

## EL CÓMIC EN ESPAÑA

Diciembre 2008

Según el historiador de la prensa, investigador del cómic y sociólogo Antonio Martín, el cómic, tebeo o historieta, también denominado noveno arte, *"puede definirse a nivel operativo como una historia narrada por medio de dibujos y textos interrelacionados, que representan una serie progresiva de momentos significativos de la misma, según la selección hecha por un narrador"*.

A lo largo del siglo XIX y las primeras décadas del XX, la historieta arrastró una escasa consideración, infravalorándose su naturaleza y verdadero valor comunicativo. Sin embargo, en la actualidad el cómic ha conseguido el reconocimiento cultural que merece; prueba de ello es la creación, en 2007, del Premio Nacional del Cómic.

### CREACIÓN

El lenguaje expresivo de este género se basa en dibujos estáticos y textos escritos, no meramente yuxtapuestos, sino interactuando entre ellos y produciendo, dentro del espacio físico de la viñeta, una síntesis con una personalidad propia bien definida. Para hacer avanzar la narración se recurre a la secuenciación de las viñetas. En cada una de ellas está representado un cierto intervalo de la historia, definiendo un espacio y un tiempo determinados.

Al igual que en los restantes productos culturales, en la producción industrial del cómic convergen distintos procesos que pueden ser asumidos por distintas personas o por un creativo que realice todo el trabajo por su cuenta; las principales figuras en su proceso de creación son:

- **Guionista:** puede ser el propio dibujante o una persona distinta. El guión debe estar estructurado en páginas y, dentro de éstas, en viñetas con la descripción y ambientación de la escena para su ilustración; debe contener además los diálogos de los personajes que se quieren incluir en los globos o bocadillos. La tarea del guionista conlleva un importante trabajo de documentación que configure el peso de la historia.
- **Dibujante:** es quien interpreta el guión y lo traduce a dibujos a lápiz; el ilustrador suele disponer de su propio archivo de fotografías y dibujos como material de apoyo e inspiración. Es frecuente que la autoría del guión y

del dibujo recaiga en una misma persona; en estos casos al autor se le suele identificar como "historietista".

- **Entintador:** es quien da el acabado final al trabajo del anterior, repasando los dibujos con tinta.
- **Colorista:** es quien ilumina los dibujos del cómic.
- **Rotulador:** coloca los textos, globos y diálogos en cada página y viñeta del cómic.

Finalmente, tras su paso por el editor y por los procesos de filmación e imprenta, el cómic llega al público pudiendo adoptar distintos formatos. En el mercado editorial actual existen diversidad de formatos de edición, siendo de hecho frecuente encontrarse una misma obra editada en varios de ellos en distintos momentos e incluso con variaciones que afectan al contenido y/o la ilustración. Según Agustín Fernández Paz<sup>1</sup> el cómic actual se publica bajo tres formatos:

- Los **cuadernos**, de aparición periódica y con personajes fijos, están dirigidos de modo mayoritario a un público infantil y juvenil. Hasta hace algunos años, casi todos eran de humor o de aventuras; aunque ahora los "manga" (comics japoneses) empiezan a dominar el sector.
- Las **revistas**, de mayor formato y precio más elevado que los cuadernos, se dirigen a un público juvenil o adulto y acostumbran a tener una periodicidad mensual. Se caracterizan por un tamaño y encuadernación variable aunque fácilmente diferenciables de otros formatos y por contar normalmente con la participación de diversos autores. Algunos de los títulos comercializados en nuestro país con obras de autores españoles están disponibles a través del quiosco y también en algunos casos en librerías especializadas. Entre los primeros, son ampliamente conocidos *Claro que sí* o *El Jueves*; entre los segundos, de carácter más minoritario, títulos como *Malavida*, *Cabezabajo* o *Nosotros Somos Los Muertos*. Esta última, todo un referente en el mundo del cómic, desapareció en abril de 2007 tras doce años de existencia con quince números a sus espaldas.
- Los **álbumes**, casi siempre de un solo autor, habitualmente contienen una historia completa o un conjunto de historias con un nexo común. Se presentan en una edición más cuidada (mayor formato, tapa dura, papel de calidad), que los emparenta con los libros. Es en los álbumes donde se está refugiando la mayor parte del cómic de calidad, de manera que las producciones de autores imprescindibles, ya sean clásicos o actuales, están hoy publicadas bajo este formato. La progresiva transformación de los cuadernos y revistas a favor del volumen con lomo y tapa dura está facilitando además la expansión de la librería como canal de venta y una mayor presencia del cómic en la biblioteca pública.

---

<sup>1</sup> Fernández Paz, Agustín. "¿Es un libro? ¿es una película? ... ¡es un cómic!". *Educación y biblioteca*. 2003, n. 134

## EVOLUCIÓN HISTÓRICA<sup>2</sup>

El humor gráfico, el chiste ilustrado, la tira y la historieta de humor nacen con la prensa moderna, aunque tenga determinados antecedentes como los dibujos satíricos medievales o las caricaturas renacentistas.

A finales del siglo XIX, la prensa en **Estados Unidos** empezó a publicar suplementos de carácter cómico en color. El 26 de octubre de 1896, el New York Journal publicó "*The Yellow Kid and His New Phonograph*" de Richard Fenton Outcault; ésta será considerada la primera historieta. Contenía una secuencia de dibujos que representaban una situación cómica o "gag", mientras el diálogo se desarrollaba dentro de unos globos. El autor no fue consciente de su propia invención en aquel momento. No obstante, había abierto una forma narrativa que en los años posteriores otros historietistas fueron desarrollando.

El cómic alcanzó su independencia editorial al imprimirse en sus propias publicaciones, conocidas en Estados Unidos como comic-books. Éstos surgieron a principios de los años treinta con una intención publicitaria.

Los comic-books se popularizaron a finales de los años treinta al dar cabida a los superhéroes, género que revolucionó el mundo del cómic. Will Eisner reinventó el medio en 1978 con la publicación de "*Contrato con Dios*", considerada la gran primera novela gráfica. Con formato de libro, este cómic contiene una serie de relatos cortos ambientados en el barrio del Bronx de Nueva York en los años de la Depresión. Eisner consigue la fuerza narrativa y expresiva de las historietas rompiendo el marco de las viñetas y de los bocadillos. Este formato ha arraigado mucho en Europa en los últimos años, adaptando la edición del cómic a un público lector adulto y fiel, bajo la fórmula de finalizar la historieta con un prometedor "continuará...".

En **Europa** la popularización de los comics vino a través de publicaciones de humor gráfico satírico y de revistas ilustradas de carácter familiar y aptas para el público infantil, cuya tradición se remonta a finales del siglo XIX.

En Bélgica, la publicación más popular fue *Le Petit Vingtième*, suplemento para jóvenes del diario *XXe Siècle* donde George Rémi, más conocido como Hergé, dio vida por primera vez a "*Tintín*". Desde entonces y hasta la muerte de su creador, "*Tintín*" ha viajado por todo el mundo y sus aventuras, que han sido traducidas a 60 idiomas, han superado los 200 millones de ejemplares vendidos. En esta revista también aparecieron series como "*Blake & Mortimer*", "*Alix*" o "*Ric Hochet*".

Otra de las revistas más destacadas fue la franco-belga *Spirou* (1938), creada por Charles Dupuis, que comenzó publicando creaciones norteamericanas como

---

<sup>2</sup> Extraído principalmente del Dossier sobre el mundo del cómic, número 10 de la revista *ArteContexto* correspondiente al año 2006

"*Superman*", para después dar cabida a series de producción propia. Por esta revista han aparecido obras de autores como Joseph Gillain (Jijé), Franquin, Peyo y sus "*Pitufos*" o Morris con "*Lucky Luke*".

Algo más tarde surgió la también franco-belga *Pilote* (1959-1989), creada entre otros, por los guionistas René Goscinny y Jean Michel Charlier, que dieron voz a personajes como "*Barba Roja*" o "*Blueberry*". Por otro lado, Goscinny y el dibujante Albert Uderzo fueron los creadores de "*Astérix y Obélix*", fenómeno social transgeneracional, que se convirtió en un icono de la francofonía, cuyo carácter abierto y viajero le hizo ganar las simpatías de medio mundo.

Francia, por su parte, también va a jugar un importante papel en la industria europea del cómic. Con 3.600 álbumes publicados en el año 2005, una tirada media de 12.393 ejemplares y una venta total que roza los 40 millones de ejemplares, el cómic francés se sitúa como uno de los principales motores de su industria editorial, representando el 7,2% del total, y como la industria del cómic más importante del continente europeo. Es además un buen ejemplo de políticas culturales dirigidas a respaldar e impulsar este arte; sirvan de ejemplo la creación del CNBDI (Centre Nationale de la Bande Dessinée et de l'Image), ente que tiene entre sus objetivos la promoción del cómic, fundamentalmente autóctono; o los premios que anualmente otorga el Ministerio de Cultura Francés.

