

Fecha: 07-08-2024  
 Medio: Las Últimas Noticias  
 Supl.: Las Últimas Noticias  
 Tipo: Noticia general  
 Título: Condorito es una fábrica de billetes: venden desde jockeys a productos de aseo

Pág.: 15  
 Cm2: 739,3  
 VPE: \$ 4.065.577

Tiraje: 91.144  
 Lectoría: 224.906  
 Favorabilidad:  No Definida

Este martes la historieta cumplió 75 años

# Condorito es una fábrica de billetes: venden desde jockeys a productos de aseo

“Es la marca más conocida de Latinoamérica y su atributo principal es la pertenencia”, dice Christian Zúñiga, gerente general de World Editors, dueña de la licencia.

JOAQUIN RIVEROS

Condorito, la icónica caricatura chilena creada por René Ríos, Cepo, cumplió este martes 75 años, hito que fue celebrado con la inauguración de una exposición gráfica en la Casa Museo Eduardo Frei Montalva y una instalación en el Mercado Urbano Ovalaba, con figuras de la caricatura, un corpóreo, la recreación de la pieza en que vive, además de un panel con tiras históricas.

Recientemente, en Perú, se realizó una exposición, apoyada por ProChile y en la próxima feria del libro de Guadalajara, se hará otro tanto en la sección de cómics.

Fue el 6 de agosto de 1949 cuando se publicó por primera vez como tira cómica en la desaparecida revista Okay, de la editorial SIG-SAG. Hoy la revista, propiedad de la empresa chilena World Editora, se publica en Chile, Perú, Colombia, Ecuador, Puerto Rico y Miami, con un tiraje total de 360 mil ejemplares.

La empresa tiene tres unidades de negocio. El papel, que es el coree, que además de la revista incluye las tiras cómicas, que se publican en diarios de Sudamérica y en ocho estados de Estados Unidos. A eso se agregan los insertos, uno de los cuales se publica todos los sábados en Colombia con 24 páginas y un tiraje de 4,8 millones de unidades, y otras publicaciones con la editorial Zig-Zag, como libros escolares de primero a cuarto básico.

La segunda unidad de negocio es el merchandising que incluye productos tan diversos como ropa, pañales, toallas húmedas, bolsos, jockeys, aromatizantes, entre muchos otros. Recientemente salió la línea de productos de limpieza “Súper Condorito”,



La habitación de Condorito recreada en el Mercado Urbano de Tobalaba (MUT).



La imagen de Condorito recibió una serie de homenajes por sus 45 años.

que se comenzó a comercializar en el sur de Chile y en noviembre aparecerá una bebida energizante.

Otra línea de negocios es la audiovisual, dentro de la que está la película de 2017, “Condorito”, que tuvo 3,2 millones de espectadores y una recaudación de US\$, según señalan en la empresa. Para 2027, en tanto, se espera el estreno de una segunda película. A eso, en esta línea se agregan, entre otros, una reciente colaboración con el grupo “Zúmbale primo”, y con otras tres bandas en estudio.

Sobre el éxito comercial de la caricatura, Christian Zúñiga, gerente comercial de World Editors, señala “que es la marca más conocida de Latinoa-

mérica, cuyo atributo principal es la pertenencia, ya que cada país piensa que es propio. Es coleccionable y su humor es blanco y transversal”.

La historia de Condorito comenzó el 6 de agosto de 1949, cuando apareció la primera tira cómica en la desaparecida revista chilena Okay. “Luego se hizo una selección de lo mejor que salía semanalmente en esa revista y desde 1955 apareció en formato libro anual, en el año 60 salía semestralmente y en los 70 de modo mensual”, explica Sebastián Ríos, nieto de Pepo.

“La idea de Condorito le surgió a mi abuelo luego de que se reuniera con Walt Disney, cuando vino a Chile en 1941. Su viaje se enmarcó en la intención de sumar a nuestros países a la causa de la segunda guerra. Disney visitó la revista Topaze, donde trabajaba Pepo, y cuando regresó a Estados Unidos creó una serie de personajes alusivos a Latinoamérica. Pancho Pistolas, que era mexicano, Pepe Carioca, brasileño, y para Chile hizo un personaje que era un avioncito que cruzaba la Cordillera y que se llamaba Pedrito, aludiendo al Presidente Pedro Aguirre Cerda”, explica Ríos. “Pedrito era un avioncito timorato que le daba mucho miedo cruzar la Cordillera de Los Andes. Eso no le gustó a mi abuelo y decidió crear a Condorito”, agrega.

El personaje, explica Pedro Maino, presidente de la Fundación Pepo, es un migrante que viaja del campo a la ciudad, que al principio se las arregla como puede e incluso roba para vivir. En la primera tira se roba una gallina y termina preso y, detrás de las rejas, ve como los carabineros se comen la gallina”, explica.

Poco a poco la historieta fue sumando nuevos personajes. “La mayoría se basa en amigos reales de abuelo. “Don Chuma”, por ejemplo, era un compadre que tenía. Era idéntico, con bigote, narigón y con el pucho colgando de la boca”, dice Ríos.

“En ProChile apoyamos también las exportaciones de las industrias creativas, en concreto en este caso, al sector de la narrativa gráfica e ilustración, el cual contribuye especialmente a la construcción de nuestra identidad y relato como Chile en el exterior. Condorito es parte fundamental de la historia de la narrativa gráfica nacional, este personaje ha abierto puertas a otras historietas nacionales y se ha convertido en un embajador de este sector, que ha logrado consolidarse en el exterior gracias a acciones de promoción en diversos mercados, tales como Sudamérica, Europa e incluso Asia, siempre con el trabajo colaborativo de Mincap y Dirac, más las asociaciones y cooperativas del sector”.