

Historieta o Cómic

Biografía de la narración gráfica en España

editado por Alessandro Scarsella, Katuscia Darici, Alice Favaro

La influencia de la novela gráfica en la industria del cómic española

Daniel Gómez Salamanca
(Independent scholar)

Abstract The graphic novel is often presented as the best choice for the comic industry to achieve cultural legitimization of this media. This article analyses comic's register, confirming its inherent legitimacy, questions the arguments provided by the critics to sustain the above mentioned choice and analyzes from different perspectives the Spanish comic industry in order to understand the influence of graphic novel in different areas of the sector.

Keywords Graphic novel. Comic. Comic industry in Spain.

1 Introducción

En los últimos años, en España, hemos visto como, en el ámbito de la teoría y crítica del cómic, se venía perfilando con entusiasmo la idea de un nuevo tipo de cómic que estaba destinado a legitimar la historieta como un vehículo cultural válido, es decir, que rompería por fin con la idea de que el cómic es un producto de escaso valor destinado únicamente a un público infantil. Se trata de la novela gráfica. En este contexto se hacía evidente que la cuestión de la novela gráfica merecía un acercamiento más sistemático que el que le dedicaba y sigue dedicando la prensa, y menos entusiasta con la idea de que esta hubiera llevado el cómic a su madurez que el que defienden algunos teóricos españoles. Fue la necesidad de este acercamiento lo que motivó la redacción de la tesis doctoral en la que se basa el presente artículo.

¿Pero, qué es la novela gráfica y cuál es su influencia en la industria del cómic española? Como puede observarse la pregunta inicial de esta investigación tiene dos partes claramente diferenciadas. Por ese motivo, en el desarrollo del trabajo, obtuvimos dos grupos de objetivos que acabarían por desembocar en una única hipótesis.

La primera parte tiene como objetivo principal definir la novela gráfica y la segunda establecer su grado de influencia en la industria. Del primero de estos objetivos principales se derivan, además, los siguientes sub-objetivos:

Biblioteca di Rassegna iberistica 4

DOI 10.14277/6969-146-1/RiB-4-9 | Submission 2016-09-26

ISBN [ebook] 978-88-6969-146-1 | ISBN [print] 978-88-6969-145-4 | © 2017

- Explorar las principales teorías acerca del lenguaje del cómic y la manera en que construye los relatos.
- Revisar críticamente las principales teorías sobre la novela gráfica.
- Delimitar la importancia de la novela gráfica como herramienta de legitimación del cómic.

La segunda parte de la pregunta nos lleva a determinar su grado de influencia en los diferentes ámbitos de la industria, es decir: producción, distribución, canales de comercialización y promoción.

Desde este doble acercamiento pretendíamos confirmar la siguiente hipótesis: «La novela gráfica ha influido de manera desigual en los diferentes ámbitos de la industria del cómic española, propiciando una normalización de dicha industria como subsector de la industria editorial».

Acabando ya con la cuestión metodológica, como ya prefiguraba la pregunta inicial, la tesis se dividía en dos partes y cada una de ellas se ocupaba de uno de los grupos de objetivos.

2 Teoría del cómic y la novela gráfica

El primero de ellos consiste, como ya hemos dicho, en explorar las principales teorías acerca del lenguaje del cómic desde la semiótica y desde la narratología. Aunque el origen de los estudios semióticos del cómic podemos situarlo en Francia durante los años sesenta con Roland Barthes, no será hasta los setenta y ochenta cuando una nueva generación de teóricos franceses emprenderá dichos estudios de manera sistemática. Entre ellos encontramos a Pierre Fresnault-Deruelle, Pierre Masson, Benoît Peeters y Thierry Groensteen. En España, en cambio, la investigación semiótica del cómic, salvo puntuales excepciones, no ha tenido tanta repercusión ni continuidad. En este trabajo concebimos el cómic como texto según la definición de Umberto Eco, es decir, en tanto que «artificio sintáctico-semántico-pragmático cuya interpretación está prevista en su propio proyecto generativo» (1993, 96). Queda claro, pues, que el cómic pertenece al ámbito de estudio de la semiótica, la teoría o ciencia que estudia los signos. Sin embargo, siendo el cómic un medio principalmente narrativo, el estudio de su lenguaje no puede ser completo sin observar la naturaleza de estos significados y cómo se organizan para crear relatos. Cambiamos entonces de disciplina y propusimos un estudio desde la narratología que complementara el estudio semiótico.

