

la constitución
del campo
de la **ILUSTRACIÓN**
en Colombia



www.escueladecaricatura.com

LA CONSTITUCIÓN DEL CAMPO DE LA ILUSTRACIÓN EN COLOMBIA Y EL APORTE DE LA ESCUELA NACIONAL DE CARICATURA

Por Helman Salazar Rivera

Parte 2

La tesis que desarrollo en este segundo documento es que el tema que nos ocupa, es decir, la constitución del campo de la ilustración en Colombia, configura un territorio en el que se disputan intereses materiales, modelos de gestión de la economía y la sociedad y/o modos de vida, o, como lo advierte un autor, que hay una serie de circunstancias que “... hacen de la creación del valor un proceso políticamente mediado” de lo cual se desprende también que “el consumo está sujeto al control social y a la redefinición política”¹. Para tratar de llegar a algún lado argumentaré que la diferencia de nuestro punto de vista con otras visiones que se expresan en el *campo* es que estas eluden las implicaciones políticas del tema o que en todo caso contribuyen a configurar una lectura despotenciada del problema y que desde el punto de vista de los ilustradores, la constitución del campo demanda por el contrario situar su oficio en el contexto de la lucha de la ciudadanía por el derecho a acceder a los bienes del arte y la cultura. En la primera parte del documento me ocupo de realizar algunas precisiones conceptuales que de paso buscan identificar las lógicas que gobiernan a los diferentes agentes que interviene en este campo de la producción, mientras que en la segunda parte presentaré un primer reconocimiento de la industria editorial, algunas cifras y elementos de análisis, a partir de los datos y conceptos disponibles. En la tercera parte intentare introducir elementos para considerar el tema de la narrativa gráfica: historietas y novelas gráficas, aspecto que requerirá espacio propio más adelante. Se parte en todo caso de la base de que en torno a la constitución del campo de la ilustración está planteado un debate. El documento tiene por eso un tono de discusión: ni ideas terminadas, ni catecismo en busca de feligreses: apuntes en busca de interlocutores, de rectificación; esbozos que esperan ser enriquecidos en el intercambio.

EL CONCEPTO DE CAMPO

En una interpretación laxa del término, seguramente es fácil coincidir en que el ejercicio del ilustrador tiene aplicación en el *campo* editorial, es decir, en el mundo de la producción, circulación y consumo de libros. La noción permite intuir también que se trata de un espacio relacional: en torno a la producción de una obra literaria - ilustrada o no – concurren diferentes agentes: los editores y libreros, los lectores, el estado, las asociaciones o gremios. Repárese en que la producción contempla el momento en el que el objeto se realiza, es decir, cuando el lector se pone en contacto con el autor en el ejercicio de lectura. Es la instancia del *consumo*.

¹ APPADURAI, Arjun, *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*, EDITORIAL GRIJALBO, S.A. de C.V. , México D.F. 1991

Cómo se constituyen esas relaciones, o cómo estas inciden en la constitución de ese *campo* no parece ser un tema relevante o en todo caso se alude a este como “el espacio fundado donde nace, crece, se desarrolla y especializa una actividad. Espacio abierto, permeable y expansible”².

Las diferencias de enfoque afloran en la medida en que se examina con más rigor el concepto de *campo* para verificar si en efecto se puede concebir este como un espacio “abierto” o si será necesario entender que los agentes que intervienen en el mismo no actúan en condiciones de simetría, ajenos a intencionalidades particulares, sino en un espacio de control, acotado por relaciones de poder.

Podría pensarse que se habla de “espacio abierto y permeable” en el sentido de que la industria editorial cambia, evoluciona y que de ese modo todo el ámbito de las relaciones y prácticas que se tejen en su entorno se ajustan y adaptan. Pero las expresiones y conceptos al uso se dan en contextos y circunstancias que asignan sentido y alcance a los mismos. Este por lo tanto no es un debate semántico sino epistémico y político: se trata de precisar los conceptos pues es por medio de estos que se construye el *objeto* de investigación³.

Es por eso que acudiré al concepto de *campo* del sociólogo Bourdieu: “Entendido como una arena dentro de la cual tiene lugar un conflicto entre actores por el acceso a los recursos que lo definen, el campo posee una estructura determinada por las relaciones que guardan entre sí los actores involucrados. De manera que el campo consiste en un sistema estructurado de posiciones sociales, a la vez que un sistema estructurado de relaciones de fuerza entre esas posiciones”⁴.

