

Bola de Drac obre la primera gran ofensiva contra l'hegemonia franco-belga del còmic català

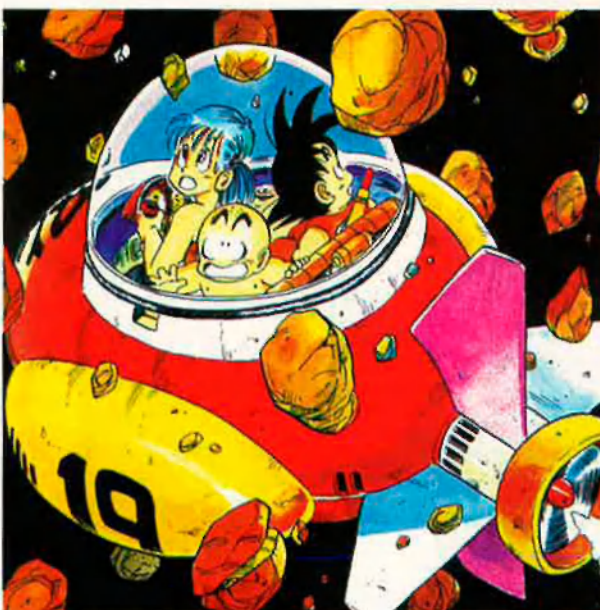
Blancs, assenyats i europeus

Durant més de trenta anys, *Cavall Fort* i *Tretzevents* han creat, per a diverses generacions de catalans, una cultura visual basada exclusivament en l'escola franco-belga d'història gràfica. El fenomen *Bola de Drac* anuncia, potser, una nova època.

Les xifres són tan impressionants que sembla mentida: cada dijous 49.500 fanàtics de Son Goku exigeixen al quiosquer un exemplar de la revista *Bola de Drac* que narra els episodis emesos per TV3 al llarg de l'any passat. Però els fanàtics, joves i extremistes, no tenen mesura. Volen que el còmic segueixi el ritme televisiu i, cada quinze dies, 55.000 tornen a exigir al quiosquer un exemplar de *Bola de Drac Z*, més llarg i més car, mentre esperen, desesperats, que TV3 els ofereixi a cuita-corrents els nous capítols, encara en fase de doblatge, de *Bola de Drac ZZ*. Són la generació del *manga*, el còmic japonès que dominarà el món en les pròximes dècades, i han convertit, sense proposar-s'ho, l'àrea lingüística catalana en un mercat potencial. És, en paraules de Joan Navarro, director del Saló del Còmic, "la segona oportunitat històrica del còmic en català". *Cavall Fort*, trenta anys enrere, n'havia estat la primera.

EL CÒMIC BEN ENTÈS

Sota l'empara inevitable dels secretariats catequístics de Girona, Vic i Solsona,



Cavall Fort naixia el desembre del 1961 amb voluntat d'esdevenir "una alternativa de modernitat i de normalització en un país que volien modern i normal". Així ho explica Enric Larreula en *Les revistes infantils catalanes de 1939 ençà* (Ed. 62) i així ho van creure milers de pares conscienciats que mensytenien el tuf inevitablement espanyol del *Capitàn Trueno* i descartaven la vella carrincloneria d'*En Patufet*. L'escola franco-belga d'història

gràfica representava, per als promotors de la revista, una línia estètica i ideològica homologable als objectius culturals del catalanisme. *Cavall Fort*, trenta anys després, es manté fidel a uns principis que Mercè Fluvià, mestra de *Rosa Sensat* i membre del consell de redacció, assumeix amb certs matisos: "*Cavall Fort* distreu, informa i educa des d'uns valors culturals, estètics i històrics concrets i des d'una decidida voluntat pedagògica, però, en els últims cinc anys, hem defugit els aspectes més *kumbaià* de la revista".

