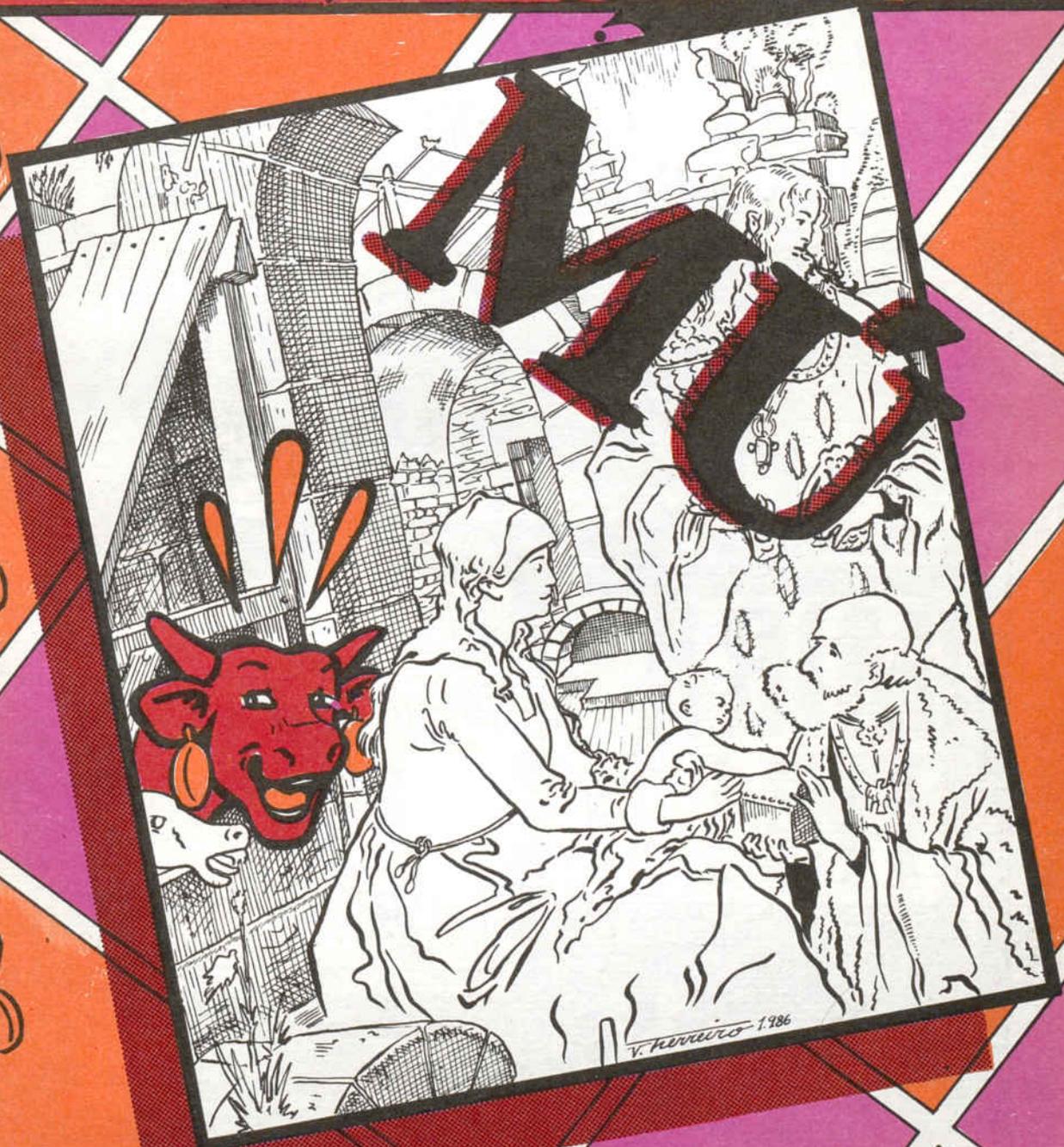


TAKA DE TINTA



V. Heruico 1986



**MIRA
TIÒ!**

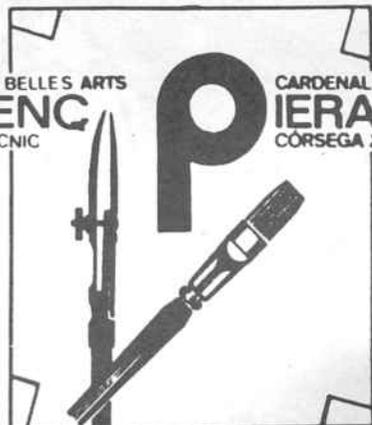
**CÒMIC
SHOW**

**RÀDIO
P.I.C.A.**



**PROXIMAMENT
88.6 F.M.**

ARTICLES BELLES ARTS
VICENÇ
DIBUIX TECNIC



CARDENAL CASAÑAS 13
T. 301 66 80
BARCELONA
CÓRSEGA 298 T. 218 14 48



S U M A R I O

nº 8
febrero 87

pág		
	A. VARELA (portada)	32 F. DE FELIPE
4	EDITORIAL	34 BROCAL
6	OSCAR	35 MONTECARLO
9	TERE RIBAU	40 CAE
10	ALFREDO ESTEBAN	41 ANDREU AGUILO
12	JOANOT	45 ELENA VAL
14	MONTSE ABELLA	49 TAMAYO
17	PEP	51 PAUL
22	APARICIO	54 VICEN
24	JORDI ELIAS	55 MANEL FONTDEVILA
27	PAU	58 VICEN
28	BALTANAS	59 GER
		60 MONICA SERENTILL
		61 SEBASTIA SERRA

TAKADETINTA es una publicación sin ánimo de lucro editada por el DEPARTAMENT DE ESTRUCTURA DE LA IMAGEN Y DEL ENTORNO de la Facultad de Bellas Artes de la U.B. C/Pau Gargallo s/n, Zona Universitaria de Pedralbes, 08028 Barcelona.
DIRECCION: A. Remesar, COORDIANCION: Aguiló
DISEÑO: M. de Miguel-E. Esteve, MAQUETACION: Caterina, Victor, Montse, Joanot. IMPRIME: Litoclub, FOTOLITOS: Chencho

D. L. B- 11.289/84
(c) de la presente edición TAKADETINTA
(c) los autores de textos e ilustraciones.

El fenecido 1986 nos dejó un cierto amargo sabor de boca. Con él se fué *Madriz*. En el *Taka* sentimos profundamente la desaparición de la revista puntera de la nueva historieta española. Lo sentimos más que la desaparición de *Bruguera*. Esto, lo