

YO QUIERO UN TEBEO

HOMENAJE A UNA PUBLICACIÓN CENTENARIA 1917-2017

Manuel Barrero (Coord.)



ACT
ediciones

DIMINUTA
EDITORIAL

Título: YO QUIERO UN TEBEO

Subtítulo: Homenaje a una publicación centenaria. 1917 - 2017

Coordinación: Manuel Barrero

Autores: Antonio Altarriba, Francisco Baena, Manuel Barrero, Jaume Capdevila, José María Conget, Carlos De Gregorio, Lluís Giralt, Óscar Gual, Jordi Manzanares, Alfons Moliné, Elisa McCausland, Dionisio Platel, Álvaro Pons, Vicent Sanchis y Lluís Solà i Dachs.

Medidas: 170 x 240

Idioma: Castellano

Encuadernación: Rústica.

Color: B / N.

ISBN: 978-84-946376-3-6

Depósito Legal: B 18857-2017

Primera edición, octubre de 2017

Páginas: 288

PVP: 20 euros

El siglo del *TBO*

Se cumplen ahora cien años de la aparición de *TBO*, la más longeva de las revistas de historietas que se han publicado en España. Su popularidad fue tal que acabó dando nombre a todas las de su género, los tebeos. Sólo por eso, ya merece un lugar de honor en la historia del cómic catalán y español.

Aunque con algunas interrupciones, *TBO* se publicó durante la mayor parte del siglo XX, de 1917 a 1998. Sufrió directamente las consecuencias del complejo período histórico que le tocó vivir y, desde su peculiar perspectiva, reflejó de alguna manera en sus páginas la realidad social de la que formaba parte y los cambios que se producían.

Iniciamos así este recorrido por estos cien años: el siglo del *TBO*.



Los autores

Manuel Barrero

Coordinador de esta publicación. Biólogo, doctor en Comunicación y director del proyecto Tebeosfera.com

Los autores de este libro son ciudadanos libres que un día decidieron que rescatar la memoria de la prensa infantil es un ejercicio sano. Además, **Dioniso Platel** es autor, coeditor en Malavida y experto en cómic aragonés; **Jaume Capdevila** es el más capacitado investigador sobre prensa satírica y también humorista gráfico (premi LiberPress 2017); **Antonio Altarriba** ha sido catedrático, Premio Nacional de Cómic, guionista laureado y teórico excelso de nuestros tebeos; **Lluís Solà i Dachs** es uno de los más reputados historiadores de la prensa catalana; Carlos De Gregorio es médico y experto en cómic infantil y juvenil; **Francisco Baena** ha sido publicista, fotógrafo y otro de los más alabados teóricos de los tebeos clásicos; **José María Conget** es filólogo y escritor, y fue jefe de actividades culturales en el Instituto Cervantes en Nueva York y París; **Álvaro Pons** es doctor en Física y el mayor dinamizador de la pasión por el cómic en España; **Luís Giralt** es la memoria viva del TBO, a lo que ha contribuido con su gran colección de originales; **Vicent Sanchis** es periodista, director de revistas de información, profesor de comunicación, teórico del cómic y actual director de TV3; **Alfons Moliné** es uno de nuestros mayores expertos en animación, manga e historieta infantil, con una memoria prodigiosa; **Elisa McCausland** es una de nuestras teóricas mejor preparadas, periodista, feminista y comisaria de historietas hechas por mujeres; **Oscar Gual** es doctor en Historia y ha investigado con ahínco los tebeos de posguerra; **Jordi Manzaneres** es periodista e investigador de la historieta, con trabajos sesudos sobre Alegría y sobre TBO.



EL LEGADO DE TBO

Introducción a cargo de Manuel Barrero

La genialidad española se cifra en las cosas simples, en esa difícil facilidad que nace de la inspiración y nunca de la larga elucubración. Siempre acertamos (cuando acertamos) por la vía de la simplicidad/simplificación. El genial invento de Velázquez fue pintar las cosas como son. El genial invento de Cervantes consistió en sacar juntos a un gordo y un flaco, que siempre son de tanta risa.

