

LA PROYECCIÓN SOCIAL DEL CÓMIC ESTADOUNIDENSE EN LA ESPAÑA TARDOFRANQUISTA

Esther Claudio Moreno
Universidad de Alcalá, España
soyesthercilla@gmail.com

Resumen:

En este artículo se reflexiona en torno a los procesos de transferencia cultural e hibridación entre EEUU y la España del tardofranquismo. En concreto, es un estudio sobre la materialización de dichos trasvases en un medio de cultura popular: el comic. ¿Hasta qué punto sirvió como elemento americanizador? ¿Supuso una forma de apertura en la dictadura, un vehículo de nuevos modelos de comportamiento u organización social? ¿Cuál fue el verdadero impacto de este medio cuya presencia en el Mercado era mucho mayor en la década de los 50s y 60s que en la actualidad? Analizando los comics norteamericanos, su venta y distribución, y su influencia en la producción española queremos ofrecer una radiografía de las influencias mutuas en la España del tardofranquismo.

Palabras clave: comic, hibridación, Estados Unidos, España, franquismo, cultura popular.

Abstract

This article is a reflection about the processes of cultural and hybridation transfer between USA and late Francoist Spain. Concretely, it is a study on the materialization of the said transfers in a popular culture medium: Comics. To what extend did it work as an “Americanizing” element? Was it a form of modernization during the dictatorship, a vehicle for new behavioral roles or social organization models? What was the real impact of this medium

whose presence in the market was much stronger in the 50s and 60s than nowadays? By analyzing US comics, their sales and distribution, and their influence on Spanish production, we endeavor to provide a radiography of the mutual influences in late Francoism's Spain.

Keywords: comic, hybridization, USA, Spain, Francoism, popular culture.

Recibido: 10/10/2014

Aceptado: 8/12/2014

1.- Introducción

La cultura estadounidense nació con complejo de inferioridad ante la cultura europea. Hasta principios del siglo XX, el influjo cultural sería prácticamente unidireccional, de Europa a América. El peso del viejo continente se percibía como una “losa de hierro” para intelectuales como R.W. Emerson, quien veía la necesidad de realizar una “independencia cultural” además de la independencia política del país:

We do not meet for games of strength or skill, for the recitation of histories, tragedies, and odes, like the ancient Greeks; for parliaments of love and poesy, like the Troubadours; nor for the advancement of science, like our cotemporaries in the British and European capitals... Perhaps the time is already come, when it ought to be, and will be, something else; when the sluggard intellect of this continent will look from under its iron lids, and fill the postponed expectation of the world with something better than the exertions of mechanical skill. The millions, that around us are rushing into life, cannot always be fed on the sere remains of foreign harvests (1101).

Durante el siglo XIX, Estados Unidos generó una producción cultural que reflejaría una identidad propia pero el prestigio de la

vieja Europa seguía siendo tan pesado como una “losa de hierro”. No sería hasta el siglo XX cuando la tendencia se invertiría y Europa se convertiría en receptora de la producción cultural americana. Desde la segunda mitad del siglo XIX, el creciente desarrollo de la nación a todos los niveles la convirtieron, para muchos, en un modelo de progreso. Su efectiva y rápida intervención en la Primera Guerra Mundial confirmó las expectativas de aquellos que la contemplaban como incipiente potencia mundial. Tras estos acontecimientos, las manifestaciones culturales típicamente estadounidenses se harían cada vez más patentes y su cine, música, estilo de vida y productos culturales desembarcarían en Europa ante la atónita mirada de sus ciudadanos. El *antiamericanismo* no tardó en propagarse y con el *crack* del 29, numerosas voces críticas verían confirmados sus recelos. Aun así, dado que EEUU fue la única potencia que saldría respaldada de la Segunda Guerra Mundial y frente a una Europa desgajada, los productos culturales estadounidenses se instalaron con facilidad en el viejo continente (Delgado, L. y León, P., 2011).

El cine brillaría con luz propia, pero igualmente influyentes fueron su música, su moda, su estilo periodístico o sus diseños publicitarios, sobre todo para las nuevas generaciones, que se identificarían con una cultura aparentemente más dinámica y menos tradicional que la europea. En esta charla vamos a centrarnos en la recepción de una de estas manifestaciones culturales, el cómic, cuya presencia fue mucho más destacada de lo que es hoy.

Como describe Antonio Martín (2000), el desembarco del cómic estadounidense en España se produce en tres oleadas. La primera sería a principios del siglo XX con obras maestras como *Foxy Grandpa*, que llegaría en 1904 o *Little Nemo in Slumberland* en 1907. La segunda sería de 1925 a 1931, y después en la II República, sobre todo 1934 y 1935. En estos años se produce la entrada más representativa, por la importancia de las obras y por las innovaciones en lenguaje expresivo, estética y estilo gráfico, que influirían de manera muy significativa tanto en los autores como en los lectores españoles. Títulos destacados serían *Popeye* o *Bringin'up Father*, ambos llegados en 1925 y cuya importación se

extendería hasta la guerra civil. La tercera se produciría al final de la Guerra civil española, desde 1940 y hasta bien entrado 1953 y años posteriores, cuando los cómics USA se publicaron, sobre todo, en el formato del cuaderno de historietas.

La llegada del material estadounidense no hubiera sido posible sin la creación de una industria editorial nacional. En 1935 se crea la editorial importadora de cómics estadounidenses por excelencia, Hispanoamericana de Ediciones, que hasta 1944 mantendría el monopolio con títulos como *Superman* y *Tim Tyler's Luck*. A partir de 1944, la incipiente editorial Bruguera (antes "El gato negro"), se haría con los derechos de reproducción de los cómics Disney, importante caudal de ingresos que además se vio respaldado por la proyección de películas de estos personajes. Le seguirían obras tan reconocidas como *The Spirit* o *Rip Kirby*. En 1947, la editorial Fantasía comienza a importar también las obras Disney pero sólo durante dos años, hasta que es comprada por la mexicana Ediciones Recreativas y ésta, a su vez, por la que se convertiría en una auténtica amenaza para la industria española: la editorial mexicana Novaro. La razón de que fuera tan competitiva era que publicaba las historietas estadounidenses respetando el formato de las originales. Es decir, los tebeos extranjeros debían adaptarse al tamaño estandarizado español y para ello se eliminaba, recolocaban o redibujaban las viñetas, destrozando el ritmo narrativo y el dibujo. Los tebeos de la editorial mexicana no sólo respetaron el tamaño y con ello la narración, sino que también eran a todo color, como los americanos. Así, aunque fueran más caros, gozaban del favor del público infantil¹ y con sus ventas, Novaro se erigió como la más importante competidora de la industria española, haciendo sombra incluso a otras editoriales como Dólar.

