

¡Uno para todos y todos para uno! Dibujos animados y adaptaciones literarias: la internacionalización del héroe y sus valores morales tras la transición española (1979-1985)

Álvaro Llosa Sanz
University of California, Davis

La producción cinematográfica de animación en España ha sido siempre muy inferior en su número a la de otros géneros (Yébenes 74 y 84), y también menos valorada y menos protegida o atendida (Manzanera 15-16), a pesar de estar entre los cinco primeros países productores de animación y ser uno de los principales exportadores en series de televisión (Martínez Barnuevo 13). Ello no implica que su producción carezca de significados culturales o quede al margen de una labor ideológica o social desde el medio en que trabaja, en primer lugar el cine y posteriormente la televisión. Especialmente, esta última, por su carácter de educadora e ideóloga de masas, representa un medio de difusión nada desdeñable en cualquier aspecto de su programación, incluida la infantil. Respecto al caso paradigmático estadounidense, Steinle destaca que “if all genres evidence the pervasively ideological nature of commercial television, programming for children is the premier example” (105). Para ella, que analiza algunos dibujos animados de la posguerra de los Estados Unidos, se puede observar la creación de una hegemonía cultural a través de la caracterización de los personajes y la trama, especialmente “when the social universe outlined on television is presented to the child viewer as THE world, the best and proper world” (105). Sin querer equiparar en absoluto el caso americano y el español, estas reflexiones iniciales nos permiten plantear la cuestión de la significación e implicación social, la transmisión de ideologías o valores en un determinado medio de masas durante una época determinada. Quisiera así en este artículo tratar algunos aspectos de la animación española de dibujos animados realizada, no ya para el cine, sino para la televisión en forma de serie, durante el fin de los años setenta y la primera mitad de la década de los ochenta.

La importancia y regularidad que adquieren estas series dentro de la programación infantil, así como la consolidación que significan en ese momento para una de las productoras españolas más internacionales, las coloca en un buen lugar para analizar estas producciones, por una parte desde el contexto social en el que surgieron, inmediatamente después de la transición a la democracia en España, y enfatizando su conexión con determinados valores que las series de animación buscan divulgar en el público infantil o familiar, y por otra parte desde la evolución temática de las series mismas al variar los diferentes héroes que en ellas son protagonistas, aspecto que nos permite analizar un trasfondo de adaptaciones literarias y una cuestión interesante sobre las literaturas nacionales; héroes que en este caso evolucionan en un afán de internacionalización del propio producto televisivo y son al mismo tiempo un reflejo más de la búsqueda de apertura internacional para un país en rápido avance hacia la integración europea en 1986.

Con la caída de la dictadura en 1975 y el advenimiento de la transición, y en un clima de mayor libertad técnica y temática también para el cine de animación, que ve consolidarse experimentalismos de los sesenta (Yébenes 24, 29-30),

el cine de animación aumentó considerablemente su número de estudios. En ellos se dieron cita una abundante galería de realizadores-animadores, intercaladotes, fondistas, guionistas, montadores, músicos..., y demás responsables de la creación animada. Aunque muchos de ellos son desconocidos para el espectador, nombres como Pepita Pardell, Fernando Aguiló, Carmen Moliné, Gustavo Alcalde, Antonio Areta o José Romagosa fueron, entre bambalinas, artífices de obras de gran calidad técnica y artística, como la serie de televisión *Las increíbles aventuras de don Quijote de la Mancha* (1979-1981) o el largometraje *El desván de la fantasía* (José Ramón Sánchez y Cruz Delgado, 1977), ambas gestadas en Estudios Cruz Delgado. (30-31)

Así, fue Cruz Delgado en colaboración con la productora de Romagosa –ambos con experiencia en la Disney- la que inicia en 1979 la andadura de las series televisivas de animación de dibujos animados en España, con una producción cien por cien española creando una adaptación sin precedentes del héroe literario manchego. Según Delgado: “se adaptó a la pantalla con un encomiable respeto al texto y a lo que la obra representa. Ajustada al medio y al público que se destinó, pese a que en un entorno tan pactado como el español, en el que ser culto implica ser aburrido (...), a muchos les pareció casi sacrílego el hecho de que se adaptara para dibujos animados” (Martínez Barnuevo 52).

