

O cómic español en vías de extinción¹

Ana Merino

[Recibido, xuño 2006; aceptado, xullo 2006]

RESUMO Sucinto repaso por algunhas das publicacións máis significativas da historia do cómic dirixido á infancia e á mocidade en España. Despois dunha breve reflexión sobre a situación actual, na que os medios audiovisuais representan unha nova preferencia estética e discursiva entre os máis novos, repásanse algunhas obras de carácter historiográfico sobre esta modalidade literaria. A seguir, Ana Merino céntrase nalgunhas das publicacións máis representativas do cómic español como *TBO* (1917-1972), *Chicos* (1938-1956) ou *El Gran Chicos*; destaca o papel de persoeiros como Consuelo Gil, pedagoga comprometida coa cultura e coa idea de abrir espazos de aprendizaxe para a infancia; e conclúe que o cómic infantil en España practicamente desapareceu por non ter acadado o recoñecemento cultural necesario.

PALABRAS CLAVE: cómic, banda deseñada, Historia, infancia.

73

ABSTRACT This article presents a succinct overview of some of the most significant children's comics in Spain. Following a brief account of the present situation, in which audiovisual media represent a new aesthetic and discursive preference for the younger age-group, the author reviews a selection of comics from the earlier years of the genre. Ana Merino then concentrates on some of the most significant of Spanish comics, such as *TBO* (1917-1972), *Chicos* (1938-1956) and *El Gran Chicos*; she notes the key role of people such as Consuelo Gil, a teacher who was committed to culture and to the idea of making space for the education of children; and she concludes that the children's comic practically disappeared on account of its failure to attain sufficient cultural recognition.

KEY WORDS: comic, History, Children comic.

O cómic infantil no século XXI perdeu o espazo de popularidade que o caracterizou e o consolidou ao longo do século XX. O entretemento masivo a través dos videoxogos ou a televisión secuestrou a audiencia infantil lectora de cómics. A infancia perdeu os estímulos do humor en viñetas, e límitase a divertirse con xogos de consola ou programas de televisión que potencian a pasivi-

¹ Tradución do orixinal castelán ao galego de Isabel Mociño.

dade e a repetición. O espellismo dos debuxos animados, primos simbólicos dos cómics, saturou as canles de televisión con series de códigos pouco apropiados que confunden a audiencia. O público infantil está sendo acosado con produtos que marcaron novos tipos de preferencias estéticas e discursivas. Sobre todo o manga, de estética xaponesa, define en gran medida o gusto infantil, que se formou consumindo cantidades desproporcionadas de programas de televisión nos que os debuxos animados máis violentos copan as horas de máxima audiencia. Os nenos piden manga e déixanse levar por ese tipo de aventuras de seres alieníxenas e naves espaciais (“bólas de dragóns” e “pokenons”) esquecendo a herdanza autóctona dos caderniños de aventuras ou do costumismo popular dos cómics que lían seus avós e seus pais.

Porén, existe unha memoria que se articula arredor do que significaron os cómics, e érguense voces nostálxicas anhelando e reivindicando os tipicamente españois. Son voces que reeditan libros onde se celebra o xénero autóctono do cómic, nun espazo canónico que os incorpora por dereito ás bibliotecas. En 1996, a Biblioteca Nacional celebrou os primeiros cen anos dos cómics cunha importante exposición da que foi comisario Antonio Lara, cuxo catálogo revivía os primeiros cen anos da banda deseñada española e recollía ademais importantes ensaios e artigos monográficos escritos por personalidades do medio². Outro exemplo interesante sería o libro *Los hijos de Pulgarcito*, que se fragua como idea no festival Crash Comic de Vitoria a finais de novembro de 2003, e que recolle a memoria do que foi a editorial Bruguera, conectándoa co presente, e recoñecendo o seu peso no panorama español pola súa dedicación case exclusiva ao material autóctono³. Como parte da homenaxe, hai un cariñoso xogo de “parecidos razoábeis” no que se ve como os personaxes, que facían as delicias dos nenos e mozos, influíron noutro tipo de publicacións máis orientadas aos adultos. Por exemplo, a avoíña Paz de Vázquez ten un *alter ego* na Tita Virginia de Ozelui que aparece na revista satírica *El Jueves*, o Caco Bonifacio de Enrich sería en certa medida o “pai” do inesquecível Maki

² A maior parte do catálogo correspondía a dous capítulos monográficos, un do propio Antonio Lara dedicado ao período entre 1896 e 1974 e outro de Alfredo Arias dedicado ao período entre 1975 e 1996. Ademais tiña unha sección con artigos monográficos de Antonio Martín, Luís Conde Martín, Felipe Hernández Cava, Lorenzo F. Díaz e Juan Antonio Ramírez, entre outros.