El lenguaje del cómic, analizado desde la doble perspectiva semiótica/narratológica, se revela como un sistema de comunicación complejo y perfectamente capacitado para vehicular significados igualmente complejos. Como afirma Antonio Altarriba, «no existe ningún condicionamiento especial en sus componentes constitutivos que la condene a transmitir

unos mensajes fáciles o intrascendentes» (1995, 379). Es desde esta constatación desde la que afirmamos tanto su entidad como medio de comunicación autónomo como su plena legitimidad cultural.

¿Teniendo en cuenta esta última consideración, qué necesidad había de crear el término novela gráfica? ¿O, en otras palabras, qué necesidad había de encumbrar un pequeño grupo de cómics mediante constantes alusiones a la literatura?

Intentando resolver esta cuestión, en la segunda parte del marco teórico, realizamos una revisión crítica de las principales teorías por las cuales se presenta la novela gráfica como forma de legitimación del cómic. Estas teorías se integran en lo que denominamos 'perspectiva culturalista'.

Para los teóricos y críticos partidarios de esta perspectiva - entre los que encontraríamos a Santiago García, Will Eisner, Eddie Campbell o Pepo Pérez - el cómic comercial (y muy especialmente, según afirman, el *comic book* de superhéroes y los álbumes de *bande dessinée* de aventuras) está tan connotado como producto infantil y desechable, que ha hecho falta la creación de un nuevo tipo de historieta para legitimar el cómic y un nuevo nombre para designarlo evitando las connotaciones previas: la novela gráfica.

Estos teóricos obtienen las características de este nuevo tipo de cómic por contraposición a aquellas que consideran más perjudiciales para su legitimación en el cómic comercial, resultando un cómic de autor, literario, ambicioso, serio y, muy especialmente, adulto.

En contrapartida, los partidarios de la que hemos denominado perspectiva integradora (entre los que podemos incluir al Manuel Barrero, Álvaro Pons o yo mismo) consideramos que el cómic es ya un producto culturalmente válido; que, en consecuencia, crear un nuevo término para legitimar culturalmente aquello que ya posee legitimidad no es necesario, y que las características propuestas por los partidarios de la perspectiva culturalista no suponen aisladamente (ni en conjunto) ninguna novedad, es decir, que ya habían existido cómics de autor, serios, adultos, etcétera. En consecuencia, la mayor parte de nosotros definimos la novela gráfica, no tanto como movimiento artístico, sino como formato. En nuestro caso la definíamos concretamente de la siguiente manera:

Formato de cómic (que, aunque suele decantarse por parámetros similares a la novela literaria, admite una cierta variabilidad en cuanto a sus características materiales: tipo de encuadernación, tamaño y número de páginas, etcétera) caracterizado por contener una historia autoconclusiva que (independientemente de su serialización previa) habría sido concebida para su publicación en dicho formato y cuya autoría es definida e incluso destacada mediante diversos recursos paratextuales. La novela gráfica está destinada a un público adulto,

no necesariamente lector habitual de cómics, por lo que su canal de comercialización habitual no consistiría tanto en librerías especializadas en cómic como en librerías generalistas, cadenas de librerías y (en menor medida) grandes superficies. (Gómez Salamanca 2013, 87)

Definida de esta forma, pierde sensiblemente importancia la consideración de la novela gráfica como estandarte del cómic como producto cultural legítimo y se impone un enfoque diferente que ayude a delimitar el papel de la novela gráfica como motor de la industria del cómic española. Sin embargo conviene dedicar un espacio a la revisión crítica de algunos de los principales argumentos esgrimidos por los integrantes de la perspectiva culturalista sobre la novela gráfica, comenzando por su consideración de cómic adulto.