No era la intención de los productores aburrir, y en palabras de Criado del Val, cervantista y buen conocedor de la televisión, que fue el responsable (junto con Guillermo Díaz-Plaja) de revisar la adaptación en cuanto a la fidelidad sobre el original, “sería catastrófico que el *Quijote* se convirtiese en un simple ejercicio erudito” (Martín Sánchez 32). Hay un esfuerzo por realizar una adaptación netamente televisiva, pero al mismo tiempo muy fiel a la obra: “La dificultad mayor ha sido combinar el interés actual, las características de unos dibujos animados, y la fidelidad al texto clásico. Sin esa fidelidad, *El Quijote* sería equivocado y desilusionaría a la inmensa cantidad de fieles que tiene en todo el mundo, no podemos olvidar que la serie va dirigida a todo el mundo y no sólo al público español” (31-32). Así, se deduce que la fidelidad dará a la obra un prestigio, no tanto en España, como en el extranjero. Se busca que esta serie, a través de uno de sus escasos héroes nacionales más universales, salga al exterior y recoja aplausos. Criado del Val enfatiza al final de su entrevista que la serie “tiene que estar al alcance de todo ese público internacional, porque los lectores de *El Quijote* en el mundo, más que en España, son infinitos” (32). Asistimos a la promoción exterior de la cultura española a través de un proyecto de animación que representaba por su técnica una modernidad frente a la divulgación literaria tradicional. El *Quijote* pretendía entrar en el mercado televisivo de todo el mundo, y no olvidemos que Romagosa era una empresa de *merchandising*.

Respecto al público español, del Val, después de asegurar que en España el *Quijote* es “más conocido de oídas que directamente”, para él “la serie va dirigida a dar nueva vida a la obra capital de Cervantes, a volverla a poner en circulación popular. Es un camino excepcionalmente bueno para que el que no haya tenido tiempo o humor de leerse todo el libro, vaya penetrando de (*sic*) él, una semana tras otra y por una imagen tan agradable como son los dibujos animados. Yo confío en que se envíe mucha gente con esta presencia casi cotidiana de los héroes de Cervantes” (Martín Sánchez 32). El viejo enseñar deleitando horaciano revive con los nuevos aires de la democracia, persiguiendo una idea

de democratización cultural que parece prelude la política socialista de los ochenta: “Tenemos que ser fieles al espíritu y a la letra de Cervantes, pero sin olvidar que está dirigida a un público actual, de televisión y, esencialmente, infantil. Aunque el concepto infantil es relativo, porque confío que interesará tanto a los mayores como a los niños” (32).

La serie sufrió finalmente problemas de producción y de financiación que redujeron el proyecto inicial de 59 capítulos a 39, principalmente porque el trabajo se fue retrasando y se dependía para dicha financiación del éxito de ventas provenientes del *merchandising*: numerosas empresas se descolgaron en la segunda temporada 1980-81 por dejar de ser el *Quijote* una novedad frente a otras series nuevas (Candel 106-107). Y al parecer, don Quijote, ligado a la fidelidad de su adaptación, no convencía completamente a los niños. Según Candel:

Otra razón de peso es que “Don Quijote” es un antihéroe, lo que ya en un principio resulta poco atractivo para los niños. Para colmo se moría al final de la serie, cosa que no ocurre con ningún personaje de dibujos animados. (107)

No obstante, obtuvo buenas críticas –no exentas algunas de cierto orgullo nacional- en su momento (Candel 107), tanto por su calidad y por su fidelidad como por su papel de difusión cultural, y la serie ha adquirido con el tiempo gran difusión en el extranjero, como se proponía (130 países y 31 lenguas distintas), y ha alcanzado una notable fama, tal que en la página *web* dedicada a la presentación y venta actual de la serie (Romagosa), la productora misma se enorgullece del gran esfuerzo y calidad desarrollada en todos los aspectos (y enumera la participación de asesores de prestigio, la música interpretada por la Orquesta Sinfónica de RTVE, los actores de postín, el alto presupuesto, el trabajo de acuarelas para los fondos, la documentación histórica y geográfica exhaustiva, o el reconocimiento institucional a su labor).

