

QUEL AVENIR POUR LA BANDE DESSINÉE ESPAGNOLE ?

Delphine CHAMBOLLE, C.R.E.C.

La massification des loisirs en Europe

Nous avons gagné, depuis 1945, onze ans d'espérance de vie ; d'autre part le temps de travail a diminué. Ainsi, aujourd'hui, le temps éveillé de non-travail a beaucoup augmenté, dans les pays les plus développés, « puisqu'il occupe entre 82 % et 89 % du temps socialement disponible total »¹. La France et l'Espagne, avec 88%, font partie des pays qui dégagent le plus de temps hors travail. Ce formidable gain de temps libre a entraîné une organisation de ce temps, comme s'il était nécessaire de le « remplir », notamment par les loisirs, de plus en plus nombreux et divers. Dans cette nouvelle société des loisirs, les Européens demandent encore plus de temps libre pour pouvoir se livrer à toutes ces activités. Le temps de non-travail ne correspond pas exactement à celui des loisirs, puisqu'il prend en compte aussi, par exemple, celui des transports, des tâches domestiques. « Le temps de loisirs et de sociabilité : télévision, lecture, culture, promenade, tourisme, jeu, sport, communication, réception [représente] 30,2 % du temps éveillé des plus de 15 ans »².

L'élévation régulière du niveau de vie, ainsi que la démocratisation de l'enseignement ont donné accès à un certain nombre de loisirs à une grande masse de la

¹ Jean VIARD, *Le sacre du temps libre*, Paris, Editions de l'Aube, 2002, p. 66, source des données, OCDE, calculs Sefi, 1999. Jean Viard calcule le nombre d'heures de non-travail pour un individu type : « Hors temps de sommeil, cet individu dispose, dans une année, de 5475 heures. Il passe en moyenne 4848 heures (soit 88, 5 % du temps disponible) à ne pas travailler. Parmi ce temps de non-travail, la plus grande part vient du temps libre extratrabail et extraétudes. Pour notre individu type, ce temps représente 2769 heures, soit 51% du temps rapporté à sa moyenne individuelle », *id.*, p. 67-68.

² Jean VIARD, *Le Sacre du temps libre...*, p. 93.

population. Cette multiplication des choix dans les loisirs implique une concurrence entre les différentes formes de loisirs existantes ainsi qu'une hiérarchie des loisirs : « L'importance de la télévision doit être resituée en fonction du devenir des formes anciennes de loisir. [...] La pratique télévisuelle diminue le temps de loisir consacré aux sorties, à la lecture, et le cinéma est touché de plein fouet par ce mouvement »³. Alors qu'on espérait que la société du temps libre serait « fondée sur l'éducation, la promotion intellectuelle et la moralisation des travailleurs⁴ », force est de constater qu'une grande partie des activités proposées se sont éloignées d'un contenu culturel. Beaucoup de loisirs sont pratiqués de manière passive (c'est souvent le cas pour la télévision ou le cinéma). Le « bon loisir », du point de vue de l'élite dominante⁵, serait alors celui qui permet à l'individu de développer ses capacités physiques, intellectuelles ou créatrices. Si l'on a dépassé l'ancien clivage travail / oisiveté, il n'en reste pas moins que certains loisirs sont mieux jugés que d'autres. On valorise le loisir qui permet l'épanouissement de soi, au détriment, parfois, de la seule notion de plaisir.

Les multinationales se sont intéressées aux nouveaux biens de consommation culturels, comme la musique et les livres, ce qui a contribué à faire baisser les prix et à augmenter la consommation. Cette « marchandisation » de la culture entraîne une standardisation des produits ainsi qu'une concentration de la production entre les mains de quelques grandes entreprises. La multiplication de l'offre des loisirs, ainsi que la transformation des loisirs en biens de consommation mettent en péril les formes anciennes de loisirs dont fait partie la bande dessinée.

Le déclin de la lecture constaté dans tous les pays européens s'explique, en particulier, par la concurrence des nouveaux loisirs nés de la technique : télévision, magnétoscope, puis lecteur de DVD, l'ordinateur et les jeux vidéos. Ces loisirs semblent correspondre à un désir d'évasion de la part du public, de plus en plus attiré par ce qu'appelle René Teboul les loisirs « improductifs » : « Peu créatif, le loisir télévisuel provoque l'oubli de soi : il est l'expression des tendances narcissiques de la société, le miroir de la solitude des âmes et de l'effacement d'une temporalité longue »⁶. D'autre part, « dans la plupart des enquêtes sociologiques, on constate un déclin général de la lecture, la raison invoquée par les personnes interrogées étant un manque de temps, de disponibilité »⁷. Cette explication surprend quand on sait qu'aujourd'hui le temps libre est bien plus important qu'avant. Cependant, Jean Viard montre que si les Européens demandent moins de disposer de davantage de temps libre,

³ René TEBOUL, *Culture et loisirs dans la société du temps libre*, Editions de l'Aube, 2004, p. 177.

⁴ Alain CORBIN, *L'avènement des loisirs 1850-1960*, Paris, Aubier, 1995, p. 18.

⁵ Selon les termes employés par Pierre BOURDIEU, *La Distinction*, Paris, Minuit, 1979.

⁶ René TEBOUL, *Culture et loisirs...*, p. 181.

⁷ *Id.*, p. 107.

ils désirent l'organiser comme ils l'entendent, car ils ont l'impression de subir le temps⁸. La répartition du temps libre a changé, car le temps dans une journée est de plus en plus morcelé. Pour le sociologue René Teboul, ce sont les longs temps de loisir qui sont préférés au temps courts pour le tourisme et les vacances, mais aussi parce que ces longues périodes permettent de retrouver une liberté dans le temps.

