



El caso de *Scooby-Doo*

CLAUDIO LOMNITZ

Hoy quiero dedicar mi columna a *Scooby* y *Shaggy*, esos dos queridos cobardes que resolvían cr3menes a diario, con toda su pandilla de amigos. Cier to que en el mundo ocurren cosas muchos m3s importantes –atrocidades, hambrunas, falsificaciones, sofismas, autoritarismos, desapariciones, informes y migraciones todo eso y mucho m3s–, pero el entretenimiento tambi3n importa y merece un buen lugar, porque los que tenemos la fortuna de estar vivos y sanos, pasamos por muchos estados emocionales, y uno de ellos es el aburrimiento.

Es verdad que a todos nos falta tiempo, y que si preguntas, nadie dice que le sobre, pero la verdad es que el tiempo tambi3n sobra, y eso no tiene nada de vergonzoso. Est3 en nuestra naturaleza. De hecho, cuando los antrop3logos empezaron a estudiar a las sociedades de cazadores y recolectores en detalle, uno de los primeros mitos en derrumbarse fue el del hambre como motor de toda la acci3n humana. Result3, al contrario, que los cazadores y recolectores ten3an much3simas horas libres cada d3a, y que no se la pasaban buscando comida desesperadamente. Tanto as3 que, en los a3os 60, el antrop3logo Marshall Sahlins calific3 a las sociedades de cazadores y recolectores como “la primera sociedad de superabundancia” (*the first affluent society*).

Incluso las sociedades industriales, con toda la explotaci3n laboral que las caracteriza, siempre tienen tambi3n tiempos muertos. Las horas que pasan los trabajadores sentados en el transporte p3blico y los d3as no laborables, por ejemplo. Y fue justamente en ese contexto, en las sociedades industriales, que el entretenimiento tambi3n se convirti3 en industria: una industria de masas y para las masas. Y el invento fue tan exitoso que, ya para los a3os 70, nuestro Carlos Monsiv3is sentenci3 que en M3xico no hab3a rico que no tuviera una colecci3n de arte precolombina, ni pobre al que le faltara una televisi3n. O sea que el entretenimiento importa, y a las mayor3as suele importarles bastante m3s que la pol3tica, y muchas veces tienen toda la raz3n. Por payasos que sean, ¿qu3en no votaría mejor por *Don Francisco* que por alguno de nuestros diputados?

En resumen: *Scooby* y *Shaggy* tienen su valor. Y lo recalco, no s3lo por el cari3o que les tuve cuando los ve3a en la *tele*, sino por lo que significan como trabajo creativo; tanto, que estuve listo a echar mano de las armas de mi profesi3n para defenderlos.

“Est3 bien!”, me dir3n (quiz3s). “*Shaggy* y *Scooby* importan” (o sea: “calma, y por favor no nos cites a ninguna otra autoridad”) “Pero ¿a qu3 vienen a

cuento?”

Lo que me pasa es que acabo de leer en el *New York Times* que ha muerto Joe Ruby, el creador de las caricaturas de *Scooby-Doo*, y una noticia así no debe pasar sin comentario. Si nuestros periódicos publican la muerte de casi cualquier político, ¿acaso el señor Ruby no merece una mención? ¿No habrá entre mis lectores quien recuerde a *Scooby-Doo* con más cariño que, digamos, a José López Portillo (por poner sólo un ejemplo)?

Hay, más allá de la rememoración, algunos detalles del caso que vienen a cuento en nuestra sociedad, pues *Scooby-Doo* es la serie televisiva que ha generado mayor número de subproductos en la historia de esa industria: hubo cómics de *Scooby-Doo*, videojuegos, camisetas, muñequitos de plástico, películas y un largo etcétera. Además, ganó el récord Guinness en la categoría de la caricatura con mayor número de episodios (desbancando incluso a *Los Simpson*). Aun así, los dos creadores del programa, Joe Ruby y Ken Spears, no se hicieron multimillonarios.

Cuando Ruby y Spears desarrollaron sus famosos personajes, a los caricaturistas se contrataban a sueldo, y no les daban ni el crédito personal ni las regalías que merecían: todos conocemos el nombre de *Scooby-Do*, pero yo, al menos, no había escuchado el de Joe Ruby hasta que leí su necrología. Tampoco sé quién inventó *Bugs Bunny*, ni recuerdo el nombre del escritor de los guiones de *Don Gato*, *El Correcaminos*, o *La Pantera Rosa*, ni de prácticamente ninguna otra de las caricaturas que iluminaron mi infancia.

En parte, este olvido es natural: uno recuerda las ficciones, y no a sus autores, y está bien. Pero también hay otra cosa en este olvido, algo menos saludable, que es la larga tradición de explotar a los artistas, y aprovechar su talento y su trabajo, pagándoles siempre lo menos posible, muy independientemente de la riqueza que generan. A Mozart lo enterraron en una fosa de tercera clase, pero su música envolvió a Viena para siempre. A los artistas los han explotado despiadadamente, esa es la verdad. Y por eso fue que trascendió el movimiento liderado por Charles Chaplin: la creación de un estudio de los propios artistas (United Artists). Por eso también ha sido tan importante la existencia del gremio de los escritores en Hollywood, y las agencias y los abogados de los artistas, abocados a defender sus derechos, sus regalías y contratos.

En México, sin embargo, la explotación de los artistas es un tema que se ha tocado muy poco. Las televisoras han sido prácticamente monopolios verticales –grandes explotadoras de actores, guionistas y directores. El Estado, que tuvo –hasta ahora, al menos– un papel notable de mecenas de las artes, ha tendido a imaginar su relación con los artistas como si se tratara de una gracia, como si el subsidio público fuera una dádiva entregada a una clase de menesterosos. Como si el Estado fuera un generoso señor, y el artista un bueno para nada. Mientras que, en realidad, ¿qué es México sin sus creadores?

Los creadores han generado mucha más riqueza que la gran mayoría de los políticos. El turismo viaja desde lejos para conocer sus creaciones. Los niños del mundo ven sus caricaturas y los anunciantes montan su publicidad sobre los hombros de los artistas. La muerte de Joe Ruby, creador de *Scooby-Doo*, bien puede servir para preguntarnos si no es tiempo de que el Estado y la industria reconozcan monetaria y publicitariamente a los artistas que todos los días crean la riqueza que nos rodea.

Psoriasis en placa: Causas, síntomas y tratamientos

Enlaces Publicitarios | Patrocinado

If Your Dog Eats Grass (Do This Every Day)

Ultimate Pet Nutrition Nutra Thrive Supplement | Patrocinado

Nosotros ya no somos los mismos

El abogado Epigmenio Mendieta, defensor de doña Rosario Robles Berlanga (RR) es, seguramente, un fiel devoto de la virgen María (madre de Dios, seg...
La Jornada

Why CBD in Skincare?

Le Pragma | Sponsored

Copyright © 1996-2018 DEMOS, Desarrollo de Medios, S.A. de C.V.
Todos los Derechos Reservados.
Derechos de Autor 04-2005-011817321500-203.