En conclusión, este esfuerzo pionero en televisión se vio un tanto menoscabado en cuanto a la recepción del público infantil por los objetivos perseguidos de fidelidad a un clásico nacional. Lo interesante es que se da en él una recuperación de la literatura nacional, tendencia quizás heredada del régimen anterior que, en este caso, a diferencia del franquismo, busca recuperar el anti-héroe manchego –y La Mancha como territorio distintivo y paisaje universalizable- para crear un ambiente de diversión popular a la par que transmitir un gusto por la lectura y la recreación –pero no gloriosa- de una época histórica; y así volver a darle desde España un brillo universal, una nueva legitimidad, a través de una recién nacida adaptación para los niños –y no tan niños- españoles y del resto del mundo, lavando necesariamente la rigidez espiritual e ideológica del nacionalcatolicismo que caracterizó, por ejemplo, la adaptación cinematográfica que del caballero de la triste figura hizo el régimen, dirigida por Rafael Gil en 1947. Recordemos por último que “en aquellos tiempos de transición política en España se quería huir de los clásicos de la literatura española que tanto había machacado el régimen de Franco” (Ronin), lo cual pudo contribuir finalmente a que el éxito no fuera completo por carecer de suficientes novedades y actualidad este “caballero del honor”, como se le nombra en la canción de la cabecera de la serie.

Precisamente una de las series que ayuda a desplazar al *Quijote* en su segunda temporada es otro de los héroes universales de la tradición castellana, el Cid. *Ruy, el pequeño Cid* (1980) es estrenado en televisión gracias a una coproducción de BRB Internacional con TVE (la única televisión existente entonces). BRB había nacido en 1972 como agencia de *merchandising* y representaba en España a los productos derivados de Hanna-Barbera y Warner BROS, así como distribuía las licencias de series de televisión, entre las que destacamos grandes éxitos de animación como *La pantera rosa*, *Tom y Jerry*, *Heidi*, *Marco*, *La abeja Maya*, *El bosque de Tallac*, o *Vickie el Vikingo*. En 1980 se arriesga a producir sus propias series y el resultado es este *Ruy, pequeño Cid*, primera de una exitosa carrera de adaptaciones literarias que serán las que nos ocupen en el análisis siguiente y que vienen marcadas por una colaboración constante con la empresa japonesa Nippon para la animación de dibujos, fundada en 1975. Todas ellas compartirán un mismo formato y un horario de emisión regular (sábados o domingos en la sobremesa, horas de reunión familiar):

Dos son las características fundamentales que coinciden en la mayoría de series de TV producidas por BRB. La primera de ellas es el tiempo de duración y el número de capítulos realizados, siempre acomodado en la estandarización de 26 capítulos de 30 minutos cada uno (26 por 30 minutos). La segunda constante es el importante período de investigación y documentación del que se sirven los encargados de cada una de las obras antes de ser llevadas a cabo. (Yébenes 63)

Los episodios quedan también organizados de una manera uniforme: “La pauta narrativa de estas series pasa por la creación de un tema principal en cada episodio al que se añade un conjunto de tramas secundarias, que revelan al resto de los personajes” (34). Desde luego, este proyecto bien organizado y diseñado ofrece una estabilidad productiva reconocible al crear y plantear el producto, incluso comercialmente hablando. También en el caso de esta primera serie, podríamos añadir que el dibujo se aleja de los secos rasgos y prolecta edad de don Quijote:

Ruy, el pequeño Cid presenta una caricatura tendente a la redondez de las formas, un trazado más agradable para el espectador. Completan el éxito de esta serie un colorido preciso en ambientes y la figura de un “Cid-niño” como protagonista identificable por la audiencia infantil. (Yébenes 63)

