

ME LLENA DE ORGULLO Y SATISFACCIÓN

(la entrevista)

YEXUS

EL MIÉRCOLES 4 DE JUNIO DE 2014 la revista *El Jueves* no llegó a su cita habitual en los quioscos porque su compañía editorial ordenó retirar una portada alusiva a la abdicación de Juan Carlos I, llegando a destruir la cubierta ya impresa de 60.000 ejemplares. RBA, propietaria del semanario desde 2006, censuró esta portada, realizada por Manel Fontdevila en colaboración con la redacción de la revista, para cambiarla por otra sobre el político Pablo Iglesias, prevista inicialmente para esa semana antes del anuncio oficial de la abdicación. La célebre publicación humorística apareció un día más tarde, disculpándose ante los lectores pero ocultándoles el verdadero motivo del retraso.

Es entonces cuando Albert Monteys y Manel Fontdevila, dos pilares de *El Jueves* desde los noventa, deciden abandonar la revista, un gesto que precederá a la paulatina dimisión de otros dieciséis autores y que será el origen de una nueva publicación digital cuyo debut en junio de 2014 tiene una inusitada acogida entre los lectores: *Orgullo y Satisfacción*. Parodiando las palabras del antiguo monarca en su anual discurso televisivo, Albert Monteys (Barcelona, 1971), Manel Fontdevila (Manresa, 1965), Guillermo (Guillermo Torres; Melilla, 1962), Manuel Bartual (Valencia, 1979) y Bernardo Vergara (Pamplona, 1966) dan título a esta nueva revista que pronto adquiere una frecuencia de salida mensual, una amplia nómina de colaboradores y un público estable.

Dos años más tarde, *Orgullo y Satisfacción* es uno de los proyectos más sólidos, estimulantes y prometedores del panorama del humor satírico y el cómic independiente. La siguiente charla con sus cinco fundadores permite conocer el proceso de gestación y desarrollo de la revista mientras desvelan las claves de sus mecanismos de trabajo y los cambios sufridos en el trasvase del medio impreso al universo digital.

Situémonos en aquel 4 de junio de 2014, tras la censura de la famosa portada. ¿En qué momento sois conscientes de que la situación en *El Jueves* es insostenible y cualquier decisión no admite marcha atrás? ¿Cuál es el punto de inflexión?

ALBERT MONTEYS: La propuesta de RBA era, literalmente, que no contáramos que la sustitución de la portada había sido decisión del editor y que, hasta nueva orden, no dibujáramos al Rey en portada. Ante la primera protesta, se nos dejó muy claro que no estábamos negociando. ¿Qué futuro nos

quedaba ahí? Una revista de humor necesita a un editor que le apoye ante la censura externa, no concebimos trabajar con alguien que se anota tantos ante el poder cambiando portadas molestas.

MANEL FONTDEVILA: El punto de inflexión es cuando la revista asume las exigencias del editor sin más. Recuerdo ese día en Bilbao, hablando alternativamente con Albert y con Mayte Quílez [directora de *El Jueves* entre 2011 y 2016] y viendo cómo la revista se iba a meter en un berenjenal del que su credibilidad iba a salir seriamente dañada. Para mí la censura del editor es un problema pero también la credibilidad de los autores: es nuestro patrimonio más importante. Te quedas y tragas, ¿y qué? ¿Cómo vas a apoyar la próxima huelga general, como había hecho *El Jueves* otras veces? ¿Cómo apoyas un eventual 15-M? No voy de espíritu puro: todos tragamos sapos en nuestros trabajos y cada cual lo lleva como lo lleva, pero lo de RBA, retirando una portada ya difundida [desde la propia web de *El Jueves*] y exigiendo esa bajada de pantalones en público, fue una humillación en toda regla. Y creo que



Portada retirada de *El Jueves* sobre la abdicación real, por Manel Fontdevila y redacción, y la portada que se publicó en su lugar, por Jordi March (junio 2014).

no había que pasar por ahí. Vendíamos una ética, quizás no muy trabajada pero sí muy clarita para casos como estos. Y el punto de inflexión se completa cuando mi familia me da su apoyo, por supuesto.

BERNARDO VERGARA: Sí, en mi caso también. Aunque estás seguro de tomar la decisión correcta, a la vez acojona bastante renunciar a la principal fuente de ingresos de tu familia. Así que sentirme apoyado, incluso animado a dar ese paso por mi pareja, fue lo que acabó de decidirme. Estoy muy de acuerdo con Manel en que quedarnos ahí era tirar por la borda toda nuestra credibilidad. El último trabajo que entregué en *El Jueves* fue una historieta sobre el peloteo de la prensa y el cierre de filas en torno a la figura de Juan Carlos I, en la que básicamente recogía citas textuales de los periódicos que ensalzaban la figura del monarca en plan casi hagiográfico. ¿Cómo puedes afear la conducta de otros medios impresos cuando lo que está haciendo la revista para la que trabajas es algo mucho peor? En *El Jueves* la crítica a la monarquía se había convertido en una seña de identidad y esa bajada de pantalones que supuso el cambio de portada dejó a la revista muy por debajo de todos los medios que yo criticaba en aquella historieta, en lo que a credibilidad se refiere.

GUILLERMO: Los colaboradores de fuera de Barcelona, que no asistimos en directo al *crimen*, fuimos conociendo los hechos unas horas más tarde y de una manera confusa. Rumores, noticias contradictorias... En mi caso, telefoneé a la revista para saber qué estaba pasando y, al tener confirmación de que la censura había partido de la propia RBA, dije adiós.

Manuel, ¿tu experiencia con el medio digital y la infraestructura de ¡Caramba! Ediciones son factores decisivos para emprender el nuevo proyecto?

MANUEL BARTUAL: La estructura editorial de ¡Caramba! nos sirvió para arropar legalmente el lanzamiento del número cero de la revista, y mi experiencia y la de Alba Diethelm como editores para valorar lo que podíamos hacer y cómo hacerlo. En esto último fue determinante la entrada de Sergio Manzanera en el proyecto. Es una de las cabezas pensantes tras [Whakoom](#), una web que ofrece herramientas para catalogar colecciones de cómics. Yo le había conocido meses antes, así que mientras poníamos en marcha *Orgullo y Satisfacción* le llamamos para ofrecerle programar la web. Necesitábamos, entre otras cosas, que el proceso de compra resultase fácil y que la web soportase el tráfico que podía recibir, y Sergio cumplió con ello diseñando las tripas de la web de *Orgullo y Satisfacción* en tiempo récord. Además, él había trabajado en el departamento informático de *El Jueves* y fue despedido tras la compra de la revista por parte de RBA, de modo que su simpatía por nuestro proyecto estuvo ahí desde el minuto uno.

30.000 ejemplares vendidos del número cero. ¿Esperabais esa respuesta masiva?

MANEL FONTDEVILA: ¡Para nada! Con 10.000 ya me hubiera parecido un triunfo absoluto. Fue alucinante.

BERNARDO VERGARA: Y, sobre todo, muy emocionante. Nos sentimos muy arropados por la gente. La presentación en el Teatro del Barrio, a reborar de público, daba ganas de llorar de alegría. El marcharnos de *El Jueves* nos dejó emocionalmente muy tocados y esto fue un chute de optimismo acojonante.



Presentación de *Orgullo y Satisfacción* en el Teatro del Barrio (Lavapiés, Madrid), 18 de junio de 2014. De izquierda a derecha: Paco Alcázar, Manuel Bartual, Luis Bustos y la periodista Olga Rodríguez; en pantalla, Pepe Colubi y Albert Monteyes (foto: Santiago García).

número cero, mucho más allá de cualquier expectativa que pudiéramos albergar. Eso sí, cuando preparábamos el número y muchos nos decían que una publicación digital era un hermoso acto suicida siempre respondíamos que, si algo tenía alguna posibilidad en internet, era lo nuestro.

GUILLERMO: No, no lo esperábamos. Aunque, eso sí, sabíamos que el patio estaba muy caliente y algo intuíamos que iba a pasar. Pero de haber vendido sólo la tercera parte, ya habríamos alucinado.

MANUEL BARTUAL: Las primeras horas fueron una auténtica locura, recibíamos 500 compras por minuto. Esto se tradujo en que los primeros 22.000 ejemplares se vendieron durante las primeras 24 horas. En eso y en un chute de emociones que, al menos a mí, me permitieron mantenerme despierto aquel día después de pasar la noche anterior terminando aquel número sin pegar ojo.

ALBERT MONTEYS: A día de hoy son ya más de 40.000 los ejemplares vendidos del

¿Pensáis que fue sobre todo un movimiento de apoyo o que también influyó cierta sensación acumulada en el público de resentimiento contra la monarquía?