El concepto de *campo* no solo tiene unas connotaciones ineludibles de orden sociológico sino que nos sitúa directamente en el terreno de lo político, si se piensa que estos diferentes agentes operan dentro de un *espacio social* como “sistema de diferencias sociales jerarquizadas en función de un sistema de legitimidades socialmente establecidas y reconocidas en un momento determinado”⁵. En otras palabras que la interrelación entre los intervinientes en un ámbito de la vida social no se produce en un espacio aséptico, en condiciones de horizontalidad y participación abierta, sino a partir de los diferentes tipos de capitales de los que disponen: *capital económico*, *capital cultural* y *capital social*. El sociólogo francés habla de un cuarto tipo de capital: el *simbólico*. Este último consiste en ciertos atributos “intangibles”, “inmateriales” pero eficaces, que se ponen en juego y que suelen asociarse al carisma o a la habilidad de ciertos actores para movilizar recursos e influencias en función de su predominio en el campo. Esos atributos o

² ROSERO NAVARRETE, José Daniel, Bogotá D.C.(Colombia) Mayo de 2008. (Disponible en <http://www.joserosero.com/lab/pdf/prestidigitador.pdf>)

³ BORDIEU Pierre y otros. *El oficio del sociólogo*. Buenos Aires: Siglo XXI, 1975 págs. 51-81.

⁴ CHIHU AMPARAN Aquiles, *Teoría de los campos en Bordieu*, pag. 182. (Disponible en <https://polismexico.izt.uam.mx/index.php/rp/article/view/345/340>)

⁵ GIMÉNEZ Gilberto, *La sociología de Pierre Bourdieu*, Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, p.13.

virtudes de tales agentes sociales se asocian a las nociones de autoridad, liderazgo, reputación, fama, linaje, tradición, talento o genialidad.

El capital simbólico así entendido “no es más que el capital económico o cultural en cuanto conocido y reconocido. En efecto, lejos de ser naturales o inherentes a la persona misma, tales propiedades sólo pueden existir en la medida en que sean reconocidas por los demás. Es decir, son formas de crédito otorgados a unos agentes por otros agentes”⁶.

Cabe no perder de vista que, el concepto de *campo* no puede concebirse sin los de *habitus* y *capital*. “Bourdieu especifica de este modo el doble movimiento constructivista de interiorización de la exterioridad y de exteriorización de la interioridad. El *habitus* sería el resultado de la incorporación de las estructuras sociales mediante la “interiorización de la exterioridad”, mientras que el campo sería el producto de la “exteriorización de la interioridad”⁷.

Un aspecto contextual que puede ayudar a la comprensión de las condiciones en que el sociólogo francés examina el concepto es que lo hace por oposición a una fuerte corriente de la sociología - dentro de las que cabe un marxismo mecanicista que pensaba esta relación en términos de un dualismo inexpugnable y de un sustancialismo que considera “que las prácticas de los actores se derivan mecánicamente de los lugares sociales que ocupan”⁸

Por eso conviene advertir que el concepto de *campo* sintetiza una visión en la que si bien “se reconoce que los campos contienen como determinante estructural al capital económico, rechaza al reduccionismo que considera que las prácticas sociales de los actores se derivan mecánicamente de sus posiciones sociales”⁹.

Estos primeros elementos - que no son por supuesto exhaustivos - permiten ir adentrándonos en el examen de la industria y el mercado del libro y específicamente, del libro ilustrado. Nos suscribimos provisionalmente a las tesis del sociólogo francés con la advertencia de que se trata de notas preliminares, es decir como resultado de lecturas en desarrollo.

EL MERCADO COMO FUNDAMENTO EN LA CONSTITUCIÓN DEL CAMPO

Consideremos ahora la idea de que es el mercado – entendido como una fuerza espontánea, una lógica “natural” que se desprende del mundo de las mercancías - el que gobiernan la industria editorial y las relaciones entre los agentes. Argumentaré en relación con esto que el mercado es un espacio constituido y acotado –otra vez hay que decirlo –por los intereses que se pone en

⁶ GIMÉNEZ Gilberto, Op cit, p. 15

⁷ GIMENEZ Gilberto, Op cit., p. 13. Para tratar de facilitar la comprensión de estas líneas piénsese en que las relaciones entre los agentes no operan puramente como *imposición desde afuera* de determinados intereses sino como asunción de los mismos a partir de *interiorizar* unas determinadas relaciones de poder.

⁸ CHIHU AMPARAN, Op Cit., p. 3

⁹ Op cit., pag. 3

juego en la producción, distribución y consumo de determinado tipo de bienes, en este caso de bienes simbólicos¹⁰.