En lo que se refiere a **España**, como en Europa, la historieta o cómic tiene sus antecedentes en el último cuarto del siglo XIX. Inicialmente estará ligada a la prensa infantil y a la satírica para adultos, aunque será en el seno de esta última donde el cómic tenga su origen, hasta establecerse en la segunda mitad del siglo XX como monopolizadora del mercado español del cómic.

Los primeros títulos surgirán a principios del siglo XX, entre los que cabe señalar revistas como "*En Patufet*" (1904), publicación editada en catalán en la que trabajaron los dibujantes de primera línea de la época y que contó con multitud de seguidores; también destacaron los suplementos infantiles de periódicos como ABC (1906), publicados inicialmente bajo el título "*Gente Menuda*". No obstante, los expertos coinciden en considerar las revistas "*Charlot*" (1916) y "*TBO*" (1917) como las precursoras en la publicación de comics en España; esta última será considerada la promotora por excelencia del género en España, dando incluso nombre a dicho medio, que desde entonces se identificará directamente como "tebeo". "*TBO*" incluía trabajos principalmente de autores nacionales y, en menor medida, de importación y alcanzó un enorme éxito entre la población española, en parte a consecuencia de su económico precio de venta (10 céntimos), pasando de los 9.000 ejemplares vendidos en sus inicios, a 80.000 en 1925 y 220.000 en 1935.

Durante la década de los veinte, la revista "*TBO*" se enfrentará a un gran competidor: la revista "*Pulgarcito*" (1921) publicada por la editorial barcelonesa *El Gato Negro*, con un precio de cinco céntimos.

Los años treinta supondrán la consolidación del cómic como objeto de consumo popular y el afianzamiento de la producción española; mientras "TBO" continúa su escalada, se establecen en el mercado otras revistas como "Pocholo". Pero poco a poco se irá haciendo más evidente la influencia del estilo norteamericano, apareciendo las primeras traducciones de comics de aventuras de producción norteamericana. En este sentido, van adquiriendo fuerza editoriales como *Hispano-Americana de Ediciones* con títulos como "Yumbo" (1934) o "Aventurero", que publica los episodios de "Flash Gordon" de Alex Raymond y las aventuras de "Tarzan" de Harold Foster. En la misma línea, la *Editorial Molino* publicaba en 1935 la revista "Mickey" que contenía materiales de la casa Walt Disney.

Pero el surgimiento de la Guerra Civil española supondrá una parada de la efervescencia editorial que el mundo del cómic había vivido durante los años anteriores. En sus inicios, intentarán mantenerse en el mercado revistas ya consolidadas con anterioridad, pero este medio se irá convirtiendo paulatinamente en un vehículo ideológico al servicio de cada bando. Surgen así historietas como "El Pueblo en Armas" (1937), considerada por los críticos uno de los mejores ejemplos de tebeo propagandístico republicano de la Guerra Civil; "Pionero Rojo: semanario de los niños obreros y campesinos", con escaso valor artístico y narrativo pero con un marcado carácter político o "Pionerín", con colaboraciones infantiles que reflejaban su percepción sobre la guerra.

En el bando nacional, la primera publicación de carácter propagandístico fue la revista "Flechas", autodefinida como *Semanario Infantil de Falange Española de las JONS de Aragón*; también la revista "Pelayos", que finalmente se acabará uniendo a la anterior para formar el semanario "Flechas y Pelayos".

A pesar de estos intentos por utilizar el cómic como medio propagandístico e ideológico, los expertos coinciden en considerar que no fue especialmente explotado como arma política fundamentalmente por su asociación al público lector infantil y su concepción como espacio de entretenimiento para los niños.

Al término de la Guerra Civil española, el mundo editorial se encontrará con importantes dificultades que afectarán también al tebeo: aparece la censura y son evidentes los efectos de la carestía de medios imperante en la postguerra. En este contexto continuará publicándose, bajo la protección económica oficial, la revista "Flechas y Pelayos", aunque también reaparecerán revistas que habían desaparecido con el inicio de la guerra como "TBO", que volverá a publicarse en 1941.

Durante la época franquista, además de asentarse las publicaciones dentro del género aventurero y del género costumbrista, se romperá el monopolio ejercido desde Madrid y Barcelona en la edición de comics con la irrupción de la producción valenciana.

El resurgimiento de *Editorial Valenciana*, que había parado su actividad durante la Guerra Civil, se produce en 1940 con la publicación de un cómic muy popular titulado "*Roberto Alcázar y Pedrín*"; pero será con "*El Guerrero del Antifaz*" (1944) de Manuel Gago con la que esta editorial alcance su mayor éxito.

En Barcelona, la editorial *Hispano-Americana de Ediciones*, especializada en la publicación de comics norteamericanos, sufrirá una importante caída que determinará su desaparición en 1962. No obstante, la *Editorial Bruguera*, constituida en 1939 (anteriormente bajo el nombre *Ediciones El Gato Negro*) aglutinará un amplio abanico de creativos y títulos de gran repercusión social. Ésta comienza con la publicación de tebeos que ya eran populares antes de la guerra y va a cultivar los dos géneros de moda del momento: cuadernos de aventuras y tebeos de humor. Destacarán títulos como "*El Capitán Trueno*" de Víctor Mora y Ambrós, el héroe por excelencia de la historieta española, con gran éxito entre los lectores y que alcanzará cifras de venta históricas (350.000 tebeos semanales).

A pesar de estas dificultades, los expertos consideran esta época "la edad de oro del cómic español" al ser utilizado como medio de denuncia crítica del régimen en clave de humor, que impulsará la creatividad de importantes autores.

En el género humorístico, de la mano de la *Editorial Bruguera*, reaparece "*Pulgarcito*", estableciéndose como revista semanal en 1951. Otras revistas que surgen en el seno de esta editorial en los años cincuenta son "*DDT*" y "*Tío Vivo*". Esta empresa contará con un importante equipo de creadores cuyas producciones reflejan el "sello Bruguera": una marcada caracterización de los personajes, generalmente marginales que, alejados del mundo aventurero, reflejan la realidad del espacio social de la época en clave de humor; estas producciones encajarán muy bien en el lector español de comics que, en muchos casos, se sentirá identificado con los personajes. Entre sus principales creativos se encontrarán figuras emblemáticas como Escobar, creador de personajes como "*Petra*", "*Carpanta*", o "*Zipi y Zape*".

Otros creativos que colaborarán con esta editorial serán Jorge, con títulos como "*Doña Urraca*" e Ibáñez, creador de "*La familia Repollino*", "*Pepe Roña*" y "*Mortadelo y Filemón*", que alcanzará los diez millones de ejemplares en los años ochenta.

El periodo de transición se dejará notar también en el cómic; supondrá la desaparición de la *Editorial Bruguera* y la publicación de otro tipo de comics más enfocados al público adulto. Irrumpen en el mercado nuevas editoriales como *La Cúpula*, en cuyo seno ve la luz la ya desaparecida revista "*El Víbora*", que surge en 1979 como una revista para adultos caracterizada por romper con los tabúes sociales y morales de tiempos anteriores y por ser la heredera del cómic "underground" estadounidense. "*El Jueves*" nace en 1977 y continúa en la actualidad caracterizada por su humor satírico y político - popular. Ya a finales de

los setenta se consolida el cómic social y realista teniendo como máximo representante a Carlos Jiménez con su creación "*Paracuellos*".

Durante los años ochenta, la efervescencia cultural y el surgimiento de las tribus urbanas se van a reflejar también en el mundo del cómic; sirvan como ejemplo los tres álbumes de "*Peter Pank*" creados por Max (una adaptación para adultos del clásico de Barrie), "*La Luna de Madrid*" o la historieta "*Manuel*" de Rodrigo (que narra la historia de amor platónico de un homosexual, ambientada en el Madrid de la época). Es entonces cuando podemos hablar de la consolidación de la proyección internacional del cómic español con la creación de diferentes salones, jornadas y encuentros como el Salón Internacional del Cómic de Barcelona (desde 1981), el de Gijón (desde 1976) o el de Bilbao (desde 1977).

En los noventa, muchas creaciones surgidas en la década anterior son recogidas en libros recopilatorios, como "*Torpedo*" de Abulí y Bernet; también se comienza a introducir el cómic norteamericano de los superhéroes y el manga japonés entre los adolescentes españoles. Consecuencia de ello, a inicios del nuevo milenio la mayoría de la producción de comics en España se centra en la traducción de comic-books norteamericanos e historietas de manga japonés, que han revolucionado el mundo editorial. También son comunes las traducciones de productos francófonos, italianos e iberoamericanos, aunque en menor medida que los anteriores. Todas estas publicaciones coexisten con la producción autóctona, que va desde las aportaciones de historietistas de humor (tal es el caso de la mayoría de autores que publican en *El Jueves* o en *Ediciones B* y casos aislados de jóvenes autores) hasta historietas con un carácter más personalizado, pasando por la historieta de género, fundamentalmente aventurero y policiaco y normalmente de la mano de autores consagrados, aunque también aquí hay hueco para el creador novel. En contraposición a los grandes sellos, se crean otros independientes como *Edicions de Ponent*, *Ediciones Sins Entido* o *Astiberri*, que acogen el genio creativo de nuevos autores.