Enfin, les temps de loisirs longs seront préférés au temps de loisirs courts car la structure d'une journée de travail a vidé le temps hors travail de toutes possibilités créatrices. La fin de la journée, après le travail, sera plutôt consacrée au repos, à la reconstitution de ses forces. [...] Lorsque nous faisons du tourisme, lorsque nous nous déplaçons pendant les week-ends, l'esprit « flotte », ce n'est certainement pas un sentiment aventureux, mais un « laisser-aller ». Au contraire, les activités qui peuvent se réaliser dans des temps assez brefs demandent un effort plus grand, une certaine « créativité ». Ce n'est pas sans raison que les Français lisent peu, ce n'est pas non plus sans raison que le spectacle télévisé a remplacé une soirée au cinéma⁹.

Cette analyse vaut aussi pour l'Espagne, quand on sait que les Espagnols passent en moyenne plus de trois heures et demie devant la télévision, soit 15,1 % de leur temps disponible. La fragmentation du temps libre pousse à des activités plus passives que créatrices, les personnes estimant qu'elles n'ont pas le temps de se mettre à une autre activité, cèdent à l'attraction du loisir télévisuel.

La bande dessinée a été touchée par le déclin de la lecture. N'en déplaise à certains, lire une bande dessinée demande un investissement et engage quelques compétences intellectuelles. En effet, la succession des vignettes demande un effort de reconstruction du temps et de l'espace. Notre imaginaire comble le vide de l'ellipse entre chaque dessin : « La véritable magie de la bande dessinée se révèle entre les images, dans la dynamique qu'elles décrivent, dans la tension qui les relie »¹⁰. La bande dessinée offre un langage multiple où sont mis en relation texte et image, mouvement et son. Le lecteur de bande dessinée est tantôt attiré par l'aventure et la possibilité de s'évader dans un monde imaginaire, tantôt touché par la poésie et la beauté de cet art, ou bien encore secoué par le rire.

La Bande dessinée en Espagne : un marché réduit

Il est très difficile en Espagne de se faire une idée du nombre de lecteurs de bande dessinées. Les maisons d'édition ne donnent pas de chiffres officiels de ventes. Cependant, il est certain que les chiffres de tirage et de ventes sont bien en-dessous de ce que l'on peut voir, par exemple, en France, même si les chiffres baissent aussi

⁸ Jean VIARD, *Le sacre du temps libre...* p. 80-81.

⁹ René TEBOUL, *Culture et loisirs...*, p. 63-64.

¹⁰ Benoît PEETERS, *La Bande dessinée*, Paris, Flammarion, 1993, p. 19.

régulièrement. Quelques exemples : lorsqu'un nouvel album d'*Astérix* sort, il est vendu à plus de deux millions d'exemplaires et la série *XIII*, tous titres confondus, s'est vendue à 10 millions d'exemplaires. Pour Francisco Ibáñez, star de la bande dessinée espagnole, les ventes se comptent en centaines de milliers, pour tous ses albums (170 titres apparaissent dans les catalogues), sur une année. Et il constitue véritablement un cas à part. En général, les ventes pour un album ne dépassent pas 3000 exemplaires et on peut alors considérer que l'album est un « best seller ». En France, une maison d'édition de petite taille, comme L'Association, réalise un tirage de base de 3000 exemplaires, puis procède à un second tirage, selon l'auteur édité. Mais un auteur déjà reconnu, comme l'est David B., est directement tiré à 6000 exemplaires. Marjane Satrapi, avec sa série *Persépolis*, a déjà vendu 20 000 exemplaires. Les petites maisons d'édition espagnoles, comme Sinsentido (qui édite David B. en Espagne), tirent à 500 exemplaires. Ces chiffres montrent que le marché espagnol est beaucoup plus réduit que le marché français.

On peut trouver étonnante la situation du marché de la bande dessinée espagnole aujourd'hui, au regard du panorama qu'offrait ce même marché dans les années 80 :

El fin de la dictadura, con la consiguiente desaparición de la censura en la prensa escrita había ocasionado una eclosión imparable de nuevas revistas, dando un caldo de cultivo perfecto para el cómic adulto. [...] Los autores tenían posibilidades de ver publicadas sus obras, recibiendo un pago por su trabajo que le permitía dedicarse por completo al cómic¹¹.

La multiplication, entre 1977 et 1986, des journaux basés sur la bande dessinée entraîna une sorte de « fièvre de las viñetas », comme le rappelle Antonio Altarriba :

El carácter popular de la historieta, su conexión con los sectores más jóvenes de la población, la inmediatez de sus mensajes, el impacto visual de sus propuestas, su capacidad de retratar, más o menos caricaturalmente, los síntomas y los protagonistas de una actualidad bulliciosa y, quizá, sobre todo, los costes relativamente reducidos de su producción animaron a una generalizada promoción. Ayuntamientos, Diputaciones, Comunidades Autónomas y hasta la Banca, los Museos, los Colegios y las Universidades se apuntaron a la fiebre de las viñetas¹².

Alors que la bande dessinée jouissait d'une certaine reconnaissance, il semble que la situation, maintenant, soit totalement différente. Comment expliquer le revirement brutal qui s'est opéré dans les années 1990 ? Que sont devenus tous les lecteurs de revues pour adultes qui remplissaient les kiosques ? Il y a plusieurs éléments de

¹¹ Álvaro PONS, « Entre vanguardia y comercialidad : la dicotomía de las nuevas editoriales alternativas en España » (8 pages), p. 1, www.lacarceldepapel.com, article préalablement paru dans *International Journal of Comic Arts*, Vol. 5, 2, 2003, p. 138-153.