Al insistir en el mercado como el mecanismo regulador de las relaciones sociales y al concebirlo como una lógica que se desprende “naturalmente” de la libre competencia, se esfuma también el conflicto que le es inherente: parecería que lo que sucede, las relaciones, que ese establecen, la distribución de los recursos, derivan del libre juego de opciones, del *libre mercado*, donde la ley de la oferta y la demanda median y determinan las relaciones entre productores y consumidores.

Queremos poner en cuestión la idea del mercado como ese momento relacional en el que unos agentes buscan (en lo fundamental) satisfacer las necesidades de otros y de este modo propiciar su bienestar y felicidad. Esto porque, como se sabe, la situación cambia de signo cuando se pasa del simple intercambio a una agencia que tiene como fin *el lucro*¹¹.

Que el mercado *es una construcción social interesada*, resulta tanto más claro en cuanto que puede rastrearse el momento en el cual los industriales toman conciencia de que si la producción atiende solamente a las necesidades reales de los consumidores, las posibilidades del crecimiento y la acumulación encuentran una barrera perniciosa. Por eso, como lo indica, por ejemplo Ewen¹² se ocuparon de concebir un sistema que permitirá modelar y desbordar las demandas reales y para ello acuñaron los conceptos de *obsolescencia planificada* y *obsolescencia percibida* e instrumentaron el criterio de la novedad y la innovación como un factor dinamizador del consumo y a este como el motor para la reproducción (supuestamente) *ad infinitum* del capital.

En estas circunstancias el concepto de *belleza* se convierte en un motor del consumo, porque la promesa del mercado es hacer de cada aspecto de la felicidad un objeto tangible. De ese modo el mercado pretende brindar un camino a la felicidad mediante la compra de objetos (o servicios). Para alcanzar ese mundo feliz es necesario volcar esfuerzos no solamente en la *producción de los objetos* sino en la *producción de los sujetos consumidores*: modelar el deseo y ocuparse de la

¹⁰ Es decir, que detrás de lo que se percibe como “natural” hay una relación social, hay unos intereses y hay unas decisiones políticas orientadas a hacer prevalecer esos intereses. La idea no es nueva por supuesto, pues replica postulados que vienen desde los economistas clásicos y transita por el análisis marxiano acerca de la fetichización de las mercancías, según el cual lo que parece una relación entre cosas, oculta en realidad una relación entre personas.

¹¹ A este respecto decía el filósofo griego Aristóteles que el fin de la vida de los seres humanos es la felicidad, la vida buena. La felicidad significa la satisfacción de los diferentes anhelos y necesidades de persona humana: los reclamos del cuerpo y de la mente, la plenitud de las realizaciones, la sensación de sentirse reconocido respetado y querido, la seguridad de que la vida vale la pena vivirla, etc. Demasiadas nociones que sin embargo – y ahí está el truco – la sociedad de consumo convierte en objetos-mercancía: cosas que están al alcance de quienes se constituyen en demanda solvente y por lo tanto en consumidores: la consumación de su ser en los objetos que pone a su alcance el “infinito” super-mercado del mundo.

¹² EWEN Stuart, *Todas las imágenes del consumismo*, Editorial Grijalbo, México 1991

instrumentación de una ingeniería del comportamiento, son objetivos que prevalecen sobre el de conocer realmente la circunstancia y demanda de los consumidores.

Llevado esto al terreno de la producción gráfica es que puede hablarse del carácter performativo de las imágenes¹³: las imágenes como productoras de realidad y no solo como reflejo de la misma. Y es aquí donde la semiótica puede asumir su papel como herramienta para una crítica de la cultura.

Una cosa más: el capital se orienta tanto a la estandarización (*macdonalización*) de los gustos - la homogenización global de las sensibilidades y por lo tanto del consumo, como a la segmentación de los mercados y la atención a demandas específicas. Esto es importante para entender también las lógicas constituyentes del campo de la ilustración. Hay una industria editorial orientada a los mercados masivos pero hay dinámicas específicas y desarrollos particulares y es aquí donde la edición independiente puede ser funcional en tanto se convierte así en campo de experimentación y procesamiento tanto de nuevos autores como de nuevos públicos.

En simultáneo, las nuevas formas de producción flexibles generan una transformación que modifica los parámetros de consumo masivo y universalizado que caracterizaban a la etapa fordista, que son reemplazadas ahora por un nuevo régimen de consumo especializado y diferencial¹⁴.

Puntualizando, al examinar cómo se constituye el campo de la ilustración, una afirmación frecuente es atribuirle al mercado, a la ley de la oferta y la demanda el papel rector. Y en efecto, es en la medida en que contingentes más amplios de la población se convierten en lectores que aparecen condiciones para el surgimiento de una industria editorial. Sin embargo, como se ha anotado, esto sucede *naturalmente* sino como resultado del gobierno de determinados intereses.