## EL CÓMIC EN CIFRAS

### Producción editorial

Manteniendo la tendencia iniciada en 2003, la producción editorial de comics aumentó en 2007 alcanzando los **1.582 títulos**, cifra que ha supuesto un incremento del 29,7% (362 títulos más) respecto al año 2006 y que representa el 2,2% del total de títulos editados en nuestro país, según datos del Informe *Comercio Interior del Libro en España 2007*<sup>3</sup>. Un 95% se publicaron en papel y un 5% en otros soportes.

---

<sup>3</sup> *Comercio Interior del Libro en España 2007. Federación de Gremios de Editores de España con el patrocinio del Ministerio de Cultura.*

Además del aumento en número de títulos, se elevan sustancialmente tanto el **número de ejemplares** (que casi duplica los publicados en el año 2006), como la **tirada media**, rompiendo la tendencia a la baja del año anterior y situándose en valores más equiparables a los reflejados en el año 2005.

También cabe destacar el aumento del **número de títulos vivos en el catálogo**, que ha evolucionado de los 2.771 títulos en el año 2004 a los 4.417 títulos en 2007.

**Tabla 1 - Producción editorial del cómic**

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variación 2006/2007
Nº TÍTULOS	581	334	574	1.070	1.139	1.220	<b>1.582</b>	<b>+7,11%</b>
Nº EJEMPLARES	4.011.893	2.495.909	5.424.539	8.930.698	13.883.540	12.020.000	<b>21.110.000</b>	<b>+75,68%</b>
TIRADA MEDIA	6.901	7.484	9.448	8.347	12.187	9.848	<b>13.344</b>	<b>+35,50%</b>
Nº TÍTULOS VIVOS	-	-	-	2.771	3.212	3.233	<b>4.417</b>	<b>+36,60%</b>

Fuente: Comercio Interior del Libro en España 2007. Federación de Gremios de Editores de España

### Principales tendencias:

En la actualidad, las publicaciones españolas de este género luchan por abarcar mayor cuota de mercado y número de lectores en la oferta nacional, haciendo frente a la creciente demanda de novedades procedentes del extranjero, principalmente y por este orden, del continente americano, asiático y europeo. De acuerdo con los datos de *Comercio Exterior del Libro 2007*, durante dicho año aumentaron de forma relevante tanto la facturación relativa a importaciones de este género como el número de ejemplares: si en el año 2006 las importaciones alcanzaron los 192.575 € por un total de 26.308 ejemplares, en 2007 el importe por este concepto ascendió hasta los 347.812 € en correspondencia con un total de 35.118 ejemplares. Estas cifras representan el 0,5% del total de facturación anual en nuestro país y el 0,48% del total de ejemplares.

A esto hay que sumarle el hecho de que para las editoriales es, en ocasiones, más económica y segura la compra de derechos de publicación de firmas extranjeras de éxito demostrado, que la apuesta por jóvenes promesas españolas, inversión ésta que generalmente recae en editoriales independientes. Como consecuencia, algunos autores españoles publican sus obras en otros países (Francia, Holanda, Alemania y Estados Unidos, principalmente) antes que en España, país al que llegan sus creaciones una vez demostrada su demanda fuera de nuestras fronteras.

Al margen de la creciente tendencia a la baja en cuanto al porcentaje de novedades autóctonas en comparación con la producción total y de su actual superación por el cómic norteamericano y asiático, el número de títulos españoles va en aumento.

**Tabla 2 - Porcentaje de Nuevos Títulos publicados en España por país/continente de procedencia**

País / Continente	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
EE.UU	59	53	45	46	39	47	47
JAPÓN	11	20	27	28	33	27	29
ESPAÑA	19	15	17	13	13	12	11
EUROPA	5	7	8	11	12	11	12
OTROS	5	4	3	2	2	2	1

Fuente: Anuario de la Historieta 2005 y 2006-2007. AACE

Dentro de la oferta nacional, las reediciones de los clásicos ocupan un lugar destacado, al contar con un público fiel. Estas publicaciones se intercalan con otros géneros como nuevas tendencias, fantasía heroica y ciencia-ficción (uno de los más demandados por el público joven español) y, en menor medida, el género negro y policiaco.

#### La tendencia europea:

El cómic europeo ocupa, desde el año 2004, un lugar estable en el mercado español, situándose en el año 2007 en torno al 12% en número de novedades publicadas en nuestro país, lo que significa que, en la actualidad, es mayor la inversión en productos europeos que en productos nacionales. En gran medida, son las grandes editoriales, con mayor potencial económico, las que invierten en estos materiales al disponer de mayor capacidad para abarcar los títulos extranjeros de más éxito.

Dentro de la oferta europea, de acuerdo con los últimos datos extraídos del *Anuario de la Historieta* publicado por la Asociación de Autores de Cómic de España (AACE), el cómic franco-belga ocupa una posición de liderazgo en nuestro país, abarcando el 7,51% de las novedades publicadas en 2007; le sigue el cómic italiano, que supone el 2,95%.

Por géneros, predomina el cómic fantástico y de ciencia-ficción, aunque también hay espacio para el género negro y policiaco e historias de piratas, cuyo principal destinatario es el público adulto y, en menor medida, el público infantil y juvenil.

El formato europeo por excelencia es el álbum de tapa dura y el tomo, con un precio medio de venta en nuestro país de 9,07€ por ejemplar con importantes

variaciones según el país de origen: desde los 3,68€ por ejemplar procedente de Italia a los 24,40€ por ejemplar procedente de Alemania.<sup>4</sup>

### La tendencia asiática:

La tendencia asiática abarca principalmente tres corrientes: el manga japonés, el manhwa coreano y el manhua chino, con un precio medio en nuestro país de 8,05 € (dato ofrecido por la AACE en *Anuario de la Historieta*), situándose por encima del precio medio del cómic español exportado al continente asiático (6,54 € en 2007).

En España, el **manga** se va a popularizar en los años noventa apoyado por la consolidación del cine de animación japonés, que tuvo gran aceptación entre las generaciones más jóvenes con títulos como *Dragon Ball*. Comienza bajo el formato grapa, aunque se instaura definitivamente con el formato típicamente japonés (lectura de derecha a izquierda y publicación en tomos recopilatorios) de la mano de la *Editorial Glénat*.

Su consolidación en el mercado español, liderado por las editoriales *Planeta* y *Norma*, además de la citada *Glénat*, se alcanza en el año 2005, año en el que más se han acercado las cifras de novedades en la publicación del cómic japonés respecto al cómic norteamericano que lidera estas publicaciones en nuestro país.

La oferta de manga en España abarcó en 2006 un total de 648 novedades publicadas (el 94,88% del cómic asiático); el crecimiento de títulos procedentes de otros países asiáticos ha propiciado que, aunque el cómic japonés ascienda en 2007 en número de títulos (668 novedades) disminuya en cuanto a su representación en la oferta oriental en nuestro país (hasta el 86,08%).

En cuanto al **cómic coreano** o **manhwa**, durante el año 2006 abarcó el 3,51% de los nuevos títulos publicados en España, con un total de 24 novedades. En 2007 va a experimentar un fuerte crecimiento alcanzando el 11,34% de la oferta asiática publicada en nuestro país, hasta el punto de que actualmente uno de cada diez comics orientales es coreano, en parte por la apuesta de las editoriales especializadas, tanto veteranas como noveles, en la publicación del género asiático.

Por su parte, el **cómic chino** o **manhua**, cuenta de momento con escasa presencia en la oferta española, aunque frente al año 2006 ha sufrido un ligero aumento, pasando de 11 a 20 novedades (o lo que es lo mismo, del 1,61% del total de novedades publicadas en 2006, al 2,58% en 2007).

En cuanto a **idiomas de publicación** el castellano ocupa una posición de liderazgo aunque el cómic oriental en catalán está en expansión. Si en 2006 la edición catalana de este género acaparaba el 6,0% del total, en 2007 aumenta hasta

---

<sup>4</sup> Comercio Exterior del Libro 2007. Federación Española de Cámaras del Libro

superar el 8,0% en representación de los 63 nuevos títulos que aparecieron en el mercado español en esta lengua.

#### La tendencia norteamericana:

El cómic norteamericano ha ido evolucionando a lo largo de los años del formato cómic-book con una periodicidad mensual y unas 40 páginas de media en los últimos años, al formato libro TPO (*trade paperback*), un recopilatorio más cómodo para el fiel coleccionista español con una media de páginas superior a 100.