³ José Antonio Ortega Anguiano, nun dos seus artigos, “La editorial Bruguera en cifras”, destacaba como “Bruguera se dedica casi en exclusiva a las publicaciones de material autóctono”, con máis do 80% (9). Hai outros artigos de autores como Antonio Altarriba, Atiza ou Miguel Fernández Soto que evocan aquela época dourada, ou unha estupenda entrevista a Julia Galán, que traballou durante moitos anos na editorial e coñeceu de preto aos seus creadores máis destacados (39-38).

Navaja de Ivá que tamén aparece en *El Jueves*, ou o parecido de Agamenón de Estivill co Supermaño de Calvo que aparece en revistas como *Makoki* ou *Tmeo* (51). É curioso como a mirada nostálxica elabora lecturas e reinterpretacións adultas do que foi un medio construído para os máis novos. Maki Navaja, La Tita Virginia ou Supermaño son personaxes de historietas e parodias cargadas dun humor adulto que, a diferenza dos cómics, en ningún momento trata de conectar con dous niveis de lectores⁴.

Antonio Martín, na súa introdución ao libro *Apuntes para la Historia de los Tebeos*, editado no ano 2000 por Glenat e que inicialmente foi aparecendo en artigos separados na *Revista de Educación* entre 1967 e 1968, explicaba que a primeira versión do seu traballo naceu

desde la consideración primordial del tebeo como lectura infantil, en un tiempo –años sesenta– en que esto era una realidad y se había perdido la perspectiva y casi el conocimiento de que la historieta española había nacido en la prensa de los adultos, y es, antes que nada, un medio de comunicación (13).

Antonio Martín, que tiña simultaneado o estudo dos cómics coa literatura infantil, non se sentía cómodo cos estereotipos da cultura oficial dos sesenta que vía as historietas e os cómics só como exclusivo material de lectura infantil. Certo é que, como el mesmo recoñecía, “esa era la condición de la mayoría de los tebeos españoles de aquel tiempo y que sus contenidos ofrecían una ínfima calidad” (13). Este estudoso do campo enfrontábase ás contradicións dun artefacto cultural heteroxéneo e maleábel que se desenvolveu en distintos ámbitos. Era consciente de que a prensa informativa no pasado integrou o cómic dentro do ámbito periodístico como parte do espazo comunicativo que aludía á realidade, aínda que pouco a pouco evolucionase, e se fose adaptando á diversidade de lectores dependendo das necesidades e demanda. Por iso houbo editoriais, por un lado, e grandes compañías de prensa, polo outro, que viron neste medio de comunicación un mercado de lectores potencial onde medrar e desenvolver códigos específicos⁵.

⁴ O cómic abría o seu espazo a varios tipos de audiencias que incluían aos pais dos nenos e mozos que os lían. Ademais ao ser parte do espazo do entretemento da nenez e ter ido, ás veces, evolucionando durante varias xeracións, estimulaba unha visión nostálxica da memoria destas viñetas na perspectiva adulta.

⁵ No ano 2000 Antonio Martín escribiu un artigo titulado “La industria de los tebeos, España 1977-2000” que inicialmente aparece como texto para o catálogo do festival do cómic *Viñetas desde o*

En España tense tomado moitas veces o caso do *TBO* como exemplo específico e paradigmático de revista de historieta dedicada á infancia. Concretamente, a que dá o nome ao xénero en España⁶. Antonio Martín explicaba como o *TBO* naceu no Taller litográfico de Arturo Suárez o 17 de marzo de 1917. No editorial do primeiro número, a redacción ofrecía as claves da publicación e o seu título. Ao parecer, buscaron un nome entre as letras do alfabeto e decantáronse polo T, o B e o O. A elección dun nome definían como algo sinxelo e desa mesma índole debía ser o propio semanario feito para “solaz y regocijo de la infancia”. A partir de aí constrúen o discurso do entretemento:

TBO, no se propone cansar las jóvenes imaginaciones, con arduos problemas ni serias doctrinas que a veces, por una torcida interpretación, lleva a la juventud por senderos perjudiciales. Las matemáticas, la historia, la geografía y los idiomas quedan en manos de sus sabios maestros, los cuales señalan las horas de trabajo intelectual. Después de estas diarias tareas, la imaginación necesita, sino reposo absoluto, por lo menos un algo, que sin ser vulgar, la distraiga y expansione. Un algo superficial, fácil, alegre y chistoso, sin traspasar los justos límites ni llegar a lo chabacano (fragmento do editorial do primeiro número do *TBO*)

76

No discurso de Arturo Suárez e Joaquín Arqués, artífices deste primeiro número, a imaxinación transfórmase nun espazo necesitado do entretemento. Este semanario festivo infantil defíneno como “un juguete literario”, que ademais sexa barato, para garantirse un público constante. Parece que o mercado impón as súas pautas de estratexia editorial e eles utilízanlo promocionando un prezo aparentemente económico que o xustifique como artigo de certa neces-

Atlántico e que logo se transforma en artigo para *Tebeosfera*. A súa panorámica sobre a edición de viñetas en España e a súa perspectiva sobre o futuro era franca e desoladora. Recoñecía a importancia que tiveron na edición fenómenos como o de *Dragon Ball* e destacaba que no presente o mercado español se baseaba sobre todo nos *cómics books*, o manga, o erotismo pornográfico ou edicións dos clásicos. A súa conclusión era clara: “que nadie se pregunte qué se ha hecho de los cientos de profesionales de la historieta que existían y trabajaban en décadas anteriores... Su sentencia se firmó el día en que las empresas españolas se dedicaron a comprar baratos y en cantidad los derechos editoriales de los cómics de otros países” (www.tebeosfera.com).

⁶ Julia Galán na súa entrevista con Antonio Altarriba conta a curiosa anécdota de como Rafael González, o director de publicacións de Bruguera, se negaba a chamarlles ás historietas cómics: “La competencia con TBO era muy fuerte y el señor González tenía una fijación tremenda con ese asunto. Nosotros hacíamos revistas, en ningún caso tebeos. No se podía decir la palabra tebeo. Estaba prohibida [...] Ningún colaborador del *TBO* podía trabajar para Bruguera” (46).

sidade para os fillos dentro do fogar familiar. A revista pasará por diferentes etapas marcadas polas circunstancias políticas do país⁷.

Outra das revistas claves que marca a historia do cómic foi o semanario infantil *Chicos*⁸ que apareceu en San Sebastián o 23 de febreiro de 1938 e durou até 1956. Consuelo Gil, unha muller de gran sensibilidade e intuición, foi a súa directora e propietaria. Ela representaría o intelectual pedagogo comprometido coa cultura que trata de abrir espazos de aprendizaxe no ámbito da nenez. Consciente das posibilidades que podía ofrecer a cultura do entretemento se se adaptaba ás necesidades dos mozos, desenvolveu ademais unha interesante liña de publicacións arredor de *Chicos*. Nunha entrevista con José M^a Ortiz Robles⁹ explicaba como a súa afección á literatura e á pintura lle axudara enormemente a ter criterio editorial e ser capaz de “enjuiciar con coñecemento de causa las habilidades de los guionistas que colaboraron” (31). Cando estalou a Guerra Civil, Consuelo Gil trasladouse a San Sebastián e alí comezou a colaborar coas revistas *La Ametralladora* e con *Pelayos*, editada pola Junta Nacional Carlista. Alí coñeceu a Juan Baygual y Bas, que se fixou nela, segundo a propia Consuelo explica, pola súa “sinceridade” ao criticar “el contenido excesivamente religioso y político de ‘Pelayos’, y por manifestarse en contra del colonialismo” (31) ao que estaba sometida a literatura infantil. Consuelo Gil mostraba unha perspectiva independente que reivindicaba a necesidade dun espírito neutral no ámbito da imaxinación como espazo de formación, non como ámbito de reforzo doutrinario¹⁰. Á súa vez era capaz de recoñecer a necesidade dunha produción autóctona que conectase cos lectores do momento. Juan Baygual ofreceulle a Consuelo Gil a dirección dunha nova revista que fundara e recollía esa visión e que sería o semanario *Chicos*. Desgraciadamente, a Junta Política de Burgos tivo desavinzas con Baygual e quitoulle a propiedade, ofrecéndolla a Consuelo. Consuelo, que era unha