LA INDUSTRIA EDITORIAL EN COLOMBIA

Hay un artículo de revista que nos ahorra recorrido para examinar de una manera condensada la evolución de esta industria editorial desde 1890 cuando existía en Colombia una tasa de 66% de analfabetismo, hasta mediados de los años ochentas del siglo XX cuando disminuyó a menos del 20%. Un dato que suele ser indicativo es que la cantidad de libros leídos por habitante paso de

¹³ En efecto las condiciones materiales de existencia las formas del pensamiento y la cultura pero al producir las formas de subjetividad como aspecto fundamental de la vida social, estas determinaron a su vez las condiciones materiales: el capitalismo se desarrolló a partir de la capacidad para crear la demanda. Y las nuevas revoluciones científico- técnicas estuvieron fundadas en la constitución de sujetos en la producción de la vida (bio - política), en la colonización de la individualidad haciendo que un dispositivo electrónico estuviera inserto sino en el cuerpo físico, si en el cuerpo energético y vital. Integrado hasta la médula en la lógica de la permanente e infinita obsolescencia. El capital encontró nueva vida en la muerte constante de las cosas

¹⁴ Sistema Global Neoliberal p.7

0,5 en 1989 a 2,7 libros por año en 2018¹⁵. En efecto, en la encuesta de lectura de 2017 (ENELEC) durante el gobierno Santos se presentan unas hiper - optimistas cifras: los colombianos estaríamos leyendo 2,7 libros al año. Sobre estas cifras Salcedo Ramos, escritor con conocimiento de causa habla de que “las estadísticas de lectura pertenecen en Colombia al género de la ciencia ficción”¹⁶

En síntesis – y para no saturar este ensayo de datos y cifras que harían más farragosa la lectura - lo que se desprende del análisis de las estadísticas es que se puede hablar de una industria editorial hasta cuando el estado decide concentrar esfuerzos para hacer de este “un renglón sobresaliente en el desarrollo del país”¹⁷ Esto se da particularmente con fuerza en los años setentas y ochentas y como parte de estas políticas “... el gobierno aprobó la Ley de derechos de autor, reconoció legalmente la profesión del escritor y actualizó dos veces la Ley del libro que introdujo el no gravamen a la venta de libros y revistas”¹⁸

Hay una etapa de expansión de la industria editorial de tal modo que “que hacia finales de los ochentas “Colombia exportaba más libros que cualquier otro país de América Latina, incluso más que México y Argentina, donde a mediados de del siglo XX ya se habían masificado las industrias editoriales”¹⁹ Ese ciclo declina a partir de 2008 (véase la coincidencia con la conocida “crisis de las hipotecas” en E.E.U.U. que impactó en todo el mundo) de tal modo que la balanza comercial en Colombia paso de 263. 429 millones de dólares en exportaciones del sector editorial, a 141.923 millones de dólares en 2014. “... A partir de 2008 se evidencia un decrecimiento en las exportaciones del 7,3% promedio anual, explicado en gran medida por “el fenómeno de revaluación de la moneda nacional y (...) la drástica disminución de las ventas a Venezuela, [que] era el primer destino de las exportaciones colombianas hace algunos años, pues para el 2006 se exportaron 2,9 millones de ejemplares con un valor de veinte mil millones de pesos”²⁰.

¹⁵ TIBBLE Christopher, *¿Por qué en Colombia los escritores (casi) no venden?*. en Revista Arcadia No 156 septiembre- octubre de 2018

¹⁶ En <https://www.eltiempo.com/multimedia/especiales/cuanto-leen-los-colombianos/15606578/1/index.html>

¹⁷ Marín Colorado Paula Andrea, *Edición en Colombia: del boom de la industria gráfica a la diversificación de la Industria editorial*, en *Por qué en Colombia...?*, Revista Arcadia No 156. Estos esfuerzos en incrementar los niveles de escolaridad y de lectura recorren varios gobiernos liberales y conservadores que encarnan, con matices, propósitos modernizadores en tanto se impone la necesidad, tanto de capacitar la mano de obra para poder incorporarla al aparato productivo como de fortalecer mercados locales, también para la industria editorial.

¹⁸ TIBBLE Christopher, op cit.

¹⁹ TIBBLE Christopher, op cit.

²⁰ Tomado de *El sector editorial en Colombia: una breve aproximación a sus dinámicas*, SIC SUR. Mercosur cultural, p.7. https://oibc.oei.es/uploads/attachments/43/El_sector_editorial_en_Colombia.pdf. Esta situación de crisis se mantiene a pesar de un tímido crecimiento del 2% de las ventas netas entre 2017 y 2018 . Ver *Estadísticas del libro en Colombia 2018*. Cámara Colombiana del Libro .