segundo, no deja de ser un problema industrial que la propia industria remedará. *Forum* nos volverá a deleitar (?) con *El Capitán Trueno* y el *Grupo Zeta* invadirá pronto los quioscos con otros títulos de la fenecida ex-*Gato Negro*.

Ha muerto el espíritu, pero sigue la letra que es lo que importa. Las grandes, esas pocas editoriales, coparán el mercado que, según todos los indicios, corresponde a la historieta en este país: el infantil y juvenil. El otro mercado, el del *comic adulto*, seguirá en manos de editores independientes, pequeñitos ellos, y correa de transmisión de sus respectivas *Agencias*. Por ambas partes asistiremos a renovación de fórmulas editoriales (*Comix + Totem; Cairo + Magic Strip; ¿una especie de Vibora semanal?*) e incluso de contenidos, aunque esto último está por ver.

La industria se lo monta. No le queda otra solución si pretende mantener o ampliar su tasa de ganancias. Lo único importante es establecer la adecuada ecuación

de costes que, sin duda alguna, pagaremos los lectores. Ya hemos visto cómo ha ido descendiendo paulatinamente la calidad del papel. Este año vamos a asistir a la entrada masiva de material extranjero, a la *congelación de salarios* y a una serie de movidas que permitan el desarrollo del beneficio marginal de las empresas. Pero dudamos que la industria sea capaz de mantener su cuota de *rentabilidad psicológica*, este factor del mercado, que hace vender.

