

DE LA FABRICA DE SUEÑOS A LA FABRICA DE PESADILLAS

SEE OUR MIGHTY GOLDEN AVENGER
IN MORTAL COMBAT WITH
CAPTAIN AMERICA!



Nacido con el *marcarthysmo*, el Capitán América, en cuyo vestuario se alían los colores de la bandera americana, emplea su tiempo en luchar por la democracia y combatir a los «enemigos del país».

GUERRA, SEXO, FANTASIA Y PERSONAJES PARA UNA GALERIA DE HORRORES

LOS

en un momento en que el ritmo de la vida cotidiana apenas si deja lugar para la lectura, en que la televisión se ha convertido en casi el único vehículo por el que las masas acceden a la cultura, en que se puede hablar con propiedad de la «civilización de la imagen», es interesante plantearse el problema de los «comics» que, especialmente en Estados Unidos, dada la difusión alcanzada por su lectura por parte de niños y adultos, se han convertido en un elemento conformador de la mentalidad media. Y el problema, si en Estados Unidos se manifiesta bajo unas coordenadas más espectaculares que en otras partes, no es sólo americano, aunque en último término siempre haya que referirse a USA por ser de esa procedencia un elevado porcentaje de los «comics» que se leen en todo el mundo. Solamente en España, un 40 por 100 del total de la prensa infantil en circulación es de origen norteamericano...

Con el nombre genérico de «comics» se designa el material gráfico conocido en España por «historietas», «tiras», etc. La tira se encuentra formada por varios recuadros —viñetas— en los que se desarrolla, a través del dibujo, una escena. Lo que los personajes dicen se encuentra encerrado en un globo —bocadillo— que arranca de la boca de los protagonistas. Generalmente, la publicación de las tiras se sucede en el tiempo, en un *perenne* «continuará», hasta desarrollar una historia completa, cuya duración es variable. El conjunto de varias historietas es lo que en Estados Unidos se llama «comic book» y en España «tebeos», aunque el «tebeo» también puede ser una aventura completa o incluso un simple capítulo de ella, en una sucesión que muchas veces se prolonga durante años.

SIGUE

**MAS DE MIL TRESCIENTOS MILLONES DE EJEMPLARES
SE VENDEN ANUALMENTE EN TODO EL MUNDO**

"COMICS"

Dentro de las series dedicadas a la guerra del Vietnam, la más popular es la que, desde 1962, se edita con el título de «Jungle War Stories». Recientemente, la serie «El teniente», que parte de las mismas bases, ha comenzado a publicarse en idioma español con planchas americanas.



EN ESTE MISMO MOMENTO, LOS CONSEJEROS MILITARES YANKIS PRESTAN SERVICIO EN UNIDADES VIETNAMITAS, DESDE EL E. M. HASTA BATALLONES... Y ESTÁN PRESTANDO UNA AYUDA VITAL A LOS ESTRATEGAS QUE PLANEAN ESTA GUERRA, ARRIESGANDO SUS VIDAS CON LAS TROPAS DE PRIMERA LÍNEA ENTRE LAS BRUMAS DE LA SELVA Y LOS PANTANOS DONDE SE ENTABLAN TERRIBLES COMBATES.



El mito de superhombre, que tuvo su primera manifestación en la figura ya clásica de «Superman», ha tenido sus seguidores más populares en «Thor» y «La antorcha humana». Luchadores contra el mal, por antonomasia, sus enemigos no siempre son los gangsters, y con frecuencia su acción se politiza. El doctor Wertham, en «Seducción de los inocentes», habla con respecto a los «comics» de homosexualidad femenina y masculina, de la admiración por la maldad triunfante, del desprecio de la ley y de cualquier otra actividad antisocial que se pueda imaginar. Entre los personajes más representativos en este sentido cita expresamente a Superman, héroe nacido en los días azarosos anteriores a la última guerra mundial.

