

VEINTE PUNTOS Y APARTE PARA UN PUNTO FINAL

JESÚS CUADRADO

COLECTIVO DE COMUNICACIÓN NUTRIA

Se estima, por extensión cultural -que no por evidencia empírica-, que la Historieta es un medio dirigido, con prioridad, a los públicos infantil y juvenil; y pareciera que el tiempo en el que en España se intentó una búsqueda del llamado mercado de adultos ha pasado a la otra vida: la del recuerdo y la sombra. Jamás se concretó en qué se concretó aquello de la adultez. Para unos, fue un simple arropamiento y un rescate de la Historieta erótica y violenta; para otros, la recuperación o lanzamiento de firmas que se plantearon que la Historieta era no sólo un medio expresivo sino, y también, comunicante.

En el hundimiento actual de la Historieta española (nafragio que arrancó al final de los años ochenta) conviven los pecios de la antaño industria junto a los temporales flotadores de la llamadas -por comodidad semántica- corrientes independientes y alternativas.

La independencia -y la alternancia-, en este caso, no significan radicalismo y sí una ocupación de los espacios abandonados -por desidia, inoperancia, aprofesionalismo, aconcienciación, irresponsabilidad- por los editores que, hasta ahora, se autodenominaban profesionales; lo gremial.

Pero de los sellos verdaderamente gremiales tan sólo nos quedan tres: **La Cúpula** (1979), **Norma** (1981) y **Glénat España** (1993; éste, con la libertad comprimida al depender de su casa-madre en Francia). Porque **Planeta** (1949) es multifacial (se ocupa del tebeo como una más de sus facetas; desde 1983, y en la división **Forum**); como multifacial también lo es **B** (1987; integrado en el **Grupo Zeta**, y con la totalidad del fondo heredado de la factoría **Bruguera**; 1940-1986). Todos ellos establecidos en Catalunya.

La Cúpula (fundado y dirigido por **José María Berenguer**) mantiene un tebeo histórico, *El Víbora* (1979), de temática generalista, y otro de la corriente pornográfica, *Kiss Comix* (1992), más varias colecciones de monografías. En principio, ninguna de las dos cabeceras parecieran dirigidas al público infantil-juvenil.

Norma (fundado y dirigido por **Rafael Martínez**) cerró sus publicaciones periódicas -y, también, históricas, *Cimoc* (1985-1991) y *Cairo* (1981-1991)-, pero defiende casi todas sus colecciones de monografías. Es sello muy pendiente de la citada corriente del tebeo para adultos, y de la difusión de materiales externos.

Glénat España (dirigido por **Joan Navarro**) no pudo alargar la vida de *Viñetas* (1994-1995), un mensual diferenciado y crepuscular, pero sus colecciones de monografías sobreviven ya en el mercado adulto ya en el juvenil (se ocupa, además y con especial atención, del mercado teórico con una colección batalladora, *Biblioteca del Dr. Vértigo*; 1995).

Planeta (fundado por **José Manuel Lara**, con **Antonio Marín** al frente de la división de publicaciones populares), con materiales mayoritariamente procedentes del **Marvel** estadounidense, abarrotó el mercado -más de setenta títulos mensuales- con cabeceras infantiles y juveniles y, esporádicamente, se aproxima a la Historieta adulta más por vocación personal del director editorial (pionero en la historietografía española, pues

fue el fundador de la revista de estudios *Bang!* (1968) que por conciencia asumida.

B -Grupo Zeta- (fundado por **Antonio Asensio**, con varios coordinadores, y, de entre ellos, acaso el de más conciencia historietística, **Laureano Domínguez**) desperdicia a cada instante el gigantesco fondo de la antigua **Bruguera**: para el mercado infantil avasalla con el fenómeno *Mortadelo y Filemón*, y para el juvenil y el nostálgico rescata, casi sin saber por qué y para quién, pequeñas joyas en dispersión (**Ambrós, Fuentes Man, Víctor Mora**).