Aquello, lo primero, lo del *Madriz*. Si que nos preocupa, puesto que hace referencia a la *Cultura*, 33 números han demostrado, sobradamente, que hay mucho que decir y hacer sobre/con la Historieta española. En el umbral del s.XXI, en plena era informática, el *Madriz* ha demostrado, contra viento y marea, que, el espacio reservado a la Historieta entre los restantes medios expresivos, no pasa exclusivamente por las fórmulas comerciales, que este espacio lo es de debate cultural, de contraste, de replanteamiento de los códigos expresivos y que, en este sentido, hegemonía de mercado no significa, necesariamente, hegemonía cultural. No se crea *cultura* por el simple hecho de decir que se hace *cultura*. Un medio no llega a la adultez retorizando una fórmula administrativa, *Cómic para adultos* - aquella fórmula a la que se aco-

gieron los editores para evitar la zarpa de la censura en 1967- no equivale a *cómic adulto*.

Nuestras críticas no se dirigen únicamente a los editores que, en definitiva desempeñan el papel que les ha tocado. Se orientan al corazón de la máquina cultural española, a los responsables de esta fanfarria de olimpismo, panderetas, abanicos y pitones, que configuran la *postmoderna* visión de la escena que poseen dirigentes y mediadores culturales. Pocos han sido los teóricos y críticos del medio que hayan alzado su estandarte por *Madrid*. Menos son los demurgos del arte español que han roto una lanza por los méritos y aportaciones de la revista. Con *Madrid* se ha hecho lo peor que se puede hacer con una experiencia cultural; encerrarla en el ghetto de las curiosidades. Porque, para que negarlo, en el panorama actual *Madrid* es algo raro, demasiado sólido y consistente, *distinto a*, como para favorecer y apoyar su subsistencia.

Madrid molestaba. A unos, los del sector historieta, por razones de todos conocidas y que se pueden resumir en la incapacidad de los profesionales en admitir que las vanguardias de los sesentas y setentas son, como se dijera en su día, vanguardias muertas. A otros porque la experiencia representaba un fuerte revulsivo, en forma y contenido; un índice acusador a la vacuidad de esta plaga artística que ha supuesto la *postmodernidad* mal copiada.

Por último *Madrid* era una experiencia incómoda, poco digerible, para quienes, desde la Administración, confunden constantemente la *Política cultural* con el hecho de hacer política de la Cultura. Ante el reto de las elecciones que se avecinan *Madrid* no justificaba los dispendios necesarios para su supervivencia. *Madrid* no era *ren-*

table. Srvivió, eso sí, como fenómeno de *moda* y, en correlación con otras experiencias, para catapultar la imagen cosmopolita y vanguardista de la villa del oso y el magroño. Pero asentada la capitalidad mundial, pasado el sarrampión, las aguas vuelven a su curso y en la balanza electoral de las municipales, la revista no posee el peso suficiente para mantenerla en vida. Igual, por una rara regla de compensación, resulta que *Madrid* sí tiene un peso para la Autonomía de las siete estrellas.

Por suerte o por desgracia, como consecuencia de la desafortunada actitud anterior de los mediadores culturales, *Madrid* no pasará a engrosar las raquíticas filas de los *mitos* de nuestra regional cultura y por lo tanto no ocupará un sitio en el museo de cera de lo que -vaya una lástima- pudo haber sido. *Madrid* es ya material arqueológico deglutido por la vorágine del consumismo cultural y tan sólo puede aspirar a poseer un reducido poster en las futuras *Crónicas de los ochenta* que, historiadores o mercachifles del *diseño cultural* -como muestra un botón; no se pierdan la alucinante *Catalunya cap al 2.000*, *diseño y tecnología al servicio de la demagogia electoral* - crearán con la objetividad que la distancia en el tiempo permite.

Dice el refrán que las apariencias engañan. En nuestro caso *Octubre* significa *Enero* y 1987 le gana el terreno a 1986. No pediremos perdón por ello, pero, en el fondo, lo lamentamos. Nuestro *Pepito Grillo* particular nos ha machacado con sus recriminaciones. Pues sí, lo sentimos en el alma, pero no hemos podido cumplir nuestra cita a tiempo. Como siempre, hacemos firmes propósitos de enmienda. El tiempo y las circunstancias dirán.