LOS COMICS



nacimiento de una gran industria

El «comic» nace en Estados Unidos en 1896. El primer dibujante-autor es Oucault, el primer personaje «Yellow-Kid», el primer periódico en publicar «comics» el «World» de Nueva York, y el primer editor que se lanza a esta especialidad Joseph Pulitzer. Al poco tiempo, y en vista del éxito inmediato del nuevo género, se plantea la competencia entre periódicos rivales y rápidamente se hace dueño de la situación William Randolph Hearst, propietario de una de las mayores cadenas de diarios del país, personaje de enorme influencia en la vida política americana de la década del cuarenta y en el que Orson Welles se inspiró de un modo claro para su famoso «Citizen Kane». El «comic» se industrializa, pues, a gran escala, y, nacido como un simple experimento resultante de las tendencias audiovisuales que se iniciaban en el momento de su aparición, pasa en poco tiempo a ser monopolizado por los grandes trusts. Pronto se hace preciso un gran capital para la edición industrial de «comics», y sólo las grandes compañías pueden afrontar el negocio, a través del monopolio más o menos disfrazado y la creación de unas tentaculares redes de distribución. La Dell Publishing, la Fawcett Publications, Golden Press, King Features, National Periodical Publications, Transworld Features, Walt Disney Productions, Vista Publications, etc., son los nombres fundamentales en la gran industria del «comic» americano.

Pronto el mercado interior resulta insuficiente a los editores y el «comic» de procedencia americana sube el mundo entero, desplazando a los productores nacionales de revistas y publicaciones infantiles. En un informe de la Universidad de California, publicado en 1955, se evalúa en 100.000.000 de dólares anuales la cifra global de venta de «comics» en el mercado americano, a lo que habría que añadir los derechos de publicación en más de diez idiomas para la venta en la mayoría de los países del mundo occidental y muchos orientales. Esta cifra sobrepasa con mucho la correspondiente al volumen de ventas de manuales escolares de primera y segunda enseñanza en un período equivalente. Y se ha llegado a calcular que el número total de ejemplares vendidos en el mundo, también en el transcurso de un año, alcanza la cifra de 1.300.000.000, siendo los países sudamericanos uno de los principales centros de consumo.

una especie de colonialismo cultural

El «comic» refleja, en sus elementos más representativos, la sociedad que lo produce, lo que hace que, en muchas ocasiones, se produzca un desfase entre lo postulado en él, con arreglo a unas determinadas bases ideológicas, y la sociedad a la que pertenece el lector, contradicción que, dada la fabulosa expansión de este tipo de literatura, se resuelve con frecuencia en una influencia —complementada por la que ejercen cine y televisión— del «american way of life» en las culturas populares de los demás países, influencia que en muchas ocasiones llega a constituir una especie de colonialismo cultural. Si bien el «comic», dado su prodigioso desarrollo industrial, tiende en primer lugar, y de modo predominante, a un fin puramente económico, relegando a lugar secundario las preocupaciones psicológicas y educativas, no puede dejar de tenerse en cuenta que, a pesar de todo, y de un modo a veces inconsciente y otras seriamente planteado, refleja no sólo la personalidad e ideas de sus autores, sino también las presiones a que estos se ven sometidos. Nacido con la pretensión de dirigirse a todos los públicos, sin distinción de edad o sexo, al descubrirse al niño como consumidor se aprovechan y estimulan sus apetencias y se llega a un producto híbrido cuya influencia sobre las mentalidades no formadas, por edad o por deficiencias culturales, es enorme.

