

El Cómic en España

Servicio de Estudios y Documentación
S.G. de Promoción del Libro, la Lectura y las Letras Españolas
D.G. del Libro, Archivos y Bibliotecas

MINISTERIO DE CULTURA

Diciembre 2010



Índice de contenidos

Introducción.....	4
Creación.....	4
Evolución histórica.....	6
El cómic en cifras.....	10
Producción editorial.....	11
Datos globales.....	11
Perfil de la empresa editorial.....	12
Datos por comunidades autónomas.....	13
Características de la oferta.....	14
La venta de cómics	17
La venta en el mercado interior.....	17
Canales de comercialización.....	19
El mercado exterior.....	21
Internet y el cómic digital.....	23
El cómic y los medios audiovisuales.....	25
La lectura de cómics en España y su promoción desde la biblioteca pública.....	27
La lectura de cómics en España.....	27
Cómics y bibliotecas.....	29
Iniciativas de fomento del cómic.....	30
Bibliografía.....	37

Índice de tablas y gráficos

Tabla 1	Principales datos de evolución de la edición española de cómics (2001-2009)	11
Tabla 2	Las diez editoriales españolas con mayor oferta de títulos de cómic (2006-2009)	12
Tabla 3	La edición de cómics por Comunidades Autónomas (2009).....	13
Tabla 4	Desglose de la producción de cómics en España (2006-2009).....	15
Tabla 5	Desglose de la producción de cómics en lenguas españolas y traducciones en España (2006-2009).....	16
Tabla 6	Desglose de la producción de cómics en lenguas extranjeras y traducciones en España(2006-2009)	16
Gráfico 7	Evolución de la facturación del cómic en el mercado interior (1999-2009)	17
Tabla 8	Comercio Interior del Cómic. Datos de evolución (2006-2009).....	17
Tabla 9	Evolución del precio medio del cómic (2001-2009).....	18
Tabla 10	Ratio ejemplares editados / vendidos (2006-2009).....	18
Gráfico 11	Canales de comercialización del cómic en España (2005-2009).....	19
Tabla 12	Exportación de cómics. Principales datos (2006-2009).....	21
Tabla 13	Otros datos de exportación del cómic español (2006-2009).....	22
Tabla 14	Lectura de cómics en España (2007-2009).....	29
Tabla 15	Lectura de cómics en España (Avance 2010).....	29

Introducción

Según el historiador de 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”*. Un género que, si bien durante el siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX fue escasamente considerado, ha ido ganando en reconocimiento social y cultural en los últimos años, siendo cada vez más numerosas las iniciativas puestas en marcha en nuestro país con el fin de impulsar su difusión, relevancia y capacidad lectora.

1. 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 las cuales se representa un cierto intervalo de la historia, definiendo un espacio y un tiempo determinados.

Desde hace años, Internet ha facilitado un nuevo medio de creación y difusión que se ha unido a los medios tradicionales: la prensa (donde el cómic suele aparecer en forma de viñeta o tira cómica) y la edición impresa. Al igual que en los restantes productos culturales, en la producción industrial del **cómic en papel** convergen diversos 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.

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 existe 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 Paz¹ el cómic 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 el “manga” (cómic japonés) empieza 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 *Malvida*, *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 refugiendo 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.

¹ Fernández Paz, Agustín. “¿Es un libro? ¿es una película? ... ¿es un cómic!”. Educación y biblioteca. 2003, n. 134

2. Evolución histórica²

El humor gráfico, el chiste ilustrado, la tira y la historieta de humor nacen con la prensa moderna, aunque tengan 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; esta 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, pero había abierto una forma narrativa que en años posteriores otros historietistas irían desarrollando.

El cómic alcanzó su independencia editorial al imprimirse en sus propias publicaciones, conocidas en Estados Unidos como *comic-books*. Estos surgieron a principios de los años treinta con una intención publicitaria y se popularizaron a finales de la década 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 cómics vino a través de publicaciones de humor gráfico satírico y de revistas ilustradas de carácter familiar, 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 *"Superman"*, para después dar cabida a series de producción propia. Por ella han aparecido obras de autores como Joseph Gillain (Jijé), Franquin, Peyo y sus *"Pitufos"* o Morris con *"Lucky Luke"*.

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

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.

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 cómics 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 cómics de aventuras de producción norteamericana. 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 la 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 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 cómics 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 cómics 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. Esta 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. *Bruguera* contará con un importante equipo de creadores cuyas producciones van a reflejar un sello propio: una marcada caracterización de los personajes, generalmente marginales que, alejados del mundo aventurero, transmiten la realidad del espacio social de la época en clave de humor. Estas producciones encajarán muy bien en el lector español de cómics que, en muchos casos, se sentirá identificado con los personajes.

Otras revistas que surgen en el seno de esta editorial en los años cincuenta son “DDT” y “Tío Vivo”. Precisamente la historia de “Tío Vivo” es el eje central del último trabajo publicado de Paco Roca, “*El invierno del dibujante*”³; ciento veintiocho páginas de novela gráfica en las que el autor narra, con gran talento, cómo cinco grandes historietistas de *Bruguera*⁴, en busca de una libertad creativa difícil de encontrar en la España de finales de los cincuenta, deciden abandonar *Bruguera* para fundar esta mítica revista independiente.

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 cómics 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 cómics 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 e italianos, 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*, *Edicions Sins Entido* o *Astiberri*, que acogen el genio creativo de nuevos autores.

³ La obra, publicada por la editorial Astiberri, fue presentada el pasado día 7 de diciembre.

⁴ Guillermo Cifré, creador de “El reporter Tribulete”; Carlos Conti, autor de “Carioco”; Josep Escobar, autor de emblemáticos personajes como “Zipi y Zape”, “Petra” o “Carpanta”; Eugenio Giner, inventor de las historietas de “Inspector Dan de la Patrulla Volante”; y José Peñarroya, creador de “Don Pío”.

El cómic en cifras

Se resumen a continuación los principales datos de producción y comercialización del cómic en España durante el año 2009:

- La **edición** de cómics registra una **bajada del -17,0% respecto al año anterior en el número de títulos** (con un total de **1.514 títulos**). Este descenso contrasta con el incremento del 4,4% manifestado por la totalidad del sector en el mismo año.
- Asimismo, **desciende la edición de ejemplares** en un **-11,7%** (13.391 ejemplares). La bajada es superior a la registrada por la totalidad del sector (-10,2%).
- Se incrementa, sin embargo, la tirada media, alcanzando los 13.391 ejemplares (la más alta del sector), así como el número de títulos vivos en el catálogo (7.586 títulos).
- A pesar de aumentar el **número de ejemplares vendidos (+33,7%)**, la **facturación** del cómic en el **comercio interior** registra un **descenso del -6,6%**, con un total de 79,3 millones de euros facturados. Este descenso es superior al registrado por la totalidad del sector (-2,4%).
- El **precio medio** refleja una **bajada** considerable respecto al año anterior, situándose en **9,45 €** por ejemplar (13,53 € en 2008).
- El **ratio de ejemplares editados / vendidos** se sitúa en un **41,4%**, mostrando **mayor ajuste** entre oferta y demanda que el año anterior (27,3% en 2008). El **quiosco** se sigue manteniendo como principal canal de venta (47%).
- Respecto al mercado exterior, se registra una **bajada de las exportaciones: la facturación desciende un -9,8%**, con un total de 801.504 € facturados (la facturación total del sector relativa a exportaciones registra también un descenso, del -17,4%, superior al manifestado por el cómic). El número de ejemplares exportados manifiesta un descenso del -10,9% (-11,88% en el total del sector). El precio medio de cesión se mantiene en 4,7 € por ejemplar. Los países destinatarios por excelencia son países europeos (con **Alemania** a la cabeza) y Estados Unidos. Europa muestra en 2009 un ligero descenso, suponiendo en conjunto el 63,1% del valor de nuestras exportaciones; por el contrario, las exportaciones a Estados Unidos se incrementan respecto al año anterior, alcanzando el 13,7% de la facturación.
- Por su parte, **las importaciones sufren una bajada del -27,5% en valor económico**, con un total de 470.000 €. **Europa** es el continente del que importamos más títulos de esta materia.

1. Producción editorial

1.1 Datos globales

- Los datos recogidos en las sucesivas ediciones del informe anual *Comercio Interior del Libro en España*⁵ (**Tabla 1**), venían reflejando desde el año 2003 un incremento sostenido en la edición de cómics. No obstante, las cifras reflejadas en el último informe, de 2009, registran una **variación interanual negativa del -17,0%**: si durante 2008 se editaron un total de 1.824 títulos, mostrando un incremento del 15,3%, en 2009 el **número de títulos** decrece hasta los **1.514**. Esta cifra representa el **2,0% del total de la edición** (un 2,5% en 2008). La bajada es todavía más significativa si tenemos en cuenta que el conjunto del sector del libro ha mostrado en 2009 un incremento del 4,4% en la edición de títulos.
- Desciende asimismo el **número de ejemplares editados (-11,7%)**, pasando de 22,9 millones en 2008 a **20,3 millones** en 2009. La bajada es superior a la registrada por la totalidad del sector (-10,2%).