¹ Según los resultados de las encuestas realizadas por el padre Vázquez O.P. en 1959, el 91,18% de las publicaciones estadounidenses venían de México, y el 79% eran editadas por ERSA y Sociedad Editora América S.A., filiales de Novaro (57). El éxito entre los niños era patente y para el autor, problemático: "Nos preocupa que los datos obtenidos [...] sobre la lectura recreativa de los niños españoles que viven en zonas urbanas, revelasen en porcentajes elevados que la referencia de los personajes "Superman" y "Roy Rogers" hayan escalado los primeros puestos de favoritos de nuestros niños." (63)

En España, el cómic estadounidense fue, cuando menos, un elemento perturbador, que atrajo la atención de público, instituciones y medios. Ya durante la propia dictadura, numerosos trabajos de diversa índole abordaron su hegemonía sobre el mercado nacional. En general, se apuntó a la perniciosa ideología que instilaban los tebeos extranjeros, se apuntaba a la mala gestión del régimen hacia la producción del tebeo nacional, y se acusaba a la industria norteamericana de competencia desleal. Esto desembocó en la prohibición de algunos de los títulos más significativos de la producción estadounidense de 1964 a 1971 pero también en el florecimiento de una forma de expresión contracultural que expresaría las más airadas críticas al régimen y abriría tímidamente el camino al cómic feminista.

En esta comunicación vamos a seguir la recepción del cómic estadounidense en España durante el tardofranquismo, una recepción que oscila como un péndulo entre la apertura y el rechazo, entre la alienación y la hibridación dependiendo del concepto que se tuviera de Estados Unidos. Es, por tanto, una radiografía de la “americanización”, de las voces críticas que se alzaban frente a una cultura en apariencia provinciana y tosca; del miedo y de la atracción que producía, a partes iguales, la que se consolidaba como primera potencia mundial; de los aires de cambio que parecía traer, y de cómo servía para aumentar la distancia generacional. En consecuencia, a través de este pequeño estudio apuntaremos las pinceladas que dibujaban el rostro, o más bien la caricatura, del estadounidense visto por el español de la época y viceversa.

La comunicación se divide en dos partes. La primera pretende comentar los cómics estadounidenses de mayor relevancia que llegaron a España en los años 60 y se analizarán algunos aspectos en relación con la imagen que se proyectaba del país de origen. En la segunda parte, se describirá y comentará la recepción de estos productos, a través de canales oficiales (prensa, instituciones, etc.) y su influencia (emulación).

2.- la producción Estadounidense

a. Cómic estadounidense: La modernidad y el exotismo

Durante los años 50, la autarquía promovió la producción nacional y el cómic –sobre todo la casa Bruguera- vivió su época de esplendor. En los años 60, a pesar de la apertura y la liberalización del mercado que pretendía el Plan de Estabilización y las subsiguientes reformas, la censura no solo prevaleció sino que se incrementó y la entrada de material extranjero se limitó para no competir en exceso con la industria nacional.

La temática más común era la del humor, con títulos tan conocidos como *Zipi y Zape*, *Carpanta* o *Mortadelo y Filemón*. Los cómics que mayor competencia suponían para la industria nacional eran los estadounidenses: Disney, el género de superhéroes y otros como *La pequeña Lulú*. Sin embargo, ninguno de los estadounidenses llegó a alcanzar el número de tiradas de los españoles.

La picaresca, a veces cruel pero siempre hilarante, era la temática nacional por excelencia. Frente a estas producciones casi dionisiacas, el producto estadounidense se presentaba como el opuesto apolíneo –la estética idealizada, de aventuras inermes, de humor bastante más comedido, y con un escenario que deslumbraría a su público: barrios armónicos, de casitas acogedoras y rodeados de comodidades. Sin llegar a la crítica ideológica de Matterlart y Dorfman lo cierto es que las aventuras de los personajes de Disney o de *La Pequeña Lulú (Little Lulu)*², con sus casas de dos pisos, sus jardines y urbanizaciones y por supuesto sus fantasiosas aventuras, hablaban de una incipiente sociedad de consumo que deslumbraba al mundo. Pero ¿qué otros factores, además del exotismo, podía vehicular? Una revisión de *La pequeña Lulú (1951-1984)* sorprende al lector actual porque no solo dibujaba un mundo de comodidad, sino de igualdad entre sexos como ningún otro cómic español

² *Little Lulu* nació en 1935 y fue publicada en España con interrupciones por distintas editoriales. La más longeva y continuada fue la de la Editorial Novaro, que publicó mensualmente desde 1951.

ofrecía hasta entonces. Para empezar, la pequeña Lulú, una niña, es la protagonista indiscutible y es ella la que idea las mayores travesuras y embrollos³. Pero lo que es más importante, en *La Pequeña Lulú* prácticamente no se advierte diferencia de géneros y si surge una lucha de sexos, (como no dejar pasar a las niñas a la casa del árbol), al final Lulú siempre se las ingenia para desbaratarlo todo y reírse de sus compañeros varones. Incluso hoy podría ser perfectamente actual pero a finales de los años 50 y principios de los 60, constituía una ventana hacia la que algunos niños y niñas miraban con alivio lo que el futuro podía deparar. Si a esto unimos el exotismo de los acomodados barrios de clase media estadounidense, comprenderemos la longevidad de que gozó la publicación⁴.

Y si *Lulú* (o Disney u otros cómics infantiles estadounidenses) contrastaban con la picaresca, los cómics de superhéroes eran el contrapunto para las obras de aventuras españolas. Aun así, este género no tendría demasiado impacto hasta la muerte de Franco, cuando se produce un verdadero *boom*. Las razones de que la llamada “Era de Plata” de los superhéroes no tuviera tanto éxito en España son varias y obedecen, principalmente al elevado proteccionismo. Una somera descripción del panorama editorial nos puede dar las claves. En el año 59, la editorial Dólar publica casi todos los títulos estadounidenses, con Flash Gordon y Superman a la cabeza, aunque estos no son rival para los tebeos de aventuras españoles, que gozan de tiradas hasta 6 veces mayores.⁵ Sin embargo, desde 1952, la editorial mexicana Novaro publicaría también Superman con la diferencia de que lo haría en el mismo formato que el original estadounidense y a todo color. Esto aumentó su popularidad pero varias editoriales españolas se quejaron ante la

³ No es que en España no existieran personajes femeninos con carácter. *Celia*, de Elena Fortún, también era una niña traviesa que no paraba de meterse en líos. Ambas transgreden las normas y al mismo tiempo perpetúan el *status quo*. La diferencia es que Lulú trae consigo una carga de exotismo (los acomodados barrios estadounidenses) que Celia no ofrece. Y en Lulú, ligado a ese exotismo, se desdibujan las barreras de género con más fuerza que en Celia.