Desde la perspectiva culturalista suele afirmarse que el cómic (hasta la llegada de la novela gráfica) estaba rígidamente encorsetado por el hecho de dirigirse a un público infantil. Para estos teóricos la llegada de la novela gráfica ha supuesto la maduración del cómic. Algunos teóricos como Santiago García, poniendo el ejemplo de *Maus*, hablaban incluso del «tebeo que se atrevió a ser mayor» (2010, 206).

En primer lugar deberíamos preguntarnos en qué medida la edad del público al que va dirigido una determinada obra debe ser considerado un motivo para la legitimación o deslegitimación de la misma. En segundo lugar, repasando la historia del cómic hemos podido observar como el cómic para adultos ha sido una constante en la historia del cómic, si bien tradicionalmente se ha mantenido en segundo plano.

A esto debemos añadir lo que creemos que es una confusión muy común en la perspectiva culturalista: la equiparación de la madurez del público al que va dirigido el cómic y la madurez del cómic en sí. Recuperamos, por tanto, la distinción que ya hacía Antonio Altarriba, junto con Antoni Remesar, en su temprano estudio *Comicsarías*, entre cómic adulto y cómic para adultos.

La primera se refiere al nivel alcanzado en la utilización de los códigos del medio, independientemente de los contenidos que se transmitan. La segunda por el hecho de la existencia de un público que pueda considerarse adulto en el sentido más cultural del término y que legitime, por su consumo, un tipo de producciones sobre las demás. (Remesar, Altarriba 1987, 94-5)

En cuanto a la segunda acepción, Remesar y Altarriba calificaban la aco-tación del cómic adulto como una «turbia maniobra» por parte de ciertos editores aunque podrían haber errado la previsión cuando, analizando los escasos datos de los que disponían en 1984, afirmaron que «la legitimación de este tipo de productos por la vía del consumo es del todo inviable» (95).

Nos decantamos por tanto por afirmar que una novela gráfica es un

cómico no adulto sino para adultos, sin que esta consideración deba afectar en modo alguno a la valoración de la obra o deba ser interpretada como madurez de la obra o del medio.

En lo que respecta a la novela gráfica como cómic serio, según los teóricos de la perspectiva culturalista se produce un rechazo de la ficción de género. Se abandonan géneros como la ciencia ficción, la fantasía, las aventuras y, muy especialmente, el género de superhéroes en favor de otras temáticas que agrupan bajo la categoría de 'temas serios'. En realidad la novela gráfica no abandona la ficción de género sino que desarrolla otros géneros como el cómic histórico, el cómic periodístico, el cómic autobiográfico o las adaptaciones literarias al cómic. Salvo estas últimas, que se deben más a una cuestión de trasvase y apropiación del prestigio de la literatura, suele justificarse la elección de estos géneros (especialmente el autobiográfico) por la posición que ocuparían en un supuesto eje cuyos extremos fuesen la realidad y la fantasía.

La novela gráfica constituye un espacio en el que propiciar una dignificación del lenguaje del cómic alejándose de las peleas y aventuras extenuantes. Reivindica una mirada hacia la vida y los espacios cotidianos, la aventura reside en el día a día y sus protagonistas son de ordinario perdedores. (Trabado Cabado 2006, 226)

Sin embargo, basándonos en las teorías de Bart Beaty, uno de los motivos de mayor peso, podría ser la promesa de legitimación por la vía autoral que ofrecen estos géneros.

Autobiography [...] becomes a mode which foregrounds both realism (as opposed to the traditions of fantasy) and the sense of the author as an artist demanding legitimacy (in contrast to the view of the cartoonist as a cultural hack slaving away to turn out mass-mediated product). In the field of contemporary comic book production, autobiography holds a promise to elevate the legitimacy of both the medium and the artist. (Beaty 2009, 229)

Precisamente en relación a la autoría, los teóricos culturalistas han intentado aplicar la teoría de autor de *Cahiers du cinéma* al cómic. En este apartado hemos recogido la crítica que se hacía a la teoría de autor desde el cine con Pauline Kael a la cabeza, y hemos comprobado cómo es también aplicable a la teoría de autor que se está practicando en la crítica de cómic. Aunque Douglas Wolk, a la hora de aplicar la teoría de autor cinematográfica al cómic, ya tenía en cuenta algunas de las principales críticas que se le hacían a la primera, hemos podido constatar como en ambos casos, tanto en el cine como en el cómic, es necesaria una redefinición del concepto de autor que se aleje de la idea de autor

romántico para admitir nuevos aspectos como la autoría colectiva tan propia de las industrias culturales.