⁷ Antonio Guiral resume moi ben as etapas que caracterizaron esta revista semanal infantil. A primeira etapa vai de 1917 a 1938. A segunda etapa, que non terá periodicidade fixa pola inestabilidade da posguerra, irá de 1941 a 1952 e aparecerá editada como pezas unitarias con diferentes subtítulos. Na súa terceira etapa, de 1952 a 1972, aparece de forma regular.

⁸ A Biblioteca Nacional dedicou en 2002 unha exposición a este semanario comisariada por Antonio de Mateo Remacha e editou un catálogo que explicaba con detalle a súa evolución.

⁹ Entrevista aparecida inicialmente en *Sunday Comics*, número 3, e recollida no catálogo *Chicos, Semanario Infantil, 1938-1956* publicado por Ediciones Sins Entido 2002.

¹⁰ Consuelo Gil demostrou unha capacidade insólita para facer o que quixo dentro do sistema represor do franquismo. Nunca foi depurada pero si sufriu cuestionamentos e ataques como o do director da revista infantil do réxime *Flechas y Pelayos*. Frei Justo Pérez de Urbel acusouna, sen éxito, de ser comunista para deste modo eliminala da competencia.

muller de principios, aceptou coa condición de que a Baygual se lle restituíra o investimento. Consuelo Gil recoñecía que *Chicos* sería a revista rendíbel daquela armazón que organizou. Outras que xurdiron como *Mis Chicas* ou *Chiquitito*, “nacieron más por un impulso creativo que por una preocupación financiera y administrativa”(31). A perspectiva de Consuelo Gil superaba calquera visión editorial porque anhelaba poder ofrecer diversidade aos seus lectores e aproveitaba calquera oportunidade. A súa creatividade era enormemente práctica, xa que se lle ocorreu “aprovechar los retales de papel que sobaban del ancho de la bobina que necesita[aban] para imprimir *Chicos*. Durante mucho tiempo esos retales fueron *Chiquitito*”(31). Por outra parte tratou sen éxito de convencer á Administración para que lle subvencionasen *El Gran Chicos*, a revista que ela consideraba como a enciclopedia do ocio. Aínda sen subvencións logrou sacar cincuenta números a un prezo relativamente económico. Porque o que a Consuelo Gil lle preocupaba non era a rendibilidade mercantil das súas producións senón o alcance destas no ámbito xuvenil. Era consciente de que representaban unha das poucas oportunidades para que nenos e nenas puidesen ler historietas claramente destinadas á súa idade sen pretensións de índole política. Ao falar doutras revistas da mesma época destacaba cómo “*Flechas y Pelayos* era abiertamente una revista de formación política” e para Consuelo e a liña das súas revistas non representou competencia. Tampouco *Leyendas*, porque tiña outro contido, pero no entanto “la revista argentina ‘Billiken’, que llegaba a España en grandes cantidades como exceso de tirada, tuvo mucho éxito” (32) si foi rival de *El Gran Chicos*. Consuelo Gil non é só un modelo intelectual de editora pola súa visión de contido e a súa perspectiva sobre as inquietudes lectoras dos nenos, senón tamén pola súa capacidade organizativa e a súa disciplina. Pagaba un pouco máis aos seus colaboradores có resto de editores doutras revistas infantís e devolvía os orixinais. Antonio de Mateo, no seu artigo “Consuelo Gil y sus colaboradoras”, destaca o seu gran perfil de pedagoga e cita un parágrafo clave da súa obra *La Pedagogía de la Prensa Infantil* no que Consuelo Gil expoñía claramente a súa visión do que representaba o director dunha revista como intelectual responsable da formación dos seus lectores: “El contenido de la publicación es lo de menos, lo que hace falta revisar es el contenido del director, su escrupulosidad, su conocimiento de la infancia, los móviles que llevan hacia el niño” (35). A súa visión esixía un compromiso intelectual por parte do director da revista que demostrase vocación real pola infancia e un entendemento do que significa educar nese ámbito. Ademais Consuelo Gil engadía outro aspecto básico que se adapta perfectamente ao presente, ao indicar que lle parecía que