Tabla 1 – Principales datos de evolución de la edición española de cómics (2001-2009)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Total Nº Títulos	581	334	574	1.070	1.139	1.220	1.582	1.824	1.514
Variación interanual (%)	27,1	-42,5	71,8	86,4	6,4	7,1	29,7	15,3	-17,0
Representación sobre total (%)	5,0	0,5	0,9	1,6	1,6	1,8	2,2	2,5	2,0
Nº Ejemplares (millones)	4,0	2,5	5,4	8,9	13,9	12,0	21,1	22,9	20,3
Variación interanual (%)	-3,9	-37,8	117,3	64,6	55,5	-13,4	75,6	8,7	-11,7
Representación sobre total (%)	1,5	0,9	2,0	2,9	4,3	3,6	5,9	6,2	6,1
Tirada media	6.901	7.484	9.448	8.347	12.187	9.848	13.344	12.587	13.391
Tirada media sector	4.322	4.422	4.224	4.579	4.619	4.905	5.070	5.035	4.328
Títulos vivos	1.908	1.998	2.550	2.771	3.212	3.233	4.417	7.039	7.586

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

⁵ *Comercio Interior del Libro en España*, Federación de Gremios de Editores de España
(http://www.federacioneditores.org/0_Resources/Documentos/Comercio_Interior_2009.pdf)

- Sin embargo, **se incrementa el número de títulos vivos en el catálogo** (que alcanza los **7.586 títulos**, un 7,8% más que en el año anterior) y **la tirada media (+ 6,4%)**, pasando de 12.587 ejemplares en 2008 a **13.391** en 2009. Esta cifra triplica la tirada media del sector del libro, que alcanza los 4.328 ejemplares, siendo **la más elevada de las registradas por las diversas materias**.
- Por su parte, el informe *Panorámica de la Edición Española de Libros 2009*⁶, refleja también el descenso en el número de ISBN registrados en esta materia, con un total de 3.059 ISBN (un 1,9% por debajo de las cifras del año anterior). Esta cifra representa el 2,8% del total de la edición.

1.2 Perfil de la empresa editorial

- De acuerdo con los datos de *Panorámica de la Edición Española de Libros*, durante el año 2009 participaron en el mercado español del cómic un total de **201 empresas editoriales**, cerca de un 19% más que en el año anterior (en 2008 fueron 169 editoriales).

Tabla 2 – Las 10 editoriales españolas con mayor oferta de títulos de cómic (2006-2009)

Editorial %	2006	Editorial %	2007	Editorial %	2008	Editorial %	2009
Planeta-De Agostini	28,7	Planeta-De Agostini	36,6	Planeta-De Agostini	33,5	Planeta-De Agostini	37,3
Ediciones Glenat España	27,6	Norma Editorial	13,3	Norma Editorial	21,6	Norma Editorial	18,2
Norma Editorial	13,1	Ediciones Glenat España	8,7	Ediciones Glenat España	11,4	Ediciones Glenat España	10,4
Ediciones La Cúpula	7,2	Ediciones B	7,2	Panini España	5,7	Ivrea	5,0
Ediciones B	2,9	Ediciones La Cúpula	4,3	Ivrea	4,1	Astiberri Ediciones	3,0
Ediciones Sinsentido	1,4	Ediciones Mangaline	3,6	Ediciones B	2,8	Ediciones La Cúpula	2,1
Group Zweite	1,3	Recerca Editorial	3,6	Ediciones La Cúpula	2,5	Ediciones B	1,9
Asistendo Grupo Editorial	1,2	Aleta Ediciones	3,5	Ediciones Mangaline	2,4	Ponent Mon	1,8
Ponent Mon	1,1	Iced Lanás Books	1,9	Tebeos Dolmen	1,2	RBA Coleccionables	1,3
Círculo de Lectores	1,0	Asistendo Grupo Editorial	1,4	Diario El País	1,1	Tebeos Dolmen	1,3
TOTAL %	85,5	TOTAL %	84,1	TOTAL %	86,3	TOTAL %	82,3
TOTAL N° EDITORIALES	104	TOTAL N° EDITORIALES	124	TOTAL N° EDITORIALES	169	TOTAL N° EDITORIALES	201

Fuente: *Panorámica de la Edición Española de Libros 2009*. MCU

⁶ *Panorámica de la Edición Española de Libros* es una publicación anual del Ministerio de Cultura que utiliza como fuente los datos de la Agencia Española del ISBN. Por su parte, *Comercio Interior del Libro en España* es una publicación de la Federación de Gremios de Editores de España que recoge información de una muestra de las editoriales privadas agremiadas (889 editoriales en 2009) a través de un cuestionario base diseñado al efecto.

- Este mercado viene caracterizándose por la elevada **concentración de la producción**: el 82,3% de la oferta de títulos publicada en España en 2009 procede de un total de 10 empresas editoriales (sólo las tres primeras condensan cerca del 66% de la oferta), mientras el 17,7% restante se reparte entre un total de 191 editoriales con una representación variable, aunque en la mayoría de los casos limitada a 1 ó 2 títulos (**Tabla 2**).

1.3 Datos por Comunidades Autónomas

Las cifras de edición de cómics desde las comunidades autónomas españolas, de acuerdo con los datos de *Comercio Interior del Libro en España 2009*, muestran el indiscutible liderazgo de **Cataluña** en todas sus magnitudes (**Tabla 3**):

- Por un lado, es en esta comunidad donde se concentra el **mayor número de títulos editados** (1.248 títulos), representando más del 82% del total de la oferta. Muy por detrás se encuentra Madrid que, con 190 títulos, condensa el 12,5% de la oferta de títulos. Valencia, Euskadi, Andalucía y Galicia editaron en conjunto el 5,1% restante.
- Cataluña también registra el **mayor número de ejemplares editados** (19,4 millones de ejemplares), representando el 95,9% del total. Le siguen Madrid (3,6%), Andalucía (0,2%), Valencia (0,1%), Euskadi y Galicia.
- Cataluña **supera la tirada media** registrada por el cómic en 2009, hasta situarse, con 15.447 ejemplares (un 16,3% por encima de la tirada media de esta materia), como la más elevada de las registradas por el sector en su totalidad. El resto de comunidades autónomas registra tiradas medias inferiores a la tirada media del cómic y a la relativa al sector en su totalidad.
- Finalmente es Cataluña la comunidad con **mayor número de títulos vivos en el catálogo** (6.289 títulos), condensando casi el 83% del total. Le siguen Madrid (10,1%), Valencia (4,1%), Euskadi (1,2%), Andalucía (1,0%) y Galicia (0,5%).

Tabla 3 – La edición de cómics por Comunidades Autónomas (2009)

	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia	TOTAL
Nº Títulos	190	1.248	24	14	14	25	1.514
Nº Ejemplares	736.000	19.439.000	21.000	40.000	5.000	29.000	20.270.000
Tirada media	3.876	15.581	872	2.970	332	1.140	13.391
Nº Títulos vivos	768	6.289	91	79	39	308	7.586

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

2. Características de la oferta

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 de Francia, Japón y Estados Unidos.

Desde Europa, con el liderazgo del cómic franco-belga, los títulos de cómic con mayor demanda en España son los del género fantástico y de ciencia-ficción, aunque también hay espacio para el género negro y policiaco e historias de piratas, que tienen como principal destinatario al público adulto y, en menor medida, al infantil y juvenil.

Por su parte, la tendencia asiática abarca principalmente tres corrientes: el *manga* japonés, el *manhwa* coreano y el *manhua* chino. 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, instaurándose 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. El *manhwa* coreano y el *manhua* chino están poco representados en la oferta editorial española por el momento, siendo principalmente editoriales especializadas las que apuestan por esta tendencia.

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. La compra de los derechos de *DC Comics* (editorial con títulos consagrados como “*Batman*”, “*Superman*” o “*La Liga de la Justicia*”) por parte del *Grupo Planeta*, supuso un vuelco espectacular en la presencia del cómic estadounidense en España⁷.

No obstante, existe una creciente oferta nacional que se está viendo reforzada en los últimos años con las reediciones de clásicos, adaptaciones de clásicos de la literatura universal, creación de cómics de fantasía heroica y ciencia ficción y, en menor medida, del género negro y policiaco. Este incremento se manifiesta más claramente cuando se observan los datos de producción y traducción en las distintas lenguas (Tablas 4, 5 y 6).

⁷ *Anuario de la Historieta 2005*. Artículo de Breixo Harguindey (<http://issuu.com/autoresdecomic/docs/anuarioaace2005>)

- En 2009, el **77,0%** de la oferta española de cómics fueron **traducciones; en su mayoría (75,1%) de lenguas extranjeras** y, en menor medida **(1,9%) de lenguas españolas**. A pesar de este predominio de obras escritas originariamente en lenguas extranjeras, respecto al año 2008 (con un 84,3% de traducciones, el 82,6% procedente de lenguas extranjeras), se registra un descenso del -18,1% en la traducción desde estas lenguas, así como un incremento en la producción de títulos españoles no traducidos (+40,0%) (Tabla 5).
- Buena parte de las traducciones proceden del **japonés**, que en 2009 vinieron a suponer **1 de cada 4 títulos publicados en España**. El inglés es la segunda lengua traducida (21,5% de la oferta), seguida por el francés (8,1%), el italiano (1,2%) y el alemán (0,8%) (Tabla 6).
- La **traducción de cómics desde lenguas españolas a extranjeras** sigue siendo limitada, pero muestra una evolución positiva en los últimos años y alcanza a representar en 2009 el 1,2% de la oferta. El italiano, el francés, el inglés y el alemán son, por este orden, las principales lenguas de publicación de las traducciones realizadas desde lenguas españolas (Tabla 5).
- La **traducción de cómics entre lenguas españolas** representa el 0,7% de la oferta, siendo las realizadas del castellano al catalán las más frecuentes.
- Por último, la **publicación en España de cómics en lengua extranjera** se incrementa, al igual que los títulos que se traducen entre lenguas extranjeras en nuestro país. En ambos casos el italiano ocupa un lugar destacado como lengua de publicación.