Cavall Fort era *kumbaisme* i força més. Representava introduir els joves cadells de la cultura catalana en l'òrbita de la *bande dessinée* franco-belga, la indústria de còmic més potent d'Europa, que tenia en *Tintin* i en *Spirou*, revistes infantils de trajectòria consolidada i tarannà assenyat, els autors més valuosos del continent: *La patrulla dels Castors* de M. Tacq, *Jan i Trencapins* o *Els Barrufets*, de Peyo, en *Sergi Grapes* o *Spirou i Fantàstic* de Franquin, en *Gil Pupila* de M. Tillieux i *Trasponit* de Berck són algunes d'aquestes creacions que van catalanitzar-se gràcies a les vinyetes de *Cavall Fort*. I Jané





va saber *barrufar* un llenguatge i un estil que formen ja part indestriable de l'imaginari col·lectiu de tota una generació d'infants nascuda als anys 60. Fills, legítims i orgullosos, del segell *Cavall Fort*. Larreula els defineix en termes un pèl càustics: "nois i noies de famílies catalanes de classe mitjana, normalment creients, (...) que anaven a les escoles privades actives. (...) Nois i noies que el diumenge sortien amb l'agrupament escolta, al matí anaven o no anaven a missa i al vespre cantaven "L'hora dels adéus". Nois i noies que descobrien el país amb la motxilla a l'esquena i al so de la tenora..." Dels pares de la resistència als fills de la transició, *Cavall Fort* ha consolidat un espai sòlid i inamovible. Gairebé etern. 35.000 subscriptors, dels quals, almenys un 30%, són nostàlgics de la infantesa perduda o habituals d'iniciatives catalanistes, han assegurat un coixí econòmic considerable i han permès la continuïtat ideològica d'un equip que manté, malgrat diverses reconversions, la *puresa* original: els *consellers* de Rosa Sensat a la redacció, Albert Jané, infatigable, a la direcció, o primers espases com Josep Maria Madorell, el millor dibuixant de la casa i màxim exponent de la línia clara catalana, que asseguren, en completa harmonia, que el segell tiri endavant el seu projecte

I és que el segell conté, en el seu rigor ideològic, algunes dèries constants: El manteniment de l'apartat escrit com a element de formació i vinculació a l'escola i un cert *culturalisme* oposat, com una rasa abismal, al *populisme* d'altres expressions del còmic. Als anys 60, *Cavall Fort* rebutjava els superherois nord-americans per les seves connotacions violentes, agressives i per la seva manca de valors morals. I encara a principi dels 80, preferien desapropiar l'ocasió d'inserir publicitat de la marca Coca-Cola perquè la presentava el personatge de Superman, l'e-

xemple més tòpic de l'estereotip *ianqui* que desagradava, igualment, lectors de tradició catòlica i laica. A diferència, a més, de *Camacuc*, la revista infantil del País Valencià que ha provat d'entroncar amb l'avantguarda estilística de la historieta autoctòna d'un Micharmut o un Manel Gimeno, *Cavall Fort* ha promogut tan sols aquells autors joves que més s'acostaven a la línia realista i francòfona de la revista. Joan Navarro, hereu agraït de *Cavall Fort*, considera que la revista "ha seguit una inèrcia absurda que ha prioritzat una sola línia estètica, la franco-belga, i un binomi pedagogia-còmic que ha facilitat l'autocensura i l'estancament en uns models arxiconeguts i arxicontrolats". De l'hegemonia de *Cavall Fort* es passà, al llarg dels anys, a la *Síndrome Cavall Fort*, que, en un avenç imparabile, s'ha transmès per totes les editorials que editen còmics en català.

LA SÍNDROME I ELS SEUS EFECTES

Qualsevol historieta gràfica, traduïda o produïda en català i a Catalunya ha de seguir fidelment el dibuix amable i l'humor blanc que els fills de *Cavall Fort* coneixen, reconeixen i exigeixen. És allò que anomenem la *Síndrome Cavall Fort*. Aquesta curiosa dictadura del bon gust és una regla comuna, i inviolable, de totes les editorials que publiquen còmic en català. *Casals* i *Barcanova* se centren en el món de l'ensenyament i han fet seva la consigna de *Cavall Fort*; el còmic com a instrument educatiu. Ja que bona part del seu fons editorial va

destinat a biblioteques escolars, no val la pena de córrer riscos. "Ens vàiem plantejats -explica Guadalupe Ortiz, del consell editorial de Casals- publicar coses d'altres editorials europees però, al final, hem optat per la línia de sempre, que és la que el lector vol".