Francisco Umbral, *El Mundo*, 7-X-1995.

TBO fue un artefacto simple que representó la cultura popular española del siglo XX. La circunstancia de que TBO haya sido siempre el tebeo por antonomasia cobra mucho sentido si reparamos en que lo que representaba era lo doméstico, una realidad posible, sin mayores pretensiones ni aspiraciones y siempre con los pies en la tierra. La clave nos la da Viña, su último editor, cuando al entrevistarle en 2011 declaraba que en los cómics que hacía la competencia los personajes por lo común levitaban. Los personajes de TBO nunca volaban, siempre caminaban pegados al suelo, no se evadían de su mundo para abrazar el *cartoon* y quizá eso hacía que el lector habitual se sintiese cómodo, por reconocer ese mundo como propio.

Han pasado cien años desde que nació la revista infantil TBO, un impreso surgido como por casualidad, producto de los afanes de un impresor que

necesitaba ocupar una máquina y de un editor con la cabeza llena de aventuras que buscaba un acomodo empresarial. Cuando Joaquim Buigas plantea para la revista *TBO* una fórmula fija, atentamente vigilada y escrupulosamente dirigida por él mismo, se inicia un modelo de lectura que triunfa por varias razones. Una, porque participa en el descubrimiento de ese público consumidor nuevo que es la infancia, incorporada a la ciudadanía del comienzo del siglo XX de forma reconocible gracias a la alfabetización y a los nuevos rumbos de la pedagogía. Dos, porque en lo temático se ciñe a la amabilidad y busca la sorpresa simple, huyendo de lo dramático y del astracán para quedarse en el sainete y el entremés, abusando del símil teatral. Tres, porque logra congregarse a un público fiel al que jamás defrauda porque siempre le servía el mismo menú con escrupulosa periodicidad (salvo por un trastorno en la cadencia que tuvo lugar en 1918), sin implicarse en los vaivenes políticos o en los trastornos sociales, generando una suerte de “refugio familiar” al que se acudía sabiendo lo que se iba a encontrar; de ahí la satisfacción, del reencuentro con lo reconocible. *TBO* triunfó en el primer tercio de siglo gracias al tesón de Buigas por construir un artefacto de entretenimiento funcional y familiar, que supo liberarse pronto del lastre de quienes podían enfangar aquella filosofía editorial diáfana (caso de Méndez Álvarez) y que tuvo la suerte de contar con dos pilares del estilo modernista y del moderno relato de costumbres. El primer pilar estilístico fue Opisso, de gran elegancia pero con gran inventiva, sin duda el principal valor de la revista durante los años veinte y que le concedió la máxima popularidad gracias a su presencia en las portadas. El pilar narrativo fue Benejam, un maestro en el retrato del sainete, que daba forma a aquella mirada cariñosa que Buigas tenía de la baja burguesía, cuyos conformistas personajes raramente se enojaban por no cumplir con sus aspiraciones.

He usado el concepto “artefacto” dos veces para referirme a la revista *TBO* de forma consciente. Lo hago en honor de Peter Burke, el historiador más preocupado por las culturas populares antiguas y modernas, sobre todo en Europa. Burke decía que tanto lo popular como el mismo concepto de cultura habían cambiado con el tiempo y que debíamos redefinirlos dependiendo de los nuevos enfoques con los que se estudiaban ambas cosas, pero que lo verdaderamente importante era la transfusión entre cultura y no ese debate estéril sobre las diferencias entre la cultura de las élites y la de las masas, que sigue en boca de los que no dejan de segregar a los artistas de los artesanos y a los listos de los tontos, en lo que podría ser un deseo inconsciente por ocultar sus propios complejos. El modelo de cultura a dos niveles quedó obsoleto hace décadas, y más hoy, cuando precisamente se nos quiere convencer de que lo elitista es lo transgresor. Lo relevante, pues, es reparar en las interacciones entre ambas culturas, porque la supuesta membrana límite que tanto preocupa a los elitistas ha sido siempre muy porosa. Las gentes que leían *TBO* en los años 1920 lo sabían bien, disfrutaban con la lectura de su revista semanal con