ALBERT MONTEYS: El número de *El Jueves* secuestrado en 2007 vendió alrededor de los 100.000 ejemplares. Lo cierto es que «monarquía + polémica» es, por lo menos en cuanto a humor se refiere, la fórmula del éxito y eso no es nuevo. Supongo que los humoristas capitalizamos el hecho de ser de los pocos que le faltamos al respeto a la Casa Real desde los medios. Dicho esto, las ventas de nuestro exitoso número cero se deben, creo yo, tanto a una cosa como a la otra.

MANEL FONTDEVILA: El ambiente de adulación sin fisuras era tan exagerado que incluso causaba una cierta sensación de ahogo. Y quien fuera mínimamente crítico a todo aquello simplemente no tenía donde agarrarse, salvo algunos medios digitales, porque el quiosco fue todo «a favor». Una vergüenza. Nuestro caso no solo era una grieta en el discurso oficial, sino que además ejemplificaba esa persecución de la disidencia y supongo que se nos apoyó por ambas cosas. Y *El Jueves* de 2007 agotó la edición, fueron 125.000 números.

GUILLERMO: En efecto, fuimos una de las poquísimas maneras que hubo aquellos días [*durante la sucesión de Felipe VI*] de saltarse mínimamente la Proclamación y de proclamar todo lo contrario. Aparte, la censura suele provocar un efecto de empatía social hacia quien la padece. Y más en el caso de *El Jueves*, donde llovía sobre mojado, aunque esta vez, para nuestra sorpresa, no llovía, sino que ¡nos meaban desde el último piso de RBA!

¿Y cuál fue la repercusión de la iniciativa de *Orgullo y Satisfacción* en los medios de comunicación generalistas?

GUILLERMO: La repercusión fue amplia porque siempre que la censura sucede en casa del vecino todo el mundo se apunta a vocearla. No obstante, si bien fue una repercusión amplia, también lo fue superficial y de bastante menor alcance que en el secuestro de 2007. Para empezar, esta vez el secuestro era autosecuestro. Y había una transmisión monárquica que defender en medio de un sistema aparentemente desmoronándose. El cambio de rey era el último salvavidas. ¿Quién iba a bromear con eso?

De hecho, un año después, el episodio de la censura de aquella portada quedó difuminado; aquí no ha pasado nada e insobornables luchadores por la libertad de expresión como Jordi Évole o Ana Pastor posaban ufanos con la revista *El Jueves*. En España, el autosecuestro de *El Jueves* es como la Transición: pasemos página. ¿A quién coño se le ocurre cuestionar estas cosas?

«Esta vez el secuestro era autosecuestro. Y había una transmisión monárquica que defender en medio de un sistema aparentemente desmoronándose. ¿Quién iba a bromear con eso?»



Manel Fontdevila, «Estirpe campechana», en [Orgullo y Satisfacción](#) nº 0 (junio 2014).

MANEL FONTDEVILA: La repercusión fue enorme. Igual por la falta de costumbre, pero nos sentimos como una especie de fenómeno mediático, lo cual también explicaría las ventas tan abultadas de ese número. Dicho esto, también es cierto que televisiones y prensa, cuanto más «oficiales» menos se ocuparon de nosotros. O se ocuparon con una asepsia que ya quisiéramos para otras cosas. Pero radios, medios digitales e incluso alguno de papel se volcaron con el tema, que les tocaba de cerca. Al fin y al cabo, dejar el trabajo porque no te permiten expresarte es una rareza en la mayoría de estos lugares.

ALBERT MONTEYS: Creo que, en parte, la razón de que muchos medios nos hicieran caso es que la mayoría de periodistas se han visto alguna vez en una situación parecida. De hecho, en nuestro periplo por radios, teles y periódicos recibimos muchas muestras de solidaridad y, ya entre bambalinas, la confesión de que en su medio había cosas que no podían salir y de que, en el caso concreto de la abdicación de Juan Carlos y la coronación de Felipe, habían sido advertidos de que el tema había que tratarlo con mucho tacto.

BERNARDO VERGARA: En cualquier caso, la repercusión mediática de nuestra salida de *El Jueves* nos pilló por sorpresa y yo diría que se repitió con similar intensidad poco después, cuando publicamos nuestra revista, un día antes de la coronación. El teléfono no paraba de sonar. Fue bonito pero agotador. Luego, cuando un par de meses más tarde volvimos con el número 1 de lo que ya iba a ser una publicación mensual, la repercusión en la prensa fue más limitada y menos pasional.

MANUEL BARTUAL: Hubo incluso quien llevó el tema del tacto hasta un extremo increíblemente paródico. Durante una entrevista que le hicieron a Manel en una televisión catalana [imágenes de la derecha], tras mostrar la portada secuestrada de 2007 con una conveniente mancha borrosa que tapaba a Letizia repitieron el truco con la portada de 2014 censurada por RBA... ¡ocultando la corona llena de mierda!

BERNARDO VERGARA: ¡Ese fue un gag involuntario de proporciones épicas! Era cogérsela con papel de



fumar rizando el rizo. Cogérsela con papel de fumar tras habérsela pixelado, ja, ja.

GUILLERMO: Estamos al mismo nivel que Picasso, ojo, censurado por la Fox.

¿Preveíais la sostenibilidad del proyecto a partir del número cero? ¿O ese número solo fue un «gesto» antes de seguir buscando otras salidas?

ALBERT MONTEYS: La idea con el número de la coronación fue aprovechar la ola que se había formado para sacarnos un finiquito, tener la cabeza ocupada en unos días de auténtica locura y reivindicar nuestro trabajo en un momento que lo merecía. No nos atrevíamos a esperar nada, así que nadie habló de continuar la aventura hasta que el éxito del número cero fue indiscutible.

BERNARDO VERGARA: Pero por encima del finiquito estaba la necesidad de hacer nuestro tebeo sobre la coronación, de dibujar lo que nos diese la gana sobre *El Campechano* y *El Preparado* sin injerencias editoriales de ningún tipo. Yo creo que la necesidad de catarsis estuvo todo el rato por delante de la urgencia por llenar la nevera, aunque al final se consiguieron los dos objetivos para asombro de todos.



El Picasso pixelado por la cadena Fox al que se refiere Guillermo (2015).



Manel Fontdevila, Guillermo, Albert Monteys, Manuel Bartual, Bernardo Vergara y un amigo. La fotografía (de Alba Diethelm, intervenida con dibujo de Manel Fontdevila) fue tomada en Madrid, con motivo de una reunión en julio de 2014 para firmar ante notario la constitución de *Orgullo y Satisfacción* S.L. Manel no pudo acudir y firmó por poderes.

base de reuniones mensuales por Skype y de tormentas de e-mails diarios. El tema de cada número se decide según criterios de actualidad o de atractivo, depende de lo que más pese en ese momento.

MANEL FONTDEVILA: Sí, era un remedio para pasar el verano mientras pensábamos «en serio» qué haríamos después. Y bueno, vimos que había un público y un producto por hacer. Todo esto debe tener un nombre en las escuelas de marketing, supongo. El caso es que vimos todo eso y pensamos «¿para qué buscar más?». La empresa, además, se adaptaba maravillosamente a nuestro presupuesto de salida, que era cero.

¿Cómo funciona la redacción de *Orgullo y Satisfacción*? ¿En base a qué criterios decidís el tema y la línea de cada número?

GUILLERMO: La redacción funciona a

Cuando ambos criterios coinciden, surge la magia. Aunque en los primeros diez números las premisas para abordar cada uno de ellos han variado mucho, buscando afinar al máximo el motor para construir el vehículo que queremos.

MANEL FONTDEVILA: De hecho, el esqueleto del número se ha ido ajustando sobre la marcha; ahora *Orgullo y Satisfacción* es distinto de cuando empezó y posiblemente dentro de un año sea diferente también. Hay que encontrar ese equilibrio entre el costumbrismo y la política, entre los temas más ásperos, que necesitan más espacio y exposición, y los temas que se pueden resolver en un par de buenos golpes. Hay que ir aprendiendo a ordenar todo esto en una revista que no ofrece al lector la posibilidad de empezarla por cualquier página, sino que va en el orden que nosotros decidimos. Buscamos, ante todo, que haya fluidez y la lectura no se atasque.

¿El resto de los autores participa en alguna medida?