A la explotación de personajes y temas clásicos, procedentes de otros medios de expresión —predominante del cine— como son Mickey, Betty Boop, Popeye, el Gato Félix, etc., sucede la creación de héroes arquetípicos, nacidos unas

La aventura, en todos sus aspectos, se propone como medio de evasión a las preocupaciones cotidianas. Tarzán en la selva, Flash Gordon en el espacio, el F.B.I. en el territorio americano, abren camino a héroes omnipotentes —el capitán Marvel, Batman— que enlazan con el mítico y fabuloso Superman.

veces directamente en el «comic» y otras de diversas manifestaciones literarias, como Tarzán, Flash Gordon, Phantom (el Hombre Enmascarado), Mandrake (Merlín, el Rey de la Magia), Superman, Batman, King, etc., que han conformado indeleblemente la personalidad del «comic» americano. A una cierta sátira social no demasiado feroz, dada a través de bestiarios más o menos antropomórficos en los que ratones, pájaros, elefantes u otros animales evolucionaban dentro de un tratamiento no desprovisto de cierta poesía, y a las aventuras utópicas en mundos más o menos exóticos, ha sucedido el culto a la acción, convertida en mito de nuestros días, y desarrollada en un cuadro ciudadano o en uno de los polos de atención de la actualidad periodística de cada momento. La acción queda sublimada y pasa de ser un medio a ser un fin en sí misma. La guerra, el sexo y lo fantástico son temas que, en el «comic» actual, han adquirido el mismo auge que los tradicionales del Oeste, mezclándose planteamientos abiertamente políticos y referencias a todo tipo de temas sociales. En la busca de argumentos en los que la acción pierde sus características propias para convertirse en violencia incontrolada, los protagonistas que con más regularidad aparecen en los «comics» son los gangsters, los monstruos, los asesinos o los representantes de la ley tan brutales como ellos. La «fábrica de sueños» que, en expresión de Ehrenburg, era el cine americano, ha dejado paso en el «comic» a la «fábrica de pesadillas». Los propios títulos de las series más populares son reveladores: «The Avengers» (Los vengadores), «Spider Man» (El hombre araña), «Sgt. Fury» (Sargento Furia), «The Human Torch» (La antorcha humana), «The Jaguar», son personajes más merecedores de figurar en una galería de horrores que de ser entregados como lectura a los niños o a los adolescentes. Esta tendencia al horror y a la violencia revela la situación actual del «comic»; reflejo de una sociedad y de unos modos de vida, expresión también de una serie de contradicciones que producen taras y complejos. Los últimos años arrojan como nota común la agresividad. Después de haber analizado los personajes citados y otros similares, Dino Buzzati escribía en 1952: «Los héroes (de estas publicaciones) son tales que si nos los encontráramos por la noche huiríamos de ellos: sicópatas descritos por Lombroso, fisonomías de asesinos y brutos. Ciertos detalles somáticos son de rigor: frente pequeña y abultada, nariz aplastada, mandíbulas prominentes, mentón gigantesco...». La inducción a la violencia que estos personajes llevan consigo opera peligrosamente sobre el joven lector. Un publicista americano ha calculado que un lector de «comics», en el período comprendido desde 1938 hasta 1952, habrá ingerido unas 18.000 imágenes de peleas, torturas, crímenes y muertes...

repercusiones de la gran depresión

La Gran Depresión económica de 1929, que marca decisivamente a la sociedad americana, repercute también en el «comic». Se derrumban las ilusiones de prosperidad ilimitada provocadas por el capitalismo, el hombre medio se encuentra en la miseria. Víctima de la frustración y la ansiedad, la sociedad americana necesita deformar la realidad. Y surge, en el mundo del «comic», una respuesta psicológica: Tarzán, el hombre de la fuerza prodigiosa, con una confianza absoluta en sí mismo, símbolo de la energía humana, triunfante por la violencia sobre un mundo hostil. Fiel reflejo de las aspiraciones de una sociedad en crisis, Tarzán se corresponde con las necesidades que las estructuras americanas presentan en ese momento. En una sociedad con normas de comportamiento poco flexibles, el salirse del grupo en función de iniciativas de comportamiento personal es algo condenable. El Pato Donald, individualista, colérico, conformista a la fuerza, encarna en cierto modo este tipo y su conducta es condenada por sus compañeros como antisocial. En estas circunstancias, para aliviar las presiones sociales, se recurre a diversiones de tipo escapista, y el «comic» es una de ellas. Flash Gordon, Rip Kirby, nos «demuestran» que la aventura es posible para cualquier hombre, hacen que nos iden-