¹² Antonio ALTARRIBA, « La Historieta española de 1960 a 2000 » in Viviane ALARY (éd.), *Historietas, Cómic y Tebeos*, Presses Universitaires du Mirail, 2002, p. 105.

réponse. Comme dans le reste de l'Europe, les nouvelles technologies imposent à la bande dessinée traditionnelle une reconversion et, pour le critique Antonio Altarriba, c'est comme si les éditeurs espagnols avaient manqué ce tournant : « Parece como si las empresas estuviesen tan anquilosadas en los hábitos adquiridos que ni siquiera pudieran plantearse la reconversión »¹³. Quant aux créateurs, ils ne s'adaptent pas non plus aux changements, ne proposent pas de nouveaux thèmes¹⁴, et ce sont de nouveaux noms qui apparaissent, tels que Javier Martín, Mónica y Bea, Mauro Entrialgo, Álvarez Rabo ou encore Miguel Ángel Martín. Pour ces nouveaux auteurs la réalité est différente, et plus difficile, notamment à cause d'un changement important : la fermeture de nombreuses revues.

Dès le milieu des années 80, les revues commencent à disparaître, comme *Tótem*, en 1985, *Rambla*, *Madriz*, en 1987, ou *Cimoc* qui survit jusqu'en 1996. Aujourd'hui, seulement *El Jueves* est encore sur le marché, alors que la revue mythique *El Víbora* vient de s'éteindre¹⁵. Le numéro du mois de novembre 2004 portait en sous-titre « Cómic para supervivientes » et faisait appel aux lecteurs, et à tous ceux qui le pouvaient, pour aider la revue à survivre. À ses débuts, le magazine édité par La Cúpula était un exemple d'humour corrosif et provocateur, puis il a choisi une option différente, celle du récit érotique, choix qui ne semble pas l'avoir mis à l'abri des difficultés que connaît le format de la revue à partir des années 90. Alors qu'elle a pu être tirée à 40 000 exemplaires, aujourd'hui les ventes atteignent difficilement le chiffre de 6000. Cependant, *El Jueves* semble bien résister, et il est intéressant de remarquer que la revue publie uniquement des auteurs espagnols. Mais le titre du fanzine : *Nosotros somos los muertos*, auto-éditée par les deux célèbres auteurs Max et Pere Joan, et dont la publication est aléatoire, montre bien le pessimisme ambiant dans le monde de la bande dessinée. Ces revues apparaissent en quelque sorte comme les résistants de la dernière heure.

Le format que propose la revue semble moins attractif, et le lecteur d'aujourd'hui préfère lire directement l'album, plutôt que des récits morcelés qui sont repris très rapidement, avec les nouvelles techniques de reproduction, sous le format du livre. La disparition des revues pose le problème du renouvellement des auteurs : si elle n'est

¹³ Antonio ALTARRIBA, « La Historieta española... », p. 111.

¹⁴ Antonio ALTARRIBA cite quelques artistes qui ont continué à créer et à connaître même davantage de succès que dans les années 80, comme Calpurnio ou Bernet. Il place à part l'œuvre de Francisco Ibáñez qui a réussi à traverser plusieurs décennies, avec *Mortadelo y Filemón* qui apparaît pour la première fois, en 1958, dans la revue *Pulgarcito*.

¹⁵ Une très belle exposition au salon de Madrid, au mois de novembre 2004, Expocómic, retraçait les 25 ans de la revue, au moment même où elle annonçait la parution de son dernier numéro, 299-300, au mois de janvier 2005. La couverture indique « 25 años », mais le sous-titre est cette fois : « cómic para ex-supervivientes ».

qu'à demi préoccupante pour les lecteurs, cette question se pose de manière cruciale pour les jeunes dessinateurs. Car, en même temps qu'elle les faisait découvrir au public¹⁶, la prépublication en revues les aidait financièrement. Ce problème a des répercussions sur les lecteurs adultes férus de bande dessinée européenne et espagnole, car le renouvellement des auteurs se fait plus difficilement. Sans le soutien des revues, peu d'artistes peuvent vivre de leur art et se voient obligés de diversifier leur activité en se tournant, notamment, vers le graphisme. Cette disparition des revues s'explique essentiellement par le nouveau choix économique des maisons d'édition : préférant jouer la carte de la rentabilité, elles méprisent la production autochtone et lui préfèrent celle des *comics* américains des deux grandes maisons d'édition Marvel et DC :

En muy poco tiempo, el mercado es colonizado por el comic-book americano, que obtiene rápidamente el favor del público (sobre todo del más joven). Industrialmente, el comic book es tremendamente rentable para las editoriales, ya que sus costes de producción son mucho más bajos que los de la producción propia¹⁷.

Le *comic* produit massivement est donc plus rentable pour les éditeurs ainsi que pour le lecteur, le prix étant plus économique. Les revues intéressent moins les éditeurs, ce qui rend la situation très difficile pour les artistes espagnols. On voit comment, dans cette nouvelle ère des loisirs, les changements sont rapides et imprévus, car c'est justement le changement qui attire le public, le nouveau « concept » : « La recherche de la beauté est devenue un critère secondaire dans la production artistique qui semble échapper à toute faculté de jugement pour s'en remettre uniquement à la nouveauté comme moyen de validation »¹⁸.

On a l'impression que le monde de la bande dessinée en Espagne, même si c'est un art relativement reconnu, risque de s'éteindre à cause des dernières mutations du marché. Les bandes dessinées à prix réduit, américaines ou japonaises, ont détourné une partie du lectorat de la production nationale. D'autre part, la disparition des « fanzines » dans les kiosques a limité leur distribution aux librairies spécialisées, ce qui a encore diminué le nombre de lecteurs. Le choix de lecture se restreint entre une bande dessinée commerciale, souvent étrangère, produite massivement, et une bande dessinée de qualité, à prix élevé, dont l'accès est plus difficile, du point de vue du graphisme et du contenu, mais aussi parce que les points de vente où elles se trouvent disponibles sont

¹⁶ Aujourd'hui, le rôle d'information qu'avait les revues est joué par les nombreux sites internet (voir la bibliographie). Ils ont une grande importance dans la promotion de la bande dessinée. Un site comme La cárcel de papel reçoit plus de 3000 visites par jour. Lire, à ce sujet, l'article de Jesús CASTILLO VIDAL et Manuel BARRERO, « La Internet paralela : recursos de información sobre cómic en la red », www.tebeosfera.com.