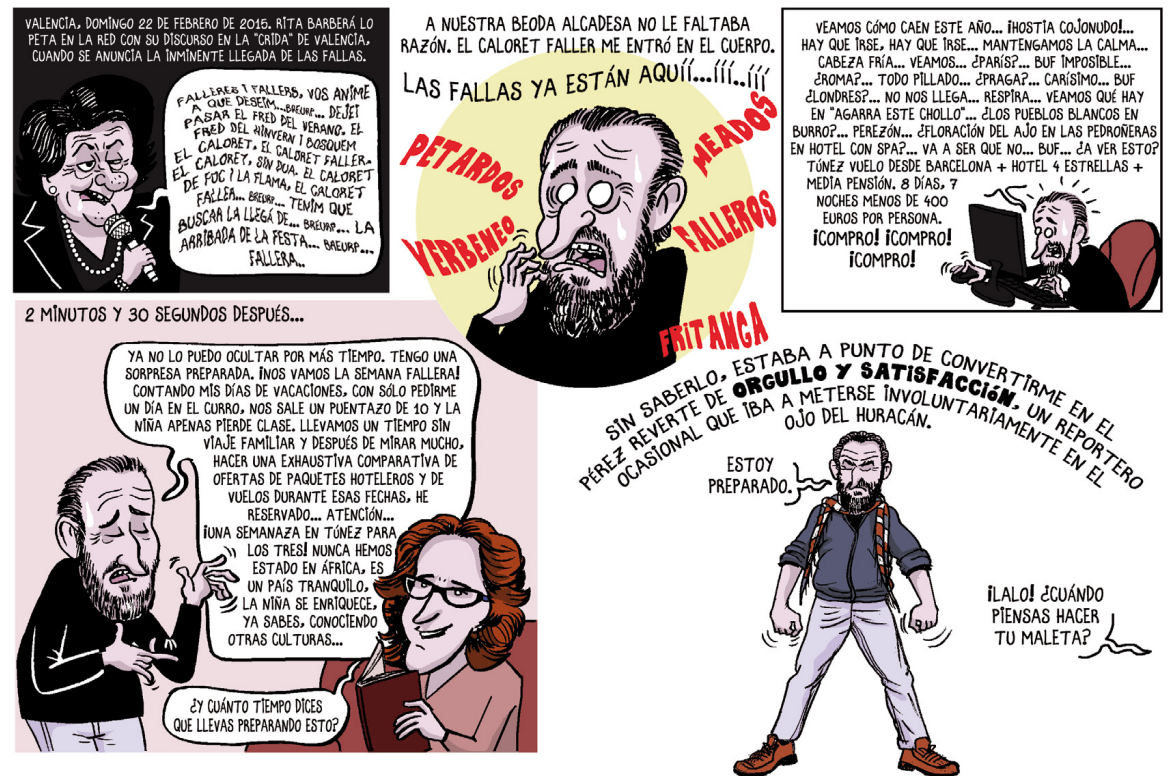
GUILLERMO: De las reuniones de redacción salen los encargos puntuales a los colaboradores, a los que cada autor con serie añadirá su entrega mensual correspondiente. Esa es la mecánica fija y, a partir de ahí, cada colaborador ha de estar lo más cómodo posible realizando su trabajo. Por eso, las líneas siempre están abiertas y en cualquier momento los autores comunican ideas que les apetece hacer, propuestas de nuevas series, lo que haga falta. De esta otra mecánica, llamémosle imprevista, surge a veces la maravilla, como la extraordinaria crónica que dibujó Lalo Kubala cuando en marzo viajó a Túnez y le pillaron allí los atentados.

¿Supone mucha presión trabajar con tanta incertidumbre? ¿Sin el paraguas económico de una gran editorial?

GUILLERMO: Yo diría que sólo hasta cierto punto. Al principio, el abrumador éxito inmediato nos hizo olvidar a ratos que por primera vez estábamos a la intemperie, muchos de nosotros después de veinte años de carrera. Hoy, cuando hay que pelear cada número, la sensación de no depender de nadie excepto de los lectores no elimina esa presión, pero sí la amortigua bastante.

MANEL FONTDEVILA: Para mí sí conlleva una cierta presión trabajar así, con un ojo en la actualidad y otro en la cuenta corriente, lo que hace que lleve un año con la cabeza a cien por hora. El balance es, a pesar de todo, estimulante. Tal como vamos considero que esta ya es una de mis mejores etapas profesionales. Si la cosa mejora sería ya tremendo, claro. Y si un día hay que cerrar, pues oye, cerraremos con una dignidad de categoría.

¡YO SOBREVIVÍ AL ATENTADO DE TÚNEZ!



Lalo Kubala, «¡Yo sobreviví al atentado de Túnez!», en *Orgullo y Satisfacción* nº 8 (abril 2015).

BERNARDO VERGARA: Para mí también supone bastante presión. No tanto por la incertidumbre de tener detrás un editor sino porque, a fin de cuentas, estamos explorando un terreno casi virgen. Me refiero a la edición de revistas en formato digital. El formar parte del grupo de pioneros en un mercado que está empezando te obliga a improvisar mucho, a adivinar por dónde van los tiros y a reinventar el negocio día a día. No hay modelos, no hay referentes, no hay nada. Es una aventura apasionante pero la presión es grande.

¿Todos los autores que dimitieron de *El Jueves* pasaron a publicar en *Orgullo y Satisfacción*?

GUILLERMO: Sí. Toni Batllori tardó un par de números en hacerlo porque no tiene Twitter ni Facebook, no dio un ruido y no nos habíamos enterado de que también estaba entre los fugados.

¿Se han sumado otros nuevos? Quizás atraídos por la libertad que ofrece la publicación...

GUILLERMO: Sí, ha habido muchas incorporaciones. No sé si atraídos por la libertad o por nuestras insistentes y pesadas llamadas, pues todos *los nuevos* son gente a la que admiramos mucho desde hace mucho tiempo. Cada vez que uno de estos superclase nos decía que sí, más confiábamos en que no podía estar tan mal este invento.

«Estamos explorando un terreno casi virgen. El mercado digital te obliga a improvisar mucho»

MANUEL BARTUAL: A la revista se ha sumado gente como Oroz, Miguel Brieva o John Tones, que en su momento ya pasaron por *El Jueves*, y otros como Xavi Puig y Kike García de *El Mundo Today*, Alberto González Vázquez, cuyo trabajo vimos claro que encajaba a las mil maravillas con el tipo de revista que queríamos hacer, o más recientemente Carmen y Laura Pacheco. Creo que acertamos, porque sus colaboraciones sólo nos han reportado alegrías, disfrute y buenas carcajadas, que es de lo que se trata.



Alberto González Vázquez, «Consenso», en *Orgullo y Satisfacción* nº 19 (marzo 2016).

MANEL FONTDEVILA: Nos gustaría incorporar a mucha otra gente que se ha ofrecido a colaborar con nosotros, pero tal como hemos organizado los pagos y el reparto de beneficios, cualquier incorporación supone menguar los ingresos del resto. Por eso nos interesaría tanto vender un poco más, o aumentar algo las suscripciones, porque nos molaría poder actuar con más libertad en esta cuestión. De momento, en el techo de ventas en que nos movemos, no nos podemos permitir muchos más lujos en este sentido.

MANUEL BARTUAL: Además, parte del apoyo que nos brindó la gente en junio de 2014 creo que acabó derivando también en una cierta preocupación por saber si el proyecto resulta viable. Y lo cierto es que sí, porque estamos hablando de una revista que nos está reportando beneficios desde el día uno pero por ahora, como dice Manel, nuestro techo es el que es. Yo soy bastante optimista en este sentido. Creo que una revista como la nuestra habría sido impensable tan sólo un par de años antes, así que me gusta pensar que en cuanto el uso de *tablets* sea mayor y el miedo a pagar en internet sea menor, nuestra parroquia debería ampliarse.

BERNARDO VERGARA: La cosa se resume en que estamos muy contentos con lo conseguido en este primer año pero el negocio no da para pagar nuestro trabajo todo lo dignamente que sería deseable. Para ello necesitaríamos llegar a los doce mil suscriptores, cosa que sabemos que vamos a conseguir tarde o temprano. ¡Aunque mejor si es temprano, por el bien de nuestra salud mental y física!

¿En qué sentido (y censuras aparte) intentáis distanciarnos del modelo de *El Jueves*?

GUILLERMO: ¿Distanciarnos del modelo de *El Jueves*? Desde luego, no es algo que «intentemos» o en lo que remotamente pensemos alguna vez. Sólo tenemos en mente hacer las cosas a nuestra manera. Lo único de lo que queremos distanciarnos es de la censura. Y la única forma de lograrlo es el modelo *Orgullo y Satisfacción*.