Madorell i el filó de *Massagran*, *Gil Pupila*, *Benet Tallaferró* i anar fent. Fora de l'àmbit educatiu, les coses no varien. Una editorial com *Joventut*, que té en exclusiva la saga de *Tintin* i el considerable volum de vendes fixes que representa, es limita a seguir els patrons creatius d'Hergé. L'aparició d'una japonesa, *Yoko Tsuno*, en aquesta selecta galàxia no té res a veure amb els *manga* de moda, sinó amb un producte més, digne i ortodox, de les factories franco-belgues.

Quan les grans editorials, com *Columna*, s'han plantejats, amb una certa timidesa, l'entrada en el món del còmic, la fórmula no ha variat gaire. Hi ha hagut, en tot cas, una redescoberta dels clàssics catalans, com *Opisso* i *Junceda*, i una aposta més decidida per joves valors del país, com *Francesc Infante* i *Martí Ribas*, però a l'hora d'importar material forà, han reïncidit en la *síndrome Cavall Fort*, per més que la tria d'originals s'hagi fet pensant en un públic més adult.

Perquè, quan s'adrecen als adults, els editors acaten, i fomenten, el consens estilístic que ha general el segell *Cavall Fort*. Fins al punt que una editorial vinculada en exclusiva a la historieta, com *Norma Comics*, estrenava recentment una col·lecció de narrativa gràfica en català amb



un autor francès, Ted Benoit, i l'àlbum *Ciutat llum*. Segons Rafel Martínez, director editorial de Norma Comics, "el còmic americà, el compra un públic que no consumeix literatura en català, i només arriba un tipus de superherois que no ens interessa". Però hi ha, en paraules de Lluís Cendrera d'Editorial Joventut, altres justificacions: "La baixa qualitat del còmic americà i japonès, tant en continguts com en el mateix suport dels productes, és evident i es fa molt difícil d'assimilars-los a la nostra concepció, empresarial i creativa, de la historieta gràfica". El drac nipó i el seus *manga* s'havien d'estavellar contra la cultura gràfica dominant, però una sèrie de televisió ha somogut els fonaments de l'ordre establert.

EL FUTUR ÉS GROC

Abans de la commoció nacional que va significar *Bola de Drac* existien, als Països Catalans, dos grups de lectors, oposats i eternament irreconciliables. Els bons nois de l'escola activa se subscriuen, per via paterna i herència política, a *Cavall Fort*, *Tretzevents* o *Camacuc*. Els trinxeraires de barriada, quan podien arregar uns cèntims del moneder de la mare, es rifaven *Mortadelo y Filemón*, *Capitan America* o *Flash Gordon*. Aquesta prolongada esquizofrènia s'esmicola el dia que 60.000 catalans, d'escoles públiques, privades i concertades, assalten els quioscos per comprar el primer número de *Bola de Drac*. Antonio Martín, el director editorial de *Comics Forums*, una divisió de Planeta-Agostini, feia molt de temps que esperava el miracle: "El més important és que finalment aconseguim una normalització lingüística que no segueix criteris pedagògics, sinó el plaer de passar-s'ho bé, perquè nosaltres no venem ni cultura ni gramàtica". Martín, un reconegut teòric de la historieta gràfica, admet que el factor televisiu explica, en gran part, l'escalada de vendes, però creu, com Joan Navarro, que no es pot desapropiar *la segona oportunitat històrica del còmic en català*: "Potser n'edo contra corrent, però l'exemple de *Bola de Drac* serà inútil, si no aconseguim que aquest consum quotidià i lúdic del còmic en català s'estengui a totes les expressions del còmic, del *manga* als superherois".

