

V Saló del Còmic: una dura lliçó

La darrera edició del Saló del Còmic a Barcelona, inclòs dins la Fira de Mostres Internacional, no ha convençut ningú. Per a les pròximes convocatòries, caldrà modificar-ne els plantejaments.

La tasca de dur a cap un seguiment d'aquesta convocatòria del Saló del Còmic de Barcelona ha estat dura. A un inexistent servei de premsa s'hauria d'afegir una confusa relació d'actes, barrejats entre els despatxos de megafonia per a firaires i executius d'alt estil. Un ambient enrarit que podia tallar-se amb un ganivet.

No hi faltaren novetats, exposicions, premis... però, això sí, amb més pena que glòria. Com un aparent fracàs comercial pot posar a la vista tantes deficiències, o a la inversa, com tantes deficiències poden dur a un fracàs comercial: Hem arreplegat algunes opinions de participants i interessats en aquest V Saló, absorbit per la Fira de Mostres Internacional.

Per a Josep Toutain

Albert NAVARRO

(editor), acceptar ser inclosos a la Fira ha estat un gran error. «Hi hagué un poc d'avarícia per part dels editors, en pensar que amb el poder de convocatòria de la Fira el Saló podia funcionar molt bé comercialment, però s'ha vist que això ja és història... Aquest Saló és deficitari; hi ha unes xifres negatives de sis milions de pessetes.»

«D'altra part, estem agraïts a l'organització de la Fira, perquè ni la Generalitat ni l'Ajuntament no ens han fet el menor cas...»

Per a Rafa Martínez, de l'editorial Norma, «ens hem vist obligats a acceptar una Fira que en tot moment ha estat inferior al que se'ns va dir que es faria... És clar que, a la Fira, no l'interessa el Saló. Una cosa és que hi haja públic i una altra és que, a les editorials, els interesse com-



Amb música, però sense incidència

pra un estand, i la Fira viu dels estands que ven, i no del públic.»

«La llàstima és que ací no tinguem, com a Madrid, una ajuda de set milions de l'Ajuntament... Segurament, el que s'hauria de fer perquè no desaparega un esdeveniment com aquest és parlar directament amb la Diputació, la Generalitat, l'Ajuntament o la Coca-Cola, però s'ha d'aconseguir un Saló

per a Barcelona cada any.»

Com veiem, els comentaris a la desídia de les institucions són generals. Jesús Cuadrado, director i crític de *Grafito*, matisa una mica el tema: «Sempre s'ha dit que aquest Saló és deficitari..., però, curiosament, a la setmana de Madrid els llibreters es queixaven de la poca venda, i açò confirma el que diem els crítics de la meua revista: la gent ja no compra te-



**Santiago
Sancho
Jorda**

(SUCESSOR DE MIGUEL SANCHO GARCIA)



FÀBRICA DE PELADILLES I DOLÇOS

ESPECIALITATS: NOUS FARCIDES, PASTISSOS DE CARN DE ROVELL I GLÒRIA, ELS INIMITABLES TORTELLS, I LES TAN ACREDITADES PELADILLES D'ALCOI

“EL CAMPANAR”

Major, 2 - Telèfons 54 33 89 i 54 29 50 - ALCOI



ca que hi ha un Saló del Còmic. Estem amagats en la part de dalt d'un palau que, alhora, està amagat, no hi ha senyals indicatius, la gent no ve... Una cosa així, mai més. Muntatges com aquest són perquè la gent que ve per ací no hi aparega mai més».

Carles Prats, d'editorial Unicorn, en responsabilitza, en part, les grans editorials que controlen el Saló, i hi planteja una alternativa.

«S'ha de fer un Saló diferent, en un indret més de pas, gratuït, amb actes culturals, i no aquesta espècie de desastre que no és gens instructiu. S'han de donar

incorporació a la Fira podria dur algun problema... Jo no sé qui ha dit que ha mancat publicitat, això són individus que tenen el seu propi criteri. Si no els han enviat el sobre a casa, diuen que no els n'han informat... Les campanyes de premsa han estat planificades des de fa molt de temps... L'any passat el tema de moda eren els originals per a l'exposició, enguany és la campanya, veurem el pròxim any quin és... El problema és un anunci. ¡Això no és un problema! El problema és que l'espanyol no llegeix, ni diaris, ni revistes, ni res, i encara menys un cartell;



Un sector que ha de canviar

beos... Evidentment, el que s'ha de fer són dues coses. Un replantejament dels industrials privats: la historieta camina o caminarà per uns altres viarans. I, paral·lament, que els estaments oficials es consciencien que la historieta és un art, un mitjà de comunicació, etc... Aquesta és la meua posició teòrica, però crec que no s'esdevindrà ni una cosa ni l'altra; ni els industrials han de prendre aquesta posició, ni Solana tampoc.»

Respecte al Saló, concretament, Pere Porcel, de l'editorial Arrebato, planteja una dura crítica a la totalitat: «A mi, em sembla que açò no és un Saló del Còmic, si no, més bé, una convenció d'amiguets que vénen a veure's i a xerrar. Errors d'organització, tots els que vulgues i més. No hi ha cartells, no hi ha publicitat. Han fet els cartells, però no els han enganxats. S'anuncia la Fira de Mostres i no s'especifica

facilitats als editors estrangers, perquè vinguen ací a fer negocis; aquesta és l'única manera de tirar endavant.»

Per la seua part, Carles de Tejada, director del comitè organitzador, tracta de respondre a algunes de les crítiques que han plogut sobre l'organització:

«Jo accepte que no tot el món n'està content... Però faria algunes matisacions. Una, fonamental, és que sabíem de bestreta que la

un cartell, no el llegiran mai.»

Ja ho saben els cartellistes. No cal amargar-se.

Moltes coses han quedat en el tinter: la formació del comitè organitzador, el preu de les entrades al Saló, la participació dels dibuixants valencians, etc. De tota manera, en una cosa tots han estat unànimes: en la Fira o en un altre lloc, amb més o menys millores, el Saló del Còmic de Barcelona ha de continuar.

Crisis: What crisis

Bertus RAI

La pitjor cosa que pot passar a aquest país és que els habitants, davant d'una dificultat, es queden mirant-se el melic. Això ha passat al Saló. Dins del marc de la Fira de Mostres un saló com el del Còmic resultava un germà pobre d'un muntatge en què els participants poden pagar-se l'aparador, i aquest no és el cas del sector dels tebeos.

Les noves tendències han corregut més que la inèrcia d'un mitjà en desenvolupament. La desconexió entre les tendències actuals i les editorials més o menys institucionalitzades, com Toutain, Cúpula o Norma, perquè les restants ja són història, n'és una prova.

Que el tebeo siga un mitjà, ningú no ho dubta, però, com a mitjà en evolució, les tendències no depenen d'uns senyors editors exclusivament. Una sola novetat aïllada pot posar anys llum entre distintes concepcions del que és el tebeo en aquests moments.

Si es pot dir alguna cosa en favor d'aquest Saló, és que ha posat les coses on corresponia i tots els peus a terra. No es pot anar fent campanya en pla tercermundista, i menys intentar vendre un producte per damunt de tot, potser a qui menys interessa. Perquè el públic potencial del tebeo no és, després de tot, majoritari. El mitjà ha d'evolucionar, com ho fan els altres sectors del món de la imatge. És una tasca de tots. I, sobretot, la responsabilitat dels qui tenen el poder polític és donar facilitats. Encara que, desgraciadament, no compren tebeos.