MANEL FONTDEVILA: Hay que decir, de todas formas, que el modelo *El Jueves* no es un invento del *Jueves*, sino que es el típico modelo de revista que mezcla series y actualidad, nada que pueda hacerse

de veinticinco formas diferentes. Y apuntar también que lo que actualmente es el «modelo *El Jueves*» es algo en lo que Albert y yo hemos participado y en lo que hemos quemado bastantes neuronas de nuestros mejores años profesionales. Sin querer calcar un modelo sobre el otro, tampoco me preocupa mucho que haya algo que remita a la etapa anterior.

MANUEL BARTUAL: Creo que a veces se habla del «modelo de *El Jueves*» como si fuera algo ajeno a las personas que lo hacían, y muchas de estas personas son las que ahora están en *Orgullo y Satisfacción*.

BERNARDO VERGARA: Somos casi veinte personas que salimos de *El Jueves*, así que es normal que las semejanzas con esa revista estén ahí.

Hablemos del contenido de manera más concreta. En los primeros números parece haber mayor interés en tocar temas de interés general que en desarrollar series y personajes fijos, ¿no?

MANEL FONTDEVILA: Es lo que decíamos: nos pareció que los primeros números, con un sólo tema a desarrollar, quedaban ásperos, e incluso que su lectura acababa siendo agotadora. Fuimos incorporando secciones y así este tema quedó pronto relegado a un dossier, acompañado de notas de actualidad de tono y extensión variable y de una nueva sección, *Últimas Letizias*, para darle actualidad de última hora al invento. Lo de las series fue viniendo también con naturalidad.

Rajoy cierra la legislatura presumiendo de haber credo empleo

El presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, ha firmado la disolución del Parlamento y ha convocado oficialmente las elecciones generales para el 20 de diciembre. Al término de la reunión extraordinaria del consejo de ministros, ha vuelto a sacar pecho con unas cifras del paro que no parecen acompañar su discurso triunfalista y ha declarado que, si resulta reelegido, habrá 2 millones de parados menos a finales de 2019.



El escándalo del 3% sacude al PP y Convergencia



ORGULLOYSATISFACCION.COM

Junts pel Sí y la CUP acuerdan iniciar el proceso para la Independencia



ÚLTIMAS LETIZIAS | 92

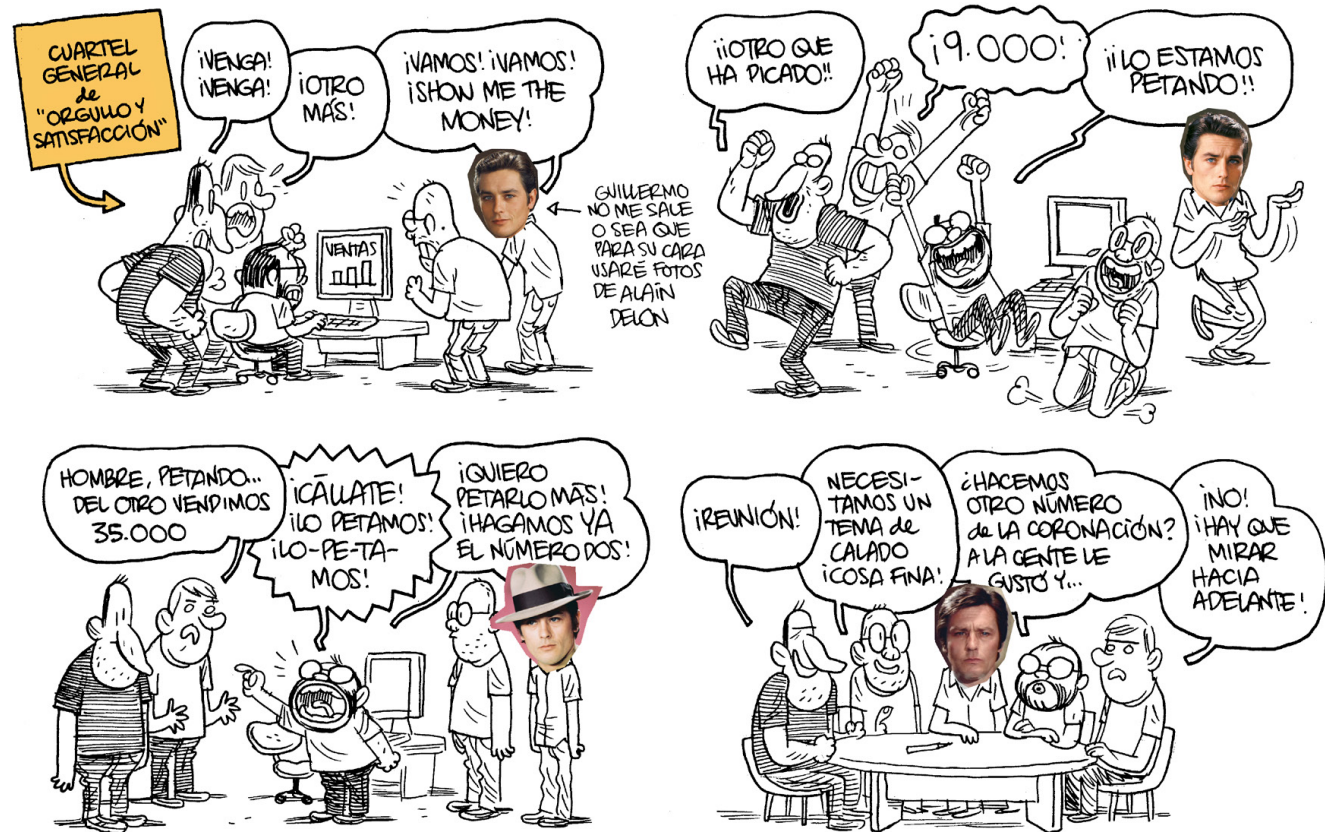
BERNARDO VERGARA: En ese primer número sobre la democracia española la cosa quedó muy densa. Además, vimos que con esa fórmula, por mucho que lo planificáramos antes, teníamos muchos boletos para repetir temas a lo largo del mismo. Pero lo de hacer monográficos sobre un tema es algo que no hemos descartado. Los números especiales que publicamos para suscriptores son exactamente eso. Aunque sean revistas más ligeritas, de entre veinte y cuarenta páginas.

Bernardo Vergara, Albert Monteys, Mel y redacción, *Últimas Letizias*, en [Orgullo y Satisfacción](#) nº 15 (noviembre 2015). Diseño de Manuel Bartual.

Hay una gran personalidad autoral, una presencia palpable de los propios redactores casi responsabilizándose de los contenidos. Esas «reuniones de redacción» que abren cada número donde aparecéis como personajes...

MANUEL BARTUAL: Lo de las reuniones con las que comienza cada número surgió de manera no muy meditada. Tras publicar el número 1 nos pareció que debíamos contarle a los lectores qué tal había funcionado el experimento ya fuera del huracán mediático en el que estuvimos un par de meses atrás. Y Albert acabó dibujando una historieta que hablaba de esto mismo y enlazaba con una presentación del tema de ese número. Como nos gustó, decidimos que cada número se abriría con una de esas reuniones que nos iríamos turnando para dibujar.

BERNARDO VERGARA: En el momento de preparar el número 2, llegamos a la conclusión en una de nuestras reuniones por Skype de que el editorial de una revista de historietas digitales de humor debería ser una historieta digital de humor y no un artículo, como en nuestros dos primeros números. Desde entonces abrimos la revista con estas historietas, en las que nos dibujamos a nosotros cinco sobre los contenidos de ese número.



Albert Monteys, sin título, en [Orgullo y Satisfacción](#) nº 2 (octubre 2014).

Manel enseguida retoma *La parejita*, ¿hay alguna diferencia en sus planteamientos? ¿Por qué cambia de nombre la serie?

MANEL FONTDEVILA: Desde el mismo día en que dejé *El Jueves* me planteé volver a sacar *La Parejita*: son unos personajes y un tono en el que me siento cómodo y de todo lo que he hecho hasta la fecha es lo que ha funcionado mejor. Luego nos metimos en la vorágine de la nueva revista y me olvidé un poco de



Las nuevas aventuras
de **EMILIA** y
MAURICIO
por MANEL FONTDEVILA

Manel Fontdevila, *Las nuevas aventuras de Emilia y Mauricio*,
en [Orgullo y Satisfacción](#) nº 18 (febrero 2016).

ello, pero a los pocos meses ya andaba con medio mono y afronté la cuestión: dibujar a Emilia y a Mauricio me gusta. Finalmente, pues, vendí la serie a otra editorial con la que iré sacando libros con sus historietas, tanto las que vienen saliendo en *Orgullo y Satisfacción* como otras muchas nuevas que estoy dibujando para la ocasión. Plantearme libros enteros me permite mezclar chistes, historietas largas, cortas... y también buscar un tono más abierto, huir de ciertas fórmulas que te impone el formato de página semanal. El cambio de nombre es por distanciarme de la etapa anterior, por reforzar el punto y aparte.