En lo que respecta a la novela gráfica como cómic literario, apreciamos claramente como los teóricos y críticos culturalistas están intentando connotar la novela gráfica con el prestigio y la legitimidad cultural que se le presupone a la literatura. Aunque Eddie Campbell lo niegue en su manifiesto,¹ el propio término novela gráfica es un magnífico ejemplo de ello.

Terms like «comic book» and «graphic novel» are, strictly speaking, inaccurate; worse yet, they may encourage expectations, positive or negative, that are not borne out by the material itself. The phrase «graphic novel», for instance, seems to imply a breadth and cohesion to which few graphic novels aspire, let alone achieve. [...] (Ironically, the novel – once a disreputable, bastard thing, radical in its format instability – is here being invoked as the very byword of literary merit and respectability). (Hatfield 2005, 5)

Las estrategias más comunes para ello son definir el cómic como subgénero de la literatura (lo que es un despropósito porque, como ya habíamos visto en la primera parte de la investigación, el cómic tiene un lenguaje autónomo) o bien distanciar la novela gráfica del cómic afirmando que, a diferencia de este último, la novela gráfica cumple con los requisitos de calidad, seriedad, autoría, etcétera propios de la literatura. constituyendo un cómic ‘más literario’ que el cómic más comercial. En respuesta a la primera estrategia, proponemos explicar esta cuestión mediante un esquema diferente en el que no se supedita la narrativa a la literatura, es decir, considerando la narrativa como intersección que incluiría los textos narrativos de diferentes artes y medios como el cómic el cine el teatro o la literatura. Hay que recordar que, a pesar del logocentrismo imperante en la mayoría de los estudios lingüísticos, el ser humano ha cultivado la narración de las formas más diversas a lo largo de su historia (con o sin recorrer al uso de la palabra). Por tanto, teniendo en cuenta que ni siquiera la expresión escrita es exclusiva de la literatura, no podemos afirmar que, por el hecho de narrar, lo narrado deba ser considerado literatura.

La segunda estrategia implica, según nuestro criterio, una grave confusión entre literatura y canon literario. Incluso si dejamos de lado la discusión sobre la validez del canon literario, podríamos decir que, en tanto que medio autónomo, el cómic no puede ser valorado mediante criterios estrictamente literarios.

1 Cf. «Eddie Campbell's (Revised) Graphic Novel Manifesto» [online]. *Oblique Strategies: an Exercise in Youthful Blasphemy*, 4 February 2006. URL <http://wasaaak.blogspot.com.es/2006/02/eddie-campbells-revised-graphic-novel.html> (2017-04-15).

Paralelamente a la cuestión de la legitimación cultural, la insistencia en la presentación del cómic en general y la novela gráfica en particular como una forma de literatura estaría también motivada por una voluntad, por parte de los editores, de acceder al canal de venta de las librerías no especializadas. En primera instancia este acceso vendría delimitado por la creación de secciones de cómic en las principales librerías pero a largo plazo suele valorarse positivamente la posibilidad de eliminar cualquier frontera entre cómic y literatura, es decir, mezclar literatura y cómic en las librerías en función de otros criterios como el género.

Finalmente, los críticos y teóricos culturalistas definen la novela gráfica como movimiento artístico. Algunos autores, como Santiago García (2010, 269) o Jean-Christophe Menu (2005, 11), llegan incluso a definirlo como una vanguardia. Lógicamente, en función de lo inclusiva o exclusivamente que tomemos la definición de movimiento artístico, podemos considerar o no que las diferentes propuestas identificadas como novela gráfica están lo suficientemente cohesionadas como para ser consideradas un movimiento pero, en cualquier caso, es necesaria una discusión más profunda acerca del papel de los movimientos y vanguardias en el contexto de las industrias culturales.