Pero donde se pueden ver de una manera más clara el impacto de la desaceleración es en los indicadores de empleo que pasó de generar 5599 puesto de trabajo (2008) en la industria editorial (tanto a nivel de producción como de distribución) a 4775 (2017)²¹.

En conclusión tenemos un mercado que mueve \$762.684.000 pesos. Respecto de la cantidad de libros vendidos, según las estadísticas de la Cámara del Libro, “ha habido un incremento que va de 34’314.516 libros (2008) ... a 39’201.001 (2015)”²²

En general, las cifras, sin términos de comparación pueden ser engañosas porque ya se sabe que que ,” si el vecino compra un pollo y lo consume, según las estadísticas yo he consumido medio pollo”.

¿Cuántos colombianos tienen la capacidad para comprar los libros que se venden en el mercado nacional? Y ¿cuántas personas tienen realmente la posibilidad de leer esos libros?

Una pregunta más: ¿cómo es la distribución de recursos dentro de la cadena de valor?

Y en el caso de las historietas y novelas gráficas ¿cuál es el volumen de producción? ¿Cuál la cantidad efectivamente vendida tanto en el mercado nacional como el internacional? ¿Cuántos de esos –prácticamente - 40 millones de libros vendidos por año en Colombia son historietas /novelas gráficas? ¿Cuántos compradores efectivos de historietas y novelas gráficas hay en Colombia? Estas últimas preguntas no tienen una respuesta fácil en el país si se tiene en cuenta que las cifras sobre el sector son difusas y en el caso de las novelas gráficas, los datos más cercanos aparecen englobados dentro de las categorías canónicas de *libros ilustrados* o *revistas*.

Mientras podemos medir de manera más precisa en *extensión* y *calidad* este mercado, hay otros datos generales sobre la venta de obras de ficción en Colombia que pueden ayudar:

Según el artículo de Tibble en la revista Arcadia “... la Cámara Colombiana del Libro registra cada año al menos 800 nuevos títulos de literatura colombiana” y dentro de estos “ Muchas obras que se consideran éxitos ni siquiera se acercan a los 15.000 ejemplares (vendidos)”

Los editores de los sellos y distribuidores más importantes consideran que vender más de 5000 libros en Colombia es muy difícil y alguno de ellos, hablando desde el anonimato – lo cual es significativo – reconoce que “... si vendo los 1000 ejemplares de una primera edición, me limpio el sudor de la frente. Cuando llego a 2000, el libro ya se vuelve uno de mis éxitos, y si pasa los 5000, lo considero un *best seller* “. La misma fuente anónima afirma que “una ópera prima... vende en promedio 200 copias, pero si le va mal, no alcanza ni las 100”

²¹ “Estadísticas del Libro en Colombia” Informe del 2015, Cámara Colombiana del Libro. El informe anota que el universo muestra a partir de encuestas a los agentes editoriales fue minoritario, es decir que el estudio no obtuvo respuesta de un grueso de las empresas invitadas a participar. Sin embargo las cifras son muy indicativas. “Este total de encuestas imputadas representan el 4,8% del total de encuestas esperadas en el presente estudio”.

²² *Estadísticas del Libro en Colombia –Informe del año 2015*, Cámara Colombiana del Libro

El artículo reúne otra serie de datos, como por ejemplo que “Según Nielsen, una empresa que analiza los datos de libro en más de setenta países, los autores nacidos después de 1980 venden en promedio 300 ejemplares. En Francia, uno de los países más lectores, 68,5% de los autores, vende menos de mil ejemplares, y solo el 3.2% supera los 10.000”²³

La Industria Editorial colombiana está en recesión desde 2008 a pesar de un ligero repunte en los últimos años. Las causas tienen que ver como ya se dijo, con una caída de las exportaciones, el impacto de las nuevas tecnologías y el espacio creciente que va ganando la lectura en pantalla. Respecto de las exportaciones, el cierre de intercambios comerciales con Venezuela son parte de la explicación pero también el crecimiento de las importaciones desde China. La caída en ventas de libros de interés general y también en el renglón de textos didácticos ha hecho que los editores busquen fortalecer otras ofertas como es el caso de la de los libros ilustrados y específicamente el de los libros para niños, como una manera de compensar estos cambios en el mercado.

Sin embargo, como señala el artículo de Tibble “las ventas totales de libros en Colombia si han aumentado en los últimos años, pero sobre todo por un fenómeno particular: el boom de los libros religiosos, que ha resultado, como explica el editor y columnista de ARCADIA Nicolás Morales, “ de un fuerte trabajo de evangelización protestante” que, dicho sea de paso viene afectando fuertemente la geopolítica de la región²⁴ .