ninguén podía enfocar “la formación del niño como tarea exclusiva de la escuela. No lo es ni siquiera de la escuela y el hogar” (35). A súa intuición facíalle ver claramente o papel que xogaba a cultura de masas e entretemento e a necesidade de facela dialogar co ámbito da cultura artística e literaria. Para iso seleccionou un equipo único de colaboradoras, entre as que sobresa unha moi nova Gloria Fuertes, coñecida pola súa traxectoria como poeta, ou Borita Casas, a que fora a creadora de “Antoñita la fantástica”, e entre as ilustradoras destacan Mercé Llimona ou Mercedes García Valiño.

En 1974 a revista *Vida escolar*, da Dirección General de Ordenación Educativa, publicou unha extensa reportaxe dedicada aos cómics. Outros libros e publicacións tiñan antecedido este estudo. Por exemplo, Luís Gasca publicara en 1966 o seu libro *Tebeo y cultura de masas* ou a revista *Estudios de Información*, publicada polo Ministerio de Información e Turismo, tiña sacado en 1971 un número dobre dedicado aos cómics. En España xa se estaba empezando a articular, dende as complexas marxas dunha sociedade en ditadura, un debate arredor da importancia dos cómics e as historietas na cultura de masas¹¹. Porén, esta reportaxe trataba de abordar a realidade dos cómics do momento dende cinco perspectivas. Entrevistaba os creadores, os expertos, os editores e os directores; ademais de un sociólogo, un psicólogo e un educador, á vez que ofrecía os resultados dunha enquisa aos nenos. A reportaxe asinada por Jorge B. Riobóo, Luís Conde e Vicente L. Botín introducía o tema dos cómics cun curioso ton nostálxico que aludía a diversas xeracións de lectores que crecían lendo cómics e se encontraban con novas xeracións interpeladas por outros medios pero tamén fieis aos cómics: “Los chicos de antaño se hicieron hombres y sus hijos ven la televisión [...] Desde luego que todavía existen tebeos, pero son otros tebeos, otras revistas, otras publicaciones para niños y muchachos” (51). O medio historietístico estaba en plena transformación, recibindo influencias internacionais que orientaban aos mozos autores cara ao experimentalismo *underground* do cómic adulto¹². Tamén sufría a competencia doutros medios como a televisión que pouco a pouco se irían apropiando do espazo do entretemento infantil.

¹¹ A reportaxe ofrece unha bibliografía elemental na que á parte de citar o libro de Luís Gasca ou o volume dobre de *Estudios de Información* dedicado ao cómic, nomea a Antonio Martín e os seus *Apuntes para una historia de los tebeos*, a Antonio Lara con *El apasionante mundo del tebeo*, de 1968, ou a Román Gubert con *El lenguaje de los cómics*, de 1972.

¹² Pablo Dopico no seu libro *El Cómic underground español 1970-1980*, Madrid: Cátedra Cuadernos Arte, 2005, ofrece un detallado estudo sobre esta década de transformación adulta do medio.