Y parece que Paco Alcázar está haciendo algo parecido con *Silvio José*...

MANUEL BARTUAL: En el caso de Paco Alcázar, él había decidido que la última historieta de Silvio José publicada en *El Jueves* sería la última del personaje, pero cuando comenzó a dibujar *La Gran Época* para

LA GRAN ÉPOCA

por PACO ALCÁZAR



Paco Alcázar, *La gran época*, en *Orgullo y Satisfacción* nº 8 (abril 2015).

MANEL FONTDEVILA: Cada autor sabe en lo que se siente cómodo, pero sí, a mí me gustan los personajes fijos. En cualquier caso no hemos pedido personajes; hay quien ha pensado secciones sin personaje, hay quien sigue por libre mes a mes. ¡Hay incluso secciones de texto! En cualquier caso, creemos importante que, ante un pdf de cien páginas, el lector tenga algunos referentes sobre las cosas que se va a encontrar en el camino.

Orgullo y Satisfacción acabó dándose cuenta de que se le ocurrían muchos chistes que sólo funcionaban poniéndolos en boca de Silvio. Por eso decidió recuperarle como personaje de la serie, que realmente es algo muy coral, una especie de universo expandido de lo que ya era *Silvio José*. Y nosotros encantados, claro.

Veo que poco a poco van surgiendo más personajes fijos, ¿no?

ALBERT MONTEYS: Además, los personajes y series son más intemporales y te permiten cerrar una parte de la revista a mediados de mes para concentrar los últimos días antes del cierre en la actualidad más rabiosa. Yo creo que, cuando empezamos con *Orgullo y Satisfacción*, muchos veníamos de hacer la misma serie durante muchos años y estábamos quemados, felices de habernos liberado. Pero cuando llevas varios números te das cuenta de que tener un espacio con una cierta continuidad ayuda a que fluyan las ideas.

BERNARDO VERGARA: Lo de hacer personajes tiene también que ver con la evolución de la revista. Antes comentábamos que los primeros números nos parecían más densos, más pesados, y cuando decidimos pasar de la fórmula de monográficos de 100 páginas sobre un mismo tema, se barajaron distintas fórmulas para aportar variedad y hacer la lectura más ágil, como introducir personajes o series temáticas.

Creo que el número especial de apoyo a *Charlie Hebdo* fue uno de los más inmediatos, extensos y sólidos del panorama español.

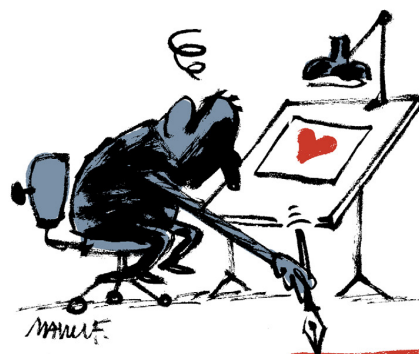
«Yo creo que el especial que dedicamos a *Charlie Hebdo* es el número más honesto y crudo que hemos hecho»

ALBERT MONTEYS: Con lo de *Charlie* fue la segunda vez (la primera fue con el número cero, el de la coronación) que comprobamos las ventajas del digital para comentar la actualidad al momento si la situación lo merece. Que los atentados de París nos tocaran mucho más de cerca que a la mayoría de colectivos hizo que nos pareciera especialmente importante estar ahí. Yo creo que es el [número](#) más honesto y crudo que hemos hecho.

MANEL FONTDEVILA: Lo de *Charlie* fue una respuesta visceral, sí, creo que ahí nos vaciamos todos un poco. Para mí en particular eran referentes: es decir, no solo estaba el tema de la barbarie y la libertad de expresión y Mahoma y todo eso, también había una frustración de puro fan. Seguía todo lo que hace Cabu desde hace muchísimos años, me parece un dibujante excepcional. Aún ahora lo pienso y me cuesta asumir un final como ese. Qué horror.

Arriba: portada de [Orgullo y Satisfacción. Homenaje a Charlie Hebdo](#) (enero 2015), dibujo de Manel Fontdevila. Izquierda: chiste interior de Manuel Bartual para el mismo número de homenaje.

HOMENAJE A CHARLIE HEBDO



En vuestra opinión, ¿ahora tenéis acceso a un nuevo tipo de público (el que frecuenta internet) o los mismos que os leían en papel os han seguido al formato digital?

MANUEL BARTUAL: Mi sensación es que nos ha seguido mucha gente de la que ya nos leía en papel. Lo pienso por los comentarios que nos llegan, pero entiendo que algo de público nuevo habrá también. Aunque de haberlo, desde luego es un público que se manifiesta menos que el otro.

ALBERT MONTEYS: En efecto, mayoritariamente nuestro público viene del que ya nos seguía en papel, pero hay también un nuevo sector que nos conoce de las redes y que se ha ido sumando. Supongo que son menos porque la costumbre de pagar por una revista de humor, el sector papel ya la traía asumida de casa.

Económicamente hablando, ¿os favorece la crisis? Lo digo por la pérdida de poder adquisitivo del lector, ya que *Orgullo y Satisfacción* es más barato que una revista de papel impreso.

MANUEL BARTUAL: Bueno, *Orgullo y Satisfacción* es más barato que una revista de papel, pero también es verdad que para leerla necesitas un ordenador, un móvil o una tableta. En todo caso entiendo que al menos una de estas tres cosas es de uso habitual para nuestros lectores, con lo que el precio de la revista seguramente sea un aliciente para su venta.

ALBERT MONTEYS: Está claro que una de las ventajas del formato digital es el bajo precio. Posiblemente la crisis en este caso nos favorezca, aunque otros factores (como la desconfianza que todavía genera pagar por internet o el hecho de que suponga un trámite más complicado que llevarse la mano al bolsillo y darle unas monedas al quiosquero) pueden reequilibrar la balanza hacia el otro lado. En todo caso, ofrecemos una ganga y esa es parte de nuestra idea de negocio.

GUILLERMO: De cualquier manera, si no hubiera crisis venderíamos más. Creo que eso está fuera de duda. La revista seguiría siendo una ganga y el precio no creo que variase mucho del actual, pero entre el público habría más dinero para gastar.

BERNARDO VERGARA: De hecho, nos dicen mucho por las redes sociales cosas del

Las dos páginas del sumario de [Orgullo y Satisfacción](#) nº 19 (marzo 2016). Dibujos de Guillermo, Alberto González Vázquez, Bernardo Vergara, Mel, Laura Pacheco, Paco Alcázar y Triz. Diseño de Manuel Bartual.

EN ESTE NÚMERO

 <h3>MALOS DÍAS PARA MARIANO</h3> <p>Repasamos la complicada y más reciente agenda de nuestro presidente en funciones favorito</p>	 <h3>CONSENSO</h3> <p>Alberto González Vázquez PÁGINA 13</p>
 <h3>PASATIEMPO</h3> <p>Diviértete con PEDRO SÁNCHEZ</p> <p>Vergara PÁGINA 57</p>	 <h3>LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN</h3> <p>ESTÁ LLEGANDO A LÍMITES INACEPTABLES</p> <p>Mel PÁGINA 23</p>

MANERAS DE MORIR DE LAS ROCK&ROLL STARS PÁGINA **73**

 <h3>TROLL corporation</h3> <p>Pacheco & Pacheco PÁGINA 32</p>	<h3>LA FÁBRICA DE PROBLEMAS</h3> <p>Paco Alcázar PÁGINA 20</p>	<h3>SESIÓN DE CONTROL</h3> <p>PÁGINA 48</p>
 <h3>EL MUNDO TODAY</h3> <p>PÁGINA 21</p>	<p>OROZ 7 Zaska! MANEL FONTDEVILA 17 Las nuevas aventuras de Emilia y Mauricio MIGUEL BRIEVA 26 Liquidación por cierre MEL 27 Paco Pánico MONTEYS 28 El show de Albert Monteys VERGARA 39 Vida de perros MANUEL BARTUAL 45 Bienvenidos al futuro MORÁN Y ÁGREDA 58 Misterios sondables PACO SORDO 62 Tebeos basura IU FORN Y VERGARA 68 Bordes raros y bobos ¡Y MUCHO MÁS!</p>	 <p><i>Eva</i> ... HACE LO QUE PUEDE Triz PÁGINA 53</p>



Luis Bustos, «La Leti Indie Queen», en [Orgullo y Satisfacción](#) nº 0 (junio 2014).

tipo «cuando encuentre curro, lo primero que voy a hacer es suscribirme a vuestra revista». Con la deriva que lleva la cosa, es posible que muchos de estos no puedan comprarnos ni cuando encuentren trabajo.