¹⁷ Álvaro PONS, « Entre vanguardia y comercialidad ... », p. 2.

¹⁸ René TEBOUL, *Culture et loisirs dans la société du temps libre*, Paris, Editions de l'Aube, 2004, p. 197.

moins répandus. La nouvelle hiérarchie, en opposant les loisirs culturels qui développent l'individu à ceux qui, au contraire, nous cantonnent à une consommation passive, s'applique à la bande dessinée. Cette dichotomie est aussi observable sur le marché du livre et de la musique.

La bande dessinée espagnole : un loisir réservé à une minorité d'initiés

En Espagne, la bande dessinée ne semble pas entraîner le même engouement qu'en France. À la FNAC de Madrid, on ne trouve pas une surface réservée à la bande dessinée aussi importante qu'en France et, surtout, les rayons ne sont pas envahis de lecteurs profitant du moindre recoin pour lire. Lorsqu'on interroge les libraires, ou bien les créateurs des nombreux sites consacrés à la bande dessinée, tous s'accordent à dire qu'en Espagne on croit encore que c'est une lecture réservée aux enfants. Ce cliché a aussi pesé en France, mais il est peut-être moins présent aujourd'hui. *Le Journal d'un album*, de Dupuy et Berberian, commence par une conversation de Berberian avec un chauffeur de taxi qui lui renvoie une image de son métier bien peu sérieuse :

Taxi : Et vous ? Vous faites quoi dans la vie ?

Berberian : Je suis dessinateur, je fais des Bandes Dessinées.

Taxi : Ah oui, je vois...vous faites des conneries, quoi...¹⁹

Dans son introduction à *Génération manga*, Jean-Pierre Dionnet rappelle la différence culturelle qu'il y a entre la bande dessinée en France et le *manga* au Japon :

En France, nous irions plus facilement vers la bande dessinée, et nous ne considérerions pas de façon si simpliste – et erronée – qu'elle n'est réservée qu'aux enfants et aux débiles, si Picasso en avait été l'inventeur. Au Japon, ce fut presque le cas, puisque la première fois que l'on parla de manga, c'était à propos de rouleaux de dessins de Okusai, le grand artiste du XIXe siècle²⁰.

La bande dessinée a, parfois aussi, été assimilée à une contre culture qui pourrait mettre en péril la « vraie » culture traditionnelle. Jean-Louis Harouel n'hésite pas à qualifier la B.D de « solution de facilité, mais aussi, il faut bien le dire, de débilité ». Il ajoute que : « comparée au livre elle fait passer étrangement peu de choses. Il s'agit

¹⁹ DUPUY et BERBERIAN, *Journal d'un album*, Paris, L'Association, 1994.

²⁰ Jean-Pierre DIONNET et Jérôme SCHMIDT, « introduction », in *Génération manga*, Paris, Libro, Coll. Repères, 2004, p. 6.

d'un langage pour semi-illettrés, et c'est précisément cela qui en fait son attrait »²¹. Autant dire que le neuvième art n'est pas encore reconnu de tous, ni en tant qu'œuvre d'art réalisée par des artistes, ni comme activité créatrice et, pourquoi pas, divertissante, pour le lecteur.

Il semble que cette image pèse encore plus lourdement en Espagne, si l'on en croit ce que disent les spécialistes. Patrick Gaumer rappelle qu'après le franquisme, les lecteurs de bandes dessinées, avant le grand boom des années 80 qui a apporté une courte reconnaissance au genre, sont souvent assimilés aux *pasotas* : « Les jeunes qui, complètement déboussolés après l'explosion de joie unanime qui suivit la mort de Franco, préféreraient danser, fumer du hasch, lire des bandes dessinées et se foutre de la gueule des sacro-saints artisans de la démocratie »²². Lorsque José Antonio Serrano, principal auteur du site Guiadelcomic, présente sa page, il explique que son but est avant tout de faire connaître la bande dessinée espagnole et de tordre le cou aux clichés :

De esta forma intentaremos corregir la visión errónea que tiene mucha gente de que en el cómic sólo tienen cabida tebeos para niños (Mortadelo, Asterix, Tintín y similares), superhéroes (Batman, Superman, Spiderman y tal) y/o mangas con alta dosis de sexo y violencia. El cómic es MUCHO más que eso, y queremos demostrarlo con ejemplos de obras de todas las temáticas y tendencias.

Cette croyance est d'autant plus déplacée qu'elle ne correspond plus à la réalité. En effet, aujourd'hui, la bande dessinée « traditionnelle » ne s'adresse plus aux enfants, comme jusque dans les années 60-70, mais plutôt aux adultes. Les enfants, ne se reconnaissant plus dans cette forme de narration, cherchant quelque chose de plus efficace, de plus rapide, se sont tournés soit vers les *comics* américains de super héros, soit vers les dessins animés et les *mangas* japonais :

Les *comics books* et les *mangas*, qui se répandent à un rythme de plus en plus soutenu, touchent en priorité un public d'adolescents, nourri de dessins animés japonais, de jeux de rôles et de consoles vidéo, qui trouvent dans les contes de fées ultraviolents une nourriture conforme à leurs attentes. En Espagne, en Italie, en Allemagne, les bandes dessinées des années 70 et 80 paraissent vieillottes et ennuyeuses aux nouveaux teenagers²³.