La forma del dibujo no es baladí, ya que realizada por la Nippon, que había demostrado recientemente su éxito en España con dibujos infantiles como *Heidi* o *Marco* unos pocos años antes, acumula una amplia tradición del anime japonés. En cuanto a la adaptación literaria, la manera de presentar al personaje ante un público infantil resulta aquí mucho más ingeniosa. Libre de las ataduras de representar un texto tan lejano como el *Mío Cid*, que presenta sus hazañas de adulto, y quizás amparándose en la leyenda existente en cuanto a su figura, la productora encuentra un camino muy flexible trazando una serie de aventuras del Cid niño, aspectos sobre los cuales nada se dice en el *Cantar de Mío Cid* o en otras fuentes cidianas: se trata entonces de recrear una hipotética infancia repleta de sueños y de aventuras y juegos-batalla que conformarán al caballero que será luego de adulto. Según la carátula de la serie, ésta es “una serie única que narra la vida de uno de los héroes más universales, el Cid, en una épica aventura que describe sus primeros años. La forja de un

héroe valiente y con un gran sentido de la amistad, la justicia y el honor, Ruy”. Nos encontramos ya ante un héroe auténtico que además es niño, un espejo del telespectador principal. Y ante este espectador Ruy va a desarrollar una serie de comportamientos cercanos a los de un niño que, no obstante, a través de sus aventuras y travesuras, tiene la oportunidad de descubrir los valores de la amistad, la justicia y el honor.

Es interesante cómo este Cid infantil queda resumido en ciertos valores humanos que no se vinculan necesariamente a un proyecto nacional de carácter patriótico, tal como se había asumido la figura del Cid en la época franquista (Jónsdóttir 209-79). Nos hallamos ante un Cid con una infancia donde juega a batallar y donde las aventuras, teñidas de malicia infantil, le van mostrando el camino hacia la defensa de unos valores cuyo ejercicio más bien conducen a un tipo de proyecto nacional (pues nacional es en principio el héroe) de carácter cívico y democrático, pues incluso el honor es concebido sin el carácter de venganza. Así, este pequeño Cid queda desvestido de la mitología nacional patriótica que había sido usada anteriormente con él. Además, como hemos visto, se lo presenta como “héroe universal”, lo cual deshace un tanto la nacionalización a la que se había sometido al personaje en las décadas anteriores: se recupera un Cid para el mundo de valores universales y un héroe con dichos valores para deleite y enseñanza cívica de los niños. Respecto a esto último, Claudio Biern Boyd, el mallorquino productor y principal creador y guionista de estas series, ha señalado en alguna entrevista que su preocupación ha sido siempre que las historias transmitan valores positivos a los niños y estén debidamente documentadas (Gallego). Lo primero ya empezamos a verlo, y lo segundo se deduce por la documentación a la que se somete el guión para lograr la recreación de personajes, lugares y costumbres, aunque la tarea no es siempre exhaustiva ya que el propio Boyd menciona en su entrevista algún caso de gazapo histórico cometido en la serie.

Quiero recordar ahora que el aspecto didáctico unido a lo lúdico está además en casi toda la programación infantil de la época, muy abundante: mencionemos solamente que en estas fechas, desde 1979, hace su aparición en la parrilla televisiva española la admirada serie infantil didáctica de muñecos y reportajes estadounidense *Sesame Street*, titulada en español *Barrio Sésamo*, y que durante un tiempo, hasta 1986, va incluyendo personajes, muñecos y episodios de producción española.

En este contexto aparece la siguiente serie, *D'Artacán y los tres mosqueperros* (1981), estrenada al año siguiente, en la que BRB toma nuevos héroes ya fuera de las fronteras castellanas, probablemente buscando una mayor internacionalización de sus productos: ahora llegan los mosqueteros de Dumas, con fidelidad en los episodios clave del libro. Se introduce además un recurso bien conocido y explotado por la Disney, que es la forma antropomorfizada de seres animales, al estilo también de las antiguas fábulas. En este caso los mosqueteros son convertidos, como la mayoría de los personajes de la serie, en perros. Bien escogido para esta ocasión porque el lema que une a estos mosqueperros desde la misma cabecera de la serie es “Uno para todos y todos para uno”, enfatizando así la fidelidad en la amistad, esa fidelidad perruna que caracteriza a los canes. Observamos un paso más en la internacionalización de los héroes. Ya no se trata de recurrir a héroes netamente nacionales (que tampoco hay tantos), sino de abrir el mercado nacional a héroes de otras naciones bien conocidos universalmente. Los mosqueteros dan la ocasión para muchas aventuras, para mostrar didácticamente una época distinta -el siglo XVII francés- y