Otra cuestión económica, pero esta quizá desfavorable: ¿no es más fácil piratear una edición digital que una impresa?

MANUEL BARTUAL: Sí, completamente. Y tampoco utilizamos ningún sistema de antipiratería para evitarlo, más allá de la absoluta y completa sinceridad: *Orgullo y*

Satisfacción existirá mientras haya suficientes lectores dispuestos a pagar por ello, dado que no tenemos apoyo económico de ningún grupo editorial ni campañas publicitarias que nos llenen los bolsillos.

ALBERT MONTEYS: Hemos hecho mucho trabajo explicando que prácticamente el 100% de los beneficios van a los autores de la revista, que vivimos de esto, y que todo ello depende de un acto de confianza entre dibujantes y lectores. Claro, la revista se puede colgar gratis en cualquier foro pero yo ya he visto

en alguno como los mismos usuarios le afeaban la conducta al que la había colgado y recomendaban que la gente se pasara por nuestra web y colaborara en el proyecto.

A nivel expresivo, ¿la adaptación ha sido fácil? ¿Varían mucho los esquemas narrativos? ¿Disponéis de herramientas diferentes?

ALBERT MONTEYS: La adaptación al formato digital ha sido más intuitiva que otra cosa. A nivel narrativo, de dibujo y composición, tenemos claro que estamos en otro medio y hemos ido adaptándonos, intentando ser menos densos. En una revista digital el coste de añadir más páginas a una historia es casi cero, así que si puedes contar algo en tres páginas y se entiende mejor que en dos, sin miedo. Lo que intentamos, de todos modos, es ofrecer un documento lo más universal posible y que se pueda leer en cualquier aparato. Así que, de momento, las animaciones, sonidos y demás multimedias quedan aparcados.

BERNARDO VERGARA: Lo de proponernos «ser menos densos» que dice Albert tiene mucho que ver con la variedad de aparatos en los que puede leerse la revista. No es lo mismo leer la revista en un monitor de ordenador de diecinueve pulgadas que en una *tablet* de siete. Intentamos que todas las historietas puedan leerse en cualquier soporte sin necesidad de hacer *zoom*.

«Vivimos de esto, todo depende de un acto de confianza entre autores y lectores»



Bernardo Vergara y José Luis Ágreda, «El juez Moreno lleva a su sobrino al guiñol», en *Orgullo y Satisfacción* nº 19 (marzo 2016).

si lo que hacemos es media página de las de antes o una página entera apaisada. Supongo que la respuesta está en un punto intermedio entre ambos conceptos. Por lo que a mí respecta, en cuanto he dejado de sufrir por ello y he tirado de intuición creo que es cuando mejor ha quedado la cosa.

¿No os interesaría editar la revista en papel si encontrarais un editor ideológicamente solvente? ¿O tenéis miedo de que se repita el problema?

¿Qué ventajas y desventajas tiene publicar vuestro trabajo habitual en el formato «pantalla de ordenador»? ¿Influye en el resultado creativo la diferente forma de lectura?

MANEL FONTDEVILA: Hay un replanteamiento, claro. Pero son cuestiones, básicamente, de diseño de página. Narrativamente, la cosa no deja de ser un tebeo. Pierdes las dobles páginas, pero ganas un efecto sorpresa más contundente de una página a otra. La única descompensación puede venir de que, al trabajar para distintos soportes, uno no tiene claro a qué tamaño está trabajando:

ALBERT MONTEYS: Lo cierto es que trabajar en digital nos libera de la presión de tener que vender unos mínimos sólo para llegar al punto cero, el de no perder dinero. No se me ocurre ahora mismo qué editor tiene el potencial económico como para publicar una revista que llegue a todos los quioscos y que, al mismo tiempo, no pertenezca a un gran grupo de los que queremos huir como de la peste. A menudo fantaseamos con el papel, todos nos hemos criado acariciando revistas y hay algunas cosas del consumo de prensa física que todavía no se han solucionado en digital, pero de momento, el precio a pagar (nuestra tranquilidad espiritual) es demasiado alto.

MANEL FONTDEVILA: Sin saber exactamente cómo funcionará el futuro, hay un acuerdo general en que veremos más papel pasar a digital que al revés. El gasto que conlleva el papel es, ahora mismo, un lastre imposible de asumir. Un editor que decida asumirlo, bueno, pues eso: ¿por cuánto tiempo? ¿Cuánto tardaría en sugerirnos fórmulas para intentar vender un poco más, para rentabilizar u optimizar la inversión? Hacer una revista de humor satírico tiene poco que ver con que te envíen al departamento de marketing a establecer sus pautas y directrices.

Por la misma razón, renunciáis e incluso rechazáis la publicidad, ¿no?

ALBERT MONTEYS: Lo de la publicidad es algo que decidimos el día uno porque percibimos que, en todos los medios, es la gran fuente de censura. Habitualmente son pequeñas censuras: evitar mencionar una marca, dar las noticias de manera muy genérica, etc. Una revista de humor es una fuente de tensiones constantes con el departamento de publicidad. No hemos tenido todavía la posibilidad de rechazar publicidad, no nos ha sido ofrecida, ¡pero cuando lleguen estaremos preparados!

«Renunciar a la publicidad es algo que decidimos el día uno porque percibimos que, en todos los medios, es la gran fuente de censura»

MANEL FONTDEVILA: Alguna vez nos hemos planteado intercambios de publicidad, que es algo que sí podría tener su sentido, pero vaya, sin demasiado rigor. Nos da un cierto apuro todo el tema.

Siendo sinceros y prácticos: ¿ahora no existe ningún tipo de limitación en cuanto a contenido y grafismo? ¿Ningún límite que no sea conveniente traspasar?

ALBERT MONTEYS: No hay nada que no tenga limitaciones, pero al ser nuestros propios editores los límites son los nuestros, no los de un señor que pone el dinero ni, esperemos, los de un monarca o un juez. Lo que sí somos es independientes, que es a lo máximo que se puede aspirar en la vida de un medio. ¿Publicaríamos unas páginas claramente racistas, por ejemplo? Seguramente no, porque ahí tenemos un límite ideológico muy obvio pero que vale para el ejemplo.

¿Puede darse incluso el caso contrario? Es decir, que la independencia total os induzca a tocar temas normalmente tabú o «desaconsejables»...

ALBERT MONTEYS: Hicimos, por ejemplo, un [dossier «grandes marcas»](#) principalmente porque era el gran escollo contra el que chocábamos en

nuestra anterior vida de humoristas, pero no hay una voluntad de tocar temas tabú por el hecho de que lo sean. Más bien se trata de que si un tema nos parece importante no nos cortemos porque sea tabú. Tenemos claro que es trabajo del humorista gráfico bailar alrededor de lo que la mayoría de gente considera límites infranqueables. A veces porque el discurso lo merece y a veces hasta para demostrar que no pasa nada.

MANEL FONTDEVILA: Ser humorista te da una fuerza que no tiene un político, un periodista e incluso un tertuliano, que cuando se sale de tono luego tiene que justificarse. Nosotros decimos una barbaridad y nos quedamos ahí, aguantando el chaparrón alegremente, porque este es nuestro trabajo y lo tenemos asumido.

De hecho, en el [número de julio de 2015](#) hacéis un *remake* de la famosa portada de *El Jueves* censurada en 2007 ¿Es un autohomenaje? ¿Una reafirmación de vuestra independencia? ¿O una respuesta al recorte de libertades que supone la *Ley Mordaza*?

GUILLERMO: Es un poco todo, claro. De hecho, esta sucesión de preguntas engloba todas las respuestas. Son las preguntas —con respuesta incluida en el enunciado— que los periodistas deportivos les hacen a los futbolistas, no muy sobrados de cerebro, como es mi caso. Este *remake* de la portada lo hemos vuelto a hacer porque ya no se puede volver a hacer. Y en *El Jueves*, menos.

MANEL FONTDEVILA: Hay que decir que esta portada surgió sin plan previo. Tiene algo de histórica porque se nos ocurrió en la única reunión que hemos hecho todos en persona: fue en Madrid, tras

Orgullo y Satisfacción
 YA ESTÁN AQUÍ LAS
**LEYES
 MORDAZA**

NÚMERO 11 · AÑO II · JULIO 2015



Manel Fontdevila y Guillermo, portada de [Orgullo y Satisfacción](#) nº 11 (julio 2015).

democracia española. ¿Por qué el contenido es inédito y no recopila material publicado en la versión digital?