En resumen, en esta primera parte hemos tomado como premisa la legitimidad cultural del cómic en base a la capacidad de su lenguaje para construir significados y relatos complejos, hemos revisado los principales argumentos mediante los cuales la perspectiva culturalista ha propuesto la novela gráfica como principal agente legitimador del cómic. Concluimos que los argumentos ofrecidos han sido o bien refutados o bien carecen de una base suficientemente sólida y necesitan de un estudio más profundo que tome en consideración las implicaciones de que el cómic es el producto de una industria cultural. Si considerásemos, en cambio, que el objetivo de estos argumentos se limita a la creación de un clima de opinión favorable al cómic, lo que podemos objetar es que la crítica culturalista no hace extensivo este clima de opinión a global del cómic, sino que se sirve de la perpetuación de los prejuicios sobre el cómic como producto de escasa valía para reivindicar únicamente la pequeña parcela que representa la novela gráfica.

Una vez explicados los motivos de nuestra ruptura con la perspectiva culturalista emprendemos la segunda parte del estudio, es decir, la que tiene por objeto averiguar la influencia de la novela gráfica en la industria del cómic española.

3 Novela gráfica e industria del cómic

Debemos advertir que, aunque la perspectiva industrial en el estudio de la novela gráfica nos parecía no solo una de las cuestiones más interesantes sino también más útiles para la propia industria, nos hemos encontrado

con las dificultades y frustraciones que provoca intentar analizar una industria que no se deja analizar. Este es un problema que se remonta a los orígenes de la investigación sobre cómic en España y que, a pesar de las críticas de estudiosos tan reconocidos como Ignacio Fontes (1971, 335), Remesar y Altarriba (1987, 85) o Álvaro Pons (2008, 60), perdura hasta nuestros días. Los datos clave para la investigación de tendencias de mercado como las ventas y las tiradas son sistemáticamente ocultadas por las editoriales. Cuando se hacen públicos estos datos, suelen ser inflados o desinflados en función de los intereses de la editorial. Esto se debe en buena medida a que la industria del cómic española es principalmente importadora y las editoriales no quieren desvelar detalles que puedan facilitar el trabajo a otras editoriales con las que compiten en la compra de derechos. Como afirmaba el dibujante Jaime Calderón entrevistado por la Asociación de Autores de Cómic de España: «salvo tres o cuatro editoriales el resto no se dedican a producir cómics sino que actúan casi como distribuidoras, traduciendo tebeos a través de la compra de derechos en el extranjero, muchos de los cuales, paradójicamente, son de autores nacionales» (AACE 2008, 62).

En consecuencia, los estudios que analizan la naturaleza industrial del cómic en España son claramente minoritarios. Apenas encontramos un puñado de títulos que analicen datos cuantitativos. Los datos que presenta la mayoría de ellos son incompletos y poco fiables por la nula colaboración de las editoriales, o bien provienen de estudios que no están diseñados para analizar un sector, que tienen no pocas particularidades en comparación con la industria editorial en general. Por ese motivo, en la realización de la investigación de la que presentamos aquí los resultados se combinaron los escasos datos ofrecidos en estudios previos con entrevistas a los principales editores de novela gráfica en España.

Siguiendo con el tema que nos ocupa, hemos partido del estudio del cómic como producto editorial y para ello se han analizado los diferentes formatos de publicación de cómic en España. A partir de la definición de formato de Pascal Lefèvre, que tiene en consideración otras cuestiones además de los aspectos meramente físicos, hemos identificado claramente la novela gráfica como formato editorial.

A format is not only defined by its materiality (the size, the paper quality, etc.) but also by its temporal aspects (does it have a temporal regularity or is it published only once at a precise time?) and editorial choices (how long can a chapter or a story be, what are the taboos?). It is therefore necessary to take the format into account when one judges a work. As obvious as it may sound, this fundamental aspect is often neglected in comics criticism. (Lefèvre 2000, 98)

Analizando los datos recogidos por diversos estudios, hemos podido comprobar como el libro, a lo largo de la última década, se ha convertido en el formato de edición más importante, llegando a duplicar su cuota.