⁴ Creada en 1935, llega a España en 1951 con EMSA y se publicará en nuestro país hasta 1984.

⁵ Tanto *El Guerrero del Antifaz* como el *Príncipe Valiente* llegarían a tiradas de 200.000 ejemplares. Los cómics Dólar y después Vértice (que importaron los cómics Marvel), tenían un promedio de 50.000 ejemplares. (v. *Catálogo de publicaciones infantiles y juveniles*, CIPIJ 1975 Y 1973).

Dirección General de Prensa por competencia desleal⁶. Además, la actuación de los tecnócratas en el poder, tendría como consecuencia para la prensa una reorganización del mecanismo de control y censura, que se acentúa en los años 60. El éxito inicial de los títulos de Novaro se verá drásticamente reducido al prohibir la importación de sus dos títulos más importantes, Superman y Batman, desde 1964 a 1971. En 1964 se crea la editorial Vértice, que importará los incipientes cómics Marvel y por suerte para la nueva editorial, se acaba una de las series españolas más longevas y exitosas, *El guerrero del antifaz*. Por su parte, Marvel había nacido solo 3 años antes pero ya cosechaba éxitos por todo el mundo. No así en España, pues las adaptaciones de Vértice desmejoraban el original. Por ejemplo, se publicaban en blanco y negro en lugar de a todo color, se redibujaban las viñetas para adaptarlas al formato físico y se eliminaban detalles, fondos e incluso viñetas. Además, la censura mutilaba los textos hasta el punto de que la trama perdía todo sentido. Con todos estos factores es fácil imaginar que los cómics de superhéroes nunca pudieron competir con los semanarios españoles ni con los títulos de aventuras nacionales.

En cualquier caso, los pocos títulos que entraron reflejaban una realidad a veces exótica, a veces fantástica, pero también conflictiva. El género de superhéroes ha sido considerado tradicionalmente uno de los más reaccionarios y no se puede negar que la defensa del *status quo* sea el catalizador de muchas de sus aventuras. Sin embargo, en los años 60, EE.UU. vivía una de las épocas más convulsas de su historia y este género de cómics, para no perder lectores, introdujo los temas que preocupaban a su público lector: la lucha por los derechos civiles, el feminismo, las drogas, etc. Así pues, junto a su defensa de la moral y las buenas costumbres, los superhéroes incorporaron pinceladas de temática social. El caso más claro fue el de Linterna Verde que en 1969 introduce otro personaje, Flecha Verde (Green Arrow), un Robin Hood moderno que no solo lucha por los más desfavorecidos sino que muestra a su compañero, Linterna Verde, problemas reales como las drogas, las luchas de clases o el racismo. Y con el mismo

⁶ V. Martin, A. (2000)

espíritu, se introducen superhéroes afroamericanos como Black Panther o el Halcón⁷.

Así pues, los cómics estadounidenses, como producto cultural, reflejaron una serie de problemáticas autóctonas que no existían en España. Los superhéroes introdujeron, bajo el radar franquista, una serie de valores nuevos que ya la televisión, el cine, la moda y la música americanos habían avanzado: una realidad plural cambiante y democrática, donde los jóvenes adquirirían un papel preponderante. Y tanto este género de aventuras como *La pequeña Lulú* o Disney, vehiculaban una ideología al tiempo conservadora, consumista, y de modernidad y cambio para el joven lector que vivía bajo una dictadura.

b. La producción Estadounidense más transgresora.

La revolución social estadounidense de los años 60 dispuso el escenario y proporcionó el público adecuado para un nuevo tipo de cómic. Un público que ya no se sentía identificado con personajes que vestían mallas de colores, que se lanzaban a luchar contra el mal sin cuestionarse los motivos, que todavía llevaban el pelo corto y un aspecto anclado en el estilo de la década anterior y lo más importante: imposible identificarse con unos defensores del *establishment*. Surge entonces el cómic *underground* con la intención de dinamitar el *American Way of Life* desde sus cimientos. Las obras de Robert Crumb y los que se unirían al primero de estos cómics, *Zap magazine* (1968), llevarían el discurso y la experimentación artística a otro nivel⁸.

⁷ En el nº 52 de *Fantastic Four* (1967) aparece, por primera vez, un superhéroe de color, Black Panther, que a España llegaría de la mano de Vértice dos años después. El Capitán América sería el siguiente personaje que iría acompañado de un superhéroe negro, el Halcón, aparecido en el nº 117 en 1969 e inmediatamente después, ese mismo año, en España.

⁸ Para un análisis más detallado del *underground* español, v. Dopico, P. *El cómic underground español, 1970-1980*. Madrid: Cátedra, 2005; Lladó, F. *Los comics de la transición: (el boom del cómic adulto 1975-1984)* Barcelona: Glénat; 2001, Vigiol, L. “El cómic underground en los Estados Unidos”, y Sahagún, A. “El cómic de la contracultura”, ambos en *Estudios de Información: Los cómics* Madrid: Ministerio de Información y Turismo, Secretaría General Técnica, Sección de Informes y Documentación, nºs 19-20, 1971.

Al mismo tiempo, los cómics de la industria perdían lectoras femeninas y las ventas de sus cómics para chicas no hacían sino caer. Stan Lee, una de las estrellas de la Marvel, escribió “No Man is my Master”⁹, obra maniquea protagonizada por una chica que deja a un novio exageradamente machista. No tuvo demasiado éxito pero demuestra que las grandes firmas se encontraban totalmente perdidas con respecto a los gustos de las lectoras que ya no compraban los folletines románticos que antes se vendían tan bien. Por el contrario, en España, los folletines para mujeres como *Claro de Luna*, *Azucena* o *Mary Noticias* gozan del favor del público y no experimentan descenso alguno de ventas. Esto da cuenta de que los cambios estructurales y de apertura hacia el exterior se desarrollaban a un nivel diferente al cambio social, que era más lento. Las superheroínas, que ya quedaban obsoletas para la segunda oleada del feminismo en EE.UU., era lo más antagónico a las heroínas españolas que todavía esperaban (y se desesperaban) ante la llegada del amor.