MANUEL BARTUAL: Porque queríamos hacer algo diferente a lo que ya hacemos en la revista, lo que implicaba, entre otras cosas, que fuera un libro con material realizado exclusivamente para esa edición. Publicar este tipo de libros es algo que llegamos a comentar al principio, cuando nos reunimos para ver de qué manera continuábamos tras la publicación del número cero, pero antes de hacerlo queríamos que nuestra apuesta por el digital quedase clara.

celebrar nuestro primer aniversario en las redes. Se nos ocurrió el chiste y luego surgió lo de parodiar nuestra propia portada de 2007, porque esto es lo que hace que este chiste cruce la delgada línea que hay entre un diálogo de los matrimonios de José Luis Moreno y uno que realmente cuestione la *Ley Mordaza*. Que no se pueda hacer en *El Jueves* es un morbillo añadido, pero si pusimos la portada es porque funciona por sí misma.

Astiberri ha publicado bajo el sello de ¡Caramba! un libro impreso de *Orgullo y Satisfacción*, *El diccionario ilustrado de la*



Portada de *El diccionario ilustrado de la democracia española. 1975-2015* (2015), dibujo de Albert Monteys, diseño de Manuel Bartual.

Insistiendo en la pregunta anterior, ¿no os interesa amortizar el material ya publicado, quizá con otro nuevo tipo de público? ¿Queréis diversificar vuestros productos?

MANUEL BARTUAL: Claro, antes o después acabaremos publicando algún libro con series publicadas en la revista, pero no es nuestra prioridad. Con *El diccionario ilustrado de la democracia española* lo que buscábamos era darnos el gustazo de sacar algo en papel tras un año publicando en digital, y de paso comprobar si este tipo de publicaciones sirven para que nuevos lectores conozcan *Orgullo y Satisfacción* y acaben leyendo la revista. Por lo pronto podemos decir que ha servido para que los medios vuelvan a hablar de nosotros. También hicimos el experimento de publicarlo simultáneamente en papel y [en digital](#). Una venta podría haber canibalizado la otra, pero ha sido al contrario: ambas han funcionado muy bien. De hecho, la primera edición en papel se agotó en sólo quince días.

¿Puede ser este un acercamiento al mercado del papel impreso? ¿El primer paso para volver a la imprenta y el papel?

MANUEL BARTUAL: No es un primer paso en ese sentido porque no es un camino que tengamos pensado recorrer. *Orgullo y Satisfacción* será siempre en digital o no será. Entrar en quioscos es algo para lo que no tenemos ánimo ni dinero, ni le vemos ningún sentido con la caída de ventas que desde hace años viene sufriendo la prensa escrita. Nuestra apuesta por el digital es rotunda y si queremos que nuestro proyecto perdure en el tiempo, vemos claro que pasará por conseguir más lectores para el digital antes que probar suerte con el papel.

Por el contenido y formato del libro, ¿intentáis llegar al lector de novela gráfica, que frecuenta las librerías generalistas y grandes superficies?

MANUEL BARTUAL: La idea que teníamos era que el lector que se lo encontrase en una librería no tuviera que invertir más de diez segundos en entender qué era aquello. Eso y sacarle alguna sonrisa en ese pequeño plazo de tiempo, que fuese algo muy directo. El tema y la manera en la que lo hemos planteado vino luego, lo primero fue establecer qué tipo de libro queríamos hacer. Realmente no buscamos únicamente al lector de novela gráfica, sino a muchos tipos de lector.

¿Habrá otras publicaciones de *Orgullo y Satisfacción* en papel impreso?

MANUEL BARTUAL: Sí, por supuesto. Tampoco vamos a plantearnos ninguna periodicidad concreta pero la experiencia con el primer libro ha sido buena en muchos sentidos y ya estamos dándole vueltas al siguiente. Eso sí, ¡que nadie lo espere antes de finales de año!

Y aprovechando esa plataforma, ¿no os habéis planteado lo contrario: comercializar o rentabilizar en formato digital otras obras ya publicadas en papel?

MANUEL BARTUAL: No descartamos nada. Está claro que no tendría sentido desaprovechar esta plataforma que hemos creado, sobre todo después de comprobar que la edición digital del libro también ha tenido buena acogida. Lo iremos viendo.

¿Vuestra postura con *Orgullo y Satisfacción* ha influido o condicionado vuestros trabajos para otros medios, editores o publicaciones? ¿Sois ahora más «apetecibles»? ¿O quizá más «conflictivos»?

GUILLERMO: Por lo que a mí respecta, no.

Morán y Triz, «Isabel Pantoja nos enseña su nueva vida en el trullo», en *Orgullo y Satisfacción* nº 4 (diciembre 2014).





Bernardo Vergara y Manuel Bartual recogen el Premio [Gráfica](#) a *Orgullo y Satisfacción* en una gala en la Diputación Provincial de Málaga, noviembre de 2014 (foto: Pepo Pérez).

MANEL FONTDEVILA: A mí hace ya varios años que nadie me ofrece trabajo al margen de lo que hago para *Orgullo y Satisfacción* o [eldiario.es](#). Me refiero a alguna colaboración regular en cualquier otra publicación. O sea que no he notado mucha diferencia.

BERNARDO VERGARA: Yo no creo que el estar en *Orgullo y Satisfacción* haya condicionado mis colaboraciones en otros medios. Y en cuanto a si somos más apetecibles o conflictivos ahora, no sé qué decirte. Cuando nos marchamos sí que salió alguna oferta de trabajo. A varios de nosotros, por ejemplo, nos invitaron a colaborar en *Mongolia*. Pero desde que publicamos *Orgullo y Satisfacción* no me parece que el estar trabajando ahí nos haya abierto más puertas en el terreno laboral y tampoco creo que nos las haya cerrado.

ALBERT MONTEYS: Lo cierto es que, en mi caso, la única diferencia es que me han convocado a más charlas y entrevistas.

MANUEL BARTUAL: A mí me pasa como a Albert, la única diferencia apreciable que he notado es que pasamos un año «de gira» con la revista.

Sobre el resto de vuestros trabajos, ¿habéis incidido más en el soporte digital a partir de esta experiencia?

GUILLERMO: No en mi caso.

ALBERT MONTEYS: A mí me coincidió en el tiempo, por pura casualidad, el inicio de mi serie para [Panel Syndicate](#) con el arranque de *Orgullo y Satisfacción*. Los dos proyectos tienen puntos en común, sobre todo porque a nivel de publicación y venta nos fijamos mucho en el modelo de [The Private Eye](#) que habían ideado Marcos Martín y Brian K. Vaughan. Mi salida de *El Jueves* hizo que acelerara la producción del número uno de [Universe!](#) al tiempo que fundábamos *Orgullo*.

Para mí el soporte digital tiene sentido, sobre todo, si el autor ve mejoradas las condiciones económicas. A veces hay propuestas digitales que no contemplan esa posibilidad, así que lo más sensato es renunciar a ellas.

MANUEL BARTUAL: Por mi parte, el primer año de *Orgullo y Satisfacción* me sirvió para terminar de ver claro que hay que apostar por el digital. No es que antes no lo supiera ni lo tuviera presente, pero ahora ya me parece inevitable convertirlo en una práctica habitual.

«Por mi parte, el primer año de *Orgullo y Satisfacción* me sirvió para terminar de ver claro que hay que apostar por el digital»

MANEL FONTDEVILA: Cuando hicimos el *Diccionario de la Democracia* me di cuenta de la cantidad de tiempo que hacía que no veía un dibujo mío impreso en papel. Mis colaboraciones, salvo casos muy puntuales, son ya todas en digital. Lo cual no significa que si me planteo alguna vez un libro no pueda evitar pensarlo en papel. En fin, es una época de transición, mejor no hacer muchos planes...

BERNARDO VERGARA: ¿Te das cuenta? Excepto Guillermo, que aún colabora en un periódico de papel, todos dibujamos casi exclusivamente en medios digitales. Yo he pasado de hacer la mitad de mis colaboraciones en soporte digital (para [eldiario.es](#)) a hacerlo prácticamente todo. Salvo mi colaboración en *Mongolia*, todos los trabajos que hago en la actualidad están pensados para verse en una web. Si esto no es una señal de que el futuro está en los formatos digitales, ya me dirás tú qué es.

**Realizar *Orgullo y Satisfacción* ¿os ha influido expresivamente en trabajos no digitales?
¿Habéis aplicado al papel alguno de los recursos utilizados en la web?**

GUILLERMO: Tal vez el hecho de que el soporte digital exija especialmente cuidar la claridad y la legibilidad, me ha llevado a estar mucho más pendiente que antes de que mi trabajo destinado al papel también cumpliera estos requisitos.

