

El noveno arte:

# La dura y extensa batalla del cómic local

Pese al fenómeno de ventas de publicaciones como "Chanchito Cero" y "Mampato", las editoriales se niegan a apostar por este rubro.

YENNY CÁCERES

Un anodino puerco y las estériles discusiones de los alumnos de la mugrienta Escuela de Lobotomía de la Universidad Nacional transformaron a "Chanchito Cero" en el nuevo fenómeno del cómic local hace pocos meses. En su primera semana en quioscos, un público mayoritariamente universitario agotó el 80 por ciento de los 10 mil ejemplares que salieron a la venta.

Pero, ¿es este un caso aislado o realmente el cómic local tiene posibilidades de profesionalizarse y convertirse en una industria?

Los cultores del noveno arte en Chile no creen que esto signifique necesariamente un renacimiento de la producción local. Desde hace tiempo las historietas nacionales sobreviven a duras penas y sólo se nutren del entusiasmo de unos pocos que financian de su propio bolsillo autoediciones que no sobrepasan los 500 volúmenes.

Trás quedaron los tiempos en que "Mampato" podía llegar a vender 100 mil ejemplares a la semana. El boom de este género en Chile comenzó en la década del 40 y duró hasta los años 70, con el cierre de editoriales emblemáticas como Lord Cochran y Quimantú. Después vino un período de sequía hasta que en los 80 publicaciones como "Trauko" y "Matucana" intentaron ponerse a tono con el ambiente contestatario de esos años.

## Ceguera editorial

Para las nuevas generaciones el panorama no ha cambiado mucho. Si bien el fanzine y las fotocopias de mala calidad son cosa del pasado, la práctica de las autoediciones y la llegada de Internet no han bastado para abrir nuevas perspectivas de trabajo a los jóvenes dibujantes.

"Me admira la ceguera de los editores. Esto es un buen negocio y las historietas pueden ser un vehículo de cultura y entretenimiento. Se podría

hacer adaptaciones de clásicos de la literatura y enseñar muchas otras cosas. Está el público y la gente que dibuja, lo primordial es aliarse", señala Themo Lobos, dibujante de "Mampato", quien tiene cómo comprobar esta premisa.

Desde hace cuatro años las reediciones de "Mampato" son un buen negocio para Dolmen, editorial que apostó por el rescate de este clásico del cómic local. Con un tiraje de 15 mil ejemplares, frecuentemente las historias del amigo de Ogu encabezan las listas de los libros más vendidos, lo que se potenció este año con la llegada de este personaje a la pantalla grande.

"Hay tres generaciones de dibujantes que se han perdido porque no hay lugares donde mostrar su trabajo", dice Lobos. Pero también tiene sus críticas: "Hay buenos dibujantes, pero faltan buenos argumentos. También se echa de menos una revista de humor, que le tome el pelo a los políticos, especialmente en estos tiempos".

Para el periodista Pedro Peirano, creador de "Chanchito Cero" y conocido por los programas televisivos "Gato por liebre" y "El factor humano", la solución es que el cómic vuelva a sus orígenes, vale decir, a los diarios. Esa es la ruta que él ha seguido. Primero dibujó "Las aventuras de Toñito Talón" para Las Últimas Noticias y desde hace dos años empezó con el popular puerco en el suplemento Zona de Contacto de El Mercurio.

Asegura que es indispensable sacar al cómic del estatus elitista para llegar a un público no especializado, como el que lee Condorito: "Si somos ca-

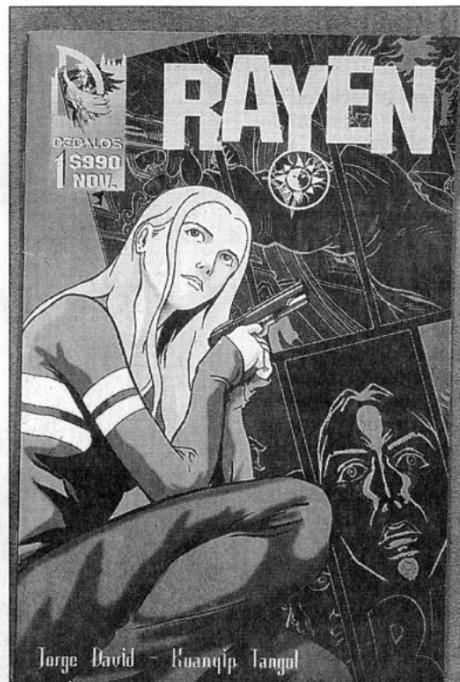


**PROBLEMA.**— Una de las grandes dificultades que deben afrontar los dibujantes de cómics es conseguir el apoyo de empresas. "Entonces de esa forma no hay cómo competir con otras 50 revistas, que vienen con fotos de minas famosas y con poca ropa", sostiene Jorge David, director de la editorial Dédalos.

paces de reforzar la presencia de los dibujos con historia o chistes accesibles en el diario, entonces puede pasarse a las etapas de más sofisticación del cómic, las recopilaciones o los comic books. Pero desde un verdadero interés del público y no sólo desde las ganas de ciertos románticos amantes del cómic, que son bellas, pero que no justifican ni tienen la fuerza de sostener una presencia real del medio como alternativa de entretenimiento".