moralmente para enseñar el valor de la amistad, lo cual se explicita en la cabecera de la serie, junto con la habitual canción de entrada: “Esta serie basada en la novela de Alejandro Dumas *Los tres mosqueteros* pretende a través de sus divertidos protagonistas resaltar dos virtudes que nunca se deben olvidar: El Honor y La Amistad”. Este bloque de texto está ausente en la versión inglesa internacional difundida al año siguiente, como si el mensaje fuera necesario sólo para España, de especial interés para conculcar en el público nacional: lo cual debe tener una relación con las preocupaciones ideológicas del momento, que comentaré en el párrafo siguiente. Como en *Ruy*, también en esta serie aparecen la lucha y las armas, que en la canción de cabecera se presentan como “un juego divertido”. El uso de las armas lo justifica el padre del protagonista en la serie (primer episodio) sólo cuando ha de defenderse la patria, por causas nobles o por defensa personal. Estas causas nobles son normalmente combatir a los enemigos del rey, que son violentos provocadores del orden establecido y especialmente tramposos (sin honor). D’Artacán, siempre en un ambiente teñido de humor, inteligencia, diversión y generosidad, desenmascara estos trucos y trampas, y para ello usa de la espada principalmente como defensa última de su integridad o la de sus amigos. Se contrasta así su honor, su valentía –que debe aprender, junto con la modestia- y su generosidad frente a la torpeza y traición de los soldados del conspirador Richelieu.

Respecto a los aspectos de ideología política implícita en las series, es interesante percatarse cómo en estas dos primeras series de BRB, que recurren a la literatura de aventuras histórica, el contexto histórico reclama desde su fondo el respeto a un monarca amenazado –y que amenaza en el caso del Cid a la unidad de Castilla y León, como se desprende de la presentación de la cabecera, por ejemplo- al que se le debe un respeto y una adhesión, aunque los valores primigenios destacados en la serie sean la amistad, la justicia y el honor. En el caso de *Ruy*, la referencia se enfatiza incluso en la canción original, donde se dice que “sueña vencer los enemigos del rey, y con su espada y su ley no le podrán detener”. En el caso de D’Artacán la canción omite cualquier referencia, pero todas las misiones de los mosqueperros residen claramente en la protección de su rey, con el bien consabido “todos para uno y uno para todos” ante las dificultades de dichas empresas. Así, la insistencia tan explícita en una amistad y un honor como virtudes supremas con el trasfondo de un monarca al que defender no dejan de tener un eco de preocupación nacional si consideramos que durante la producción de la serie, el 23 de febrero de 1981, se produjo un serio intento de golpe de estado en España que pudo haber terminado con la joven democracia, y que por la adhesión nacional de militares, políticos y ciudadanía a la figura del Rey pudo finalmente superarse. Es curioso cómo estas series muestran ciertas monarquías bien conocidas por su éxito histórico en el tiempo pero que no estuvieron exentas de peligros a lo largo de su historia; monarquías que podrían ser la imagen actualizada en dibujos de la presente en España, monarquías y monarquía que deben ser defendidas por el nuevo ciudadano, los Ruyses y D’Artacanes que acaban de nacer, todavía no muy conscientes de la monarquía parlamentaria en la que viven y juegan, sumida en conflictos de poder, tan niña y en peligro como el propio espectador.

En 1983 se estrena *La vuelta al mundo en 80 días*, también adaptación literaria, en este caso de la novela homónima del francés Jules Verne. Se utilizan también animales, esta vez un animal distinto para cada personaje: Philleas Fogg es ahora Willy Fogg, un león inglés. En la producción colaboraron además de los japoneses, TVE, y como ya veremos que el

aspecto didáctico se centra ahora en el conocimiento de otros países, es interesante la aportación que hace Iberia-Aerolíneas Españolas en las localizaciones de exteriores. Este héroe internacionalmente conocido por la literatura se presenta como un apostador audaz en completar la vuelta al mundo en ochenta días. Las dificultades que entraña el viaje en sitios nuevos pero emblemáticos muestran el valor de superar situaciones desconocidas con ánimo y valor al mismo tiempo que se repasan los diferentes lugares y monumentos emblemáticos del mundo, aun lleno de tópicos consabidos. Si España había sido objeto de turismo desde hacía ya veinte años, raros eran los españoles que habían salido por turismo de las fronteras para visitar quizás Francia, Londres o Italia. Si bien en unos años las visitas familiares aumentarían y los colegios de idiomas en Gran Bretaña e Irlanda verían crecer sus matriculaciones de españoles, en ese momento era algo reservado a unos pocos. La canción de la cabecera de la serie destaca la apuesta de honor de Willy Fogg, y enfatiza especialmente la aventura del viaje (“ven, ven con nosotros ven / lo pasaremos bien”) y el buen humor necesario ante los problemas (“el truco es sonreír / aunque todo vaya mal / las cosas cambian al final”). En términos generales, en comparación con D’Artacán, Yébenes destaca que