Éste se mantiene a la cabeza liderando la oferta española y siendo además la tendencia que condensa mayor número de reediciones. De hecho, de acuerdo con el informe *Comercio Exterior del Libro 2007*, Estados Unidos es el país que abarca el mayor porcentaje de ejemplares importados a nuestro país, alcanzando el 24,2% del total. Esta preeminencia del mercado del cómic norteamericano en España puede deberse en parte a la adquisición de los derechos de *DC Comics* (editorial con títulos consagrados como "*Batman*", "*Superman*" o "*La Liga de la Justicia*") por parte del *Grupo Planeta*, de acuerdo con el artículo de Breixo Harguindey, publicado en el *Anuario de la Historieta 2005*, dicha adquisición supuso un vuelco espectacular en la presencia del comic estadounidense en España y el paso a un segundo plano del tebeo japonés dentro de la oferta española.

Respecto a años anteriores el cómic norteamericano publicado en nuestro país refleja un precio medio en alza: entre 2006 y 2007 ha aumentado en 5,85 €, pasando de los 6,65 € en 2006 a los 12,50 € en 2007. Es un precio muy elevado si se compara con el precio medio de las exportaciones del cómic español a dicho país, situado en 2007 en 6,24 €. Este alto precio incide en el hecho de que Estados Unidos se sitúe también a la cabeza en cuanto al valor económico de las importaciones, abarcando el 30,5% del total.

#### **Precio medio del cómic**

El salto más llamativo en el **precio medio** del cómic en España se produjo entre los años 2003 y 2004, pasando de los 9,54€ a los 15,69€ por ejemplar. Desde entonces, el precio medio se ha mantenido en cifras más bajas, situándose en el año 2007 en 12,51€ por ejemplar (un 0,18% por debajo del precio medio del año 2006, situado en 12,69€).

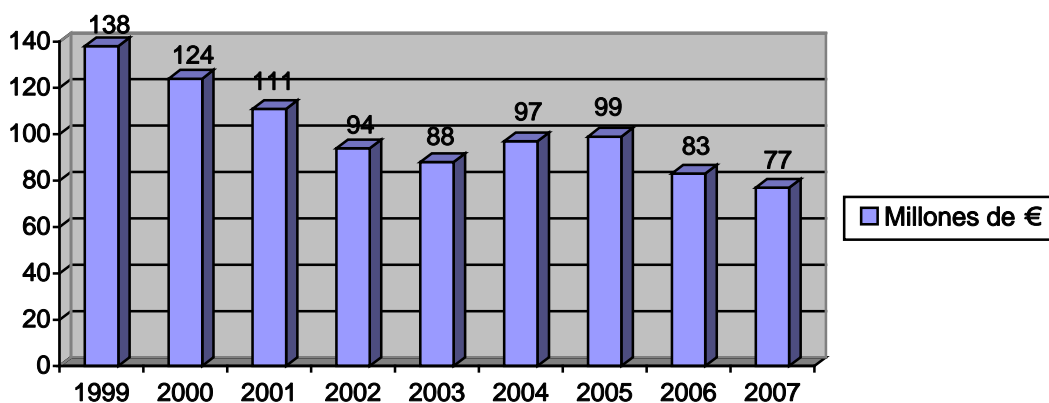
En el caso de **ejemplares exportados**, el precio medio del cómic se reduce hasta los **5,78 €**, con un margen que oscila entre 1,2 € de precio medio por ejemplar en Venezuela y los 7,7 € de precio medio en Portugal. Estas cifras representan una importante reducción frente al año anterior, cuando el precio medio se situaba en 6,4 € por ejemplar y oscilaba entre los 5,5 € de precio medio en México y los 8,1 € de precio medio en Suiza.

Por último, el precio medio del cómic **procedente de otros países** se incrementa, pasando de los 7,3 € en 2006 a los **9,9 €** en 2007 y presentando valores en muchos casos muy superiores a los de la exportación del cómic español a otros países; sirvan como ejemplo los 19,7 € de precio medio que se paga por ejemplares procedentes de Reino Unido o los 24,4 € del cómic alemán.

## Facturación

La bajada en el precio medio del cómic ha incidido en la falta de proporción entre los niveles de producción y la facturación que, durante el año 2007 experimenta una importante reducción: si en 2006 alcanzó los 83 millones de euros (un 2,8% de la recaudación correspondiente al total de materias), en 2007 desciende hasta los **77 millones de euros** representando el **2,5% de la recaudación total**. La variación 2007/2006 alcanza el -7,2%. Este dato refleja cierta discordancia con los relativos a la facturación total en el mercado interior, que ha experimentado un crecimiento del 3,6% frente al año 2006.

**Gráfico 3 - Evolución de la facturación del cómic (en millones de €)**



Fuente: Comercio Interior del Libro en España 2007. Federación de Gremios de Editores de España

## Canales de comercialización

De acuerdo con los datos extraídos del informe *Comercio Interior del Libro 2007*, el canal de venta mayoritario en cuanto a facturación relativa al cómic es el quiosco; le siguen, por este orden, las librerías, las cadenas de librerías, la venta a distancia (por correo, clubs del libro, Internet o suscripción) y, finalmente, los hipermercados. No obstante, hay que tener presente algunas consideraciones importantes: por un lado, los datos son recogidos de editoriales asociadas a la Federación de Gremios de Editores de España, por lo que existe una parte del mundo editorial de este género cuyos datos no se reflejan; por otro, este informe

no desglosa los datos relativos a la librería especializada, canal habitual de compra del lector frecuente y canal de venta por excelencia de muchas editoriales.

La **librería especializada** comienza a introducirse en nuestro país a principio de los años 80 y se va expandiendo hasta alcanzar en la actualidad los 374 establecimientos (datos extraídos de [www.guadelcómics.com](http://www.guadelcómics.com)) repartidos por todo el territorio nacional y con importante implantación en la provincias de Barcelona y Madrid; estos datos, no obstante, deben tomarse con cautela, pues incluyen además de librerías especializadas, otros comercios de interés que aún no siendo meramente tales, sí disponen de un apartado de comics lo suficientemente amplio como para ser considerados dentro de esta categoría.

La venta a través de este canal, puede calificarse de modesta pero imprescindible, ya que ejerce un papel fundamental en la recepción de novedades y también en la búsqueda de ejemplares descatalogados o difíciles de encontrar para el lector.

Una iniciativa a destacar es la creación, desde el Saló Internacional del Cómic de Barcelona, de un Premio a la Mejor Librería Especializada en comics previsto para el año 2009, durante la próxima celebración de la XXVII edición del Salón. Se establece con la finalidad de reconocer el trabajo de este tipo de establecimientos en la promoción y difusión de la historieta.

En cuanto a la preeminencia de la venta a través del **quiosco**, ésta se ha ido consolidando desde el año 2003 hasta la actualidad: si en 2003 la facturación a través de este canal representaba el 37,4% del total, en 2007 llegó a superar la mitad de la facturación relativa al cómic (un **54,5%**). Frente al año 2006 esta cifra supone una subida del 11,4%. Esto se produce a pesar de la creciente variación hacia el formato de lujo (muchas páginas, tapa dura, papel de calidad...) más destinado a la venta a través de la librería especializada, en detrimento del tebeo tradicional, diseñado para ser vendido mensualmente a través del quiosco.

El quiosco sigue siendo un estupendo escaparate para cualquier publicación con vocación popular, especialmente de cara al consumidor casual que normalmente no acude a la librería especializada. Sirva como ejemplo el éxito alcanzado con el lanzamiento de *Naruto* desde su primer número en quioscos por *Ediciones Glénat*, iniciativa que ha impulsado la comercialización a través de este medio de otros títulos como *Bleach*, *Saint Sella* o *Captain Tsubasa*. El objetivo es recuperar el espacio de venta en el quiosco dedicado al cómic, eligiendo para ello el manga, por ser el que más fácilmente llega al lector joven.

Este liderazgo del quiosco en nuestro país es un fenómeno compartido con otros países europeos, como Italia y que se está intentando abrir mercado en otros países como Francia o Inglaterra.

Las **Librerías en general** se mantienen como el segundo canal de venta, sin evidenciarse diferencias significativas frente al año 2006, cuando se apreció un

importante impulso de este medio: en un año, pasó del 9,1% al 21,1% de cuota de mercado. En 2007 se ha producido un ligero aumento, alcanzando el **21,2%**.

Por su parte, las **cadenas de librerías** han ido ganando terreno paulatinamente, hasta situarse por primera vez en 2007 como el tercer canal de venta, con un **10,4%** de la facturación total del cómic. Tradicionalmente este medio ha venido ocupando un sexto puesto.

La **venta por correo** baja de forma espectacular: si en 2004 la facturación a través de este canal supuso el 22,1% del total, en la actualidad representa sólo el **4,7%**. En conjunto, este medio junto a la venta a través de **clubs del libro, Internet y suscripciones** se sitúan, con el **5,3%**, como el cuarto canal de comercialización del cómic.