## Autoeditados

Desde la trinchera de la autoedición, Jorge David (o el Dr. Zombie, como lo conocen quienes escuchan su programa en la radio Rock&Pop) lanza sus dardos contra las redes de distribución. Como director de Dédalos, editorial de cómics que publicaba "Rayén", conoció de cerca el problema: "Si una historieta no viene apoyada por una gran empresa, a los tres días el quiosquero la va a guardar. Entonces de esa forma no hay cómo competir



## Talentos exportables

Félix Vega es el caso más exitoso de los dibujantes nacionales que se han ganado un espacio en las editoriales extranjeras. Sus libros han sido publicados en más de siete idiomas. Reside en España y ahora prepara el cuarto y último tomo de su serie "Juan Buscamares", que será presentado en mayo en el Salón del Cómic de Barcelona. Además, junto con su padre Oskar Vega, pintor, dibujante y creador de Mampato, tiene un proyecto de realizar a cuatro manos un cómic sobre la vida de Arturo Prat.

Aunque Vega es el único que vive afuera, el resto de los dibujantes locales se las arregla para trabajar en revistas de Estados Unidos y Europa desde Chile. Martín Cáceres, conocido por su etapa en Bandido, fue fichado recientemente por Norma para publicar "Odiseus" en España.

El mercado norteamericano también se abre a los talentos locales. Gabriel Rodríguez fue contactado para ilustrar la historieta de la serie de televisión "C.S.I.", que en Chile transmite el canal Sony. Esta adaptación tendrá como guionista a Max Allan Collins ("Camino a la perdición") y saldrá a la venta en Estados Unidos a fines de enero.

Uruguayo de nacimiento y con 11 años de residencia en Chile, Diego Jourdan también es reconocido como un talento local por sus pares. Con la editorial Madyak Press está preparando una novela gráfica y con Image Comics realizó back ups (historietas cortas) de la revista "Fused!". También en este mismo proyecto participó Gonzalo Martínez, miembro del colectivo Ergocomics que también fue contactado por el browser noruego Opera para colocar versiones reducidas de su tira "Horacio y el profesor".

con otras 50 revistas, que vienen con fotos de minas famosas y con poca ropa".

También cuenta que ha ido a las grandes editoriales, comprobando lo que dicen todos sus colegas: el absoluto desconocimiento de que el cómic puede llegar a ser un buen negocio.

La falta de publicidad es otro escollo, explica Christiano, quien se ha hecho un nombre como el padre del Pato Lliro y del antipoeta Sanhueza. Coincide con Peirano en que la mayor posibilidad de crecimiento del cómic está en los diarios. El Periodista, los diarios regionales de El Mercurio y el MTG son algunos de

los medios para los que ha trabajado. Pero también ha debido soportar la falta de valoración de su labor:

"No se paga igual un dibujo y un texto escrito. Crean que a uno no le cuesta nada, que lo hace en cinco minutos. Es necesario hacerse respetar. Por eso mucha gente se dedica a hacer cosas autogestionadas".

Entre los cultores del noveno arte existe consenso de que Félix Vega, creador de la saga "Juan Buscamares", es una de las figuras clave del cómic nacional. Desde hace cinco años reside en Barcelona, donde Editorial Norma ha publicado sus trabajos en varios idiomas. Critica la pasividad de las editoriales nacionales, aunque también está consciente de que Chile es un mercado muy pequeño en comparación con países como Argentina o España, y que por lo mismo, es comprensible que nadie esté dispuesto a arriesgarse.

Carlos Reyes, uno de los integrantes de Ergocomics, colectivo responsable de títulos como "La ruta de los arcanos" y de un completo portal dedicado al tema (ergocomics.cl), se declara optimista, aunque reconoce que los mejores talentos terminan trabajando en el extranjero: "Félix Vega tuvo que irse de Chile para que lo pescaran. Lo que hace en España es lo mismo que estaba haciendo acá. La esperanza es que todos podamos hacer lo mismo, porque acá no somos capaces de ver la calidad".

## El mercado de los coleccionistas

A mediados de octubre, el actor Nicolas Cage hizo noticia por deshacerse de su famosa colección de cómic. Sin embargo, lo que más sorprendió a muchos no fue que este experto en interpretar tipos duros juntara revistas de monitos, sino el precio total alcanzado por su pila de 400 títulos: un millón y medio de dólares. Pero Cage no es una rareza. Los coleccionistas de alto vuelo (como el que pagó cien mil dólares por la revista que contiene la primera aparición de Robin junto a Batman) que asisten a encuentros y convenciones, como el Comicon de Dallas y el Saló Internacional del Cómic de Barcelona, están dispuestos a pagar mucho, mucho dinero.

Descontando las ediciones de lujo (contenidas antiguamente en el prestigio, antes que ese formato cayera en desgracia) y los lanzamientos de aniversario, hay dos criterios básicos que disparan el precio de una revista de historietas: su valor histórico y su estado de conservación. Por eso un número bien cuidado de los años 40 puede rematarse en 350 mil dólares, como ocurrió en enero de este año, cuando el fanático Jay Parrino pagó esa suma por un Marvel Comic # 1, la revista que registra la primera aparición del anfibio Namor.

Aunque el mercado nacional palidece ante esas cifras, en las tiendas de cómic de Santiago se pueden encontrar ítems de lujo como la edición en español en tapa dura de "Watchmen" (\$37.000) o las bellas ediciones de colección de clásicos como Will Eisner y "El regreso del Caballero Oscuro" de Frank Miller. Algunas tiendas ofrecen el servicio de pedidos por catálogo a USA, con un recargo adicional y un retraso máximo de una semana.

Y para los que no gustan de ese sistema, el sitio de venta por internet Amazon.com ofrece más de dos mil títulos, que no sólo incluyen cómic regulares y recopilaciones de lujo, sino además guías como la famosa 2003 Comic Book Checklist and Price Guide (US\$ 1397), que en su versión 2003 enlistó números disponibles a la venta desde 1961 al presente, indicando además su estado de conservación.