El espectador infantil absorberá el sentido de la amistad y el pundonor extraída de la obra del autor francés, en tanto que la amistad se vuelve aventura y conocimiento de otras culturas en la adaptación del inglés (sic). (64)

En el aspecto didáctico, la cabecera es bien representativa: en ella aparecen primero cinco monumentos superpuestos representativos de diferentes lugares y más tarde el globo terráqueo: se van sucediendo paisajes bien reconocibles de los cinco continentes mientras la canción recuerda algunos posibles destinos (“Son 80 días son / 80 nada más/ para dar la vuelta al mundo / Londres, Suez, también Hong Kong, / Bombay, Hawaii, Tijuana y Singapur”). A la internacionalización del personaje como elemento comercial de la serie se suma la internacionalidad del tema y sus personajes, que cobran un sentido especial para el primero de los públicos a los que va dirigido, el infantil o familiar español, en un contexto social y económico de bienestar que pronto les va a permitir viajar y descubrir el resto del mundo, y así contrastar la propia cultura (con sus tópicos) con la de los demás. Es interesante reflexionar sobre ello cuando en 1982 España va a acoger un mundial de fútbol, primero de los grandes retos de organización que de cara al exterior buscaba organizar, y que culminarán diez años después con la Exposición Universal en Sevilla y las Olimpiadas en Barcelona.

Quisiera saltar por último al año 1985 para realizar un breve comentario sobre la siguiente serie producida por BRB y TVE, esta vez en colaboración con una empresa de animación canadiense, Canadian Studio Cinar. La serie se tituló *David, el Gnomo* y estaba basada en un clásico holandés, *El libro secreto de los gnomos (Die Kabouters)*, de Will Huygen. El lema principal de la serie es “Nadie es mejor por ser más grande” y presenta a David como uno de los seres más pequeños de la naturaleza pero con más fuerza (“soy siete veces más fuerte que tú”, dice la canción de cabecera) y bondad (“soy un gnomo, muy diminuto y bonachón”), y enseña con sus aventuras en el bosque a respetar a los que son más pequeños que uno (pues los adultos y a veces los niños son más grandes y fuertes que muchos de los animales del bosque). David huye del enfrentamiento a pesar de tener a los trolls como enemigos declarados (“evitando a los enemigos, / a los trolls y a las mofetas”), y se dedica

a sus tareas en el bosque, en un ambiente familiar (“Trabajo, tranquilo, en mil y una cosas, con Lisa y los gemelos yo siempre estaré”). Se hace además explícito en un texto presente en la cabecera que su intención didáctica reside en mostrar el respeto a la naturaleza, demostrando así un claro afán ecológico. Recordemos que, aunque ADENA se instaló en España en 1968, Greenpeace España como asociación activista ecológica se había fundado un año antes, en 1984. Nos encontramos ahora ante un personaje que, al cargo de una familia, resuelve los problemas de una manera más pacífica y menos violenta que los primeros héroes. Y nada queda ya de trasfondos históricos nacionales, puesto que los bosques y los gnomos podemos encontrarlos en casi cualquier rincón del planeta.