ALBERT MONTEYS: Llevo poco trabajando sólo para formatos digitales, así que todavía no puedo responder a esta pregunta, ¡lo siento!

MANUEL BARTUAL: Exceptuando un libro que he ilustrado, todo lo que he dibujado desde que fundamos *Orgullo y Satisfacción* ha sido para *Orgullo y Satisfacción*, así que por ahora estoy en las mismas que Albert.

BERNARDO VERGARA: La mayor diferencia entre trabajar en digital y en papel es que en papel sabes exactamente a qué tamaño se va a imprimir tu obra mientras que en el formato digital tú dibujas la página con una proporción ancho-alto determinada, pero no tienes ni puñetera idea de a qué tamaño se va a «imprimir». O sea, en qué soporte te van a leer: ordenador, *tablet*, móvil... Los recursos gráficos son a grandes rasgos los mismos, pero limitados quizás por la búsqueda de una legibilidad en distintos soportes que afecta no sólo a la tipografía sino también al número de viñetas por página, al detalle del dibujo, etc.



Guillermo, «Grandes momentos de la izquierda ilusionante - IV», en el «Dossier Podemos contra el imperio de la casta» incluido en *Orgullo y Satisfacción* nº 4 (diciembre 2014). Diseño de Manuel Bartual.

MANEL FONTDEVILA: De momento, creo que aún estamos intentando trasvasar el papel al digital y ver qué enseñanzas sacamos de este choque. Hay cosas obvias: el formato digital permite un efecto sorpresa de una página a otra y te deja estirarte todo lo que quieras, pero luego está esa página horizontal que hay que dejar de ver como «media página», y que no sabes a qué proporción hay que trabajar. Porque además hay quien te lee en aparatos distintos y lo ideal sería que nadie tuviera que ampliar el dibujo. Ni tan siquiera sabes si el lector pasa las páginas en horizontal o en vertical.

¿Es una cuestión de administrar la información visual?

MANEL FONTDEVILA: Claro, porque tampoco sabes hasta qué punto hay que abigarrarlo todo. Primero porque, al disponer libremente de más páginas, no hace falta; pero también porque leer un pdf tiene otra dinámica y cansar al lector con páginas muy espesas o con más de las necesarias puede resultar más contraproducente que en el papel.

Por si fuera poco, hacer páginas que respiren mucho tiene otra contrapartida. Porque componer una con muchos elementos es fácil, basta con conseguir que se lean bien todos; pero componer una página que respire exige realmente decidir cómo colocas cada cosa. Hay una decisión estética más consciente. Aunque lo cierto es que es algo muy estimulante y, a las malas, uno siempre puede tirar de oficio y seguir adelante. Pero el cambio de formato te hace plantear cosas, por supuesto.

Con dos años de existencia, ¿podrías hacer una valoración de la experiencia?

GUILLERMO: El balance es muy positivo. Hemos sacado adelante algo novedoso y que funciona. Lo hemos hecho, además, en un medio semidesconocido y por explorar. Económicamente, todavía está muy lejos de darnos alegrías pero es un placer trabajar sin depender de decisiones ni presiones de terceros. Hemos cometido errores y hemos dado algunos palos de ciego que corregimos sobre la marcha. Las maneras de dirigirte al lector y las maneras en que éste te recibe son muy distintas aquí. ¡Nada que ver con el mundo de papel que conocimos!

Como conclusión, lo mejor que puedo decir es que seguro que hace dos años ninguno de nosotros habría imaginado estar hoy donde estamos. Para mí, esto que hemos hecho se parece bastante a cumplir un sueño. Aunque aún quede tanto por delante.

ALBERT MONTEYS: Ha sido un periodo tremendamente bueno. En nuestra anterior revista nos ganábamos muchísimo mejor la vida, pero la sensación de abrir camino, la pirueta de haber conseguido que una publicación digital e independiente sea rentable y tenga visos de futuro nos da energía para seguir adelante. Hacerlo con amigos es, además, un auténtico placer.

«Hace dos años, ninguno de nosotros habría imaginado estar hoy donde estamos. Para mí, esto que hemos hecho se parece bastante a cumplir un sueño»



Zona de usuario de PEPO PÉREZ. Te enviamos cada nuevo número a pepenator@gmail.com



Varios autores, imagen parcial de la [Zona de suscriptores](#) de la web de *Orgullo y Satisfacción* desde la que pueden descargarse todos los números publicados, a fecha de marzo de 2016.

El primer año también fue un periodo de dudas, errores y aciertos. Discutimos sobre contenidos, regularidad de la revista, esencias y formatos. La sensación es que todavía nos queda mucho camino por recorrer y posiblemente la revista vaya reformulándose conforme pase el tiempo. El formato revista de papel fue el mismo durante más de un siglo pero ahora las cosas cambian cada dos años. No tengo expectativas, creo que ninguno las tenemos. Sólo tenemos la esperanza de seguir teniendo cintura para adaptarnos a lo que sea que venga a continuación.

MANEL FONTDEVILA: Hay muchas expectativas, pero la propia dinámica de internet no me ha permitido sacar demasiadas conclusiones y creo que aún estamos acumulando datos. Hay cosas que tenemos claras, pero son cosas que abren caminos, no respuestas demasiado concretas. En cualquier caso, lo mejor es que parece que algún día llegaremos a alguna parte desde la que podamos relajarnos y plantear como sigue todo sin las prisas y la improvisación de hasta ahora. Entre lo de *El Jueves* y lo de *Charlie Hebdo* fue un año

de replantearse muchas cosas. Si económicamente pudiera permitírmelo, quizás sería el momento de dejar el humor gráfico una temporada y plantearme otras cosas a nivel de historieta. Estamos todo el día hablando de lo que hacemos, de los límites del humor, de líneas rojas que podemos y no podemos traspasar. Y la propia situación política nos lleva a hacer viñetas sobre temas que ya dábamos por superados: la libertad de expresión, la represión, el clasismo, el racismo, el machismo... Nos pasamos el día reafirmandonos en todo tipo de grandes verdades y si intentas quitarle hierro a la situación parece que estés frivolizando. Es un poco agotador.

MANUEL BARTUAL: Mis impresiones son muy parecidas a las de mis compañeros. Si tuviera que quedarme con algo, aparte de con el gustazo que fue poner la revista en marcha con la gente que lo ha hecho posible, sería con haber descubierto por fin que se puede montar un proyecto como el nuestro y encontrarle viabilidad a través de su venta exclusiva en internet.

Arriba: Guillermo y Albert Monteys, portada de [Orgullo y Satisfacción](#) nº 10 (junio 2015). Derecha: Albert Monteys, portada de [Orgullo y Satisfacción](#) nº 19 (marzo 2016). Diseño de Manuel Bartual.



Es algo que todos nos hemos preguntado en algún momento desde que llegaron las ya no tan nuevas tecnologías y al final, mira, un poco a la fuerza hemos encontrado la respuesta.

BERNARDO VERGARA: La experiencia es muy buena pero queda todo el trabajo por delante. En lo que se refiere a promoción, el primer año estuvo marcado por el despliegue mediático que produjo nuestra decisión de largarnos de *El Jueves* pero ahora tenemos que buscar nuevas maneras de publicitarnos y llegar a más gente. Sabemos que hay muchísimos clientes potenciales de *Orgullo y Satisfacción* que no tienen idea de que existimos y nuestra tarea ahora es encontrarlos y convencerlos de que la nuestra es una revista que tienen que comprar. No va a ser fácil; no disponemos de capital para grandes campañas publicitarias y aún hay gente que se resiste al digital, pero estoy seguro de que la revista va a ir creciendo en lectores.

—

El número fundacional (nº 0, junio 2014) de *Orgullo y Satisfacción* fue dirigido y coordinado por Guillermo, Albert Monteys, Manel Fontdevila, Bernardo Vergara y Manuel Bartual. Incluyó textos e historietas de Ágreda, Albert Monteys, Asier y Javier, Bernardo Vergara, Guillermo, Isaac Rosa, Iu Forn, Lalo Kubala, Luis Bustos, Malagón, Manel Fontdevila, Manuel Bartual, Mel, Paco Alcázar, Paco Sordo, Pepe Colubi y Triz. Desde entonces hasta el presente (noviembre de 2016, inclusive) han aparecido bajo la misma dirección 27 números regulares, cinco especiales para suscriptores y tres extras. A los autores citados se han sumado como colaboradores habituales de *Orgullo y Satisfacción* Alberto González Vázquez, Xavi Puig y Kike García, Carmen y Laura Pacheco, Miguel Brieva, Oroz y John Tones, con colaboraciones puntuales de Javier Pérez Andújar, Xabi Tolosa, El Chamuco y Jorge Monlongo.