Y las verdaderas heroínas del feminismo, protagonistas de cómics *underground* creados por mujeres, apenas encontrarían público en España. En EE.UU., las autoras encontraron un espacio para sus reivindicaciones y para expresar con toda libertad su indignación, frustración y brillantez. A través del cómic se dibuja, literalmente, una identidad para la nueva mujer, que combate los estereotipos con mucho humor y sin tapujos. No obstante, aunque la estética *underground* constituyó una crítica de los valores obsoletos y una liberación artística que permitió una renovación sin precedentes del lenguaje gráfico del cómic, esta corriente cultural cerró filas en torno a los creadores masculinos y la violencia gráfica se dirigió a la mujer, que percibían como una amenaza tras su liberación.¹⁰

⁹ VVAA. “No Man is my Master” from *My Love* #10 Marvel, March 1971.

¹⁰ “Sadly, most of the male underground cartoonists understood as little about the new women’s movement as the newspapers did, and reacted to what they perceived as a threat by drawing commix filled with graphic violence directed mostly at women. People - especially women people- who criticized this misogyny were not especially welcome in this alternative version of the old boys’ club and were not invited into the commix being produced.” (Robbins, T. 85)

Al contrario que el cómic *mainstream*, el cómic *underground* va a generar en España un proceso de emulación que se traducirá en una corriente creativa propia en el panorama nacional. Los autores españoles, inspirados por las obras de R. Crumb y otros iconos de la contracultura, introducirán sus preocupaciones artísticas y sociales para oponerse al régimen y reivindicar una forma de vida diferente, marginal y extrema. Pero de esto hablaremos más adelante, en el último apartado dedicado a la emulación.

c. Recepción: Rechazo, alienación y emulación

a. Rechazo y prohibición.

El foco de las críticas hacia el cómic en España sería el género de superhéroes. Bien por su calidad narrativa, bien por sus valores, bien por la competencia con la industria nacional, lo cierto es que las críticas se multiplicaban. Ya desde finales de los años 50, se alzan voces con ascendente social que advierten de la excesiva influencia extranjera en el lector de cómics español, invariablemente infantil:

La escasez y las características imperantes de las revistas infantiles españolas han tenido como consecuencia la invasión del mercado por revistas extranjeras. Presentan estas publicaciones ambientes completamente distintos a los que rodean al niño español. La mentalidad de sus personajes responde a una formación también distinta. Estos elementos extraños se apoderan, sin embargo, del favor del niño, merced al influjo de los héroes en los cuales va cobrando vida aquel modo de ser y actuar exótico. [...] Asimismo, a través del ambiente en que transcurren las historietas, y que reflejan aquél en que fueron escritas, se filtrará en el ánimo del niño el espíritu frívolo que las informa, entendiendo por frívolo [...] la consideración de la vida en general, y en particular de las cosas más serias, como el

matrimonio, la caballerosidad, el amor, la maternidad, etc. (Vázquez, p.153)

La invasión extranjera se refiere a la industria estadounidense del cómic, que parecía estar ganando el favor del público frente a la industria nacional. Efectivamente, hacia finales de los años 50, la industria española experimenta un periodo de crisis. Sus contenidos se han agotado y se vuelven repetitivos. Al mismo tiempo, el colorido de los exóticos tebeos estadounidenses de la editorial Novaro, con sus fantásticas aventuras y realidades desconocidas, los convierten en una dura competencia.

Por todo ello, el 27 de septiembre de 1962 se crearía la CIPIJ (Comisión de Información sobre Publicaciones Infantiles y Juveniles) con el padre Vázquez como Secretario General. La Comisión se encargaría de velar por la integridad de los pequeños y asegurar la calidad de las publicaciones. En Estados Unidos también se creó un instrumento de censura similar casi 10 años antes, el *Comics Code Authority* (1954). Sin embargo, entre ambos había una diferencia fundamental: La CIPIJ podía censurar e impedir la importación de material pero el CCA no. El CCA era una censura indirecta, basada en la presión. Simplemente, la mayoría de los distribuidores y los puntos de venta evitaban ofrecer cualquier tipo de material sin el sello del CCA, lo que provocó el cierre de algunas editoriales, la autocensura de artistas y productores, y la transformación de los contenidos.

Lo que reflejan ambos códigos de regulación es un contexto histórico-social de tensiones encontradas en ambas sociedades. En los EE.UU. de los años 50, la represión a comienzos de la Guerra Fría respondía al mismo espíritu que la represión moral de los años 60 en España. Hay que recordar que en la inmediata posguerra y en los años 50, el tebeo en España (nacional o no) nunca sufrió una censura tan agresiva como en los años 60. Sí hubo mecanismos de control (asignación de licencias, compra-venta de papel, distribución de ejemplares) pero lo que buscaban era sofocar cualquier intento de subvertir el régimen. En los años 60, la ideología deja paso a la preocupación por temas como la moral o la violencia, al igual que en

EE.UU. Norteamérica también veló por la exclusión de cualquier material comunista pero en general, el CCA respondía a un intento por mantener los valores morales y el respeto a la autoridad. En resumen, ambos códigos de regulación son fruto del contexto: Un sistema de gobierno que ejerce un férreo control sobre la población para protegerla de males mayores. Sin embargo, existía una década de diferencia entre ambos países. Así, mientras España trataba de homogeneizar valores y costumbres, EE.UU. vivía los años más revolucionarios, con protestas, luchas y reivindicaciones.

b. “¿Apertura o alienación?”

Hasta aquí el papel de la censura oficial pero ¿cuál era la posición del lector medio? ¿Era la moral un problema tan acuciante? ¿Se temía una pérdida de valores autóctonos entre los lectores más jóvenes para ser sustituidos por el estilo de vida americano de las casas lujosas y los héroes del futuro? Revistas como *La Codorniz* o *Hermano Lobo* dibujan el contradictorio panorama que constituía la cultura norteamericana a ojos del español medio.