Tabla 4 - Desglose de la producción de cómics en España (2006-2009)

	2006		2007		2008		2009	
	ISBN	%	ISBN	%	ISBN	%	ISBN	%
Producción en lenguas españolas	332	16,5	467	18,2	474	15,2	665	21,7
Traducción de lenguas españolas a extranjeras	1	-	4	0,1	24	0,8	36	1,2
Traducción entre lenguas españolas	28	1,4	10	0,4	25	0,8	22	0,7
Producción en lenguas extranjeras	3	0,1	2	-	4	0,1	18	0,6
Traducción de lenguas extranjeras a españolas	1.549	77,0	1.635	63,7	2.160	69,3	1.769	57,9
Traducción entre lenguas extranjeras	92	4,6	441	17,2	416	13,3	525	17,2
Edición multilingüe	7	0,3	8	0,3	12	0,4	22	0,7
Total títulos	2.012	100	2.567	100	3.115	100	3.057	100

Fuente: *Panorámica de la Edición Española de Libros*. MCU

Tabla 5 – Desglose de la producción de cómics en lenguas españolas y traducciones en España (2006-2009)

	2006	2007	2008	2009	Total
ISBN en lenguas españolas	332	467	474	665	1.938
Castellano	301	434	439	608	1.782
Catalán	23	22	16	35	96
Gallego	4	7	15	11	37
Euskera	1	2	1	9	13
Valenciano	1	1	2	1	5
Asturiano	2	1	1	1	5
ISBN traducción entre lenguas españolas	28	10	25	22	85
Castellano → Catalán	20	4	12	10	46
Castellano → Gallego	-	-	4	3	7
Castellano → Euskera	5	3	5	3	16
Castellano → Valenciano	-	-	2	2	5
Castellano → Asturiano	-	1	-	1	1
Gallego → Castellano	1	1	2	2	6
Catalán → Castellano	2	-	-	1	3
Euskera → Castellano	-	1	-	-	1
ISBN traducción de lenguas españolas a extranjeras	1	4	24	36	65
Castellano → Italiano	-	3	14	21	38
Castellano → Francés	1	-	8	6	15
Castellano → Inglés	-	1	1	7	9
Castellano → Alemán	-	-	1	2	3
Total ISBN	361	481	523	723	2.088

Fuente: *Panorámica de la Edición Española de Libros*. MCU

Tabla 6 – Desglose de la producción de cómics en lenguas extranjeras y traducciones en España (2006-2009)

	2006	2007	2008	2009	TOTAL
ISBN publicados en lenguas extranjeras	3	2	4	18	27
Italiano	-	-	2	12	14
Francés	-	1	-	5	6
Inglés	3	-	2	1	6
Alemán	-	1	-	-	1
ISBN traducidos entre lenguas extranjeras	92	441	416	525	1.474
Inglés → Italiano	86	348	286	378	1.098
Inglés → Portugués	-	1	4	-	5
Japonés → Italiano	-	30	78	66	174
Japonés → Inglés	6	1	-	8	15
Japonés → Finés	-	-	-	7	7
Francés → Italiano	-	30	33	41	104
Francés → Portugués	-	-	-	15	15
Francés → Inglés	-	-	1	1	2
Alemán → Italiano	-	3	2	2	7
Alemán → Inglés	-	1	-	-	1
Italiano → Portugués	-	2	-	-	2
Otras lenguas → Italiano	-	25	12	6	43
Otras lenguas → Inglés	-	-	-	1	1
ISBN traducidos de lenguas extranjeras a españolas	1.549	1.635	2.160	1.769	7.113
Total Inglés	611	818	851	657	2.937
Inglés → Castellano	607	813	844	650	2.914
Inglés → Catalán	4	5	7	5	21
Inglés → Gallego	-	-	-	1	1
Inglés → Euskera	-	-	-	1	1
Total Japonés	620	454	902	767	2.743
Japonés → Castellano	581	413	832	711	2.537
Japonés → Catalán	39	41	70	56	206
Total Francés	231	207	261	252	971
Francés → Castellano	241	204	250	234	929
Francés → Catalán	9	3	10	12	34
Francés → Gallego	-	-	1	4	5
Francés → Euskera	1	-	-	2	3
Total Alemán	17	13	18	24	72
Alemán → Castellano	17	13	17	24	71
Alemán → Catalán	-	-	1	-	1
Otras					
Italiano → Castellano	22	78	57	37	194
Portugués → Castellano	3	5	1	-	9
Griego → Catalán	-	-	-	8	8
Latín → Catalán	-	-	-	6	6
Chino → Castellano	-	4	-	-	4
Hebreo → Castellano	1	-	2	-	3
Turco → Castellano	-	2	-	-	2
Otras lenguas → Castellano	24	54	68	19	165
Total ISBN	1.644	2.078	2.580	2.312	8.614

3. La venta de cómics

3.1 La venta en el mercado interior

- Tras las muestras de recuperación reflejadas en las cifras relativas al comercio interior del cómic en 2008 (cuando se alcanzaron los 84,7 millones de euros, registrando un incremento en facturación del 10,1%), en 2009 vuelve a descender la facturación, situándose, con 79,3 millones de euros, en valores equiparables al año 2007. Esta cifra supone una **bajada del -6,6%** respecto al año anterior, superior a la registrada por la totalidad del sector (**Gráfico 7, Tabla 8**).
- El cómic representó en 2009 el **2,6% del total de la facturación** en el mercado interior.
- El descenso en facturación contrasta con el incremento en el número de **ejemplares vendidos, que asciende a 8,388 millones** en 2009, un **33,7% más que en el año anterior**. Este incremento es aún más significativo si tenemos en cuenta que, el sector del libro en su totalidad, muestra un descenso del -1,7% en el número de ejemplares vendidos.

Gráfico 7 – Evolución de la facturación del cómic en el mercado interior (1999-2009) (en millones de €)

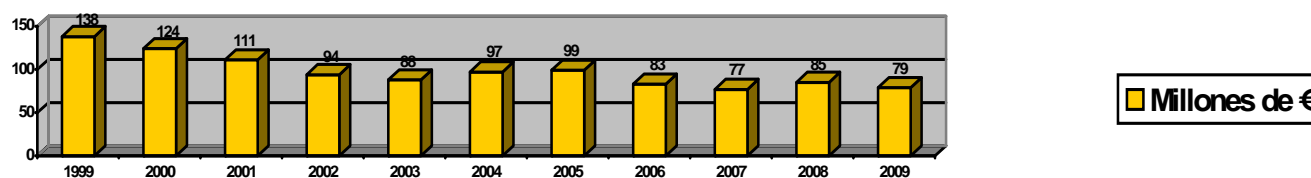


Tabla 8 – Comercio interior del cómic. Datos de evolución (2006-2009)

	2006	2007	2008	2009		2006	2007	2008	2009
Facturación (millones de €)	83,0	77,0	84,9	79,3	Ejemplares vendidos (millones)	6,5	6,2	6,3	8,4
% sobre total	2,8	2,5	2,7	2,6	% sobre total	2,6	2,5	2,6	3,6
Variación interanual Cómic	-15,9	-7,2	10,1	-6,6	Variación interanual Cómic	-17,0	-5,9	1,9	33,7
Variación interanual total sector	2,8	3,6	2,0	-2,4	Variación interanual total sector	-1,0	9,9	-4,2	-1,7

Fuente: Comercio Interior del Libro en España. FGEE

- La bajada en facturación y el incremento en el número de ejemplares vendidos, determinan un **precio medio inferior** al del año anterior, situado en 2009 en **9,45 €** por ejemplar (más de 4 € por debajo del precio medio del año anterior y 3,7 € por encima del precio medio de la totalidad del sector) (Tabla 9).

Tabla 9 – Evolución en el precio medio del cómic (2001-2009)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Precio medio cómic	13,20	8,08	9,54	15,69	12,53	12,69	12,51	13,53	9,45
Precio medio sector	11,95	11,80	12,03	12,16	12,72	13,21	12,45	13,26	13,17

Fuente: Comercio Interior del Libro en España. FGEE

- El ratio de ejemplares editados / vendidos se sitúa en un **41,4%**, mostrando mayor ajuste entre oferta y demanda que en el año anterior (27,3% en 2008) (Tabla 10).