La entrada de títulos del género en las grandes cadenas de **hipermercados** es más compleja, en gran medida porque imponen unos esquemas de negociación difícilmente accesibles al proveedor minorista; por ello, la entrada en este medio es más accesible para las editoriales más grandes. Tras el descenso en la facturación a través de este canal producido en el año 2006 (con una bajada cercana al 4%), este medio se recupera levemente alcanzando el **5,0%** en el año 2007 y situándose en un quinto puesto, ocupado en el año anterior por la **venta a crédito**. Esta última, por otra parte, ha sufrido una bajada importante frente a otros años: si en 2006 a través de este canal se comercializaba el 7,6% del cómic, en 2007 el porcentaje disminuye hasta el 2,7%.

Finalmente, la **venta por teléfono** se mantiene con escasa representación en la comercialización de este género.

### **Perfil de la empresa editorial**

De acuerdo con los datos de *Panorámica de la Edición Española de Libros*<sup>5</sup>, durante el año 2007 han participado en el mercado español del cómic un total de **124 empresas** editoriales españolas, 20 más que en el pasado año.

Una de las principales características de este mercado es su elevada **concentración**: cerca del 63,0% de la oferta de títulos ha sido publicada en 2007 por *Planeta - De Agostini, Norma Editorial, Ediciones Glenat España, Ediciones B y Ediciones La Cúpula*. En consecuencia, el 37,0% restante es publicado por un total de 119 editoriales con una representación variable aunque en la mayoría de los casos limitada a 1 ó 2 títulos.

Los datos arrojados por el informe *Comercio Interior del Libro en 2007*, muestran además la clara concentración mantenida a lo largo del tiempo en la **edición de títulos** por parte de las **empresas medianas** (aquellas que facturan entre 2,4 y 18,0

---

<sup>5</sup> *Panorámica de la Edición Española de Libros 2007*. Ministerio de Cultura

millones de euros), que abarcan el 48,8% del total; le siguen, con el 25,03% de los títulos, las editoriales muy grandes, las pequeñas con el 14,4% y las grandes con el 8,27%.

### **Datos por Comunidades**

Los datos para el año 2007 se mantienen en línea con los del año anterior, reafirmando el liderazgo de Cataluña en todos los aspectos.

Por un lado, es en esta comunidad donde se concentra el mayor porcentaje en edición de ejemplares, con un 85,9% del total; no obstante, esta cifra representa una bajada sensible frente al año 2006, cuando acaparaba el 98,5% del total de la edición en esta materia. Muy por detrás se encuentran Madrid y Valencia, con el 9,2% y el 2,3% de la edición de comics respectivamente. Finalmente se posicionan Euskadi, Andalucía y Galicia, que engloban en conjunto el 2,6% de la producción.

También resulta interesante el dato relativo al peso de la producción del cómic en comparación con las respectivas producciones editoriales globales por autonomías: en este análisis, Valencia ocupa la primera posición con un 2,0%, seguido por Cataluña (1,9%) y Madrid (0,5%).

Cataluña también condensa el mayor porcentaje de tirada media, de títulos en catálogo y de facturación, acercándose esta última al 96,0% del total facturado (cifra por debajo de la del año anterior, con un 97,7%). Tras ella se sitúan, a gran distancia, Madrid y Euskadi, con un 2,6% y un 0,5% de la facturación relativa al cómic en 2007 respectivamente.

### **Traducciones y lengua de publicación**

Un análisis de las traducciones en la edición de este género, pone en evidencia la todavía escasa producción nacional que, de acuerdo con los datos extraídos de *Panorámica de la Edición Española de Libros 2007*, alcanza el 18,8% (456 títulos). Este dato supone que un 81,2% de los títulos editados (un total de 1.965 títulos) son traducciones, reflejando una ligera bajada respecto al año 2006, cuando las traducciones suponían el 82,8% del total de la producción.

La mayoría de los títulos traducidos (1.059 títulos) proceden del inglés, alcanzando el 43,7% del total y siendo en su mayoría historietas norteamericanas; muy cerca de esta lengua se sitúan las traducciones del japonés que, con 469 títulos, representan el 19,4% del total.

Respecto a la lengua de publicación, el castellano, con 1.884 títulos, aglutina el mayor porcentaje (un 77,8%); le siguen, a gran distancia, el catalán con el 2,9% del

total de títulos editados y el gallego y el euskera, que representan el 0,2% en ambos casos.

### **Comercio exterior del cómic**

De acuerdo con los datos extraídos del informe *Comercio Exterior del Libro 2007*, la exportación española de comics ha disminuido drásticamente, pasando de los 4.259.262,23 € de facturación y 657.662 ejemplares en 2006 a los 1.473.310 € de facturación y 254.540 ejemplares en 2007. Disminuye, en consecuencia, su peso en el total de exportaciones, pasando de representar el 1,36% en el total de la recaudación relativa a todas las materias en 2006 al 0,46% en 2007.

La fluctuación en el destino de las exportaciones del cómic español queda reflejada en el hecho de que no sólo varían los principales países destinatarios sino que se observan fuertes variaciones a nivel continental. Si en el año 2006 Latinoamérica era nuestro principal demandante, alcanzando el 54,46% del total facturado por este concepto, durante 2007 nos encontramos con que un 78,28% de la facturación total de las exportaciones del cómic español procede del continente europeo; le siguen, por este orden, América del Sur, con una espectacular bajada (un 17,86% de la facturación), América del Norte (con el 7,44%) y Asia, que aumenta del 1,42% al 3,61% en dicho año.

Por países, si durante el año 2006 la exportación de la historieta española se dirigía en el 18,10% de los casos a México, durante 2007 este país ocupa un séptimo puesto. **Portugal**, con el 31,43% de la facturación total en concepto de exportaciones del cómic español y el 23,45% del total de los ejemplares exportados, pasa a ocupar el primer puesto. En Portugal, el cómic español ha sido la cuarta materia más importada de entre todas las españolas, alcanzando el 1,7% del total de nuestras exportaciones a dicho país. Este dato supone una importante subida frente al año anterior, cuando representaba el 0,3%. Le siguen **Alemania** y **Francia**.

No obstante, México ocupa el tercer puesto en número de ejemplares, con el 13,59% del total. En consecuencia, el tipo de cómic que exportamos a Francia tiene un valor en el mercado muy superior ( 6,6 € de precio medio) al que exportamos a México (1,7€ de precio medio). Algo similar ocurre en el caso de Venezuela, que ocupa el décimo quinto puesto en facturación y el séptimo en ejemplares, con un precio medio de 1,2€.

### **HÁBITOS DE LECTURA**

Durante largas décadas, el cómic ha tenido que hacer frente a numerosos prejuicios: su consideración como género menor frente al libro, su peligrosa

influencia en la educación infantil, su consideración como un género limitado a un público, infantil para unos y adulto para otros, o su asociación exclusiva con el género masculino son algunos ejemplos.

Afortunadamente, algunos de estos tópicos pueden considerarse actualmente superados...o casi. Si bien es cierto que todavía hoy la historieta sigue luchando por encontrar su sitio como medio que favorece el desarrollo de unos hábitos de lectura sanos y que puede servir de apoyo en este objetivo a la literatura infantil y juvenil (vía principal para la iniciación a la lectura en el niño), el cómic parece que empieza a ocupar nuevos espacios en las redes de lectura pública y en la educación. Conscientes de su utilidad pedagógica para fomentar no sólo los hábitos lectores sino muchas otras capacidades (la capacidad de abstracción, de imaginación, la capacidad compositiva, de adquirir conceptos, de manejar otras dimensiones no textuales como la luz, el color y el espacio, de entender distintos modelos narrativos y un largo etcétera) desde estos ámbitos cada vez se tiende a una mayor valoración del medio. Cómic y libro se entienden como dos realidades distintas, pero también como dos medios no necesariamente excluyentes que encaminan a la lectura.

La garantía de superar la posible influencia negativa del cómic en la educación infantil es todavía mayor si se dispone de las herramientas y los conocimientos adecuados. La oferta en la actualidad es tan amplia que únicamente una incorrecta selección puede encaminar a este problema. En este sentido, existen hoy multitud de herramientas destinadas a realizar una exitosa selección de títulos en función de la edad y madurez del lector, no sólo desde recursos centrados en la lectura (como S.O.L. - Servicio de Orientación a la Lectura) sino desde páginas web especializadas que generalmente incluyen esta información y de las que hablaremos posteriormente.

La información respecto a la realidad lectora de este género parte del informe anual *Hábitos de Lectura y Compra de Libros 2007*<sup>6</sup>. De acuerdo con este estudio, existe en la actualidad un 12,4% de lectores frecuentes de cómic, de los cuales un 30,1% los leen con frecuencia semanal, otros leen al menos una vez al mes (un 29,6%) y otros con menor frecuencia (un 40,3% lee comics con frecuencia inferior al mes).