En resumen, desde el punto de vista de la selección de los personajes, si Ruy y D’Artacán eran jóvenes intrépidos de lejanas épocas educándose para alcanzar la gloria y el honor defendiendo a sus amigos y a los débiles sufridores de injusticias, usando si era necesaria la fuerza además de la inteligencia y el buen humor, con Willy Fogg y especialmente con David el Gnomo nos hallamos ante adultos actuales que o bien tienen una pareja fiel (Romy para Willy Fogg) o forman una unidad familiar establecida (David), lo que ofrece un atractivo modelo de estabilidad social ante el niño: y la manera de enfrentar la vida en estos personajes adultos supera el jugar mediante peleas a otras formas diplomáticas e inteligentes, moderadas, de solucionar los conflictos, con la idea esencial en David de no ser superior por una cuestión de mayor poder físico y de que no por ser físicamente superior es necesaria una pelea. Así, la tensión creada por esa necesidad de luchar como defensa de una patria, una idea y el honor en las primeras series queda atenuada o modificada sustancialmente en las dos últimas. Aunque el honor queda en todas ellas y en última instancia como un aprendizaje del honor en cuanto a uno mismo, al fin como un acto de responsabilidad o compromiso –y reto- individual en el contexto de una sociedad y sus principios morales, y nunca como un honor que derive de una actuación justificada meramente por el servicio ciego e irresponsable o imprudente a una patria o un rey, por ejemplo, como aprende D’Artacán. En todas ellas, especialmente, se destaca la generosidad ante el enemigo, que en última instancia es perdonado. Por lo tanto, el individuo y la responsabilidad ante sus actos –aprendiendo de los errores, pero sin demonizarlos- caracterizan los comportamientos de estos héroes. La idea de justicia como ley de actuación cívica sancionará esos comportamientos, evitando que en su nombre se tome nadie la justicia por su mano.

Todo este grupo de series comentadas hasta aquí, se inscribirían en un producto conocido como *clásico* en la animación. Según ciertos estudios sobre el análisis de contenido realizados por TVE a principios de los noventa sobre las series de animación de dibujos,

en los dibujos animados se aprecian dos mundos diferentes, uno conformado por los productos *clásicos* conocidos por todos y otro, muy distinto, que viene definido por los dibujos que denominamos *modernos*. Los primeros son relatos ingenuos que apelan a los valores de siempre: naturalidad, bondad, relaciones profundas entre las personas. Los segundos son yuxtaposiciones onomatopéyicas seductoras que tienen como referentes axiológicos la fuerza, el movimiento, el grito y cuyos personajes son seres ambiguos que apenas mantienen relaciones entre sí. (García Nebreda 236)

Es cierto que revisando las series producidas a finales de los setenta e inicios de los ochenta puede apreciarse un estilo de gran violencia en las producciones de la empresa Tatsunoko, como *Mazinger Zeta* o *Comando G*, frente al estilo más clásico e ingenuo de las creaciones de Nippon, como *Heidi* o *Marco* y las co-producciones con España que hemos analizado. Ambas formaban parte de la oferta a fines de los setenta y principios de los ochenta, pero mientras que las primeras –y otras posteriores, que se extenderán rápidamente en los noventa, como *Dragon Ball*- eran a menudo criticadas por su violencia sin sentido, son las últimas las que conectan más con el público infantil, e incluso adulto de la época, hasta tal punto que tras el último capítulo de *David el Gnomo*, en el que este muere de viejo como un paso más en el ciclo de la naturaleza -incluso para un ser tan fuerte como él-, la prensa se hizo notable eco de dicho acontecimiento televisivo, hasta el punto de incluirlo como portada en algún periódico. Este aspecto del éxito empático logrado, combinado con el dato de que todas estas series habían sido creaciones españolas a partir de diferentes modelos literarios adaptados, nos lleva a concluir que podríamos otorgarles un cierto carácter de animación nacional en un momento histórico que Triana-Toribio como demandador de un cine nacional para ser mostrada la nueva España en el exterior (109): una animación nacional orientada a entretener, por supuesto, a los niños de la época, pero también a apuntalar determinados aspectos que la sociedad española podía ver como enseñanzas convenientes o preocupaciones sociales y eran desde luego bien recibidos en cuanto asumían la educación de los futuros ciudadanos de una recién nacida, conflictiva, delicada, y quizás un tanto ingenua democracia, pero necesitada de justicia, generosidad internas, y superación de retos en el exterior.