Tabla 10 – Ratio ejemplares editados / vendidos (2006-2009)

	2006	2007	2008	2009
Ratio (%) ejemplares editados / vendidos	54,4	29,2	27,3	41,4

Fuente: Comercio Interior del Libro en España. FGEE

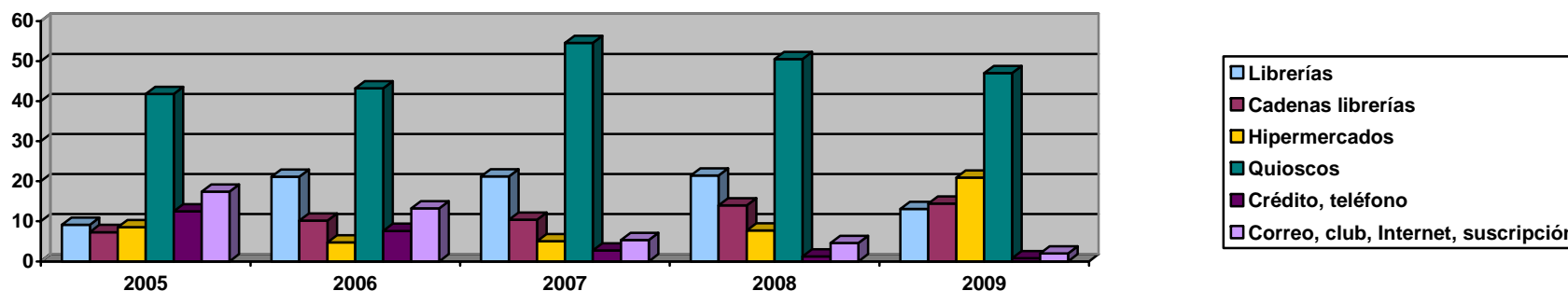
- La facturación muestra mayor **concentración** en el caso de **Cataluña** (el 93,8% de la facturación total) y de las **editoriales muy grandes** (que facturan en su conjunto el 40,8% del total relativo al cómic).
- La **facturación en formato digital** supone el **10,4%** del total (8,2 millones de €).

3.2 Canales de comercialización

De acuerdo con los datos de *Comercio Interior del Libro*, el quiosco se mantiene desde hace años como el canal de venta de cómics por excelencia; le siguen, por vez primera en 2009, los hipermercados, que se sitúan por delante de las librerías y las cadenas de librerías. Tras ellas, los canales de venta a distancia (venta por suscripción, por correo o a través de clubs del libro) (**Gráfico 11**).

No obstante, es necesario apuntar que este informe se elabora con la información aportada por parte de las editoriales asociadas a la Federación de Gremios de Editores de España (el 49,8% de éstas en 2009) y que en él no se desglosan los datos relativos a la **librería especializada**, canal habitual de compra del lector frecuente y canal de venta del cómic por excelencia. La librería especializada comienza a introducirse en nuestro país a principios de los años 80 y su presencia va creciendo paulatinamente. Es, junto a los Salones del cómic, la principal vía de comunicación autor – lector, siendo frecuente en ellas la celebración de charlas, firmas de autores, conferencias y presentaciones. En diciembre de 2009, la web GUÍA del CÓMIC, creada y mantenida por José A. Serrano (www.guiadelcomic.com/librerias), tenía registrados un total de 371 establecimientos repartidos por todo el territorio nacional, con importante implantación en las 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 cómics lo suficientemente amplio como para ser considerados dentro de esta categoría. Mencionar también que, desde la vigésimo séptima edición del Salón Internacional del Cómic de Barcelona, se ha incluido una nueva categoría de premio destinada a reconocer la labor de estas librerías. Desde entonces, el Premio a la Mejor Librería Especializada ha galardonado a las librerías *Continuará* y *Espacio Sins Entido*.

Gráfico 11 – Canales de comercialización del cómic en España (2005-2009)



Fuente: *Comercio Interior del Libro en España*, FGEE

- La preeminencia de la venta a través del **quiosco** 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, desde el año 2007 comienza a condensar más de la mitad de la facturación relativa al cómic, aunque en 2009 su representación desciende hasta el 47,0% (37,3 millones de euros). El quiosco se mantiene en los últimos años en esta posición 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. Este liderazgo es un fenómeno compartido con otros países europeos, como Italia, y que se está intentando abrir mercado en otros países como Francia o Inglaterra.
- La entrada de títulos del género en las grandes cadenas de **hipermercados** ha conseguido desplazar en 2009 a las librerías, un canal de referencia en la venta del cómic español. Posiblemente sean los esquemas de negociación establecidos por estas grandes superficies los que hayan determinado esta situación, ya que son difícilmente accesibles para el proveedor minorista y más asequibles para las editoriales más grandes. El hipermercado inició su recuperación en la venta del cómic en 2008, alcanzando el 7,7% de la facturación (6,5 millones de euros); en 2009 estos valores prácticamente se triplican, alcanzando el 20,9% del total facturado (16,6 millones de euros).
- La facturación desde las **Librerías en general** ha descendido de forma significativa. Aunque desde el año 2004 el cómic venía ocupando cada vez mayor espacio comercial en estos establecimientos, alcanzando el pasado año un 21,4% (18,2 millones de euros), en 2009 su facturación desciende hasta representar el 13,1% (10,4 millones de euros).
- Por su parte, las **cadenas de librerías** han ido ganando terreno paulatinamente, hasta situarse desde 2007 como el tercer canal de venta y abarcando en 2009 el 14,4% de la facturación total del cómic (11,4 millones de euros).
- 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 **0,3%**. Este medio, junto a la venta a través de **clubs del libro, Internet y suscripciones** se sitúa, con el **2,0%**, como el quinto canal de comercialización del cómic.
- Por su parte, la **venta a crédito** evidencia su tendencia a la baja, con un 0,4% en 2009 frente al 14,2% de 2004.

3.3 El mercado exterior

La venta en el mercado exterior

- De acuerdo con los datos extraídos del informe *Comercio Exterior del Libro 2009*⁸, la exportación española de cómics viene **disminuyendo** drásticamente **desde el año 2006**, pasando de 4,3 millones de euros de facturación en dicho año a 0,8 millones en 2009. Frente al año anterior, en 2009 la facturación ha descendido un 9,8%. Esta bajada es, no obstante, inferior a la registrada por la totalidad del sector (-17,3%) (**Tabla 12**).
- Este descenso se produce por la **bajada registrada en el número de ejemplares vendidos** respecto al año anterior (-10,9%), con un total de 170.016 ejemplares vendidos en 2009. Este descenso es también inferior al registrado por el sector en su totalidad (-11,9%).
- La facturación del cómic representa el 0,45% del total de la facturación del sector. Por su parte, los ejemplares vendidos de esta materia representan el 0,5% del total de ejemplares exportados.

Tabla 12 – Exportación de cómics. Principales datos (2006-2009)

Facturación	2006	2007	2008	2009	Ejemplares	2006	2007	2008	2009
Facturación (millones de €)	4,26	1,47	0,88	0,8	Ejemplares vendidos	657.662	254.540	188.573	170.016
% sobre total	2,1	0,7	0,4	0,45	% sobre total	1,8	0,7	0,5	0,5
Variación interanual cómic	161,7	-65,4	-39,6	-9,8	Variación interanual cómic	123,7	-61,2	-28,8	-10,9
Variación interanual total sector	13,8	-2,7	8,3	-17,3	Variación interanual total sector	10,1	-4,9	7,3	-11,9

Fuente: *Comercio Exterior del Libro en España. FEDECALI*

- El **precio medio** del cómic en el mercado exterior se mantiene en **4,71 €** por ejemplar, siendo Europa y Estados Unidos los principales destinos del cómic producido en España. **Alemania** encabeza en 2009 la lista como país de destino, con el 17,5% del total de la facturación (**Tabla 13**). Le siguen Estados Unidos, Francia, Italia, México, Japón, Bélgica, Portugal, Países Bajos y Argentina. Estos diez países en conjunto representan cerca del 82,0% del valor de los envíos y más del 72,0% de los ejemplares exportados.

⁸ Comercio Exterior del Libro. Federación Española de Cámaras del Libro (http://www.federacioneditores.org/0_Resources/Documentos/Comercio_Exterior_2009.pdf).

Tabla 13 – Otros datos de exportación del cómic español (2006-2009)

	2006	2007	2008	2009
Precio medio	6,47	5,79	4,71	4,71
Principal destinatario	México	Portugal	Portugal	Alemania
Cuota facturación	(15,4%)	(31,4%)	(17,6%)	(17,5%)

Fuente: *Comercio Exterior del Libro en España. FEDECAL*

Importaciones

- De acuerdo con los datos extraídos del informe *Comercio Exterior del Libro 2009*, la importación española de cómics ha alcanzado un valor en 2009 de **470.000 €**, con un total de **58.939 ejemplares importados**.
- Respecto al año anterior, estas cifras registran un **descenso del -27,5% en el valor de nuestras importaciones y del -20,3% en número de ejemplares importados**.
- Las importaciones de cómics suponen el 0,38% del total del valor de las importaciones de libros y el 0,9% del total de los ejemplares importados. Durante el año anterior ambos valores se situaron en torno al 1,0%.
- **Europa** aparece como el principal origen de las importaciones.