²¹ Jean-Louis HAROUEL, *Culture et contre culture*, Paris, coll. Quadrige, PUF, 2002, p. 125. À noter que tout le chapitre consacré à la B.D. est du même acabit : « La complicité objective entre image technicienne et bande dessinée », p. 123-127.

²² Anthologie *El Vibora*, Artefact, 1984, cité par Patrick GAUMER, *La BD*, Larousse, 2002, p. 99.

²³ Benoît PEETERS, *La Bande dessinée...*, p. 69.

Cependant, une enquête effectuée sur 3600 élèves de collège, en 2001²⁴, a montré que les adolescents lisent régulièrement des revues et des journaux (toutes les semaines), mais seulement 16 % sont lecteurs habituels de bandes dessinées. Alors que l'on continue à entendre que la bande dessinée est faite pour les enfants, on voit comment, en Europe, les adolescents se sont détournés de la bande dessinée « traditionnelle », réduisant encore le nombre de lecteurs. Cela entraîne la fermeture de nombreuses revues mythiques comme *Jaimito*, en 1979, *Tío Vivo*, au début des années 80, ainsi que *Pulgarcito*. La bande dessinée doit vraiment reconquérir le jeune public, cette voie constitue un terrain d'avenir possible pour elle. La revue, *Mister K*, éditée par El Jueves, connaît dans ce domaine un succès encourageant²⁵.

Une autre catégorie de lecteurs qui a été laissée de côté est celle des femmes²⁶. Il faut dire que les héroïnes ont pendant longtemps été absentes de la bande dessinée, à cause des lois pour la protection de la jeunesse en Europe. En Espagne, sous la dictature, les publications pour enfants étaient extrêmement surveillées. Ainsi, quand les femmes sont apparues, on est passé d'un extrême à l'autre, elles sont devenues omniprésentes dans les revues, mais bien souvent dépourvues de personnalité, se limitant à un corps, de plus en plus déshabillé. En France, les couvertures des revues comme *L'Écho des savanes*, *Pilote* et *Charlie Mensuel* en témoignent, dans les années 80. En Espagne, on peut citer en exemple l'évolution de la couverture de la revue *El Vibora*. Devant l'urgence de la situation, la rédaction a essayé, en vain, de prendre de nouvelles mesures pour tenter de sauver la revue, comme l'augmentation du prix de cinquante centimes. Quant aux couvertures aguicheuses, les responsables font amende honorable, et s'ils confessent qu'à une époque ces jeunes femmes leur ont permis d'augmenter les ventes, aujourd'hui cela ne fonctionne plus, de sorte qu'ils leur font leurs adieux : « se acabaron las señoras en portadas »²⁷. Si les personnages féminins aux traits élaborés, et pas seulement cantonnés au rang de vitrine, ont mis du temps à apparaître dans la bande dessinée, on peut dire qu'il en est de même pour les auteurs féminins. Il y en a peu. En France Claire Bretecher a contribué à changer les thèmes de la bande dessinée, son homologue dans le monde hispanique pourrait être l'argentine Maitena. Ses personnages de *Mujeres alteradas* apparaissent (et ont remplacé ceux de Quino) dans le supplément dominical de *El País*, depuis 1999. Les femmes constituent

²⁴ Enquête menée par le *Centro de Investigación de Documentación Educativa* (CIDE), avec le soutien du *Ministerio de Educación y Deporte*, réalisée sur toute l'Espagne (sauf la Catalogne). Le résultat de l'enquête est accessible sur www.literaturas.com.

²⁵ Citons également la revue *Dibus* éditée par Norma. En France, *Spirou* (Dupuis) est toujours édité à 120 000 exemplaires par semaine. Glénat a lancé la revue *Tchô* qui se vend déjà à 40 000 exemplaires.

²⁶ À ce sujet, consulter la thèse de doctorat de Viviane ALARY, *L'émergence du féminin dans la bande dessinée espagnole*, Toulouse, 1994.

²⁷ Article de la rédaction de *El Vibora*, in www.amigosdelcomic.com.

donc un autre public possible pour la bande dessinée. Leur absence, à la fois comme personnage, comme lectrice ou comme auteur, en dit long sur notre société : « Destinés avant tout aux adultes, les comics américains ne connurent jamais la mise à l'écart de la femme qui affecta longtemps la bande dessinée européenne et qui reste, à mon avis, directement responsable de la représentation de la féminité qu'on y trouve aujourd'hui »²⁸.

On se demande alors qui sont les lecteurs de bandes dessinées si ce ne sont pas les femmes, comme on s'en doutait, ni les enfants, comme on le croyait. Je me suis livrée à une petite enquête par Internet, demandant aux différentes librairies quels étaient les lecteurs de bande dessinée, et ce qu'ils lisaient. J'ai reçu une dizaine de réponses, plus ou moins longues ; il faut dire que le secteur était assez pris par la préparation d'ExpoCómic. La plupart des réponses insistent sur cette croyance que la bande dessinée est destinée aux enfants et regrettent l'avalanche des *comics* américains et *mangas* japonais. Mais ils parlent aussi du lecteur très spécifique que représente celui qui s'adonne à la lecture de la bande dessinée espagnole. Ainsi, le libraire d'*Atlantica Comics* écrit :

El cómic en España es el gran desconocido, algo que los adultos creen que es « cosa para niños », y el que los colecciona a partir de una edad no suele reconocer que lo hace. El tipo de clientela es de lo más variopinto, oscila entre los 14 y los 25 años, con gustos bastante definidos por edades ; la gente más joven, en general, prefiere los comics de superhéroes y el manga, mientras que el público más adulto (entre los 30 y 50 años) se decanta más por el comic europeo y por el comic de autor, con guiones cuidados y dibujos más elaborados.