Neste artigo entrevistábase a dous directores dos anos setenta, María Jesús Ajo, directora da revista infantil *Piñón*, e Alfonso Lindo, subdirector da revista xuvenil *Trinca*, ambos diplomados en Prensa Infantil e Xuvenil. Os seus puntos de vista continuaban a visión de Consuelo Gil: para María Jesús Ajo, unha revista para nenos era un medio de comunicación, non un “mero vehículo de entretenimento” (75). Os cómics para nenos debían ampliar as súas perspectivas: “encontrar, conocer, averiguar, interesarse”(75). Para María Jesús Ajo na España daquel momento había unha crise de imaxinación que afectaba á produción infantil, aínda que destacaba que existía unha audiencia necesitada dese tipo de produción: “en España hay muchos niños que tienen ganas de leer cosas pensadas honradamente para ellos. Es difícil la aventura de hacer una revista para niños, pero vale la pena” (76). Este concepto de honradez conectaba ben coa idea de “verdade” que proclamaba Consuelo Gil. Por outra parte, Alfonso Lindo destacaba que ao neno había que darlle calidade, porque “es un ser agudo y observador, al que molesta sobremanera las ñoñerías rancias” (76). E á pregunta de se existían cómics para nenos en España, respondía que os quioscos estaban servidos pero o que había que analizar era a calidade destes: “Los quioscos están repletos. Otra cosa es la calidad de estos tebeos, que en términos medios son malos. ¿Por qué no se hacen buenos tebeos?” (76). Lanzaba así unha interrogante fundamental que aludía a un problema que se repite dende sempre: o da produción masiva de cómics sen vocación artístico-literaria ou creativa copando o ámbito da infancia. Denunciaba a existencia do cómic masivo enfocado ao entretemento, saturando o mercado con discursos narrativos e estéticos estereotipados que non estimulaban a imaxinación nin aspiraban a formar aos seus lectores.

Sen unha base lectora de bos cómics perdíase un nivel receptivo fundamental que garantía a canonización do medio dende o ámbito infantil. A asunción do cómic como obxecto de consumo masivo por parte de determinados empresarios carentes de criterio e sensibilidade lectora, fixo que non buscasen un espazo para o cómic con vocación cara a perdurabilidade. A sociedade do entretemento para nenos foise acomodando no consumo, o que prexudicou a cristalización dunha xenealoxía ou tradición. A cultura do cómic volveuse un espazo de evocación nostálgica que non puido competir con outros medios de entretemento masivo que foron xurdindo, como a televisión ou os videoxogos, xa que non se educou o gusto dos nenos por esa arte tan recente que era a boa historieta.

No estudo aparecido en *Vida Escolar* a presenza do cómic adulto servía para articular a primeira pregunta aos creadores: “¿Cuáles son las diferencias entre los tebeos destinados a los niños y los que se dirigen a los adultos?” (51). Para Francisco Ibáñez, creador de *Mortadelo y Filemón*, *Pepe Gotera y Otilio* ou o *Botones Sacarino* a diferenza estaba na creación de temas afíns a cada grupo. Na súa opinión o neno requiría “ideas fácilmente asimilables por una mentalidad sencilla, curiosa y en pleno proceso de desarrollo”(53). Pero definía o seu traballo como un “tebeo” dirixido a todas as idades por imposición comercial: “Tal es el caso, concretamente, de las historietas que yo realizo, las cuales por imperativos de dicha comercialización, no tienen como destinatario a un lector de edad determinada, sino que aspiran a contentar a todos” (53). En certa medida coincidía coa visión editorial franco-belga dos álbums con personaxes tan carismáticos como Tintín, Astérix ou Lucky Lucke que atraían lectores de todas as idades. A presión comercial xeraba un tipo de produto con varios niveis de humor e lectura.

Na sección de expertos destacaban as ideas de Antonio Martín, que afirmaba que os cómics para nenos debían ser adecuados aos seus lectores e marcaba a franxa entre os doce e os trece anos, sinalando que os cómics para nenos debían ser “sobre todo divertidos, en el sentido de ofrecer entretenimiento, juego, una forma activa de pasar el tiempo” (59). Anos despois o propio Antonio Martín explicoume que aquela entrevista estaba chea de preguntas ambiguas e demasiado idealistas, xa que as respostas talvez axudaron a escribir “cosas muy pedagógicas” pero non contribuíron “a proponer soluciones al problema de la prensa para niños”¹³. O estudoso Antonio Lara pola súa parte, nesa mesma entrevista de *Vida Escolar*, destacaba como a maioría dos “tebeos para niños padecen el pecado original de la inadecuación, de haber sido perpetrados como un mero negocio, como una actividad más o menos rentable, cuando la edición para la infancia exige un desprendimiento casi arcangélico” (61-62).