Aun no siendo un producto destinado específicamente a un solo perfil de lector (ya hemos visto que la oferta en nuestro país abarca multitud de temáticas y subgéneros), sí es cierto que hay una clara relación inversamente proporcional entre la lectura del género cómico y la edad: el porcentaje de lectores entre menores (de diez a trece años), aumenta hasta el 52,0% de los cuales además, un 44,6% lo leen con frecuencia semanal. También se eleva en los jóvenes de entre catorce y veinticuatro años hasta el 20,8% (un 38,1% además lee historietas con

---

<sup>6</sup> *Hábitos de Lectura y Compra de Libros. Federación de Gremios de Editores de España con el patrocinio del Ministerio de Cultura.*

frecuencia semanal) y va disminuyendo progresivamente hasta situarse en un 5,5% en el caso de personas de sesenta y cinco y más años, aunque también es cierto que esta disminución progresiva es común a casi todos los tipos de lectura.

La lectura de comics también muestra relación con el nivel de estudios y el tamaño del hábitat del lector: el porcentaje de lectores es mayor en personas con estudios universitarios y en residentes en poblaciones de entre 200.000 y 500.000 habitantes, aunque la frecuencia de lectura aumenta en los que residen en poblaciones con menor número de habitantes.

Finalmente, el informe pone de manifiesto cierta superioridad en el índice de lectura en el caso de los varones, aunque también una tendencia creciente en la tasa de lectura en el caso de las mujeres. Las diferencias son menores entre la población infantil (donde un 57,1% de los lectores de este género son niños y un 54,3% niñas) que en la población joven y adulta (un 14,9% de varones frente al 9,9% de mujeres). A este respecto, la expansión del manga ha impulsado en los últimos años la integración de la mujer en este género, tanto en lo que se refiere a la lectura como en lo relativo a la labor creativa, siendo el manga el tipo de cómic en el que se inician muchas de las generaciones más jóvenes de mujeres dibujantes.

Por último, apuntar que entre los diez libros más leídos por menores se encuentran dos títulos de este género: *Mortadelo y Filemón*, de Francisco Ibáñez y *Witch*, que ocupan respectivamente los puestos octavo y décimo y se mantienen en esta lista desde el año 2006.

## COMICS Y BIBLIOTECAS

En la actualidad, son cada vez más las iniciativas centradas en impulsar la creación de estas secciones específicamente diseñadas para dar cabida al cómic en la biblioteca. Una de las principales razones de este impulso es el progresivo reconocimiento desde el propio ámbito bibliotecario del cómic como herramienta que va más allá del entretenimiento y que facilita la introducción y el fomento de la lectura; existe una mayor concienciación de su papel como instrumento para niños y adultos con pobre desarrollo en lectura, facilita el aprendizaje visual, estimula la creatividad, despierta el interés en la población no lectora y estimula a explorar otros géneros literarios. La comicteca, además, puede servir como foco en el desarrollo de otras actividades culturales: encuentros, talleres, conferencias, mesas redondas, exposiciones y un largo etcétera.

Uno de los ejemplos más notorios en nuestro país, es la **Biblioteca Regional de Murcia**. Esta biblioteca inauguró su comicteca en el año 2003 y cuenta en la actualidad con una de las colecciones más voluminosas: cerca de 13.000 comics para adultos, público infantil y bibliobuses que recorren la región (datos de 2008). Dispone de un espacio de 130 metros cuadrados destinados exclusivamente a este

tipo de fondos y al desarrollo de actividades variadas entre las que destaca el ciclo "Hojeando cómic", centrado en la realización de encuentros con autores de historieta de reconocido prestigio. El éxito de esta sección radica, entre otros factores, en la amplitud de la colección, en continuo incremento, la posibilidad de acceder a los ejemplares en préstamo domiciliario y el criterio de ordenación de sus fondos, que permite una localización fácil para el usuario.

Igualmente, la **Biblioteca Tecla Sala**, en Barcelona, es una biblioteca de referencia en el mundo de la historieta en España, tanto por sus fondos como por las actividades que realiza en torno a la difusión del cómic. Entre ellas, cabe señalar el boletín electrónico *Cómic Tecla*, con información actual y recomendaciones para bibliotecas.

Las **Bibliotecas Municipales de A Coruña** son las creadoras del blog *Fancómic* ([www.fancomic.es](http://www.fancomic.es)), un espacio dedicado en exclusiva a obras relacionadas con el cómic y con diversos contenidos (biografías de autores y personajes, cine y televisión, concursos, libros relacionados con el cómic, noticias, información sobre la situación actual del mundo del cómic y reseñas). Entre las bibliotecas de esta red, destacan la **Biblioteca Municipal Forum Metropolitan**, con un fondo de unos 4.000 comics (datos de principios de 2007) que suponen el 30% del préstamo del total de obras de ficción; y la **Biblioteca Municipal Infantil y Juvenil de A Coruña**, con una colección de comics para niños desde los seis años que incluye una sección de animanga con material oriental que ha recibido muy buena acogida; la media de préstamos diarios se sitúa en treinta y tres comics.

En Zaragoza, una importante iniciativa es la Exposición "El Tebeo Aragonés", impulsada por la Diputación de Zaragoza en colaboración con la Asociación Cultural "Malavida" en el marco de la animación a la lectura; es una exposición itinerante por distintas bibliotecas de dicho ámbito geográfico. Entre las bibliotecas de esta provincia se encuentra la **Biblioteca Pública de Zaragoza**, con un fondo de 1.837 comics (datos de junio de 2007) repartidos entre la sección infantil y la de adultos. Desarrolla actividades diversas centradas en el cómic, fundamentalmente exposiciones, jornadas, certámenes y presentaciones.

Finalmente, integrada en la Red de Bibliotecas Públicas de Navarra se sitúa la **Biblioteca Yamaguchi Liburutegia**, que desde el año 2006 se ha volcado en la reorganización de sus fondos de cómic. A pesar de no contar con un volumen importante de comics, es un buen ejemplo de los esfuerzos por parte del personal bibliotecario por difundir este género. Cuenta con una sección dedicada a Japón y desarrolla, entre otras actividades, clubes de lectura para adultos que a veces cuentan con la presencia de los autores.

Destacar, por último, la especial atención que recibe el cómic desde *absysnet* ([www.absysnet.com](http://www.absysnet.com)), un centro de recursos y servicios para bibliotecas y bibliotecarios que ha incluido una sección especialmente dedicada a este tema.

## EL CÓMIC Y LOS NUEVOS MEDIOS

La llegada de las nuevas tecnologías y de nuevos soportes gráficos como son los CD-Rom, ha aportado interesantes medios de distribución para la información, la imagen y el texto. Estos formatos ofrecen la posibilidad de formas narrativas totalmente nuevas, interconectando varios espacios entre sí y ofreciendo la posibilidad de romper la linealidad de la historia permitiendo elegir diferentes caminos.

Además, el cómic, que ha sido siempre un género narrativo o artístico más cercano al público masivo, ha encontrado en Internet una herramienta compatible que le ha dado no sólo una enorme difusión sino también la posibilidad de potenciar la participación activa del lector, permitiendo incluso el envío de reseñas y potenciando con ello la creación de los autores noveles. Aparecen multitud de páginas especializadas como:

- **www.dreamers.com**, con reseñas y novedades sobre el mundo del cómic; **www.planetacomic.net**, sitio virtual especializado en el cómic y todo su merchandising;
- **www.guiadelcomic.com**: es la más completa y útil sobre el mundo del cómic en España. Tiene una sección de novedades donde se incluye un listado mensual exhaustivo de todo lo publicado con información sobre autores, formato de publicación, precio, además de una breve sinopsis, muestras gráficas de portada, páginas interiores y enlaces a otras webs donde ampliar la información
- **www.tebeosfera.com**: enciclopedia web sobre el mundo del cómic con formato de revista electrónica.
- **Co-omics!**: a través del servicio Google Co-op, Absysnet implementó en su web el primer buscador especializado en cómics en lengua castellana. Además ofrece una serie de recursos electrónicos relacionados con el mundo del cómic como weblogs, editoriales, e-revistas y webs de actualidad.
- **www.zonanegativa.com**: esta página ha ganado recientemente el Premio Expocómic a la Mejor Web.
- **www.nuevatelevisión.es**: cuenta con un canal de televisión por Internet dedicado enteramente al cómic. Bajo la denominación "*Spain Cómic*", ofrece noticias, tutoriales, reseñas y entrevistas a autores vinculados al mundo de la viñeta.

No podemos olvidar otras páginas que se han establecido como referentes en el mundo del cómic en nuestro país: [www.lacarceldepapel.com](http://www.lacarceldepapel.com), [www.fandecomics.com](http://www.fandecomics.com), [ladyfilstrop.blogspot.com](http://ladyfilstrop.blogspot.com), [concdarte.blogspot.com](http://concdarte.blogspot.com), [crisei.blogalia.com](http://crisei.blogalia.com), [www.eslahoradelastrortas.com](http://www.eslahoradelastrortas.com), [www.entrecomics.com](http://www.entrecomics.com)... y un largo etcétera, lo que viene a demostrar la creciente demanda del público español de información en torno a este género.