Il semble, en effet, que les lecteurs de bande dessinée espagnole se limitent à un petit monde restreint, un « mundillo », comme disent les libraires et les créateurs des sites lorsqu'ils décrivent ce secteur. Certains critiques font la même remarque en ce qui concerne la France. Benoît Peeters parle de « risque du ghetto »²⁹, parce que les lecteurs vivent dans le petit univers de la bande dessinée, s'isolent et ont tendance à exclure les non initiés. On peut penser que cette situation est beaucoup plus marquée en Espagne, car le lecteur n'est pas un lecteur occasionnel de bande dessinée, mais un véritable passionné, dévoreur et collectionneur. Cette catégorie de personnes se détache à tel point des autres (non lecteurs de bande dessinée) qu'ils sont désignés par le terme « friki ». Ce mot vient de l'anglais « freak » qui signifie bizarre, monstrueux. Cette expression désignait au départ quelqu'un d'étrange et de physiquement difforme, puisque à l'origine les *freaks* étaient des personnes avec une anomalie physique qui étaient exhibés dans les cirques, comme on le voit dans le film *Freaks*, de Tod

²⁸ Benoît PEETERS, *La Bande dessinée...*, p. 82.

²⁹ *Id.*, p. 69.

Browning (1932). Ensuite, il y a eu la série culte des *Freak Brothers*, de Gilbert Shelton. Le sens du mot s'est perverti et a fini, en espagnol, par désigner non plus quelqu'un d'étrange, mais le monde des *aficionados* de la bande dessinée, des jeux vidéo et des jeux de rôle. Lorsqu'on dit de quelqu'un qu'il est *friki*, cela définit le comportement introverti d'une personne qui vit dans le monde des collectionneurs et qui a du mal à entrer en relation avec ceux qui sont étrangers au loisir pour lequel il se passionne. Plusieurs librairies portent ce nom³⁰. Ce portrait du monde de la bande dessinée, monde qui semble réservé à quelques initiés, peut entraîner une certaine timidité chez ceux qui aimeraient y mettre les pieds. En effet, l'aspect de certaines librairies peut parfois étonner le non initié. Ainsi, la calle Luna fait figure de rue des *frikis* dans Madrid. Les librairies s'adaptent à leur lecteur amateur de B.D. et de jeux vidéos. Les magasins sont assez sombres, de surface réduite et pas toujours très engageants. De fait, on se sent un peu étranger en y entrant. Je ne parlerai pas de stratégie marketing (d'autant que, une fois que la porte est franchie, l'accueil est tout à fait chaleureux), mais on peut se demander si ce genre de librairie spécialisée ne favorise pas la mise à l'écart de ce loisir toujours un peu considéré comme réservé aux enfants ou aux adolescents attardés ! À trop se spécialiser, ces librairies limitent l'accès aux initiés et ne se donnent pas la possibilité d'élargir et de renouveler le lectorat : « La bande dessinée a sécrété un petit monde dont elle a largement vécu et qui pourrait bien l'étouffer un jour. Un monde avec ses rites et ses manies, ses collectionneurs et ses sous-produits, qui évoque davantage l'univers de la philatélie que celui du livre »³¹.

Les maisons d'édition : un système à deux vitesses

Ce sont donc les avalanches de bande dessinées étrangères, américaines et japonaises, qui ont mis en danger la bande dessinée espagnole. Les ventes des formats de *comics* et de *mangas* se partagent entre trois entreprises, et ce sont de petites unités de production très spécialisées qui tentent de sauver la production nationale. Le panorama des maisons d'édition en Espagne est divisé en deux parties. Une seule maison d'édition réalise, à elle seule, presque la moitié des ventes de nouveautés sorties sur une année³², Planeta de Agostini (45,35 %), puis viennent Glénat (9,55 %) et Norma (9,23 %). Toutes les autres réalisent moins de 5 % des ventes de nouveautés.

³⁰ Il y en a au moins une, à ma connaissance, à Madrid et une autre à Barcelone, auxquelles on peut rajouter la librairie virtuelle www.frikis.com (se reporter à la bibliographie).

³¹ Benoît PEETERS, *La Bande dessinée...*, p. 69.

³² J'utilise ici les données fournies par Álvaro PONS dans son article « Análisis del mercado español 2003 », www.lacarceldepapel.com. Le tableau qui apparaît donne le pourcentage des nouveautés vendues, et non pas le nombre des ventes ou le chiffre d'affaires, mais ces informations ne sont pas disponibles.

Les trois premières maisons éditent en majorité des bandes dessinées américaines : Planeta, à raison de 71 % et Norma, de 40 %. Quant à Glénat, elle s'est spécialisée dans les *mangas* dont elle dépend à plus de 80%. René Teboul observe cette même tendance à la concentration dans le secteur de l'édition en France :

Cette marchandisation croissante de la culture se réalise dans un premier temps à partir des produits standardisés : l'offre a tendance également à se concentrer, elle est le fait de maisons d'édition dont le nombre diminue régulièrement depuis 1945. Mieux encore, il s'agit souvent d'une structure de production intégrée à de puissants groupes internationaux³³.

Dans ce sens, remarquons que la maison d'édition Planeta de Agostini vient de perdre les droits de la maison américaine Marvel, qui ont été rachetés par Panini Espagne³⁴.