Pensemos además que una serie de televisión de dibujos animados con estas características, a pesar de sus valores básicos universales y aunque esté dirigida básicamente al público infantil, es creada por adultos, y por tanto, como indica Steinle, “both creativity and credibility reveal adult assumptions about childhood and at least a segment of the imaginative universe of adults” (107). Al mismo tiempo que un adulto asume una idea sobre lo que está dispuesto a creer el niño, esa misma idea revela el propio mundo imaginativo del adulto, y también los valores que quiere proponer. Creo que en las series analizadas se aprecia por un lado, por su éxito, la conexión con el imaginario de su público objetivo y, por otro lado, cuáles eran los puntos cardinales que movían a los creadores de dichos dibujos al plantear y desarrollar productos televisivos donde se aunaba la aventura del entretenimiento con una importante carga perfectamente integrada (gracias a las adaptaciones de héroes literarios reconocibles) de ideología: tanto mediante un democratizador didactismo cultural (la muestra de diferentes épocas) como por la integración de actitudes y valores morales muy bien definidos, dispuestos allí para mostrar en la pantalla ciudadanos perfectamente integrados en un cómodo sistema patriarcal, valerosos pero modestos frente a los problemas y retos de la vida, fieles y arrojados para defender a los suyos y a los débiles, cada vez más sociables y concedores del mundo, las culturas y su entorno, y todo ello sin emplear ni caer en ningún tipo de dogmatismo en la defensa de dichos valores, apoyados sólo en la convicción optimista y tenaz de ser llevados a buen fin y buen éxito en sus empresas a través de la inteligencia, la modestia, y el buen humor.

BRB ha continuado realizando producciones hasta el presente, pero la parrilla de programación infantil se fue modificando y esto alteró el horario de los dibujos animados,

que a su vez fueron cambiando temática y estilísticamente según evolucionaba España y con ella el mundo. En este sentido pueden compararse en el sitio *web* de BRB las primeras producciones que hemos analizado en este trabajo y las últimas, que difieren en temas, estilos y diseños. Especialmente, dependen menos de las adaptaciones clásicas y buscan ya creaciones originales. Ya no hay una necesidad de seguir, aunque sea un tanto libremente por medio de la adaptación, modelos clásicos a través de los cuales reencontrar o reelaborar una identidad nacional e internacional con héroes propios y ajenos. Ni tampoco existe una necesidad de incidir especialmente en los valores clásicos de amistad, justicia y sentido del honor que se contemplaban quizás como básicos y relevantes, necesarios e ideales en una época postdictatorial que permitiera en su siguiente generación ayudar a reconstruir el cuerpo social de toda una nación quebrada por muchos años y todavía víctima de momentos de tensión ante la constante posibilidad y amenaza de una fractura en la democracia.

Bibliografía citada

- Candel, José María. *Historia del dibujo animado español*. Murcia: Filmotea regional de Murcia, 1993.
- García Nebreda, Begoña. “La evolución de la televisión en España y el análisis de contenido”. *Archivos de la Filmoteca* 23-24 (1996): 229-36.
- Gallego, Marga. “Teledibujos animados”.
<http://www.rtve.es/tve/50_aniversario/20060716_blog50anyos.htm> 08/03/2007
- Manzanera, María. *Cine de animación en España. Largometrajes (1945-1985)*. Murcia: Universidad de Murcia, 1992.
- Jónsdóttir, Margrét. *¡De nuestro mal, oh Cid, nos sacarás! El desarrollo del concepto cidiano desde 1779 hasta el franquismo*. Dissertation. Princeton University, 2002
- Martín Sánchez, María Ángeles. “En ‘Don Quijote de la Mancha’: Criado del Val, asesor Cervantino”. *Teleradio* 21-10-1979, 31-32. Artículo extraído de
<<http://www.quijote.tv/cdval.htm>> 08/03/2007
- Martínez Barnuevo, María Luisa. *El cine de animación en España (1908-2001)*. Valladolid: Nancy, 2003.
- Romagosa, Santiago. “Breve historia del recorrido realizado por la producción ‘don Quijote de la Mancha’”. <<http://www.quixote.tv/histdq.htm>> 08/03/2007
- Ronin. *Dibujos animados en España*. <<http://apuntes.rincondelvago.com/dibujos-animados-en-espana.html>> 07/03/2007
- Steinle, Pamela. “Ideological Animations: Televisión Programming for (of) Children” *Popular culture review* 5.2 (1994): 105-21.
- Triana-Toribio, Núria. *Spanish National Cinema*. New York: Routledge, 2003.

Yébenes, Pilar. *Cine de animación en España*. Barcelona: Ariel, 2002.