Y de entre el mercado semiadulto, en la práctica, y aisladamente, se mantienen **De la Torre** (1975), con su colección *Papel Vivo*; **Juventud** (1923), con los derechos de la archipopular serie *Tintín* (ejemplo sumo de lo infantil-juvenil); y se esfumaron **Grijalbo** (1962; con materiales del francés **Dargaud**), la barcelonesa **Zinco** (1981-1996; pendiente de los productos de la **DC** estadounidense), la catalana **Camaleón** (1992-1998; con decenas de títulos tan inconexos como libres).

También está **El Jueves** (1982), con su semanario homónimo y que, al parecer, se dirige al mercado adulto (si adulto fuera todo homínido que está a punto de entrar, o de salir, del servicio militar).

Pero ha surgido una microindustria proveniente del fanzínismo (mercado paralelo y underground que se dirige desde y para el aficionado), y que ha prosperado a partir del fenómeno de la distribución gremial y alternativa: productos estables en las librerías especializadas en Historieta.

En esa línea estarían **Subterfuge** (1991), **La Factoría de Ideas** (1993) y **Under Comic** (1997), y, acaso, **La Comictiva** (1994); sellos muy pendientes de una revisita al mercado de adultos (o, más bien, lo que ellos mismos han decidido establecer como ideal mercado de adultos).

Y ha arrancado, de forma más que insular, **De Ponent** (1998; dirigido por **Francisco Camarasa**), un intento levantino que ha rescatado una obra maestra de la Historieta española del auténtico mercado para adultos, *Lope de Aguirre. La expiación*. Pero se quedará en eso, en intento: la rivalidad del resto de los sellos -que cada día se acrecienta más en su comportamiento semimafioso- acabará con la leve idea de libertad y sufrirá la acusación de intruso.

Como prevención conviene detenerse en que el fenómeno de la estética Manga (historieta japonesa) intentó, en España, un implante masivo en los años noventa; pero que, como toda costumbre gratuita, su interés mercadotécnico ha decrecido y ya está al borde de la extinción. En ese mimetismo del "manga a la española" se refugiaron, en confuso desorden, unas supuestas líneas infantiles y juveniles. En principio, nada que objetar sobre los contenidos de los mensajes, pero sí avisar de que, en lo formal, la enfermedad icónica ha quedado ahí, latente, en las retinas de los creadores y de los lectores -y de la supuesta crítica: grupos de meros aficionados tan ágrafos como insolentes-. El tiempo hablará.

Como segunda prevención: ahí están los resultados paralelos, y anteriores, en la asimilación del público español -de nuevo, léase creadores; léase lectores; léase críticos- de la corriente de historieta de superhéroes que en los años ochenta explotó, y que nos dejó el actual vicio de imagen, incurable ya, y para siempre. En el presente, el consumidor actual no mira hacia atrás y desconoce la historia del serialismo aventurero español (narradores poderosos e intuitivos).

En el presente, el consumidor actual desconoce la historia de los seriantes de humor español (inmensos creadores, de genio tan irreplicable como autóctono).

En el presente, el consumidor actual desconoce la más próxima historia de la generación de autores de los años ochenta -estamos hablando de autoría en el sentido más estricto del término-, y que renovó el panorama del medio al mismo tiempo que ofrecía la más lúcida defensa del propio medio como vehículo de expresión diferenciada y alternativa.

En el presente, el editor actual es casi un remedo, cuando no un plagio, sin fortuna, de los editores del mercado externo.

En el presente, los críticos actuales no llegan ni a parodia de nuestros pioneros.

Finiquito: en el presente, la Historieta española ha desaparecido del mercado exterior -salvo alguna excepción: autores como **Miguelanxo Prado** o **Daniel Torres**-; se manifiesta en un equilibrio tan inestable como ridículo en el mercado interior, y casi inexistente; se ensalva las llagas sin apercibirse de que, en su propia lengua, transporta los gérmenes de la torpeza, de la ineficacia, el mimetismo, la ignorancia, la cobardía. El autolamefazo del espejo cóncavo.