

cultura

La edición digital creció un 35% en 2009

ANTONIO FRAGUAS, Madrid

La ministra de Cultura, Ángeles González-Sinde, desveló ayer en el Congreso de los Diputados que en 2009 la edición en formato digital se incrementó en un 35%. Eso supone, comparando con los datos de 2008 que Cultura ha compilado en su *Panorámica de la edición en España*, que el año pasado se editaron 11.403 títulos en formato electrónico frente a los 8.447 del año anterior. Fuentes de Cultura han asegurado que las cifras definitivas se harán públicas en unos 10 días.

Por otra parte, el director de la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE), Antonio María Ávila, señaló a este diario mediante una portavoz que las cifras que baraja el Ministerio de Cultura no son de extrañar y que el fuerte incremento porcentual se debe a que el punto del que parte la edición digital "es un nivel muy bajo".

Los formatos distintos al papel suponían en 2007 (última fecha para la que existe este dato) el 10,5% de la facturación editorial anual que ronda los 3.000 millones de euros, según la FGEE. Esta institución publicará los datos sobre la industria editorial de 2009 el próximo mes de junio.

Seis minutos, un libro

Las declaraciones de la ministra se registraron en el pleno del Congreso, a una pregunta del diputado socialista José Andrés Torres Mora sobre cómo está afrontando la crisis económica el sector editorial. "El libro funciona; es una industria que destaca entre los sectores de nuestra economía que mejor han absorbido el tramo más duro de la crisis mundial", señaló la ministra, según informa Efe.

González-Sinde también afirmó que en 2009 se editó un nuevo libro en España cada seis minutos, "superando todas las previsiones", lo que ofrece un resultado de publicación de 375 millones de ejemplares, "más de un millón al día".

En cuanto a las exportaciones de libros, la ministra aseveró que España se ha mantenido por encima de la cifra mundial, que descendió un 13,6% de media: "En nuestro país la cifra se aproxima a los 342 millones de euros".

Por último, la ministra González-Sinde se declaró abiertamente optimista sobre el futuro de la industria editorial y aseguró: "Nunca se ha leído tanto como ahora en este país".



Primera tira de la serie *Peanuts*, realizada por Charles Schulz en 1950.

Memorias de un perrito pop

Un libro sobre Snoopy fija la enorme influencia de la serie de Charles Schulz

ÁLVARO PONS
Valencia

"¡Te lo juro por Snoopy!" fue el grito de guerra de toda una generación *pija*, que utilizó al simpático perro que dormía sobre su caseta e hizo de él algo más que un símbolo para convertirlo en el icono de un modelo de sociedad consumista basada en marcas y logotipos como identificadores de clase. Una asimilación no exenta de lógica: respondía a la omnipresencia de los personajes de Carlitos y Snoopy en ese aire que respiramos compuesto de oxígeno y publicidad, protagonistas de miles de campañas y representados en objetos de todo tipo, desde el más minúsculo al más grande, desde el más absurdo al más cotidiano.

Ese éxito planetario fagocitó en buena medida toda lectura o análisis posterior de la serie que durante 50 años dibujó puntualmente Charles Schulz. Diez años después del fallecimiento de su creador, la aparición de *Schulz, Carlitos y Snoopy: una biografía*, de David Michaelis (EsPop Ediciones) permite una aproximación a la serie creada en 1950 gracias a un triple enfoque: en primer lugar, la crónica biográfica exhaustiva y minuciosa, que narra la vida del creador con una apabullante avalancha de datos. Un relato que aborda desde los detalles más superficiales hasta aquellos más personales, componiendo un perfecto retrato del hijo de un barbero inmigrante que crecería como un hombre tímido de fuertes principios religiosos pero con una vocación artística determinada y firme que terminaría siendo ejemplo perfecto del sueño americano.

En segundo lugar, la propia cronología de la evolución de una serie que ya nació de forma atípica: los personajes de Schulz se alejaban de las habituales se-



El dibujante Charles Schulz, en Santa Rosa (California). / AP

Fue más que un icono generacional, fue un símbolo de la sociedad consumista

ries protagonizadas por niños que aparecían en la prensa de la época, herederas del modelo de gamberretes descarados impuesto por *Yellow Kid* o *The Kintzjemmers Kids* (los antecedentes de nuestros Zipi y Zape), para abordar problemas de adultos con un planteamiento introspectivo, casi existencialista, inédito para una tira diaria. Una nueva forma de entender la historieta que Michaelis va relacionando con acierto con la propia vida de su autor, intentando completar ese

rompecabezas nunca resuelto de la verdadera personalidad de Charlie Brown, pero también explicando las razones que han hecho de la serie una inspiración y ejemplo a seguir para autores tan dispares como Quino, Bill Watterson, Chris Ware o Matt Groening.

Y en tercer lugar, con un escrupuloso análisis de las razones que convirtieron la serie y sus personajes en un fenómeno mediático y sociocultural sin precedentes. Desde esa serie que se iniciaba con poca confianza, relegada a un formato minúsculo para aprovechar espacios en blanco de las páginas de los periódicos (el tamaño de "cuatro sellos de correos", según el autor) y bautizada con un nombre poco afortunado que el autor rechazaba como ridículo, *Peanuts* (cacahue-

tes), hasta tener millones y millones de lectores que la llevaron a ser la serie de prensa con más éxito de la historia, iniciadora del concepto moderno del *merchandising*.

Una triple vía de análisis, desarrollada en paralelo, que aporta una nueva perspectiva a la obra de Schulz, permitiendo que el lector cuantifique la importancia de la obra mucho más allá de sus logros económicos y entender las razones que llevaron a la serie a convertirse en un icono de la cultura de masas, capaz incluso de lograr que su primera incursión en los dibujos animados sustituyera al *¡Qué bello es vivir!* de Capra como sinónimo de fechas navideñas a la vez que sus tiras protagonizaban sesudos debates en las universidades y eran objeto de tesis doctorales.



Carlitos y Snoopy, junto a sus amigos.