historietas, relatos y consejos didácticos y a todo lo llamaban “tebeo” tras cundir la metonimia. Y esta idea de disfrute cultural y de crecimiento social, que es lo que proporcionaba la revista, caló tanto que se hizo canción (“Yo quiero un tebeo”, de Codoñer y Belenguer, que era una loa a la pasión por leer este tipo de prensa al mismo tiempo que una jácara sobre el aumento de natalidad). Luego llegó la sinécdoque, porque hay quienes consideran que tebeo también designa al medio de la historieta en su conjunto.

Es sabido, por algunas declaraciones, que los gerentes y redactores de Bruguera rechazaban el uso de la voz “tebeo” pese a estar ya en boca de todos en la calle; también que ellos mismos y variados medios de comunicación comenzaron a utilizar la voz “comic” tempranamente, ya en los años cincuenta, para referirse a un modelo narrativo que aspiraba a ser más moderno por entonces, convirtiendo el modismo “tebeo” en un sinónimo de “rancio”. Sorprende que la fuerza del uso haya trastornado tanto esta denominación genérica de las revistas de historietas, que en su época de mayor éxito creativo (los años veinte y treinta) representaba en realidad el triunfo de la vida urbanita, de la sociedad de consumo, pendiente del crecimiento económico y del auge tecnológico (la industria, los automóviles, la radio y el teléfono y las reformas urbanísticas). Supongo que pesó mucho la deriva de la revista durante la primera posguerra, porque en *TBO* no se vio un atisbo de sátira en los años de plomo, solo un argumentario sometido al poder, contemporizador. Y lo curioso es que esa parte de la población española que fue conformista aplaudió esa continuidad en *TBO* y generó grandes ventas hasta el final de los años cincuenta. Luego, con el fin de la modernidad, la revista caducó y comenzó un ciclo agónico que probó con la renovación de títulos, de secciones y con la vuelta al pasado para finalmente sobrevivir de las rentas hasta el comienzo de la década de 1980. Aún sorprende que *TBO* aguantase casi setenta años.

Lo que quedó de *TBO*, su legado, es en cierto modo una alícuota de la deriva de la industria de los tebeos en España, que como tal industria se agotó con el fracaso de la explotación por entregas en los años setenta, siendo sustituida luego por otras explotaciones de la serialidad (la estadounidense, la japonesa) que aún funciona hoy. Podría decirse que el decantado de *TBO* es equiparable a la idea de España, porque como ya dijimos alguna vez España es un país de heridas abiertas y tebeos que parecen siempre testificar un tiempo peor, por más que aquel fuese el mejor tiempo para los tebeos. Pero esa comprensión del centenario es fallida y fracasada. Es fallida porque *TBO* ha terminado siendo considerado el representante de la historieta infantil que se obstinaba por ser infantil cuando en realidad nunca fue eso, siempre fue una revista familiar. Ese fue uno de sus grandes valores: la publicación que unía a la familia en una lectura. *TBO* congregaba en el hogar, como décadas más tarde haría el televisor u hoy el WhatsApp. *TBO* era comprado por los padres a sus hijos y lo leían tanto los padres y las madres como los niños y las niñas; incluso