4. Internet y el cómic digital

Desde principios de los años noventa Internet viene revolucionando el mundo del cómic. Hasta entonces, el aspirante a historietista tenía a su alcance la posibilidad de difundir sus creaciones a través de *fanzines*, publicaciones no profesionales producidas por aficionados, que normalmente circulaban de forma gratuita o a precios reducidos, con la finalidad, en este último caso, de permitir su supervivencia. Este medio facilitaba pues la incorporación al mercado de autores noveles.

El desarrollo de Internet, además de proporcionar un nuevo y revolucionario canal de información, comunicación e interrelación entre autores y lectores, va a ofrecer un nuevo medio de publicación y la posibilidad de difundir a gran escala estas y otras publicaciones. El *fanzine*, hasta entonces impreso, encuentra un nuevo soporte que no excluye necesariamente al anterior. Hoy es frecuente encontrar en la red *fanzines* digitales y gratuitos, unas veces publicados exclusivamente en soporte digital y otras de forma paralela a su edición en papel. A veces el *fanzine* se traslada a la red tiempo después de su edición impresa. Por ejemplo, la revista *Malavida*, cuyo primer número puede descargarse desde hace unos meses en la página web de la Asociación Cultural Malavida; o *Dominguín*, una publicación emblemática en la que colaboraron los principales ilustradores catalanes de 1915 y 1916, que está siendo digitalizada para hacerla accesible desde el portal Tebeosfera. Otras veces es la publicación digital la que da el salto al papel, como *Cómics 2.0: Antología del webcómic 2010*, que en su segunda edición reúne en un solo volumen una selección de material de más de 60 autores.

Desde principios de siglo van ganando popularidad en España los *webcómic*, historietas que, con una periodicidad establecida y pudiendo adoptar diversidad de formatos, se publican a través de Internet. Muchos de los *webcómic* pioneros en España, como *¡Eh, tío!*, *Dragon Mail* o *El Listo*, pueden encontrarse actualmente en WEE (Webcómic En Español), un portal creado en 2004 que cuenta actualmente con más de 680 cómics ordenados por categorías, además de foros, talleres, concursos, tutoriales y un *fanzine* anual, WEEzine, que recopila *webcomics* procedentes de España y Latinoamérica; organiza desde 2008 el Concurso Nacional de Webcómic en Español. Este portal constituye hoy en día el anillo de historietas en español de referencia.

La posibilidad de autopublicar las creaciones se ve además potenciada por la proliferación de portales que sirven como lanzadera de los creadores noveles. Entre los proyectos más recientes cabe mencionar *Editatucomic.com* o *The Lunes*, iniciativa cultural hecha por y para los lectores.

Pero el panorama actual va más allá de estos cambios, ofreciendo además nuevos soportes de lectura. Hasta no hace mucho el noveno arte parecía mantenerse alejado de los debates mantenidos en el mundo editorial en torno a la llegada del libro electrónico. Los dispositivos existentes no reunían los requisitos necesarios para alcanzar una experiencia lectora satisfactoria en el caso del cómic (pantallas pequeñas, ausencia de color, baja resolución...). Pero la irrupción de dispositivos como el iPad, que facilitan una experiencia lectora bastante próxima a la

del papel, está generando mayor interés, más posibilidades en la edición digital del cómic y nuevos modelos de negocio, especialmente en formatos como el cómic-book americano o el manga, basados en entregas periódicas. De hecho, este último parece haber encontrado en los dispositivos móviles un buen soporte, especialmente en países de gran consumo como Japón, donde cuentan incluso con un premio al manga para el móvil, el Premio Keitai Comi Taisho. Desde Estados Unidos, por ejemplo, tanto Marvel como DC o Image ya disponen de aplicaciones para el iPhone o el iPad que permiten la descarga de títulos del género a precios inferiores a sus ediciones en papel. Izneo, el portal francés en el que están presentes la mayoría de las editoriales francesas, ofrece al lector la posibilidad de leer cómics por alquiler: diez días por 1,99 €⁹.

En el caso de España ya se han puesto en marcha algunas iniciativas dirigidas al consumo de cómics en pequeñas pantallas: en 2009 la editorial Sure presentó el primer cómic digital en castellano, *“La carrera del sol”*, para el iPhone y el iPod Touch, y más recientemente tuvimos noticias de que la serie *“Cuotidiana Delirante”*, de Miguelanxelo Prado, alcanzaba el número uno entre los libros gratuitos de la tienda Appstore, la tienda de Apple para el iPhone. Esta serie contaba con animaciones y efectos especiales conseguidos mediante la aplicación del *iMotion Cómic* (un nuevo formato de cómic digital para el iPhone y el iPod Touch). A iniciativas internacionales como *Ave! Cómics*, *Robot Cómics* o *iMotion Comic*, se suma una española: *Koomic.com*, la primera gran plataforma española de distribución de cómic digital. Este proyecto, presentado en el marco del Salón del Cómic de Barcelona, es una iniciativa de la distribuidora especializada SD y de Estudio Fénix que aspira a servir de herramienta a editoriales y librerías, aunque de momento sólo está en funcionamiento su blog y un canal Youtube denominado *KoomicTV*.

Al igual que en otros ámbitos editoriales, la entrada del cómic en la edición digital está impulsando algunos movimientos dirigidos a la adecuación de los derechos de autor a este entorno. Entre otros, la Asociación de Autores de Cómic de España está difundiendo, en coordinación con el Sindicato Nacional de Autores de Cómic francés, un comunicado al respecto, en el marco de colaboración que mantiene esta asociación con otras asociaciones de autores de la Unión Europea¹⁰.

⁹ *La dulce convivencia del papel y el bit*. Álvaro Pons. EL PAÍS, 10 de septiembre de 2010 (http://www.elpais.com/articulo/cultura/dulce/convivencia/papel/bit/elpepicul/20100910elpepicul_2/Tes).

¹⁰ El comunicado puede descargarse desde: <http://autoresdecomic.blogspot.com/2010/07/comunicado-de-la-aace-sobre-el-comic.html>

5. El cómic y los medios audiovisuales

El cómic es un género muy ligado al **mundo cinematográfico**: ambos nacieron en un mismo periodo de tiempo y han sufrido un desarrollo paralelo, ambos transmiten la información con un importante peso de las imágenes, tienen un ritmo de montaje común y una forma similar de representar la narración.

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*”, “*Scanner darkly*”, o “*The Spirit*”, se encuentran a medio camino entre el cine y el cómic.

El vínculo entre tebeo y cine se muestra con mayor fuerza en los últimos años y es, de hecho, foco de atención de algunos de los encuentros más relevantes convocados en nuestro país. Como ejemplo, la última edición del Salón del Cómic de Barcelona dedicó buena parte de su programación a mostrar esta conexión, en especial en el ámbito de la producción española. Entre las actividades programadas se incluyó el encuentro entre el dibujante Miguel Gallardo y el productor Loris Omedes para hablar de la adaptación documental de “*María y yo*”, así como la invitación a Óscar Aibar, director de la película “*El Gran Vázquez*”, basada en la vida del historietista y creador de populares personajes españoles como “*Anacleto*”, “*La familia Cebolleta*” o “*Las hermanas Gilda*”. El Salón también fue lanzadera de otros títulos internacionales, como la superproducción de la Warner “*Los perdedores*”.

Igualmente, la Mostra de Cómic de Valencia, que discurre de forma paralela al festival de cine, contempló en su pasada edición una exposición dedicada a superhéroes con motivo del 75 aniversario de DC Comics, en la que han podido verse los trajes originales de personajes como *Superman* o *Batman*.

La cartelera nacional ha visto pasar a lo largo de 2010 un buen número de títulos surgidos de las viñetas, desde la adaptación del cómic francés “*Las Extraordinarias Aventuras de Adèle Blanc-Sec*”, hasta una nueva entrega de “*Iron Man 2*”. Grandes títulos españoles del noveno arte han sido adaptados al cine (entre otros, “*Arrugas*”, de Paco Roca, Premio Nacional del Cómic 2008 o “*María y yo*”, de Miguel Gallardo) o están en proceso de adaptación (el “*Capitán Trueno*”, de Víctor Mora y Ambrós, verá la luz en este medio el próximo año); también cabe apuntar el estreno durante el pasado mes de septiembre, de la película “*El gran Vázquez*” anteriormente mencionada. En 2011 se espera además el paso por las taquillas españolas de míticos títulos extranjeros, como “*Tintín y el Secreto del Unicornio*”, basado en tres libros de este popular personaje ideado por Hergé, o “*Capitán América*”, uno de los muchos superhéroes de Marvel que han dado su salto al cine.

El cómic también ocupa un lugar importante en el **medio televisivo**, 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 Benji”* (*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.

A la actual oferta de canales de televisión españoles con programas dedicados a la animación se suman otros por Internet, así como diversas **cadena de radio** con un espacio destinado al género. Entre estos últimos podrían destacarse, por su especial atención al cómic, el programa *“La rosa de los vientos”*, de Onda Cero; *“Viñetas y bocadillos”*, de Radio 5-RNE, que ofrece un recorrido por las últimas publicaciones y reportajes especiales de títulos, personajes y autores; *“Laguiadelcomic”*, un programa semanal sobre historieta, tebeos y cómic; *“Rock & Comics”*, de Radio Juve Elx, que aborda las novedades del mundo del cómic, sus autores y otros, aderezados con música rock; *“Historietas podcast”*, una revista sonora por Internet de cómics en español; *“La Duna”*, espacio radiofónico de la asociación cultural almeriense sin ánimo de lucro *La Duna*, que tiene como objetivo fomentar la cultura tebeística y promocionar a los autores de cómic almerienses; *“La parada de los monstruos”*, de Radio Ritmo Getafe, con su sección, *Trazos*, dedicada al mundo del cómic, manga y anime; el blog del programa de radio *“Los artistas de la viñeta”*; *“Cabaret Eléctric”*, de Catalunya Radio; Radio Ramen, del blog Ramen para Dos...y un largo etcétera que muestra, una vez más, el creciente interés por el mundo de la viñeta.