Los editores han olvidado la filosofía tradicional de lanzar colecciones numeradas para ocuparse de lanzamientos singulares, buscando el máximo beneficio con la menor inversión, y etiquetándolos con distintas garantías (la adaptación, la integridad, el rescate, el galardón o la distinción elitista). (Barrero 2013, 812)

Lamentablemente, ninguno de estos estudios ha ahondado lo suficiente para diferenciar la novela gráfica de otros formatos de cómic también catalogables como libros (como el álbum franco-belga, los formatos japoneses y las reediciones de lujo de *comic books* norteamericanos). En consecuencia, no hemos podido comprobar en qué medida ha contribuido exactamente la novela gráfica a la preferencia de la industria por el libro.

Siguiendo con el análisis de industria del cómic propiamente dicha, se han analizado los catálogos web de las principales editoriales de cómic en España (en cuanto al volumen de títulos anuales) así como los de aquellas que se identifican más claramente con la novela gráfica. Se ha observado como la novela gráfica gana peso como formato, especialmente en las pequeñas editoriales, algunas de las cuales se han especializado en este tipo de cómic. El entusiasmo despertado por la novela gráfica en la comunidad académica, los editores o la prensa, coincide con una notable inflación de títulos. Sin embargo, y aunque los datos de los diferentes estudios no son concluyentes (en la medida en que existen sonoras incoherencias entre ellos), todo parece indicar que pese a las esperanzas depositadas en la novela gráfica, el sector ha entrado en una profunda recesión con la crisis económica. Teniendo en cuenta las limitadas tiradas a las que hacen referencia los editores para este tipo de productor era de prever que la influencia de la novela gráfica en este terreno sería bastante limitada.

En cuanto a la distribución y los canales de comercialización de la novela gráfica, hemos podido observar como las editoriales más identificadas con este formato han intentado desvincularse de las librerías especializadas. La novela gráfica busca abrir un nicho de mercado en los lectores de literatura no habituados al cómic (de ahí la insistencia en vincular cómic y literatura por parte de los teóricos culturalistas). Lógicamente a este tipo de lector hay que buscarlo fuera de la librería especializada, es decir, en cadenas de librerías, grandes superficies y librerías generalistas.

Dejando de lado las grandes superficies (que no son accesibles para las pequeñas editoriales a las que nos referimos) la novela gráfica ha tenido una implantación desigual. Por una parte, las cadenas de librerías como Casa del libro, Mundo Cómic (el espacio dedicado al cómic de algunas

de las librerías de El Corte Inglés), o la Fnac han respondido muy bien (especialmente por influencia de esta última) mientras que las librerías generalistas apenas comienzan a abrirse al cómic.

Lógicamente, optar a un nuevo canal de comercialización tiene sus consecuencias en la distribución. Según la mayor parte de los editores de novela gráfica, SD (la principal distribuidora especializada en cómic en España) les daría una cobertura correcta en tiendas especializadas y en cadenas de librerías, pero tendría serias dificultades para distribuir en el canal de librerías no especializadas. Por este motivo diversas editoriales de novela gráfica abandonaron SD para trabajar con distribuidoras no especializadas como Enlaces Editoriales con pésimos resultados (especialmente tras el cierre de ésta).

En cuanto a la promoción hemos podido constatar cómo las editoriales de cómic especializadas en novela gráfica imitaban la promoción propia de editoriales literarias independientes. La mayor parte de ellas, sin embargo, se ha limitado a herramientas de promoción de carácter local, como presentaciones de libros y sesiones de firmas, el envío de ejemplares a prensa y la promoción en Internet mediante la realización de pequeñas piezas audiovisuales.

En conclusión, con una salvedad, se confirmaba la hipótesis planteada. La novela gráfica ha influido la industria del cómic en diversas formas, siendo la causa principal o al menos una de las causas de la preferencia por el formato libro, de la aparición de nuevas editoriales, de la creación de un cierto clima de opinión favorable al cómic, de cambios en la distribución y en los canales de comercialización y de la incorporación de herramientas de promoción propias de las editoriales literarias.