La verdad es que en Colombia las expectativas de venta de una obra son muy bajas y hay una explicación aquí que se soslaya con frecuencia: la situación de la industria editorial y del libro y la lectura reflejan las profundas inequidades que existen en el país que hacen que la inmensa mayoría de la gente esté excluida no solo del disfrute de los bienes materiales básicos sino también de los bienes de la cultura. Para una población que ha visto el deterioro de sus condiciones de vida, el envilecimiento del empleo, el abismo creciente entre los beneficios astronómicos de los capitales transnacionales y en lo doméstico, del sector financiero; que asiste impotente al drenaje de los recursos públicos hacia las arcas de la corrupción y que ya no puede desconocer el abismo social entre unos pocos enormemente ricos y una gran mayoría que trata de sobreaguar en medio de la pobreza, EL LIBRO Y LA LECTURA SON UN LUJO Y EN UNA PROPORCIÓN DEMASIADO AMPLIA DE LOS CASOS , UN TIPO DE CONSUMO COMPLETAMENTE FUERA DE SU ALCANCE.

¿Cómo explicar entonces el dinamismo que muestra el sector, los balances optimistas y el crecimiento de las ferias del libro con su desfile de obras, lectores, editores y autores? Y en el caso específico de la Ilustración y la novela gráfica, ¿en qué consiste y cuál es el alcance de ese *boom* del que tanto se habla?

La verdad es que la explicación de fondo a la pregunta acerca de los bajos índices de lectura y las bajas ventas de la gran mayoría de los autores es que la mayoría de los colombianos no pueden constituirse en *demandas solventes* pero además que la oferta cultural que los *mass media* ponen a su alcance no está ni cerca de brindarle una perspectiva crítica de la cultura, ni una capacidad de

²³ TIBBLE Christopher, artículo citado en Revista Arcadia No 156

²⁴ Ver <https://www.nytimes.com/es/2018/01/19/espanol/opinion/opinion-evangelicos-conservadores-america-latina-corrales.html>

valoración de la buena literatura, ni de apreciar las calidades de una novela gráfica ... en conclusión, una proporción todavía mayor de la población colombiana vegeta en la indigencia cultural.

La verdad es que para los industriales del libro el que haya crecido la cantidad de personas en *capacidad de leer* es una cifra indicativa pero lo que realmente importa es que crezca la cantidad de *compradores de libros*. Si el índice de lectores no varía demasiado de todos modos, operar hacia esa minoría que *sí compra*, permite alcanzar altos márgenes de beneficios.

Ya se sabe, y en eso insisten también los comerciantes de libros que su móvil *son los negocios*. Sin embargo, los grandes industriales del libro tanto extranjeros como nacionales, deberían estar objetivamente interesados en abrir las compuertas de la cultura letrada y visual a esos millones de personas que de ese modo se convertirían en soportes de una expansión sin precedentes de este renglón de la economía, pero esto no es así porque para eso se necesitaría un empresariado capaz de mirar más allá, con audacia, reconociendo que el futuro de la industria editorial está vinculado al destino común como nación y *como especie*: si hoy quienes capitanean el capitalismo mundial se refugian en un retorno a un nacionalismo primario y agresivo, sus grotesco émulos en la región, no solamente sacan de la caverna consignas que se creían extintas sino que dan muestras de su incapacidad para considerar la escala planetaria que adquieren hoy todos los problemas de la cultura y el desarrollo.

La verdad verdadera es que el estado, a pesar de sus cacareados logros, no romperá está lógica perversa de la inequidad puesto que eso implica romper con una cierta manera de gobernar, que es la que le da soporte y fundamento.

Hasta aquí solamente hemos examinado algunos conceptos y algunas cifras relacionados con la constitución del campo de la ilustración. La pretensión de estas notas no es otras que situar nuestro oficio en relación con esa lucha de la ciudadanía por apropiarse o participar de unos bienes que están en juego en este campo. Todavía es necesario profundizar en los conceptos, allegar datos específicos del sector, examinar cómo las políticas públicas buscan inscribir a este sector de la producción y de las artes en el discurso de las Industrias culturales, o peor aún, de la economía naranja. Y en relación con esto brindar elementos de juicio para considerar las diferentes ofertas académicas, tanto de carácter técnico como profesional, examinando como las mismas apuntan a afianzar o a contrastar dichas políticas. Será necesario examinar el papel de los diferentes agentes del campo, además de los editores: los autores, los lectores, los críticos²⁵. Y será necesario examinar el papel de las Ferias del Libro y que alcance tienen los eventos, los festivales en este contexto.