Cette situation provoque de nombreuses critiques à propos de la culture de masse et de la standardisation des produits qui menacent la production nationale :

Dans la culture, comme dans les loisirs, on assiste depuis une vingtaine d'années à l'affirmation de l'hégémonie américaine. Peu de pays sont encore capable de résister à ce laminage. Et si cette tendance est souvent dénoncée, notamment par les artistes des pays européens, elle n'est que rarement analysée comme le ferment d'une destruction plus fondamentale : la culture n'a plus d'importance, ou du moins la culture produite et diffusée par les médias possède aujourd'hui une autre destination que celle de développer les capacités individuelles. C'est un objet de consommation exactement comme les autres, une manière parmi d'autres d'occuper son temps libre³⁵.

Ce sont donc les petites maisons d'édition qui se consacrent à la publication de la production autochtone, à part El Jueves, maison ancienne et importante, qui continue à parier sur les auteurs espagnols. L'avenir de la bande dessinée espagnole est entre les mains de ces petites entreprises, qui, pour beaucoup, pratiquent l'auto-édition. Cette situation explique la fragilité du marché. De nombreuses petites maisons d'édition ont une durée de vie très courte (deux ans) et ne peuvent garantir le renouvellement des auteurs, et donc des lecteurs. Cependant, il semble que, depuis plusieurs années, l'existence de plusieurs maisons se stabilise, ce qui constitue un espoir de renouveau pour la bande dessinée espagnole.

Certains critiques semblent plutôt pessimistes, comme Antonio Altarriba qui pense que ce renouveau est compromis. Il parle même de sa disparition et pense que sa reconversion est déjà entamée, lorsque la bande dessinée réapparaît dans d'autres arts comme le cinéma :

³³ René TEBOUL, *Culture et loisirs...*, p. 84.

³⁴ *Expansión*, samedi 8-I-2005.

³⁵ René TEBOUL, *Culture et loisirs...*, p. 95.

Es muy posible también que el medio en su conjunto se diluya y vaya a enriquecer otras formas de expresión basadas en la imagen y más adaptadas a las nuevas tecnologías. La estética, los temas y los argumentos característicos del tebeo se encuentran ya hoy muy presentes en los videojuegos, en las narraciones infográficas, y en numerosas producciones cinematográficas. En España, sin ir más lejos, las películas de Bajo Ulloa, Santiago Segura o Alex de la Iglesia muestran una influencia en ocasiones totalmente explícita del mundo de las viñetas³⁶.

Les petites maisons d'édition peuvent offrir une porte de sortie aux nouveaux auteurs, mais en encourageant des productions avant-gardistes (Sinsentido, Ponent, Inrevés et plus récemment Dude, Astiberri et Dolmen), elles risquent de renforcer l'effet de ghetto dont nous avons parlé, en limitant la lecture de la bande dessinée espagnole à une élite restreinte. C'est un cercle vicieux, dont Álvaro Pons se demande s'il est possible de sortir.

En effet, cette production de grande qualité maintient en vie la bande dessinée espagnole, mais, en même temps, en limite l'accès à un petit nombre de lecteurs, condamnant ce loisir au dépérissement à plus ou moins brève échéance. D'autre part, ces petites structures qui tirent à 500 ou 1000 exemplaires, ce que permet la technologie actuelle, ne peuvent permettre aux auteurs de vivre de leur art. Cela peut provoquer, à nouveau, comme pendant la dictature franquiste, le départ des auteurs n'arrivant plus à se faire publier en Espagne vers la France ou les Etats-Unis. Pour éviter cette situation, les maisons d'édition développent un système de co-édition avec l'étranger.

Pour Álvaro Pons l'espoir réside dans le fait que les grandes maisons d'édition continuent à augmenter leurs ventes, car cela permet d'élargir le grand public et « de sortir du cercle réduit des acheteurs »³⁷. Même si ce sont les ventes de *mangas* qui augmentent chez les jeunes, on peut espérer que leur intérêt se tourne vers d'autres genres de bande dessinée, ce qui permettrait d'augmenter le nombre de lecteurs pour la production espagnole et de permettre aux auteurs espagnols d'accéder aux grandes maisons d'édition afin que les autres maisons alternatives ne soient pas la seule possibilité de se faire éditer.

L'avenir de la bande dessinée espagnole passe par le décroisement de ce système à deux vitesses qui opposent une production de masse à une production ultra spécialisée destinée à une élite. Ce système perdure au détriment des petites maisons d'édition condamnées à résister ou bien à fermer : « ¿ Podrán sobrevivir estas editoriales si aumentan su tamaño ? La pregunta no es de fácil respuesta, porque afrontar mayores tiradas o un progresivo aumento de novedades mensuales puede hacer que, paradójicamente, los gastos empiecen a superar los ingresos »³⁸.

³⁶ Antonio ALTARRIBA, « La historieta española... », p. 121-122.

³⁷ Álvaro PONS, « Entre vanguardia y comercialidad... », p. 8.

³⁸ Álvaro PONS, « Repaso al 2003 (II) », p. 1, www.lacarceldepapel.com

Il faut donc, pour réussir à faire évoluer le marché, que les lectorats des deux formes de bandes dessinées, commerciales et spécialisées, cessent de constituer deux groupes distincts. Cela signifie sortir du mépris qui consiste, par exemple, à systématiquement rejeter la culture *manga*, en la considérant comme une lecture compulsive, « abrutissante » et sans valeur culturelle. Aujourd'hui, en France, certaines bandes dessinées commerciales sont lues par un large public et ont une valeur artistique reconnue, comme *Thorgal* ou *Largo Winch*. Miyazaki, auteur du très beau *manga* *Nausicaa*, lorsqu'il sort un film, arrive à déplacer un million de Français. Enfin, un auteur comme Art Spiegelman, qui a mis en scène l'Holocauste dans *Maus*, a été lu dans le monde entier : « Grâce à son ampleur narrative et sa force émotionnelle, ce récit est parvenu à toucher un public habituellement réfractaire à la bande dessinée »³⁹.