Con los datos obtenidos, sin embargo, no podemos concluir que su influencia haya sido suficiente para la normalización de la industria del cómic como subsector de la industria editorial.

Por otro lado, a lo largo de la realización de la tesis en la que se basa el presente artículo, nos hemos encontrados con una serie de conclusiones no previstas en el planteamiento de la hipótesis, como la extrema dependencia que tiene la industria del cómic española de la compra de derechos a editoriales extranjeras, la escasa aplicación de los fundamentos del marketing editorial o la urgente necesidad de un estudio independiente y específico que cuente con la colaboración de las editoriales.

Bibliografía

AACE, Asociación de Autores de Comic de España (ed.) (2008). *Jaime Calderón. Anuario de la Historieta 2006-2007*, vol. 1, *Anuario de la Historieta 2006*. Barcelona: Asociación de Autores de Comic de España.

- Altarriba, Antonio (1995). «La Historieta. Un Medio entre los Valores Plásticos y los Valores Narrativos». *XII Congreso de Estudios Vascos: Estudios Vascos en el Sistema Educativo*. Donostia: Eusko Ikaskuntza / Sociedad Estudios Vascos, 379-85.
- Barrero, Manuel (2013). «Evolución de la industria de los tebeos en España». Barrero, Manuel; López González, Félix; Gracia Lorén, Adolfo (eds.), *Gran Catálogo de la Historieta: Inventario 2012. Catálogo de los tebeos en España, 1880-2012*. Sevilla: Asociación Cultural Tebeosfera, 797-812.
- Beaty, Bart (2009). «Autobiography as Authenticity». Heer, Jeet; Worcester, Kent (eds.), *A Comics Studies Reader*. Jackson: University Press of Mississippi.
- Eco, Umberto (1993). *Lector in Fabula. La Cooperación Interpretativa en el Texto Narrativo*. Trad. de R. Pochtar. Barcelona: Lumen.
- Fontes, Ignacio (1971). «Análisis del mercado actual de tebeos en España». *Estudios de Información*, 19-20, 335-90.
- García, Santiago (2010). *La Novela Gráfica*. Bilbao: Astiberri.
- Gómez Salamanca, Daniel (2013). *Tebeo, Cómic y Novela gráfica: La influencia de la novela gráfica en la industria del cómic en España* [tesis doctoral]. Dir. por Josep Rom Rodríguez. Barcelona: Universitat Ramon Llull.
- Hatfield, Charles (2005). *Alternative Comics. An Emerging Literature*. Jackson: University Press of Mississippi.
- Kael, Pauline (2008). «Circles and Squares». Grant, Barry Keith (ed.), *Auteurs and Authorship. A Film Reader*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Lefèvre, Pascal (2000). «The Importance of Being 'Published'. A Comparative Study of Different Comics Formats». Magnussen, Anne; Christiansen, Hans-Christian (eds.), *Comics Culture, Analytical and Theoretical Approaches to Comics*. Copenhagen: Museum Tusulanum; University of Copenhagen.
- Menu, Jean-Christophe (2005). *Plates-bandes*. París: L'Association.
- Pons, Álvaro (2008). «Los Tebeos en España en el 2007». ACE, Asociación de Autores de Comic de España (ed.), *Anuario de la Historieta 2006-2007*, vol. 2, *Anuario de la Historieta 2007*. Barcelona: Asociación de Autores de Comic de España, 60-6.
- Remesar, Antoni; Altarriba, Antonio (1987). *Comicsarias: Ensayo sobre una Década de Historieta Española (1977-1987)*. Barcelona: PPU.
- Trabado Cabado, José Manuel (2006). «La Novela Gráfica: Formas de Dibujar la Soledad». *Estudios humanísticos. Filología*, 28, 221-44.
- Wolk, Douglas (2007). *Reading Comics: How Graphic Novels Work and What they Mean*. Cambridge: Da Capo.