La codorniz se denominaba a sí misma “La revista más audaz para el lector más inteligente”. Era un semanario de humor y sátira política que formó a una generación irrepensible de humoristas gráficos como Chumy Chúmez, Mingote, Tono, o Miguel Mihura por nombrar solo algunos. Gozó de una inmensa popularidad¹¹ y fue todo lo atrevida, contestataria y crítica que los límites del franquismo permitían, pero nunca más allá. A pesar de su tono amable, sufrió el secuestro de ejemplares, especialmente tras la aprobación de la Ley de Prensa (1966)¹². Sin embargo, la postura de los artistas y colaboradores no fue especialmente contestataria.

¹¹ “115.000 ejemplares en mayo de 1964 (extra sobre “la Democracia”), 195.000 en febrero de 1966 (extra sobre “Los problemas de la juventud”) y 205.000 en octubre de 1968 (número dedicado al “Gobierno”), según informa la propia revista en sus portadas” (Prieto Santiago, M. y Moreiro Prieto, 31)

¹² V. García Garreta, F. *La censura en el franquismo y la revista de humor “La Codorniz”*. Torreperogil, Jaén : Alkymya, D.L. 2012 y Prieto Santiago, M. y Moreiro Prieto, J. *La codorniz: Antología* Madrid : Edaf, 2011

Por ejemplo, la democracia se presentaba como un sistema ineficaz donde el poder de la mayoría conducía al fracaso colectivo. Un sistema propio de los países extranjeros pero no por ello mejor valorado que una dictadura.



Ilustración 1 *La codorniz*, nº920, 1959, p. 9



Ilustración 2 *La codorniz* n°936, 1959, p.12

Frente a la actuación de los países extranjeros y de EE.UU. en particular, la revista se permitía mayores libertades, ya que la crítica al régimen franquista era susceptible de sufrir mayor censura. Así, no duda en hacer una demoledora apología contra la guerra de Vietnam, en la que compara peyorativamente al país con superhéroes:

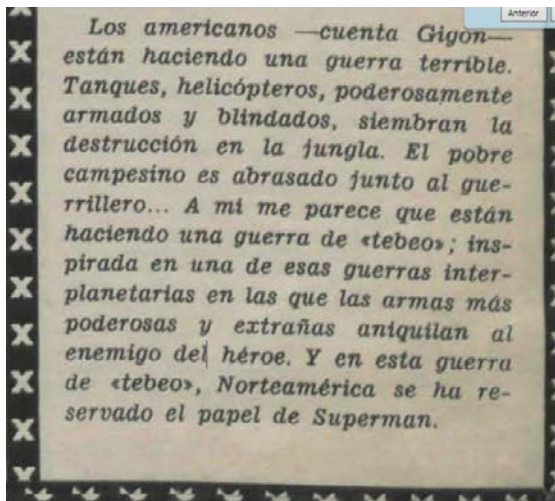


Ilustración 3 *La codorniz*, nº 1311, 1967, p.3

Y de hecho, las críticas al género de superhéroes y a los “cómic” estadounidenses eran continuas:



Ilustración 4 *La codorniz*, nº1582, 1972, p.3

Contrariamente, es un cómic americano, *Peanuts*, el que utilizan para intentar que el Caudillo entre en razón:



Ilustración 5 *La codorniz*, 1759, 1976, p.3

Lucy, cual muñeco ventrílocuo, le grita al oído del generalísimo que someta su cargo a votación. Este ataque tan directo al totalitarismo, se suaviza a través del aura de inocencia que impregna el humor de *Peanuts* y que viene mediado por una cultura extranjera hacia la que la política franquista ya se estaba abriendo: la estadounidense.

Sin embargo, por los ejemplos que veíamos al principio referidos a la democracia, parece que el aislamiento precedente, más que anhelos de apertura difundió el escepticismo hacia el mundo exterior. Como en el resto de Europa, el discurso de la “Americanización” o de la “colonización cultural”, sobre todo en lo referido a su cultura popular, cundía entre los lectores.

Hermano Lobo fue heredera, en muchos sentidos, del espíritu codornicesco pero la sátira política fue mucho más allá. El primero número sale el 13 de mayo de 1972 con un torero que lleva la bandera estadounidense como capote. ¿Pretendían “capear el temporal” con la ayuda del “amigo americano”?

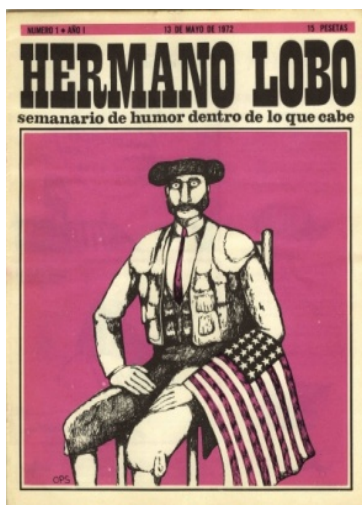


Ilustración 6 Hermano Lobo, nº1, 1972

La imagen está abierta a múltiples interpretaciones pero de lo que no cabe duda es de que el signo aperturista es más evidente que en *La codorniz*. Al fin y al cabo, se crea en los estertores del franquismo y apela a los nuevos lectores que miran al futuro con la esperanza del cambio.

De hecho, si comparamos los comentarios de *la Codorniz* sobre la democracia con los de *Hermano Lobo*, vemos dos facetas diametralmente opuestas:

Con respecto a las relaciones hispano-estadounidenses, el dardo hacía diana tanto en la política nacional como en la internacional y se acentuaba la asimetría entre ambas naciones, algo que el régimen trataba de maquillar.



Ilustración 6 *Hermano Lobo*, nº209, 1976

La codorniz y *Hermano Lobo* eran dos de las revistas de mayor tirada y tomaban el pulso de la población sobre los acontecimientos nacionales e internacionales. Sus páginas muestran la recepción de la cultura estadounidense a través de los ojos de sus lectores, el español medio. Es un mosaico de contradicciones que van desde el rechazo total a la cultura popular representada por los cómics de superhéroes hasta la utilización de la tira cómica americana (*Peanuts*) para reprender al caudillo. Con el tiempo, temas como la democracia pasan de ser objeto de mofa a anhelo esperanzador del cambio. En cualquier caso, realizan una radiografía de la España del desarrollismo y de sus relaciones con EE.UU. tan gráfica como brillante.



Ilustración 7 *Hermano Lobo* 161, 1975

c. Emulación y apropiación.