Mientras el sexo es factor asencial en las que pudiéramos llamar aventuras urbanas —Rip Kirby, arriba; F. B. I., en el centro—, tiene una importancia mucho menor en las aventuras del Oeste, donde las heroínas puras y algo rudas no perturban casi las actividades heroicas de Red Ryder.



Mickey, prototipo del «american boy», sigue siendo, a pesar de los años, el más popular de los personajes de los «comics» específicamente infantiles.

tifiquemos con ellos por la vía de la imaginación y que, viviendo así su vida, nos creamos liberados de la rutina.

Superada la Depresión, y en pleno auge del «comic», que en estos años se tipifica como específicamente infantil con concesiones a la agresividad y a la violencia como vigorizantes psicológicos, se produce una nueva aportación a tono con la situación de la sociedad americana. 1938 señala la aparición de Superman. Procedente de un planeta desaparecido y dotado de poderes fabulosos, Superman se convierte rápidamente en el ídolo de millones de lectores, situación que aún dura. El hombre adulto y el adolescente encuentran en sus «superaventuras» un estimulante síquico que equilibra todas las ansiedades al transferirlas al héroe. Ha sido un italiano, Carlo della Corte, quien mejor ha planteado el análisis sociológico de este personaje: «El «superhombre», en una sociedad abocada al matriarcado, es la válvula de escape, el sueño imposible de miles de hombrillos, reprimidos y frustrados». Y el mismo escritor afirma que el suicidio del actor George Reeves, intérprete de una serie de películas sobre Superman, se debió al fallo de su intento de identificación con el personaje por él encarnado.

pero la guerra no ha terminado...

La segunda guerra mundial produjo una nueva evolución en los «comics», del mismo modo que se produjo un cambio en el tipo de cine de aquellos años. Los personajes tradicionales fueron a la guerra a defender la Democracia. Personajes que se habían tipificado como infantiles se vieron envueltos en un clima de destrucción y muerte. Aparecían en las trincheras como mascotas, en los centros de reclutamiento, en los tanques y aviones. Y, naturalmente, desde las páginas de los «comics» que les habían dado vida también hicieron la guerra. Lo malo es que para muchos editores la guerra no ha terminado aún. Los saneados ingresos que produjeron aquellas series hicieron que no sólo no llegara la paz, sino que se crearan otras nuevas en las que el elemento bélico era fundamental. La guerra de la Independencia americana, las guerras indias, la guerra de Secesión, las dos guerras mundiales, Corea, Cuba y Vietnam, son temas predilectos de muchas editoriales. A través del «comic» se difunden consignas patrióticas y políticas, se hace la propaganda de ciertos bandos guerreros o se condena oficialmente a países no gratos. Ayer se atacó al nazismo, hoy se condena al comunismo. Y, sobre la tradición ininterrumpida de la propaganda política de tiempo de guerra, se hace la apología de la violencia, expresión de una sociedad agresiva por necesidad imperiosa de sus supuestos básicos, y se irradia sobre los niños de todo el mundo la ley del más fuerte y la lección de que quien posee más cañones o más cohetes es quien tiene la razón y está en posesión de la verdad, la justicia y la libertad. Ejemplos: «Captain America», «Hulk», «Sgt. Fury», «Tor», «Spider Man», «The human torch», «Iron Man», etc...