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”*... 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; pero lo son también, aunque su entrada sea posterior, el manga y el anime japoneses.

La lectura de cómics en España y su promoción desde la biblioteca pública

Durante largas décadas el cómic ha tenido que hacer frente a numerosos prejuicios: su consideración como género menor frente al libro, limitado a un público (infantil para unos y adulto para otros), su peligrosa influencia en la educación infantil, 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 e importantes 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 se tiende a una valoración creciente del medio. Cómic y libro se conciben como dos realidades distintas, pero también como dos medios no necesariamente excluyentes que encaminan a la lectura.

1. La lectura de cómics en España

La información respecto a la realidad lectora de este género parte de los informes anuales sobre *Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España*¹¹, a los que se unen los barómetros que, con carácter cuatrimestral, aportan información a lo largo del año.

Los resultados de los últimos tres años muestran un interés creciente hacia la lectura de cómics (**Tabla 14**), existiendo un 14,0% de la población española de 14 y más años que manifiesta leerlos con frecuencia. Este porcentaje se incrementa entre la población lectora, donde alcanza un 19,0%, de los cuales el 20,4% los lee con frecuencia semanal y el 27,6% mensual.

¹¹ *Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España*. Federación de Gremios de Editores de España con el patrocinio del Ministerio de Cultura (<http://www.federacioneditores.org/SectorEdit/Documentos.asp>)

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 los resultados muestran la relación inversa entre la lectura del género y la edad: el porcentaje de lectores de cómic en el caso de menores españoles de 10 a 13 años se incrementa hasta el 50,5% (el 53,2% entre los lectores de estas edades). Esta realidad, unida al volumen de la oferta, hacen cada vez más necesario disponer de conocimientos o herramientas que faciliten una **adecuada selección** de los contenidos en función de las características y necesidades del lector. En este sentido, al papel de la biblioteca pública se suma la posibilidad de recurrir a 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., el *Servicio de Orientación a la Lectura* o las *Guías de Lectura*, ambos de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez), sino desde páginas web especializadas que incluyen esta información.

La lectura de cómics también se eleva en los jóvenes de entre catorce y veinticuatro años hasta el 22,8% y va disminuyendo progresivamente hasta situarse en un 5,9% en el caso de personas de sesenta y cinco y más años, aunque esta disminución progresiva es común a casi todos los tipos de lectura.

Parecen asimismo factores influyentes el nivel de estudios y el tamaño del hábitat del lector: el porcentaje de lectores es mayor en personas con estudios secundarios y universitarios y en residentes en poblaciones de entre 500.000 y 1.000.000 de habitantes, aunque la frecuencia de lectura aumenta en los que residen en poblaciones con mayor 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 64,3% de los lectores de este género son niños y un 41,4% niñas) que en la población joven y adulta (un 18,2% de varones frente al 9,8% de mujeres). 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* un tipo de cómic en el que se inician muchas de las generaciones más jóvenes de mujeres dibujantes.

Los datos de los dos últimos barómetros en los que se analiza la lectura durante los dos primeros cuatrimestres de 2010 (**Tabla 15**) muestran la misma tendencia, aunque se observa un descenso más o menos pronunciado en la lectura de este género, especialmente en el caso de los menores de 10 a 13 años.

Tabla 14 – Lectura de cómics en España
(2007-2009)

% Lectores de cómics	2007	2008	2009
10-13 años	52,0	57,0	50,5
14-24 años	20,8	21,8	22,8
25-34 años	15,1	16,6	18,5
35-44 años	14,3	14,5	17,0
45-54 años	9,9	13,7	11,0
55-64 años	9,5	9,9	8,8
65 y más años	5,5	4,7	5,9
Población general (14 y más años)	12,4	13,4	14,0

Fuente: Hábitos de Lectura y Compra de Libros, FGEE

Tabla 15 – Lectura de cómics en España
(Avance 2010)

2010	2010
1º Q	2º Q
43,2	40,0
19,8	20,3
16,4	14,8
19,2	17,9
10,7	10,9
8,3	9,4
4,4	2,6
13,7	13,4

2. Cómics y bibliotecas

La creciente presencia del cómic en la biblioteca pública y la promoción de la lectura a través de iniciativas de lo más diversas apoyadas en el cómic constituyen una muestra más del progreso del género en los últimos años.

Fancómic fue uno de los primeros blogs sobre el cómic lanzados a iniciativa de una biblioteca, en este caso desde las Bibliotecas Municipales de A Coruña, permitiendo a los interesados en el género compartir recursos y comentarios. Esta dinámica ha sido seguida por muchas otras bibliotecas o por los propios usuarios: la web de *Yamaguchi.comic*, creada por un grupo de personas que se reúnen en la Biblioteca Pública Yamaguchi (Pamplona) o el blog del Club de Lectura de Cómics de la Biblioteca Municipal de Grado (Asturias), son algunos ejemplos.

En otras ocasiones el cómic se utiliza como herramienta para atraer al usuario a la biblioteca. Precisamente esto es lo que ha hecho la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía para promocionar el uso de la Biblioteca Pública Provincial de Huelva. En diciembre de 2009 fue presentado en esta biblioteca el superhéroe *Biblos*, protagonista de un cómic creado por los hermanos Macías que incluye multitud de referencias de cómics y libros de la literatura universal y que se reparte de forma gratuita entre los usuarios. *Biblos* fue también protagonista

de un tráiler que, bajo el título “*Hay un misterio en la biblioteca*” fue seleccionado para representar a España en el Congreso Internacional sobre Bibliotecas celebrado el pasado mes de marzo en la ciudad alemana de Leipzig. También la Biblioteca de la Universidad de Granada ha creado recientemente un cómic que, sirviéndose de un bibliomurciélagos llamado *Balbús*, da a conocer la biblioteca, su historia y sus fondos.

A lo largo del presente año se han dado otros pasos que muestran la relevancia que está alcanzando el género en las diversas instituciones culturales. En el mes de mayo se inauguró el centro cultural y de ocio de Alhóndiga Bilbao, en cuya programación el cómic ocupa un lugar destacado a través de la iniciativa *AlhóndigaKómics*, con numerosas actividades como la *Exposición 100x100 Komik*, la celebración de las *III Jornadas AlhóndigaKomik* bajo el título “*Aventura, Manga y Superhéroes*”, talleres, concursos y un largo etcétera. Dos meses después entraba en funcionamiento CUBIT, la primera Biblioteca para Jóvenes de España, con un fondo que supera los 15.000 títulos, parte de ellos ubicados en una comicteca cuyas dimensiones en número de ejemplares sólo son superadas en España por la comicteca de Murcia. La creación de esta biblioteca ha sido una iniciativa del Ayuntamiento de Zaragoza, en colaboración con la Fundación Bertelsmann y la Caja de Ahorros de la Inmaculada. Más recientemente era inaugurado el Museo ABC de Dibujo e Ilustración, un nuevo centro artístico ubicado en Madrid que nace con la vocación de convertirse en referente a nivel europeo y un espacio en el que el cómic tendrá su hueco.

También hemos conocido el anuncio de la apertura en 2012 del Museu del Còmic i la Il·lustració de Catalunya, en Badalona, y la futura creación de la comicteca más grande del mundo, la Tokio International Manga Library, cuya previsión de fondos supera los dos millones de ejemplares y que se espera sea inaugurada en 2014.

Iniciativas de fomento del Cómic

La importancia que está adquiriendo el cómic se ve reflejada en la proliferación de premios, certámenes, salones y encuentros que en los últimos años son convocados por toda la geografía española y que tienen como foco de atención al cómic.

Desde el año 2007 el **Ministerio de Cultura** viene otorgando el **Premio Nacional del Cómic**, hasta entonces ajeno a estos premios, dando un gran espaldarazo al cómic español. Dotado con 20.000 €, con este galardón se reconoce anualmente la obra de un autor español del género. En su última convocatoria, el Premio Nacional del Cómic reconoció al guionista Antonio Altarriba y al ilustrador Kim por su obra *“El arte de volar”*. Publicada en 2009 y con varios premios en su haber (como los premios a la Mejor Obra española, Mejor Guión y Mejor Dibujo otorgados en la 28ª edición del Salón del Cómic de Barcelona), esta obra narra una dura historia real, que arranca con el suicidio del padre del guionista. La vida de Antonio Altarriba padre servirá de eje argumental de esta narración en la que se disecciona parte de la historia reciente de España.