Internet es también empleado en otros ámbitos relacionados con el cómic como herramienta de asociación y comunicación. Por ejemplo, en abril de 2002 se creó [www.autoresdecomic.com](http://www.autoresdecomic.com), de la Asociación de Autores de Cómic de España (AACE), formada básicamente por dibujantes y guionistas de cómic, rotulistas, coloristas e ilustradores, cuyos objetivos principales son la promoción del cómic y la protección de los derechos profesionales y de autor de sus asociados.

Este género está también muy ligado al **mundo cinematográfico**, ya que ambos transmiten la información a través de imágenes, tienen un ritmo de montaje común y una forma de representar la narración similar. Nacieron en un mismo periodo de tiempo y su desarrollo fue paralelo.

Al cine se llevan numerosas adaptaciones de éxitos salidos de las viñetas: "*Superman*", "*Batman*", "*Spiderman*", y no sólo superhéroes, "*Camino a la perdición*", "*V de Vendetta*", etc. Otras películas como "*Sin City*" o "*Scanner darkly*" se encuentran a medio camino entre el cine y el cómic. El ejemplo más reciente ha sido el estreno en diciembre de 2008 de "*The Spirit*" en nuestro país, adaptación cinematográfica de los comics de Will Eisner, de la mano de Frank Miller.

El cómic también ocupa un lugar importante en el **medio televisivo** en nuestro país siendo de hecho una magnífica herramienta de empuje hacia la lectura del género. El anime, manga japonés trasladado al lenguaje cinematográfico, es uno de sus máximos exponentes. Éste hereda su narrativa y estética y se establece como género con amplitud de seguidores en la actualidad, no sólo en Japón sino en multitud de países por todo el mundo.

Sus inicios se sitúan en los años 70, irrumpiendo en el mercado de la pequeña pantalla con unos dibujos animados que no tenían mucho que ver con los habituales de Disney, a través de títulos tan consagrados como *Heidi*, *Marco* o *Mazinger Z*. Su instauración en los años 80 se produce con títulos también conocidos, como *Comando G*, *Candy Candy* y *Akira*, cuya revolucionaria aparición inundó las pantallas de todo el mundo. Pero la verdadera explosión en España se inicia con la emisión televisiva de tres series en tres cadenas españolas: *Los Caballeros del Zodíaco* (*Saint Sella*), *Oliver y Benjí* (*Captain Tsubasa*) y *Dragon Ball*. El éxito de estas series servirá de empuje en la introducción del manga en el mercado editorial y también a la iniciación de muchos jóvenes lectores en este género.

Actualmente, muchos canales de televisión españoles disponen de un espacio dedicado a la animación. Incluso, existen hoy canales dedicados en exclusiva a este género. Tal es el caso del canal ANIMAX, recientemente lanzado en España de la mano de Sony Pictures Televisión International, cuya oferta de programación se centra en el cine y series del género anime dirigido a franjas de edad diferenciadas y con distintas tendencias; este canal tiene una presencia ya consolidada en otros países europeos. Según datos extraídos de EGEDA (Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales), en nuestros canales de

televisión las producciones japonesas juegan un papel importante: cerca del 38% del tiempo total de reproducciones de animación en televisión corresponden al anime; le siguen las estadounidenses (24%), las europeas (20%) y por último, las nacionales (10%).

Por otro lado, el cómic es fuente común de inspiración en el mundo de los **videojuegos**. Desde el lanzamiento de la primera máquina arcade, son muchos los títulos que han pasado por la consola: *Popeye*, *Los Pitufos*, *Tintín*, *Astérix*, *Superman*, *Spiderman*, *Batman*, *Las Tortugas Ninja*, *X-Men* y un largo etcétera. El cómic norteamericano es una fuente especialmente recurrente al ofrecer los elementos básicamente necesarios para la creación de un juego y aportar además un público ya introducido.

La influencia del cómic va incluso mucho más allá del cine, los videojuegos o la televisión, dejando su huella en otros mercados occidentales entre los que la **industria textil** ocupa un lugar destacado. Un ejemplo: en mayo de 2008 arrancó en el Metropolitan Museum of Art de Nueva York la exposición "*Superhéroes: Fashion and Fantasy*", en la que se mostraron alrededor de sesenta trajes, incluyendo el vestuario utilizado en diferentes películas, diseños de alta costura y trajes deportivos de alta competición inspirados en los clásicos superhéroes. Al margen de esta exposición, son muchos los nombres reconocidos de esta industria que en algún momento han rendido tributo a personajes del género cómico (Armani, Moschino, Dolce & Gabbana, Versace...), alcanzando incluso la industria deportiva (marcas como Nike o Speedo que también se inspiran en ocasiones en este género).

## FERIAS, EXPOSICIONES Y PREMIOS

La importancia que está adquiriendo el cómic se ve reflejada en la frecuencia y continuidad de los distintos encuentros que se celebran en torno al mundo de la historieta gráfica, tanto a nivel nacional como internacional.

Una de las iniciativas nacionales de mayor relevancia es la creación del **Premio Nacional del Cómic**, convocado por primera vez en 2007 por el Ministerio de Cultura.

En su primera edición se premió con 15.000 euros, al ya reconocido ilustrador y guionista barcelonés Francesc Capdevila Gisbert, más conocido como Max, por su obra "*Hechos, dichos, ocurrencias y andanzas de Bardín el Superrealista*", una historia de humor y reflexiones filosóficas que según el autor, habla de realidad de manera no realista. Fue definida por el jurado como "*una obra gráficamente deslumbrante, con un guión original y repleta de referencias literarias, filosóficas y cinematográficas, que marca un antes y un después en la historieta española*". Su personaje, Bardín, surgió en 1997 y se consolidó en la revista *Nosotros Somos Los Muertos* (NSLM), codirigida por Max. Esta obra también ha sido galardonada con anterioridad en el Salón del Cómic de Barcelona, donde consiguió los premios a la

Mejor Obra, al Mejor Dibujo y al Mejor Guión. El autor cuenta con una amplia trayectoria profesional; debutó en los años setenta en varias revistas de cómic independientes y underground como *Matarratas*, *Star* o *El Víbora*.

Recientemente ha sido fallado el Premio en su segunda convocatoria, dotado en esta ocasión con 20.000 euros. El Premio ha recaído en Paco Roca por su obra *Arrugas*, una obra de temática inusual en el mundo de la viñeta, que describe de forma realista, inteligente y emotiva el proceso de pérdida de identidad que se produce en una enfermedad como el Alzheimer y en la que el autor aprovecha para rendir tributo a valores como la amistad y la necesidad de apoyo de los que nos rodean en nuestro día a día. Parte de su valor reside en su capacidad para reflejar una realidad triste con gran sensibilidad pero sin caer en el recurso de la lágrima fácil, apoyado por pequeños toques humorísticos. *Arrugas* ha cosechado otros muchos premios como el Gran Guinigi a la Mejor Historia Larga en el Festival Internacional del Cómic de Lucca (Italia), el Premio a la Mejor Obra y Mejor Guión del Salón del Cómic de Barcelona, el Premio Expocómic 2008 a la Mejor Obra Española y el Premio Dolmen de la Crítica al Mejor Guión y a la Mejor Obra. El autor, nacido en Valencia en 1969, comenzó su carrera en el mundo de la publicidad, pero su formación como dibujante se inicia con las revistas *El Víbora* y *Kiss Cómic* a través de la serie *Road Cartoons*. Su próximo álbum, *Las calles de arena*, está a punto de ser publicado. Entre sus obras más conocidas se encuentran *Gog*, *El Juego Lúgubre*, *Las Aventuras de Alexander Icaro: hijos de la Alambra* y *El Faro*. Gran parte de sus creaciones son publicadas en otros países europeos; tal es el caso de la galardonada, *Arrugas*, cuya publicación en Francia fue previa a la edición en nuestro país y donde fue seleccionada entre los veinte mejores álbumes del año.

El Premio Nacional del Cómic representa, sin duda, una de las mayores apuestas a nivel nacional por impulsar este género. Esta iniciativa se suma así a otras de marcada relevancia entre las que cabe destacar el **Saló Internacional del Còmic de Barcelona**, organizado por FICOMIC (Federació d'Institucions Professionals del Còmic) con el apoyo del Ministerio de Cultura, la Generalitat de Catalunya y la Diputación y el Ayuntamiento de Barcelona.