Ao longo do franquismo púidose contemplar a dramática situación dos bos cómics que foron sobrevivindo con moita imaxinación nun sistema incapaz de recoñecelos como espazo de formación intelectual creativa e libre. Houbo cómics como *Flechas* y *Pelayos* que tiñan un claro propósito doutrinario fascis-

¹³ Sacado do anexo de ideas que acompañaron a entrevista que non saíron publicadas e que Antonio Martín me enviou por correo electrónico en xaneiro de 2006.

ta e vían o obxecto como un medio para converter os nenos en patriotas e bos cristiáns. Esa perspectiva do cómic panfletario como parte da cultura de masas, que á súa vez era vehículo para manipular a audiencia, arraigou e debilitou a posibilidade de que o cómic se establecese como espazo cultural. Era difícil manter un ámbito creativo que carecese de recoñecemento intelectual. Os cómics e historietas para adultos puideron encontrar un espazo de lexitimación cultural liberador durante o experimentalismo vangardista da transición española. Abriron un pequeno espazo onde estableceron nexos con outras tradicións como a liña clara franco-belga ou a “chunga” de *underground* norteamericano. O cómic infantil, pese a que fora enormemente fecundo dende os seus inicios, non tivo o recoñecemento intelectual que necesitaba para seguir xerando unha tradición de creadores que sentisen a vocación de expresarse nese medio. Mentres a historieta para adultos se vai canonizando, os cómics da infancia convértense nun espazo para a nostalgia. Aínda que encontremos pequenos espellismos puntuais e periódicos como *El País* creasen suplementos de cómics para nenos como *El Pequeño País*, estes foron desaparecendo para converterse noutra cousa. *El Pequeño País*, que nos oitenta tivo moito éxito polos seus populares personaxes como Boomer ou Leo Verdura, pasou a ser un pobre suplemento de catro páxinas con pasatempos e publicidade de videoxogos. Na actualidade a revista satírica *El Jueves* sacou unha versión xuvenil titulada *Mister K*. Pódese encontrar un avance de cada número en Internet (www.revistamisterk.com) e trata de atraer con moito humor un lector xuvenil que está acostumado á cultura do videoxogo e á animación.

O cómic infantil está en vías de extinción porque perdeu o seu espazo masivo e non tivo un recoñecemento cultural que o consolidase e lle dese seguridade e proxección. Outras culturas como a francesa ou a belga souberon cultivar a cultura do cómic e a historieta en todas as súas facetas, promovendo a súa lectura dende a infancia. España non foi capaz de consolidar un hábito lector no contexto infantil. Abandonou a literatura infantil e xuvenil á súa sorte, e con ela os cómics, que tan ben complementan a formación lectora. O universo das comunicacións audiovisuais colapsaron o silencioso pracer da lectura infantil. Os novos empresarios que promoven e comercializan co entretemento dos nenos fixeron que os cómics sexan unha especie en extinción.

Ana Merino
Dartmouth College

Bibliografía

- Botín, Vicente, Luís Conde e Jorge Riobóo. 1974. "Reportaje: Los tebeos", en *Vida escolar*; n° 155, pp. 50-81.
- Gasca, Luís. 1966. *Tebeo y cultura de masas*. Madrid: Editorial Prensa Española.
- Guiral, Antoni. 2004. *Cuando los cómics se llamaban TEBEOS: La Escuela Bruguera (1945-1963)*. Barcelona: Ediciones El Jueves.
- Martín, Antonio. 2000. *Apuntes para una Historia de los Tebeos*, Barcelona: Ediciones Glénat.
- Mateo, Antonio de. 2002. "Consuelo Gil y sus colaboradoras: Aportación femenina a sus revistas y empresas editoriales", en *Chicos Semanario Infantil 1938-1956*. Madrid: Ediciones Sins Entido/Biblioteca Nacional, pp. 35-46.
- Merino, Ana. 2003. *El cómic hispánico*. Madrid: Cátedra, Signo e Imagen.
- VV. AA. 2002. *Chicos Semanario Infantil, 1938-1956*. Madrid: Ediciones Sins Entido/Biblioteca Nacional.
- VV. AA. 2004. *Los hijos de Pulgarcito*. Vitoria: Astiberri/Crash Cómics.