Dentro de estas características es particularmente ilustrativa la serie que, desde 1962, publica la Dell Publishing, referente a la guerra del Vietnam, con el título de «Jungle War Stories»; en ella los asesores militares yanquis ganan batalla tras batalla para sus aliados survietnamitas y, dentro de la consideración del «comic» como escuela de violencia, esta serie puede presentarse como un ejemplo tipo. Abundan las expresiones de tipo peyorativo referidas a los vietnamitas del Norte, puestas en boca de sus vecinos del Sur. A la luz de la actual situación en el Vietnam, no puede dudarse de la intencionalidad abiertamente política de esta serie que, desde un objetivo de comercialidad, mitifica de cara al pueblo norteamericano una guerra sangrienta e impopular en muchos sectores del país. La guerra se anuncia larga y de dudosos resultados, y se hace preciso salvaguardar la imagen del norteamericano jovial y decidido a triunfar sobre todas las adversidades. Tarzán y Superman han confirmado la voluntad de dominio sobre el entorno hostil y el asesor yanqui en Vietnam se nos presenta como un eficiente deportista que recorre el mundo salvando a la Democracia en peligro. **SIGUE**



Con el título «Campeones de la Justicia» se ha creado una serie que reúne a los protagonistas de todas las dedicadas a la exaltación de seres superiores que, por la vía de la violencia y de la acumulación de poderes fabulosos, se dedican a redimir a la Humanidad de sus peores enemigos. De esta exaltación de la agresividad era lógico que derivaran las series bélicas.

un producto peligroso

El «comics», pues, no es sólo la historietita divertida, la aventura banal. Es también irrealidad y prácticas antisociales, violencia y agresividad, superstición científica y desequilibrio emocional. Y lo que cuenta no es cada número, sino el conjunto de las lecturas, convertidas casi en el único pasto intelectual del niño americano, del que se calcula que —en un 98 por ciento— lee, entre los ocho y los trece años, un promedio de cinco a seis «comics» semanales, mientras los adultos son —en un 50 por ciento— lectores asiduos de este tipo de publicaciones.

De todo esto no ha de deducirse, necesariamente, una condenación global de los «comics», con muchos factores positivos, especialmente en lo que se refiere a su contribución a una nueva estética de la imagen, diferente de la cinematográfica pero en conexión estrecha con ella, y que en estos momentos, a raíz del reciente congreso celebrado en Bordighera, empieza a adquirir sus cartas de nobleza. El problema consiste principalmente en que, si bien existen unos códigos creados por los propios productores para impedir ciertas manifestaciones de violencia, esto se traduce meramente en la forma de presentar ciertos hechos, pero en lo esencial los códigos se limitan a ser diques de contención, que a lo sumo aspiran a salvaguardar la moral tradicional y el orden público, al no existir una acción de base y a fondo sobre las causas estructurales de esa violencia tan pródigamente instalada en los «comics». No se ha llegado a la realización de «comics» que se integren en las coordenadas de cada país concreto y en sus valores más positivos, cosa que sería muy necesaria, especialmente en los destinados a un público infantil. Queda en pie el problema planteado por la procedencia, en su mayoría americana, de los «comics» leídos en todo el mundo, incluido nuestro país. Concretamente, desde 1933, España importa «comics» o «planchas» cada vez en mayor cantidad, con el paréntesis de la guerra y un espectacular auge en los años 50, que desemboca en la reedición, a partir de 1959, de los personajes más populares de la primera época: Flash Gordon, Merlín-Mandrake, etc. En la actualidad, y cuando el género del «comics» ha adquirido ya carta de naturaleza entre nosotros, numerosas casas trabajan con planchas americanas, y diversas empresas extranjeras han establecido sucursales en España para mejor dominar las redes de distribución y venta. Y una vez más, a la hora de hacer predicciones en cuanto al posible futuro del «comics», hay que referirse al factor económico que lo condiciona: se trata de un producto en el mercado y el niño, antes que ninguna otra consideración, es para los fabricantes un consumidor.

ANTONIO MARTÍN MARTÍNEZ

OCT-DEC.