Desde allí pretendo examinar y recuperar también aspectos particulares del mundo de la ilustración: la ilustración infantil, la ilustración científica y el arte fantástico. Por supuesto, como Escuela Nacional de Caricatura nos interesa examinar también aquí lo que sucede en los mundos de las historietas y novelas gráficas, del humor gráfico y la caricatura política, aspectos sobre los cuales, después de más de tres décadas de trayectoria en el campo, tenemos cosas que decir. Más adelante también esperamos abordar una reflexión sobre el campo de los Dibujos Animados, a propósito de los programas académicos que ha desarrollado la Escuela.

²⁵ Acerca de los *críticos* y del concepto de *crítica*, tendremos que volver luego

Mientras organizamos el resto de las notas, propongo a continuación un excursu, un paréntesis, teniendo como fondo justamente los conceptos, datos y elementos de análisis que aquí se proponen.

EXISTEN O NO LAS HISTORIETAS EN COLOMBIA

Y bien, aquí podemos recuperar un artículo para situarnos en una discusión que vuelve a estar al orden del día: existe o no existe la historieta nacional, a propósito de una discusión planteada por el editor y autor Pablo Guerra, recientemente en redes sociales. Hay, en su opinión, una narrativa que le enerva en relación con el momento que está pasando este género de las artes en Colombia y frente a la cual promete cero tolerancia: “una narrativa que los creadores hemos construido sobre nuestro trabajo porque entre más repetimos cosas como “aquí nadie hace”, “aquí nadie sabe”, “no existimos”, desconocemos e invisibilizamos el momento que vive la historieta en nuestro país. No se trata de dejar de ser críticos, se trata de ser rigurosos y justos con lo que está pasando”, afirma.

El comentario corresponde seguramente a artículos como el de Álvaro Vélez – *Truchafrita*²⁶. Corresponde también a una interpretación manifiesta en reciente intercambio en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, sobre Historieta Latinoamericana con autores de Argentina, Perú, México y Colombia: es necesario dejar esos diagnósticos pesimistas y cambiar el mismo por una narrativa que hable del buen momento, de los logros, de las cosas que están sucediendo, del hecho que la inversión del estado en Colombia está cambiando el panorama del género.

Examinemos en primera instancia el artículo de *Truchafrita* y luego vamos sobre una ampliación y precisión de mi punto de vista, como aporte al debate.

“El comic en Colombia no existe porque la manifestación no se encuentra inmersa en la sociedad colombiana. Claro que hay dibujantes, claro que hay publicaciones, pero el impacto que genera la historieta en Colombia es casi nula (...)Claro que hay gente dibujando desde principios del siglo XX, claro que hay casos de dibujantes a mediados del siglo pasado, de la década de 1960, 1970 y demás, pero son sólo eso: “casos” Se trata de “anécdotas” dentro de un largo siglo en donde no se logró cuajar una verdadera tradición, en donde los dibujantes de ahora pudiéramos sostenernos para seguir construyendo..”

El autor del comentario considera que para que exista tal cosa “se necesitan en principio cuatro instancias... Los autores, los lectores, los críticos, los editores” y cierra su balance “Existen éstos, pero no una verdadera manifestación que cale en un porcentaje importante de la población”

El debate pues, parecería planteado entre *optimistas* que se niegan a mirar objetivamente la situación y *pesimistas* a ultranza.

²⁶ VÉLEZ Álvaro, *El cómic en Colombia no existe*, ROBOT, Gacetilla de cómic y otras vainas miércoles 8 de noviembre de 2017.

Pues bien, el ensayo del cual hace parte este comentario intentan ir más allá de esa disyuntiva que suele traducirse en soluciones actitudinales - hay que cambiar de discurso y de actitud - o enteramente subjetivas. Y también más allá de *solución kamikaze* en la que también nosotros incurrimos: lo único que puede zanjar la discusión es que hayan obras, publicaciones... *se necesitan autores que publiquen hasta morir*.

Porque la verdad es que ninguna de estas respuestas es suficiente y por eso cabe considerar otros hechos y circunstancias.

Una noticia del día puede ayudarnos a aterrizar en términos de la realidad de este campo de las artes, no solo en nuestro país sino a nivel mundial: hoy en las redes sociales puede verse que los autores franceses de historietas han boicoteado el famoso Festival de Angulema, tal vez el más prestigioso de Europa y han salido en manifestación a denunciar la precariedad de las condiciones en que realizan su trabajo.