Mientras las revistas de humor gráfico desgranaban el sueño americano y los estereotipados personajes del cómic *mainstream*, otros aprovechaban precisamente estos estereotipos para atraer al público. Este es el caso de *Aventuras del FBI*, un cómic español cuya temática, contexto y personajes son exclusivamente estadounidenses. Gozó de una longeva existencia (Rollán 1951-1974) y si otras colecciones cerraban al año de salir, esto nos indica que debió gustar al público (porque no hay cifras exactas sobre sus tiradas). ¿Cuáles son estos estereotipos que demandaba el público español? Pedro Porcel explica:

[*Aventuras del FBI*] plasma en imágenes la mitología de EE UU, lo actual, el dinamismo, el progreso. Las historias deben remitir sin variación a un modelo estético cargado de motivos susceptibles de ser identificados por el público con el sueño americano. Abundan por tanto los automóviles veloces y

aerodinámicos, las obras en construcción, las grúas gigantescas, los rascacielos (el skyline tipo Manhattan se convierte desde ahora en algo familiar), las factorías petrolíferas, la máquina como paradigma de modernidad. Submarinos, aviones, lanchas motoras, cohetes supersónicos, coches corriendo, chocando, precipitándose al vacío: técnica y velocidad son los cauces nuevos por los que discurre la aventura eterna. Tipologías del cine negro, como la mujer fatal o el gángster, proliferan hasta los mismos límites que la censura permite. Y eso sin dejar de visitar el mundo del folletín, tan profundamente implantado en el imaginario de autores y lectores. Argumentos sencillos, desarrollados en uno o dos episodios que no se separan del tópico y que siguen un esquema en el que la acción es el sentido último de la narración. Aventuras a menudo manidas, salvadas por el trazo prodigioso de Luis Bermejo, que es quien obra el milagro de construir para el lector ese mundo nuevo (Porcel, 138).

La compilación de estereotipos da cuenta de la imagen que tenían los productos americanos (películas, música, moda...) o por lo menos lo que el gran público identificaba con EE.UU. Al fin y al cabo, la propaganda franquista paseó la fotografía de Franco y Eisenhower por todos los periódicos en primera página y, aunque las relaciones diplomáticas y comerciales entre ambos países no fueran excepcionales, el régimen sí publicitó el país norteamericano como aliado. De hecho, para los detractores de la dictadura, “el ‘amigo americano’ no fue como en Europa occidental el abanderado de la democracia y la prosperidad” (Delgado, L., 234) pero no cabe duda de que “lo actual, el dinamismo, el progreso” (Porcel, *ibid*) eran la seña de identidad del “amigo americano”. Con “la irrupción de los mass media norteamericanos en España —cine, televisión, revistas, música, agencias de publicidad—, [se] iba a provocar un efecto de emulación que contribuyó al cambio sociológico experimentado por el país en las décadas siguientes, introduciéndolo en las pautas de la

sociedad de consumo” (Delgado, L. 254) y *Aventuras del FBI* es precisamente el paradigma de esa emulación.

Sin embargo, EE.UU. no era sólo el topos imaginario del futuro y el progreso. De hecho, la influencia artística más interesante en la España de la época recupera precisamente la muerte del sueño americano. El cómic estadounidense *underground* generó el mayor fenómeno de emulación y adaptación en el cómic español. La primera revista parecida a la icónica *Zap* (1968) sería *El Rollo Enmascarado* (1973), con clara influencia americana como comenta Nazario, uno de sus artistas:

Empezamos a crear historietas conjuntamente y a pensar que editaríamos una revista con todas las condiciones que debían de reunir las revistas que se llamaban *underground* en EE.UU. y fue como nació *El Rollo Enmascarado* (Vila-San Juan, M.)

El Rollo Enmascarado fue una de las primeras y más audaces e inspiradoras revistas de cómic contracultural nacional. En sus páginas encontramos artistas del medio hoy consagrados como Mariscal, Onliyú, Nazario, Pepichek etc., que tomaron como maestros a los artistas estadounidenses más revolucionarios: Robert Crumb, Spain Rodríguez, Gilbert Shelton o John Thompson entre otros.

No obstante, el cómic contracultural español no se limitó, ni mucho menos, a ser una mera copia del americano. Explotaron todos los recursos artísticos y los límites de lo políticamente correcto de la forma más original y rompedora imaginable. Cada artista, americano o español, expresaba sus miedos, angustias, rabia y euforia de una manera completamente única y transgresora, pero todos ellos compartían un objetivo común: desestabilizar el sistema. No importaba que éste fuera una democracia o una dictadura, que vinieran de una generación acomodada o de una generación heredera de la posguerra, que estuvieran en guerra o no: el sistema no funciona. Para Mariscal, “La base de los tebeos...part[e] de un buen ejemplo que eran los tebeos *underground* norteamericanos, pero también de una necesidad muy propia nuestra que era explicar tu

alrededor” (Vila-San Juan, M.) y para Pepe Ribas, el director de otro de los fanzines más representativos, *Ajoblanco*, “El país ya tenía una necesidad de ruptura, pero no una ruptura con el Franquismo, sino [...] con el Sistema” (Vila- San Juan, M.).

De hecho, tanto para estos artistas contrarios al régimen franquista como para los norteamericanos, los tebeos *mainstream* estaban al servicio del *status quo* que querían dismantlar. Por ejemplo, en “La Carrozona despechada” (*Catalina*, 1974), que Nazario firma como “R.I.P.A. 1973”, se burla de los superhéroes que se erigen en defensores del orden y crea un superhéroe que no es más que un reprimido sexual frustrado¹³. Igualmente, Gilbert Shelton crea el “Cerdo de Acero”, un superhéroe reaccionario y maloliente que se vanagloria de haber arrancado piernas y brazos a todo comunista de EE.UU.¹⁴. Cualquier personaje creado por la industria oficial era susceptible de sufrir la violenta parodia del cómic de autor, y cuanto más icónico fuera éste, más sarcástica sería su representación.