las chachas, muy posiblemente. Su fórmula no solo permeaba clases, tipos y sexos, también fue intergeneracional, porque siguió funcionando en el mercado hasta 1983. Y aparte de fallida es fracasada, tanto la revista *TBO* como la cultura española, porque la publicación murió en vida y fue zombi durante casi diez años, en los que solo publicaba reciclajes de viejas historietas, una década que coincide con la vuelta de espaldas de la cultura nacional con respecto a los tebeos, malinterpretando modelos de expresión y equiparando cultura baja con mensajes heterodirigidos (los de la dictadura franquista). Esta desatinada comparativa sería culpable del desprecio posterior de todo un corpus absurdamente asimilado a la propaganda o al servilismo, y cimiento también de la indiferencia por el medio en su conjunto. Baste decir que para la elaboración de los capítulos de este libro hemos tenido que acudir a una de las dos colecciones completas de *TBO* que se conocen y que están en poder de particulares. No existe un fondo documental de la revista que dio nombre a los tebeos en nuestro país, no hay manera fácil de asomarse a esta parte de nuestra prensa, cuyo fondo hay que sopesar al completo antes de valorar su importancia. Es decir, tuvimos mala suerte con la industria, despreciamos lo que se produjo y desatendimos lo que quedó. A resultas, hoy no tenemos industria ni aprecio ni museo. Esta desconsideración de España por los tebeos es inadmisibile.

Nos debería de preocupar mucho que no podamos acceder a los fondos de *TBO*. Porque no solo es difícil revisar esa revista centenaria, tampoco podemos acceder a los números de *Dominguín*, *Charlot*, *Pulgarcito*, *La Risa*, *Aventurero*, *Mickey* y tantos y tantos títulos. Cien años después seguimos estando ciegos con respecto a un modelo de expresividad cultural de vital importancia para conocer la evolución de la sociedad española a lo largo del siglo XX, que implica un total de 11.000 colecciones de tebeos localizadas (185.000 ejemplares distintos, según Tebeosfera), de los que hace diez años solo se conocía la mitad... y no gracias precisamente a las instituciones oficiales. No obstante, por más que nos hemos esforzado, ha sido imposible celebrar el centenario de la revista con una colección completa delante, y de hecho gran parte de los números que no hemos podido consultar fueron los que auparon a esta revista entre las preferencias del público.

Sopesar el legado de *TBO* también nos invita a valorar con otra mirada la labor de creadores que parecían actuar con la autoestima justa, serviciales, limpios y tenaces. También a comprender el valor de la obra de los que destacaron por transgredir el esquema, como Méndez Álvarez, o por repararlo y generar ilusión, como fue el caso de Opisso. Otros dibujantes, como Urda, Moreno, Arnalot, Cabrero Arnal, Sabatés o Tinez, por citar algunos ejemplos memorables, vivieron otras historias de tebeos y nadaron en sus ideologías en ocasiones, pero en *TBO* aplanaron sus mensajes y condensaron su estilo al ritmo que marcaba el estanciero con ínfulas de cazador expedicionario que fue

Buigas. Porque Buigas quería una revista de andar por casa, abierta al asombro de lo que sorprende del mundo pero detenida para sonreírse ante las locuras de la modernidad mecánica, los “inventos” y los sopapos de realidad que a veces suelta el costumbrismo, como muy bien quedó representado en los avatares sufridos por la llamada Familia Ulises. Y, ojo, no caigamos en el error de considerar que *TBO* era solo humorismo. *TBO* también era aventura, desde el comienzo. Pero era tímida, se relegaba a los relatos ilustrados (las “historias gráficas”, hoy tan en boga pero con otro nombre) y fracasó cuando quiso ser protagonista de diversas cabeceras (*Gráfica TBO*, los cuadernos de aventuras de los años cuarenta, la revista *S*).

Al final, y debido probablemente al carácter de Buigas, la revista quedó inmóvil y no evolucionó apenas. Compró un puñado de series americanas a King Features para no perder comba, pero no cuajaron entre el público ni encajaron en la filosofía de la revista. Añadió una nota estilística rupturista, tanto en la dinámica narrativa como en la puesta en página, con la figura de Coll, pero no incrementó el elenco de renovadores, salvo que consideremos que Bernet Toledano y otros autores y autoras que se incorporaron en los años sesenta y setenta venían a suplir las viejas estructuras. No fue así. El fallido intento de romper esquemas con la sección *La Habichuela* lo demuestra. No hubo transformación de fondo y no hemos cambiado nuestro parecer sobre la misma cien años después de su nacimiento.

Quizá el desprecio por esta parte de nuestra cultura iconográfica se explica porque somos así en este país: tan simples como el *TBO*

