproducción de los álbumes de *Los pitufos* y de Johan y Pirluit en castellano y en catalán y, a finales de 1999, lanzó una nueva traducción de *La flauta de los pitufos* y del último libro de la serie protagonizada por los enanos azules más famosos del mundo, *Le Schtroumpf Sauvage (El Pitufo Salvaje)*.

Cabe destacar el empeño que la Editorial Planeta puso entre 1995 y 1996 con una colección de seis libros, en cada uno de los cuales se proponía al lector tres nuevas historias de pitufos, que, sin embargo, no pareció acaparar la suficiente atención del público para seguir publicando nuevos títulos. A su vez, la Editorial RBA, con motivo del 40 aniversario de la creación de los personajes, puso a la venta una colección de 30 vídeos y 30 libros que recogían algunos de los capítulos de la serie de televisión.



PEYO, EL PITUFÍSIMO, BRUGUERA, 1980.

Los pitufos: un imperio en expansión

Mientras tanto, a raíz del triunfo catódico de los pitufos, Peyo se vio literalmente desbordado por la demanda de artículos con motivos de sus personajes, de modo que la sociedad SEPP, que para entonces ya se encargaba de gestionar la promoción y la explotación de los hijos mimados de Culliford, no tuvo más remedio que diversificar sus esfuerzos para atender semejante interés y no dejar perder ninguna oportunidad de negocio. Al mismo tiempo, empezaron a traducirse los álbumes de los pitufos a infinidad de lenguas como el chino, el japonés, el coreano e, incluso, el hebreo.

El hijo de Peyo, Thierry Culliford, fundó en 1984 su propio estudio de animación, el Cartoon Création, cuyo cometido es crear y supervisar la calidad de los dibujos que la producción ofrezca al mercado, amén de dar el visto bueno a cualquier tipo de explotación que se haga de los personajes concebidos por Peyo, amén de pu-

blicar, hasta 1992, los álbumes de las series dibujadas por su padre, año en que se confió la publicación a Editions du Lombard. En 1991, el estudio lanzó al mercado una revista mensual que, con el nombre de *Schtroumpfs*, ofrecía nuevas historias de los pitufos, cuentos, entretenimientos, regalos y todo aquello que pudiera colmar la devoción de sus lectores. La revista se exportó a Alemania ese mismo año y apareció en los quioscos rebautizada como *Die Schlümpfe*.

Por su parte, Veronique, la otra hija de Peyo, asumió la dirección de la agencia IMPS (International Merchandising, Promotion and Services, SA), con sede en Bruselas, que se encarga de otorgar y renovar las licencias pertinentes a todas aquellas empresas que deseen utilizar cualquiera de los personajes de Culliford con fines de explotación comercial.

Una de las conquistas más espectaculares de los pitufos tuvo lugar en 1991, cuando se inauguró un parque de atracciones temático en la localidad de Hagonage, cerca de las fronteras entre Bélgica,

Luxemburgo y Alemania. El complejo, sin embargo, no funcionó tan bien como cabía esperar y tuvo que cerrar sus puertas. Al poco tiempo, el grupo Walibi decidió hacerse cargo de la gestión del parque, que volvió a abrirse con un nuevo nombre, Walibi-Schtroumpf, ahora sí, con una aceptable respuesta por parte del público.

Peyo falleció en Bruselas el 24 de diciembre de 1992, a la edad de 64 años, víctima de un paro cardíaco. Poco antes de su muerte aparecía en el mercado francés el álbum *Le Schtroumpf Financier (El Pitufo Financiero)*, que en España se publicó dos años más tarde.

La muerte del creador de los pitufos fue sentida por los miles de admiradores repartidos por los cinco continentes, que siguen disfrutando del inmenso legado de Culliford, que desde 1958 ha sabido reportar unos beneficios superiores a los 100.000 millones de pesetas. Expresado así, ¿quién se empeña todavía en creer que el verde es el color del dinero? ■

*Víctor Aldea es escritor.