De hecho, no se trata tanto de luchar por una revolución como de dismantlar lo conocido. Si en las calles las protestas se focalizaban en abolir todo tipo de injusticias (guerra de Vietnam, derechos civiles, libertad de expresión, dictadura...), en el papel el objetivo es cuestionar y ridiculizar los hábitos de la sociedad burguesa. La religión, el sexo, la familia, el dinero... todos los tabúes o las ideas preconcebidas se destripan a través del erotismo, la violencia, lo grotesco, la estética feísta y cualquier antónimo de lo que se considerara “aceptado”. Según Pepichek, sus cómics hablan de “Las paranoias sexuales...los desamores...” (Vila- San Juan, M.) Y en el mismo documental, Nazario cuenta que:

Yo me había tomado las historietas como una especie de catarsis desde las primeras del *underground* aquello de *La piraña divina*, S. *Reprimonio* (el tío

¹³ Un análisis más extenso en DOPICO, P. (71-74)

¹⁴ Vigil, Luis. “El comic underground en los Estados Unidos”. *Estudios de información*. Madrid: Ministerio de Información y Turismo. Secretaria General Técnica, Servicio de Documentación, 19-20, 1965. Pp 101-128.

aquel que prefiere cortarse la polla antes que follar con un tío) con una serie de sueños y de mal rollo provocados por la cultura católica y franquista (*Ibid*)

En definitiva, se trataba de atacar los tabús, el modo de vida, la sociedad de consumo, las paranoias personales. El *underground* fue también una forma de rebelión para las nuevas generaciones, y en España, además, se identificaría con una cultura aparentemente más dinámica y menos tradicional que la europea. En este sentido, el cómic *underground* estadounidense fue la fuente de inspiración principal de toda la corriente contracultural española, y se traducía en modernización vanguardista.

El *underground*, como ya hemos comentado más arriba, también sirvió para dar a conocer el valioso trabajo de mujeres artistas. 1970 explotó con publicaciones de revistas, cómics y periódicos por y para mujeres con títulos como *Off Our Backs* o *Goodbye to All That*, aunque sin duda el más influyente sobre todo por longevo sería *It Ain't Me, Babe*. Con artistas como Trina Robbins, Panzika (Nancy Kalish) o Barbara Mendes, la psicodelia, el feminismo y la libertad de expresión darían rienda suelta a una imaginativa revista que serviría como parteaguas para muchas más.

No tenemos datos de si algo de esta producción feminista llegó a España. En 1972 se publica en Madrid *Comix Underground USA*, una compilación con los mejores ejemplares de este género, sin ningún trabajo de autoría femenina. Para cuando se publicó esta recopilación, ya se comenzaba a gestar las primeras revistas *underground* nacionales, así que las obras que sirvieron de inspiración tuvieron que llegar mucho antes. Según testimonios de los propios autores¹⁵, la gente que viajaba al extranjero solía traer copias de Francia y Reino Unido principalmente. No sabemos si este material también incluiría alguna obra feminista, pero en la revista *Star*, conocida publicación del *underground* español, se incluye una colaboración de Trina Robbins en 1976¹⁶.

¹⁵ ONLIYÚ. *Memorias del underground barcelonés*. Barcelona: Glénat, 2005.

¹⁶ *Star*, Barcelona: Producciones Editoriales, 1976, n°21 (pp.58-65).

En cualquier caso, tanto el cómic *underground* masculino como el feminista se limitaron a círculos minoritarios, así que su impacto sobre las capas medias urbanas en expansión debió ser ínfimo. No obstante, es probable que la mayoría de los jóvenes inquietos, vanguardistas y que no solo buscaban una revolución cultural sino también una transformación política, percibieran estas publicaciones como viento fresco del otro lado del Atlántico. El lenguaje contra la industria oficial, productora de íconos tan representativos como repudiados, era compartido tanto por los estadounidenses como por los españoles. El *underground* era su *lingua franca* y modificó percepciones y estereotipos sobre EE.UU.

d. Conclusión

Comenzábamos esta charla hablando del giro que la influencia cultural experimentó en el siglo XX, pasando de ser unidireccional (de Europa a EE.UU.) a bidireccional (Europa-EEUU y viceversa). El cómic es uno más de los muchos productos culturales que llegarían masivamente y su recepción oscila como un péndulo entre la apertura (el éxito entre su público, infantil y adulto) y el rechazo tanto de instituciones como de público lector. Se pasa de la alienación que provoca el miedo a la “americanización” a la hibridación del cómic *underground* español. Los años 60 y 70 son un periodo de debate en torno a la “americanización” en toda Europa y como hemos visto en publicaciones como *La codorniz*, también fue un tema de preocupación en España. Sin embargo, este temor sería excesivo, pues la censura y el control franquista impidieron que la “americanización” tuviera tanto impacto como en otros países. Como hemos visto, uno de los íconos de la cultura popular estadounidense, los superhéroes, no tuvo especial repercusión en el país, y habría que esperar a 1975 para que este tipo de publicaciones tuvieran un verdadero impacto. Además, el relativo aislamiento internacional al que se sometió al país lo aisló también en la esfera cultural. En 1959 se inicia la apertura hacia el exterior pero, precisamente por ello, los mecanismos de control se incrementan, así que la supuesta “americanización” que ciertos títulos podían suponer no fue tal. Además, tampoco Washington estaba interesado en

estrechar las relaciones con España más allá de los pactos en materia de defensa, así que la presencia de sus cómics en el kiosco siempre sería menor que la de los títulos españoles.

Ahora bien, el contenido de sus colecciones sí podría introducir unas pinceladas de pluralidad que tal vez burlaran el radar franquista precisamente por tratarse de una literatura poco prestigiosa aunque masiva. Debido a la escasez de estudios y de datos sobre la materia, resulta muy difícil conocer el verdadero ascendente de los cómics estadounidenses, pero pensamos que, como todos los demás productos culturales (televisión, cine, música, moda...) contribuyeron al cambio, introduciendo la sociedad de consumo y ciertas pautas del estilo de vida norteamericano.

Probablemente el cómic *underground* sea el que ha dejado una huella más fehaciente tanto en la producción cultural nacional como en los movimientos de protesta. Durante el desarrollismo de los 60, se gesta el llamado “boom del cómic”, que estallará, como tantas otras manifestaciones culturales, una vez muerto el dictador. Este *boom* no solo vio la entrada masiva de material extranjero “oficial” y de calidad, sino (y puede que más importante aún) la producción de revistas como *Ajoblanco* o *Star* que daban cuenta de una cultura artística “sumergida” en Barcelona y preconizaban la “movida” madrileña. La sátira política se dejó en manos de semanarios como *Hermano Lobo* y los cómics *underground* se encargaron de dinamitar los más arraigados usos y costumbres de la burguesía nacional con la esperanza de producir una verdadera revolución que nunca llegó. Esperamos que, a través de este pequeño análisis se hayan ofrecido unas pocas pinceladas del rostro, o más bien la caricatura, del estadounidense visto por el español de la época y viceversa.