Antonio Altarriba (Zaragoza, 1952) es, además de guionista, investigador especializado en el estudio del cómic. Ha participado como narrador en varias antologías como *“Relatos de Zaragoza”* (1990), *“Narrativa corta en Euskadi”* (1992) y *“Los que más cuentan”* (1995). En 1996 ganó el Premio La Sonrisa Vertical de literatura erótica con la obra *“Los Cuerpos entretnejidos”* y en 2002, su novela *“La memoria de la nieve”* fue galardonada con el Premio Euskadi de Literatura. Colaborador de las páginas de cultura y opinión de prensa escrita diaria, también ha publicado textos de ficción y reflexión en revistas.

Por su parte, Joaquim Aubert Puigarnau, Kim (Barcelona, 1941) publicó sus primeros cómics en la revista musical *Vibraciones* bajo la influencia del cómic underground de Estados Unidos. Ha colaborado con otras revistas, como *Por Favor*, *Mata Ratos*, *Rambla*, *El Víbora* y *Makoki*. En 1977 inició su colaboración con el semanario humorístico *El Jueves*, del que fue miembro fundador. Para esta revista creó su serie *Martínez el Facha*, que ha aparecido desde su primer número y durante más de 30 años. En 1995 fue galardonado con el Gran Premio del Salón del Cómic de Barcelona, y en 2007 con el Premio Internacional de Humor Gat Perich.

El Premio Nacional del Cómic representa, sin duda, una de las mayores apuestas a nivel nacional por impulsar este género. Esta iniciativa se suma a otras de marcada relevancia como el **Premio Iberoamericano de Humor Gráfico Quevedos**, galardón de ámbito internacional creado en 1998 por los Ministerios de Cultura, Asuntos Exteriores y Cooperación, a iniciativa de la Fundación General de la Universidad de Alcalá.

En su última edición (2010), este premio bianual ha recaído en el dibujante español Máximo San Juan Arranz. Este humorista ha trabajado en diversos periódicos y revistas nacionales, como el magazine *Don José* o los diarios *El País* y *ABC*. Es además autor de numerosos libros en los que se recoge el humor gráfico de sus viñetas, como *“El poder viceversa”* o *“Historias impávidas”*. A lo largo de su carrera, ha recibido muchos otros premios entre los que se encuentran el Premio Paleta Agromán (1965); el Premio Mingote (1980), por un dibujo realizado con motivo de la Exposición Picasso en Nueva York y publicado por *El País*; el Premio Joaquín Costa de Periodismo por sus trabajos sobre la paz; el Premio de la Asociación Pro-Derechos Humanos (1985); el Premio González Ruano de Periodismo (1988); el Premio Forte dei Marmi (2002); el Premio Villa de Madrid (2005), y el Premio Rodríguez Santamaría de la Asociación de la Prensa de Madrid (2008) en reconocimiento a toda su vida profesional.

Dotado con 30.000 €, con este galardón se recompensa 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 ediciones anteriores, este galardón ha recaído en Mingote, Quino, Chummy Chúmez, El Roto, Eduardo Ferro y el brasileño Ziraldo Alves Pinto, galardonado en 2008.

Habría que mencionar, por su contribución a la entrada de nuevos creadores en este género, los **Premios INJUVE para la Creación Joven**, otorgados desde hace trece años por el Instituto de la Juventud.

Se unen a estos premios multitud de galardones otorgados desde otras instituciones autonómicas, provinciales e incluso locales, con frecuencia destinados a impulsar las obras de nuevos creadores, adoptando a menudo forma de certamen. Entre muchos otros cabe destacar:

- En **Andalucía**, dentro del *Programa Desencaja* del **Instituto Andaluz de la Juventud**, se convoca desde hace años el **Certamen Joven de Cómic** con el objetivo de promocionar a jóvenes autores. Está dotado con 3.000 €, además de la publicación de la obra por una editorial especializada y su difusión en dos encuentros de referencia del sector en Andalucía: el *Encuentro del Cómic y la Ilustración de Sevilla*, y el *Salón del Cómic de Granada*. En esta comunidad autónoma es destacable el esfuerzo realizado desde algunas asociaciones culturales por potenciar el cómic. Sirvan de ejemplo la convocatoria del **I Premio Andalucía de Cómic**, una iniciativa de la asociación E-Veleta con el patrocinio de la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía destinada a profesionales del cómic andaluces; o el **Premio a la Creación de Historietas** convocado anualmente por la Asociación Cultural Andaluza Colectivo D. TEBEOS.
- A iniciativa del Gobierno de **Aragón**, el Instituto Aragonés de la Juventud convoca anualmente varios premios y concursos entre los que se encuentra el **Certamen de Cómic**. Creado con el objetivo de contribuir al desarrollo de las aptitudes creativas de los jóvenes, con este certamen se otorgan un primer y segundo premio, dotados con 1.800 € y 1.200 € respectivamente, además de tres accésit de 300 € cada uno.
- Desde la Consejería de Cultura de **Asturias** se convocan diversos premios a la creación literaria en asturiano, entre los que se encuentra el **Premio Alfonso Iglesias de Cómic**. Está dotado (al igual que los demás premios) con 7.000 €.

- En las **Islas Baleares**, el Ayuntamiento de Palma de Mallorca convoca todos los años los Premis Ciutat de Palma entre ellos el **Premio Ciutat de Palma de Cómic**, dirigido a autores de cualquier nacionalidad. Está dotado con un premio único de 12.000 € en concepto de derechos de autor y royalties.
- Desde el año 2008, el Gobierno de la Generalitat de **Catalunya** convoca el **Premio Nacional del Cómic de Cataluña** en reconocimiento a la relevancia social y cultural del género. Dotado con 18.000 €, el premio se dirige a una persona, entidad o institución por su especial aportación en el campo del cómic. Desde entonces, este galardón se suma a la concesión anual de los premios otorgados por FICÓMIC durante la celebración del Salón Internacional del Cómic de Barcelona, entre los que cabe mencionar el **Gran Premio del Salón**. Este último ha recaído en 2010 en Rubén Pellejero, dibujante catalán que debutó en los años ochenta en la revista CIMOC, por su trayectoria en el mundo de la historieta española. Además de este premio, durante el certamen se conceden el Premio a la Mejor Obra Extranjera publicada en España, el Premio a la Mejor Obra de autor español, el Premio al Mejor Guión de autor español, el Premio al Mejor Dibujo de autor español, el Premio Joseph Toutain al autor revelación, el Premio a la Mejor Revista española, el Premio al Mejor Fanzine español y el Premio a la Divulgación del Cómic; todos ellos cuentan con dotación económica. FICÓMIC es también la entidad organizadora del **Salón del Manga**, un encuentro que sirve de marco para la celebración, en colaboración con el diario ADN, del **Concurso Manga** dirigido a jóvenes de entre 14 y 25 años.
- En **Galicia**, la Xunta, a través de la Dirección General de Juventud y Voluntariado, organiza anualmente el certamen **Xuventude Crea Banda Deseñada**, con el que se premian obras de jóvenes artistas en un total de doce especialidades, entre las que se encuentra el cómic. En esta modalidad se establecen tres premios dotados con 3.000 €, 1.500 € y 1.000 € respectivamente. Son destacables también los premios convocados desde algunas provincias gallegas como el **Premio Castelao de Banda Deseñada de A Coruña**, lanzado hace seis años por la Diputación de A Coruña o el **Premio Ourense Banda Deseñada**, otorgado por la Casa de la Juventud y la Concejalía de Cultura del Ayuntamiento de Ourense.
- Desde la Concejalía de Juventud de la **Comunidad de Madrid** se viene convocando desde hace doce años el **Certamen de Jóvenes Creadores**, dirigido a personas de entre 14 y 30 años. Consta de tres premios, el Premio a la Mejor Historieta (dotado con 500 €), el Premio al Mejor Dibujante y el Premio al Mejor Guión (de 300 € cada uno). Especialmente destacable es la actividad de la Asociación Española de Amigos del Cómic, una entidad que inicia su trayectoria en el año 2000 con el propósito de promocionar el noveno arte en todas sus formas y variaciones como forma de expresión cultural. Es responsable de *Expocómic*, el Salón del Cómic de Madrid, que en el mes de diciembre celebró su décimo tercera edición, y de *Expomanga*, el Salón del Manga y Cultura Oriental que se viene celebrando desde hace nueve años. Coincidiendo con la celebración de ambos salones en Madrid, esta asociación concede anualmente los **Premios Expocómic y Expomanga**. En el primer caso, el premio cuenta con siete modalidades: Mejor Obra Nacional, Mejor Guionista Nacional, Mejor Dibujante Nacional, Mejor Obra Internacional, Mejor Autor Revelación, Mejor Fanzine y Mejor Comic On Line; todos ellos carecen de dotación económica y son elegidos por los aficionados. Por su parte, en Expomanga se otorgan los premios en ocho modalidades que se

corresponden con: Mejor Manga editado en España, Mejor Anime editado en España, Mejor Medio de Comunicación, Mejor Actor de Doblaje, Mejor Manga de un Autor Español, Mejor Ilustrador Español, Mejor Profesional y el Premio Especial Expomanga.