Le rejet sans nuances de la culture de masse a des conséquences néfastes qui peuvent mettre en péril les autres formes de culture en les isolant et en les amenant à disparaître :

Le désir proclamé de faire accéder l'ensemble de la population à un certain niveau de culture, la hantise des retards et des inégalités en ce domaine auraient pour objectif véritable d'alimenter et de perpétuer une culture savante, élitiste, sourde aux désirs et aux plaisirs de l'autre. Une telle surdité conduirait à sous-estimer la force de résistance opposée aux messages des médias, à oublier la mise à distance permise par la dérision, à négliger les attentes spécifiques de chaque groupe social, à nier les disparités, le dynamisme et la créativité des multiples cultures à l'œuvre dans chacune des sociétés occidentales⁴⁰.

BIBLIOGRAPHIE

- ALARY, Viviane, *L'émergence du féminin dans la bande dessinée espagnole*, Thèse de doctorat, Toulouse, 1994.
- ALTARRIBA, Antonio, *La España del Tebeo. La historieta española de 1940 a 2000*, Madrid, Espasa Calpe, 2001.
- ALTARRIBA, Antonio, « La Historieta española de 1960 a 2000 » in Viviane ALARY (éd.), *Historietas, Cómic y Tebeos*, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail, 2002.
- CASTILLO VIDAL, Jesús et BARRERO, Manuel, « La Internet paralela : recursos de información sobre cómic en la red », www.tebeosfera.com.
- CORBIN, Alain, *L'avènement des loisirs 1850-1960*, Paris, Aubier, 1995.
- CUADRADO, Jesús, *Diccionario de uso de la historieta española (1873-1996)*, éd. Literaria, 1997.
- DONNAT, Olivier, *Regards croisés sur les pratiques culturelles*, La Documentation Française, 2003.
- DUPUY et BERBERIAN, *Journal d'un album*, Paris, L'Association, 1994.
- GAUMER, Patrick, *La B.D.*, Paris, Larousse, 2002.
- GREEN, Anne-Marie, *Les métamorphoses du travail et la nouvelle société du temps libre. Autour de Joffre Dumazedier*, Paris, L'Harmattan, 2000.
- HAROUËL, Jean-Louis, *Culture et contre culture*, Quadrige, PUF, 2002.

³⁹ Benoît PEETERS, *La Bande dessinée...*, p. 96.

⁴⁰ Alain CORBIN, *L'avènement des loisirs...*, p. 18.

- LARA, Antonio, *Apuntes para una historia de los tebeos españoles*, Barcelona, Glénat, 2000.
- LORENTE ARAGÓN, Juan Carlos, *Los tebeos que leía Franco en la guerra civil*, Barcelone, Glénat, 2000.
- LLADÓ, Francesca, *Los comics de la transición : el boom del cómic adulto 1975 – 1984*, Barcelone, Glénat, col. Viñetas n°3, 2001.
- MARTÍN, Antonio, *Apuntes para una historia de los tebeos*, Barcelone, Glénat, 2000.
- SCHMIDT, Jérôme, *Génération manga*, Paris, Libro, Coll. Repères, 2004.
- PEETERS, Benoît, *La Bande dessinée*, Paris, Flammarion, 1993.
- PONS, Álvaro, « Análisis del mercado español 2003 », in www.lacarceldepapel.com .
- PONS, Álvaro, « Entre vanguardia y comercialidad : la dicotomía de las nuevas editoriales alternativas en España », www.lacarceldepapel.com, article préalablement paru dans *International Journal of Comic Arts*, Vol. 5, 2, 2003, p. 138-153.
- TEBOUL, René, *Culture et loisirs dans la société du temps libre*, Paris, Editions de l'Aube, 2004.
- VETTRAINO-SOULARD, Marie-Claude, *Les enjeux culturels d'Internet*, Paris, Hachette, 1998.
- VIARD, Jean, *Le sacre du temps libre. La société des 35 heures*, Paris, Editions de L'Aube, Poche essai, 2002.
- VICH, Sergi, *La historia en los Comics*, Barcelone, Glénat, 1997.

Quelques adresses de sites consacrés à la bande dessinée

www.amigosdelcomic.com
www.comic-novel.com
www.dreamers.com
www.guiadelcomic.com
www.lacarceldepapel.com
www.tebeosfera.com

Quelques adresses de librairies spécialisées (la liste complète des librairies des principales villes espagnoles se trouve sur guiadelcomic.com)

Madrid

Atlantica Comics C/ La Estrella, 18 28004 Madrid	91 523 33 16 atlantica@atlanticacomix.com
Madrid Comics C/ Silva, 17 28004 Madrid	Tlf : 91 559 11 33. Madridcomics@wanadoo.es
Crisis comics C/ Luna, 28 28004 Madrid	Tlf : 91 532 78 85 crisis@crisiscomics.com
Framauro Comics C/ Luna, 24 28004 Madrid	91 521 72 85 rframauro@retemail.es
Metrópolis C/ Luna, 11 28004 Madrid	Tlf : 91 521 63 00
Comic Hunter C/ José Antonio Armona 28012 Madrid	Tlf : 912 223 116 chunter2@mi.madrid.es

Barcelone

www.totcomic.com

Continuará
Via Laietana, 29
08003 Barcelona

Tlf : 93 310 43 52
www.comicvia.net/continuar

Antifaz Comic
C/ Mayor de Gracia, 205
08012 Barcelona

Tlf : 93 237 81 19

Norma Comics
Passeig St. Joan
08010 Barcelona

Tlf : 93 244 84 23

Cosmic Comics
C / Castillejos, 272
08025 Barcelona

Tlf : 93 436 30 37
cosmic@barcelonared.com

Vertice Comics
C/ Calabria, 195
08029 Barcelona

Tlf : 93 410 11 13