Bibliografía

- Altarriba, A. y Remesar, A. *Comicsarías*. Barcelona : PPU, 1987. Impreso.
- Álvarez Villar, Alfonso, *Supermán, mito de nuestro tiempo* Madrid, Rev. española de la Opinión Pública nº 6, Oct.-Nov. 1966. Impreso.
- , "Función formativa de los tebeos en las mentes de los niños" *Hoja del lunes*, 20 de septiembre de 1965. Impreso.
- Barker, Martin. *Comics: Ideology, power and the critics*. Impreso. Manchester ; New York : Manchester University Press, cop. 1989. Impreso.
- Bigsby, C.W.E: "Europe, America and the Cultural Debate", en Bigsby (ed.): *Superculture. American Popular Culture and Europe*. Bowling Green: The Bowling Green University Press, 1975, 1-27. Impreso.
- Coma, Javier. *Del gato Félix al gato Fritz: Historia de los cómics*. Barcelona [etc.]: Gustavo Gili, cop. 1979. Impreso.
- Delgado, L. "¿El 'amigo americano'? España y Estados Unidos durante el franquismo". *Stud. hist., H.ª cont.*, Salamanca: Universidad de Salamanca 21, 2003, 231-276 Impreso.
- Delgado, L. y León, P. "Americanización de Europa, Guerra Fría y estudios históricos: Jalones de una trayectoria. Introducción" en *Historia del presente* 17, 1 2ª época, 2011, 5-11. Impreso.
- Dorfman, A. y Mattelart A., *Para leer al pato Donald: Comunicación de masa y colonialismo*. Buenos Aires: Siglo XXI, 1972. Impreso.
- Dopico, P. *El cómic underground español, 1970-1980*. Madrid: Cátedra, 2005. Impreso.
- Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*. Barcelona: Lumen, 1973. Impreso.
- Emerson, R.W. "The American Scholar" en Baym, N. (ed) *The Norton Anthology of American Literature*. 1998 (fifth edi.). 2 Vols. Impreso.

- Fontes, I. “Análisis del mercado actual de tebeos en España” en *Estudios de Información: Los cómics* Madrid: Ministerio de Información y Turismo, Secretaría General Técnica, Sección de Informes y Documentación, 19-20, 1971. Impreso.
- García Garreta, F. *La censura en el franquismo y la revista de humor “La Codorniz”.* Torreperogil, Jaén : Alkymya, D.L. 2012. Impreso.
- Gasca, L. *Tebeo y cultura de masas.* Madrid : Prensa Española, 1966. Impreso.
- Gubern, R. *El cómic de la innovación* Donostia-San Sebastián : Ibermática, Departamento de Comunicación, D.L. 2010. Impreso.
- Hatfield, C. *Alternative Comics: An Emerging Literature.* Mississippi: University Press of Mississippi, 2005. Impreso.
- Lladó, F. *Los comics de la transición: (el boom del cómic adulto 1975-1984)* Barcelona: Glénat, 2001. Impreso.
- Lee, S. *No man is my master.* En *My Love* #10 Marvel, March 1971.
- Martín, A. *Apuntes para una historia de los tebeos.* Barcelona: Glénat, 2000. Impreso.
- Martín de la Guardia, R. *Cuestión de tijeras: La censura en la transición a la democracia.* Madrid: Síntesis, 2008. Impreso.
- Moix, T. *Historia social del cómic.* Barcelona: Bruguera, 2007. Impreso.
- Niño, A. “Las relaciones culturales como punto de reencuentro hispano-estadounidense” en *España y Estados Unidos en el siglo XX*, Delgado L. y Elizalde M^a D. (eds.) Madrid: CSIC. Impreso.
- Onliyú. *Memorias del underground barcelonés.* Barcelona: Glénat, 2005. Impreso.
- Pérez Solar, P. *Imágenes del desencanto: Nueva historieta española 1980-1986.* Madrid: Iberoamericana, 2013. Impreso.
- Porcel, P. “La historieta española de 1951 a 1970.” *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, CLXXXVII 2EXTRA 2011: 129-158. Impreso.

- Prieto Santiago, M. y Moreiro Prieto, J. *La codorniz: Antología*. Madrid: Edaf, 2011. Impreso.
- Robbins, T. *From Girls to Grrrlz: A History of Women's Comics from Teens to Zines*. San Francisco: Chronicle Books, 1999. Impreso.
- Sabin, R. *Comics, Comix and Graphic Novels*. London ; New York : Phaidon Press, 1996 imp. 2001. Impreso.
- Sahagún, A. “El cómic de la contracultura” en *Estudios de Información: Los cómics* Madrid: Ministerio de Información y Turismo, Secretaría General Técnica, Sección de Informes y Documentación, 19-20, 1971. Impreso.
- Sanchis, V. *Franco contra Flash Gordon*. Valencia: Tres i quatre s.l., 2009. Impreso.
- . *Tebeos mutilados: La censura franquista contra la editorial Bruguera*. Barcelona: Ediciones B, 2010. Impreso.
- Underwood, V. *El imperio irresistible*. Barcelona: Belaqua, 2006.
- Vázquez O.P., J. *La prensa infantil en España*. Madrid: Doncel (1963). Impreso.
- Vázquez de Parga, S. *Los comics del franquismo*. Barcelona: Planeta, 1980. Impreso.
- Vigil, L. “El cómic underground en los Estados Unidos” en *Estudios de Información: Los cómics* Madrid: Ministerio de Información y Turismo, Secretaría General Técnica, Sección de Informes y Documentación, 19-20, 1971. Impreso.
- Vila-San Juan, M. *Barcelona era una fiesta underground* [videogragación] Barcelona: Cameo Media, D.L. 2010.
- Wertham, F. *Seduction of the Innocent*. New York: Rinehart and Co, 1954. Impreso.
- VVAA. *Neuróptica*. Zaragoza: Ayuntamiento, Servicio de Publicaciones, 1984. Impreso.
- , *Catalina*, Barcelona, 1974. Impresa.
- . *Aventuras del FBI*. Madrid: Rollán, 1951. Impreso.

Esther Claudio Moreno. *La proyección social del cómic estadounidense en la España tardofranquista.*