La generació dels 60 –la forja de *Cavall Fort*– ha vist, com d'una revolada, els fills i nebots de la generació dels 80 –la forja del *Club Súper 3*– es rendien, al·lucinat, a l'imperi del Sol Naixent. I els llestos han cedit. Joan Roure, un noi com cal,



El superheroï, l'han fet intel·lectual

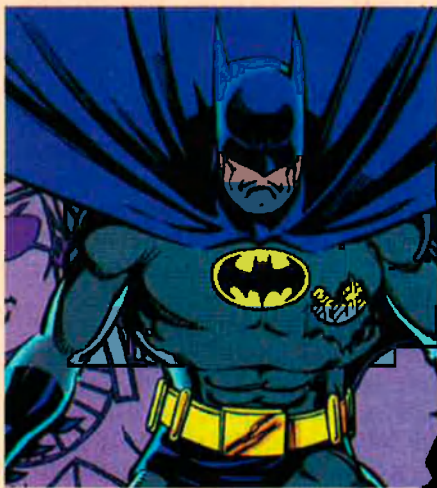
■ i hagué, temps era temps, una edat d'or en què els herois dels llibres de còmic eren bells i poderosos –invencibles– i ningú no els ho discutia. Una lluminosa constel·lació de superdotats defensava el món lliure: *Superman*, *Batman*, *Captain America*, *Captain Marvel*, *Wonderwoman*, o *Green Lantern*. Havien nascut entre els anys 1938 i 1941 de la mà de grans empreses com *DC Comics* i *Marvel*. I representen una mutació definitiva del que llavors es considerava la historieta gràfica.

Les senzilles tires de premsa, diària o dominal, que s'iniciaren amb *Yellow Kid* (1895) havien evolucionat cap a una nova galeria d'aventurers –*Flash Gordon*, *Secret Agent X9*, *Dick Tracy*– que es pegaven trompades en universos galàctics, exòtics o mafiosos. Però la mateixa evolució de la historieta gràfica, i la seva creixent complexitat, obligava, ja als anys 30, a trencar la rigidesa de la tira còmica per guanyar espai comercial com a producte editorial propi. Els superherois –mitjà o conseqüència– en foren el producte més elaborat i perdurable. El públic, i Amèrica, els necessitava.

Dibuixants i guionistes van inventar-se homes trocats per un estrany disseny còmic (mutacions, explosions o traumes ancestrals) i els situaven com a última frontera contra el maligne nazi o l'infame Al Capone, tot recuperant el discurs mitològic de les grans "sagues" gregues, babilòniques i judeo-cristianes. Representaven el concepte més innovador de la narrativa gràfica; una impecable maquinària de diversió universal, apta i *ingènua* que, alhora, esdevenia el símbol més fàcilment ridiculitzable de l'*american way of life*. Malgrat diverses reconversions reeixides, com l'aparició de *Spiderman* l'any 1963 i el gran boom de la sèrie de TV *Batman*, aquest gènere semblava condemnat a la li-

alumne impecable del seminari menor de Vic, lloable afiliat de l'Agrupament Escolta Guillem de Mont-rodon i perpetu subscriptor de *Cavall Fort*, féu cua al cinema Maldà per veure *Akira*, i es gasta 175 pessetes cada dijous perquè els seus nebots de Taradell consumeixin, el cap de setmana, la dosi justa de *Dragon Ball*. Ell, i el gos dels nebots, *Goku*, també s'han convertit.

Montse Ané
Oriol Malló



teratura de quiosc i al menyspreu etern de les elits culturals. Els superherois cometen el pitjor crim: eren populars, no *kitsch*, i, per tant, sempre *out*.

Frank Miller ho arranjà tot. La *DC Comics*, el març de 1986, va cridar aquest guionista-dibuixant perquè revisés un dels seus mites fonamentals: *Batman*. *The Dark Knight Returns* convertí el públic ratpenat en un boig parafeixista i paranoic turmentat per la seva ànima assassina. A partir d'aquí, tots els superherois es plantejaren problemes d'identitat, es preguntaren per què –i per qui– lluitar, dialogarien amb els seus autors (*Animal Man* en la sèrie creada per Grant Morrison) i fins i tot, com Superman, s'atreviren a morir.

Als anys 80, doncs, neix una nova escola de guionistes i dibuixants anglo-saxons que es confereix la missió de portar els superherois a l'edat adulta, bo i extirpant-los del regne infantil. S'han guanyat el respecte de les elits europees, però, a Catalunya, i en català, ningú no s'ha volgut adonar que els herois americans s'han fet grans i savis.

M. A. / O. M.