En 2008 se celebró su vigésimo sexto encuentro, en el que consolidó el récord de visitantes alcanzado en la edición anterior, con una asistencia de 100.000 personas. En esta ocasión, el Gran Premi del Saló, en reconocimiento a toda una trayectoria profesional, fue para Pasqual Ferry (Barcelona, 1961), autor ligado en la actualidad a la industria de los superhéroes colaborando con las principales firmas, Marvel y DC, en numerosas ocasiones. En su edición anterior este premio recayó en Miguelanxo Prado (A Coruña, 1958), uno de los autores españoles más reputados en el ámbito internacional que adicionalmente dirige el **Salón del Cómic de A Coruña "Viñetas desde o Atlántico"**. En el salón coruñés anualmente se dan cita, entre otros, míticos autores de la esfera nacional e internacional y se desarrollan actividades de las que se informa a través del blog con idéntico nombre "*Viñetas desde o Atlántico*" ([viñetasatlantico.blogspot.com](http://viñetasatlantico.blogspot.com)).

Otra de las iniciativas de FICOMIC es el **Salón del Manga**, que, con una trayectoria que se inicia en 1995, ha finalizado recientemente su décimo cuarta edición. Con más de 60.000 visitantes, en esta ocasión se han otorgado los Primeros Premios Salón del Manga a través de los cuales se distinguen los mejores mangas publicados en España, el mejor DVD de anime editado en nuestro país y el mejor canal o programa de televisión español dedicado al manga y al anime.

Finalmente hay que destacar los esfuerzos de FICOMIC, entidad sin ánimo de lucro en la que están representados los gremios de editores, distribuidores y libreros de Catalunya, por impulsar el sector. Una de sus manifestaciones más recientes se refleja en la preparación de *El Libro Blanco del Cómic*, un amplio estudio que, sin cuestionar la validez de los datos reflejados en otros documentos de evidente peso en el sector como *Comercio Interior del Libro*, permita situar la relevancia de la historieta dentro del mercado editorial. El trabajo tendrá ámbito nacional y englobará los datos procedentes de editoriales, distribuidoras, librerías y asociaciones de dibujantes e ilustradores.

Otras iniciativas importantes son los encuentros organizados por la **Asociación Española de Amigos del Cómic**, entre los que cabe destacar Expocómic, la Feria del Cómic de Madrid. En 2008 celebró su undécima edición, en la que el Ministerio de Cultura recibió el Premio Madroño por su apoyo al cómic español. Son también los promotores de Expomanga, el Salón del Manga de Madrid, un encuentro que centra su interés en el manga y el anime.

La influencia del manga y del anime se refleja en numerosos encuentros que se repiten cada año, como el **Salón del Manga de la Farga de L'Hospitalet**, el **Salón del Manga de Moguer**, las **Jornadas del Cómic, Manga, Anime y Cultura Japonesa de Leganés** o el **Salón del Cómic y Manga de Getxo**; la última edición de éste tuvo lugar en noviembre de 2008 e incluyó un "Espacio Manga" en el que se desarrollaron actividades diversas (karaoke, mesas redondas, concurso de cosplay - juego de disfraces de personajes reales o inspirados en el manga, anime, películas, libros o comics- y un largo etcétera).

El interés por el cómic se ve reflejado también en la creciente creación de ferias, exposiciones y asociaciones a nivel autonómico y provincial. En 2008 se celebró el **II Salón del Cómic de Huelva**, organizado por la Asociación Cultural Seis Viñetas; otros cuentan con una larga trayectoria, como el del Principado de Asturias, que celebró en dicho año su trigésimo segundo **Salón Internacional del Cómic**. Destacar también la creación, en 2007, de la **Asociación de Editores de Cómic de la Comunidad de Madrid**, de la que forman parte importantes empresas del sector como *Dibbuks*, *Sins Entido*, *Diábolo* y *Kraken*; entre sus objetivos se encuentran: servir como órgano de representación de los editores madrileños en el sector, promocionar nuevos autores y crear el Centro de Documentación de la Historieta de la Comunidad de Madrid. Con similares objetivos, esta iniciativa ha calado en

otras autonomías; tal es el caso de Andalucía, que cuenta, desde diciembre de 2007, con la **Asociación de Editores de Cómic de Andalucía**.

Por su parte, la Consellería de Cultura de la Generalitat de Catalunya otorgó en 2008 año el **Premio Nacional del Cómic de Cataluña**, que recayó en la obra "*María y yo*" de Miguel y María Gallardo.

Además, desde el año 2007, la Associació Professional d'Il·lustradors de Catalunya y el Departamento de Cultura de la Generalitat de Catalunya convocan el **Premio Josep Coll**, organizado en colaboración con *Ediciones Glénat*. En su segunda edición, los premios recayeron en la primera categoría (autores de 18 a 30 años), en Isaac Sánchez González por la obra "*El regreso del hombre-peze*", y en la segunda categoría (mayores de 30), en Joseph Casanovas Rodríguez por "*Un instante de lucidez*". Estos premios fueron entregados en el marco del 26º Saló del Cómic de Barcelona.

Por otro lado, los Ministerios de Educación, Cultura y de Asuntos Exteriores, a iniciativa de la Fundación General de la Universidad de Alcalá, crearon en 1998 el **Premio Iberoamericano de Humor Gráfico Quevedos**, cuyo objetivo fundamental es favorecer y potenciar el reconocimiento, por parte de la sociedad, de la profesión del Humor Gráfico y su importancia dentro de la cultura contemporánea. El Premio, bianual y con una dotación de 30.000 euros, compensa la trayectoria profesional de aquellos humoristas gráficos iberoamericanos cuya obra haya tenido una especial significación social y artística, contribuyendo de esta manera a la difusión y engrandecimiento de este campo de la cultura. En su recientemente finalizada sexta edición, el Premio recayó en el dibujante brasileño Ziraldo Alves Pinto por "*la calidad e importancia de su obra, su compromiso social y su gran repercusión y difusión internacional*".

En el ámbito internacional es de destacar **Le Festival International de la Bande Dessinée d'Angoulême**. Se trata de una reunión de autores, editores y lectores de historietas que desde 1974 se celebra anualmente en la ciudad francesa de Angulema y que constituye una importante referencia para la historieta francesa, europea y mundial. El Festival concede varios premios que recompensan, en diferentes categorías, los mejores trabajos del año anterior editados en Francia. Uno de los que cuentan con mayor prestigio es el Grand Prix de la ville d'Angoulême, que se concede a un autor por su trayectoria profesional. En 2008 el premio se otorga a Philippe Dupuy y Charles Berberian.

Hay que señalar también la creación, por parte del Ministerio Japonés de Exteriores, del **Premio Internacional de Manga** para artistas de cualquier nacionalidad, que se anuncia como el Nóbel del cómic. En su recientemente finalizada segunda edición se recibieron un total de 368 proyectos de 46 países de todo el mundo, entre ellos, 9 españoles. El premio recayó sobre Lau Wan Kit, de origen chino, por su obra "*Feel 100%*".

## BIBLIOGRAFÍA

- *Anuario de la Historieta* (2005, 2006-2007). Asociación de Autores de Cómic de España
- *Comercio Exterior del Libro 2007*. Federación Española de Cámaras del Libro
- *Comercio Interior del Libro en España 2007*. Federación de Gremios de Editores de España
- *Hábitos de Lectura y Compra de Libros 2007*. Federación de Gremios de Editores de España
- *Panorámica de la Edición Española de Libros 2007*. Ministerio de Cultura
- *Comics y bibliotecas*. En: <http://www.absysnet.com/recursos/reccomics.html>
- CONDE, Luis. "20 años del Salón del Cómic de Barcelona : el humor gráfico en España". Leer. 2002, n. 133; p. 26-29.
- *De còmics : bibliografía selectiva*. Barcelona: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació, 2007
- "Dossier sobre el mundo del cómic". ArteContexto. 2006, nº 10.
- ELÍAS, Fátima; PESQUERO, Julio. "Fancómic, blog del cómic de las bibliotecas municipales de A Coruña". Educación y biblioteca. Año 19, n.162; p. 93-96
- GARCÍA SÁNCHEZ, Sergio. "Sinfonía gráfica : variaciones en las unidades estructurales y narrativas del cómic". Barcelona: Glénat, 2000.
- GASCA, Luis. "El discurso del cómic". Gubern, Román. 4ª ed. Madrid: Cátedra, 2001.
- HARGUINDEY, Breixo. Anuario de la Historieta, 2005 (Asociación de Autores de Cómic de España).
- "Ilustración y cómic : dossier". Literatura infantil y juvenil. 2000, nº 174 - 175.
- MERINO, ANA. *El cómic hispánico*. Madrid: Ediciones Cátedra, 2003
- MERINO, ANA. *La dimensión didáctica de los comics*. Leer. Año XXIII, n.187; p. 94-95.
- ONTORIA, Mª Antonia [coord.]. "El cómic y las bibliotecas". David Cuadrado [coord.]. Educación y bibliotecas. Año 15, (marzo y abril 2003), n. 134; p. [65] - 126.
- RODRIGO, Elena. "Editar cómic, toda una aventura". Delibros. Año IX, nº 90, julio - agosto 1996 ; p. 20 - 28 .