- El Gobierno de **La Rioja** entrega anualmente los premios de la **Muestra Joven de Artes Plásticas de La Rioja**, que cuentan con varias modalidades, una de ellas el cómic. En su vigésimo cuarta edición se repartieron tres premios al cómic de 1.800 €, 700 € y 400 € respectivamente.
- En el **País Vasco** destacar la iniciativa el **Concurso K.O. “Cómic on-line”**, un certamen de cómics en formato digital dirigido tanto a profesionales como a aficionados. No hay premio en metálico (sí un lote de 25 álbumes) pero las obras finalistas se publican en la web de Alhóndiga Bilbao y se exponen en la muestra “Autoeditados” de este centro.
- Y en la **Comunidad de Valencia** habría que señalar los **Premios del Cómic Valencia CREA**. Convocados por el Ayuntamiento de Valencia a través de la Concejalía de Juventud, este certamen, con once años de trayectoria, es uno de los más consolidados en esta comunidad. Los premios engloban un total de catorce disciplinas, entre las cuales se encuentra el cómic, con cuatro modalidades: el Premio Nacional del Cómic, dotado con 1.500 € y el Premio al Cómic Ciudad de Valencia, con 1.000 €, además de dos menciones especiales. Tanto las obras premiadas como las que reciben mención especial forman parte de una exposición organizada por el Ayuntamiento.

Finalmente habría que mencionar la convocatoria un sinnúmero de premios otorgados desde las propias editoriales, librerías y otras entidades vinculadas al género, como el **Premio Internacional de Novela Gráfica Fnac-Sins Entido**, con tres celebraciones a sus espaldas; el **Premio Internacional de Cómic Ciutat de Badalona – Caixa Laietana**, una iniciativa de la editorial Nautilus Comunicación y Cultura que inicia su andadura durante el presente año; el **Premio Internacional de Cómic Planeta DeAgostini**, que celebró este año su segunda edición coincidiendo con el Salón del Cómic de Barcelona; el **Concurso Manga Norma Editorial**; o los **Premios Historieta Diario de Avisos**. Estos últimos, con treinta y tres ediciones a sus espaldas, no cuentan con aportación económica pero sí con una sólida reputación dado su carácter independiente.

Si los premios al cómic otorgados en nuestro país son numerosos, no lo son menos los **salones, encuentros, jornadas y exposiciones** que se celebran anualmente por toda nuestra geografía nacional. Este año se celebró por primera vez la exposición **“Héroes del Cómic”**, una selección de los personajes de papel de los cinco países europeos considerados como los grandes productores de héroes. Bélgica, España, Francia, Inglaterra e Italia han congeniado el talento de autores y la iniciativa de los editores para desarrollar una amplia y heterogénea variedad de personajes heroicos y épicos, pero con debilidades humanas. La exposición, organizada por la Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas del Ministerio de Cultura, tuvo lugar durante la celebración de la 29ª Feria Internacional del Libro de Estambul, en la que España fue País Invitado de Honor.

Casi todas las comunidades autónomas españolas cuentan con algún encuentro anual de referencia en torno al cómic, muy a menudo impulsado desde entidades y asociaciones con el respaldo de las instituciones públicas. Entre las asociaciones nacionales del cómic, además de la citada Asociación Española de Amigos del Cómic, habría que destacar la actividad de la **Asociación de Autores de Cómic de España (ACE)**, una entidad sin ánimo de lucro que lleva funcionando desde el año 2002 y que se establece con finalidad de proteger los derechos de autor de los profesionales que participan en el proceso creativo de la historieta, ofrecer asesoramiento y favorecer la promoción cultural del cómic. Además de participar y promover tertulias, encuentros, salones y jornadas, organiza exposiciones, talleres y charlas y forma parte del jurado del Premio Nacional del Cómic del Ministerio de Cultura. Ha sido además responsable de la publicación de tres ediciones del Anuario de la Historieta¹² y de la revista BOOM (www.autoresdec comic.com).

Estas iniciativas se suman a otras de marcada relevancia entre las que cabe destacar el **Salón Internacional del Cómic 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 2010 celebró su vigésimo octavo encuentro en el que consolidó, con unos cien mil visitantes, la afluencia de ediciones anteriores. En esta ocasión, además de vislumbrarse el futuro más inmediato con los soportes digitales, se han intensificado los lazos con la industria audiovisual, tanto cinematográfica, como musical, y con el mundo de los videojuegos. Este encuentro ha servido de marco para el nacimiento del **Salón del Cómic Social**, una iniciativa que pretende ir más allá del entretenimiento, sirviéndose del cómic como medio informativo alternativo en el que reflejar los conflictos sociales o expresar libremente las ideas.

Otra de las iniciativas de FICOMIC es el **Salón del Manga** que, con una trayectoria iniciada en 1995, concluyó recientemente su décimo sexta edición con alrededor de sesenta y cinco mil visitantes, superando la afluencia de la edición anterior y reflejando el buen momento que vive el mundo del cómic japonés y del anime en España.

Son cada vez más los salones que, desde distintas ciudades y comunidades autónomas organizan sus propios encuentros. Así, en Galicia, se convoca anualmente el **Salón del Cómic de A Coruña "Viñetas desde o Atlántico"**, en el que 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). En esta comunidad se organizan también las **Xornadas de Banda Deseñada de Ourense**, que en octubre celebraron su vigésimo segunda edición. También recientemente, se ha celebrado la novena edición del **Salón del Cómic y Manga de Getxo**, iniciativa que surge en 2002 con objeto de convertirse en punto de reunión de la Comunidad Autónoma Vasca para todos los aficionados al arte de la viñeta. Desde Andalucía, además de una larga lista de salones del cómic (el **Salón Internacional del Cómic de Granada**, el **Salón del Manga de Andalucía** o la primera edición, este año, del **Salón Internacional del Cómic de Huelva** y del **Encuentro Profesional del Cómic** son algunos ejemplos), se organizan diversas

¹² Publicación cultural y gratuita dirigida a profesionales y estudiosos del medio que trata de analizar el estado de nuestra industria e ilustrar cómo trabajan los distintos sectores que la forman. Puede descargarse desde <http://www.autoresdec comic.com/Archivos/Archivo/Documentos/AnuarioACE2005.pdf> (Anuario 2005), <http://www.autoresdec comic.com/Archivos/Archivo/Documentos/AnuarioACE2006.pdf> (Anuario 2006) y <http://www.autoresdec comic.com/Archivos/Archivo/Documentos/AnuarioACE2007.pdf> (Anuario 2007).

jornadas, entre otras las **II Jornadas Profesionales del Cómic de Granada** y las **Jornadas del Manga de Sevilla**. El éxito de estas últimas, tras dos ediciones consecutivas, ha impulsado su transformación en el **I Salón del Manga de Sevilla**.

Habría que mencionar muchos otros eventos, como el **Salón Internacional del Cómic del Principado de Asturias**, el **Salón del Cómic de Zaragoza**, el **Salón del Cómic y Manga de Castilla y León**, el **Salón del Manga de Murcia**, el **I Salón Internacional del Cómic de Navarra**, la **Mostra Cómic de Valencia**, las **Jornadas del Cómic de Castellón** o las **I Jornadas de Bibliotecas i Còmic** en Mallorca, entre otros.

Es de destacar que desde hace años el Ministerio de Cultura viene apoyando muchas de estas iniciativas; entre otras, Expocómic, Expomanga, el Salón del Cómic de Barcelona o el Salón Internacional del Cómic de Granada. Desde el año 2004 hasta la actualidad, esta institución ha destinado más de 600.000 € a la organización de este tipo de encuentros.

Por último, es imprescindible mencionar, por su relevancia internacional, **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 cuenta con mayor prestigio es el Grand Prix de la ville d'Angoulême, que se concede a un autor por su trayectoria profesional y que en 2010 ha recaído en Riad Satouff por *Pascal Brutal*. También el dibujante español Carlos Jiménez recibió en dicho festival el Premio del Patrimonio por *Paracuellos*.

En definitiva: el cómic es centro de atención de un sinfín de eventos e iniciativas que vienen a mostrar la relevancia y el interés creciente hacia el noveno arte.

Bibliografía

- *Anuario de la Historieta* (2005, 2006-2007). Asociación de Autores de Cómic de España
- *Comercio Exterior del Libro*. Federación Española de Cámaras del Libro
- *Comercio Interior del Libro en España*. Federación de Gremios de Editores de España
- *Hábitos de Lectura y Compra de Libros*. Federación de Gremios de Editores de España
- *Panorámica de la Edición Española de Libros*. Ministerio de Cultura
- 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
- FERNÁNDEZ PAZ, Agustín. “¿Es un libro?, ¿es una película?...¡es un cómic!”. *Educación y biblioteca*. 2003, n. 134.
- FUNES, Vicente. “Dibujando el futuro: cómic y selección natural en las bibliotecas públicas”. *Mi Biblioteca*. Año VI, n. 21; p. 42-48.
- 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.
- MARTÍNEZ-REINA, Ana. “Organización de còmics en la biblioteca”. *Mi Biblioteca*. Año VI, n. 22; p. 78-84.
- MERINO, Ana. “El cómic hispánico”. Madrid: Ediciones Cátedra, 2003
- MERINO, Ana. “La dimensión didáctica de los còmics”. *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.
- PONS, Álvaro. “La dulce convivencia del papel y del bit”. *EL PAÍS*, 10 de septiembre de 2010.
- RODRIGO, Elena. “Editar cómic, toda una aventura”. *Delibros*. Año IX, nº 90, julio - agosto 1996; p. 20 - 28 .