Hay varios informes que pueden citarse para mostrar la dimensión del problema pero solo una cifra del artículo puede ayudarnos a hacernos una idea de la situación:

El 53% de los autores de cómics del país (Francia) viven por debajo del salario mínimo... (lo que significa que hay) un 50% de historietistas con un nivel económico por debajo del umbral de pobreza.

La verdad es que en Francia, que recibe a miles de autores talentosos cada año – muchos de ellos jóvenes y mujeres, en busca de una oportunidad – los editores han capitalizado esta circunstancia a su favor, deteriorando las condiciones de negociación de los autores franceses y de todo el gremio en su conjunto: así se ha pasado en poco años de una circunstancia en la cual era factible negociar un adelanto apropiado por una obra, a otra en la cual solo unos muy pocos autores consagrados pueden lograr esto. Para la gran mayoría lo que queda es asumir por su cuenta y riesgo el trabajo descomunal que implica terminar una novela gráfica y luego tratar de venderla en circunstancias en que el editor puede hacer un ofrecimiento con la advertencia de que si no se acepta hay una larga fila de autores que si lo harán.

Esto lleva por ejemplo - reza el artículo - que se estén pagando 4000 euros por una obra de 200 páginas que demanda dos años en su ejecución. Esto es, en pesos colombianos equivale a un valor aproximado de \$ 74.000 por página (!) y unos \$660.000 como honorarios por un mes de trabajo (!). ¡Y eso cuando el autor cuenta con la suerte de encontrar un editor!

El resultado: según un importante editor nunca habían ganado tanto dinero produciendo y vendiendo historietas. Según un autor de *l'Association*: nunca los autores habían estado tan mal.

¿Y cuál es la situación en Colombia? ¿Qué es lo que podemos hacer en un contexto en que ni siquiera puede hablarse de la existencia de una industria de la historieta?

En Colombia se supone que la cosa empezó a cambiar en la medida en que una reforma constitucional permitió que las historietas fueran cobijadas por la ley del libro después de décadas de que estuvieran marginadas de los beneficios de la misma por considerarlas un producto no cultural.

Pero la verdad verdadera es que quien aprovechó la circunstancia han sido las grandes editoriales y los grupos transnacionales que han invadido las estanterías con sus libros. Y esto es así porque son los que tiene una producción, una cantidad de publicaciones, unos canales de distribución, unos medios de prensa y una capacidad para hacer que las ferias, eventos y espacios de socialización renten a su favor.

Claro, también han aparecido obras y hay autores publicando: desde algunos que alcanzan resonancia internacional hasta quienes encuentran un pequeño nicho para su trabajo. Pero a eso no se le puede llamar *industria*. Sin embargo, para no caer en los diagnósticos apocalípticos hay que decir que las historietas existen en Colombia en tanto hay publicaciones y prácticas ligadas a su lectura, divulgación y usos, que trascienden más allá de sus creadores, que alimentan procesos y provocan diferentes tipos de vínculos y relaciones. Una de las facetas en las que la narrativa gráfica se recrea es cuando propicia otro tipo de lecturas: vinculadas a las artes plásticas y visuales, al arte urbano y el diseño y al potencial en la renovación de sus formatos que surgen también de las nuevas tecnologías. La producción nacional de historietas es una producción mínima pero no despreciable.

Ahora, que si se quiere pasar de las *anécdotas* a los volúmenes de venta que permitan que los autores sobrevivan, hay que considerar por lo menos dos circunstancias: los empresarios privados ya capitalizan el segmento de la población todavía minoritario que compra historietas y novelas gráficas y seguirán buscando acrecentar el mismo siempre y cuando este se traduzca en ganancias. La sobrevivencia de los autores no es un tema que los desvele y más bien resulta claro que alcanzar el bienestar de los autores depende de cómo nos plantamos en ese *campo*.

La otra circunstancia es la existencia de recursos públicos. Si los industriales solo se mueven en la lógica de los beneficios particulares, los recursos públicos deben servir para apuntalar la producción nacional, estimular los espacios de circulación, y desarrollar campañas sistemáticas de formación de públicos. Pero ese es el terreno de la *política*, específicamente, de las *políticas públicas en arte y cultura*. La gestión de esos recursos permitirá beneficiar a los autores en la medida en que seamos capaces de actuar concertadamente en diferentes escenarios de construcción de las políticas públicas y de definir cursos de acción que nos permitan convertirnos en agentes de la misma.

Así pues, es el tiempo de pensar en la acción colectiva. Si queda alguna duda al respecto puede mirarse en dirección justamente de los autores franceses... o para no ir más lejos, podemos aclarar la cabeza podemos mirar lo que ha venido pasando desde el 21N...

Un curso de acción:

1. Hay que lograr que las multinacionales del libro que se benefician de la excepción de impuestos, aporte un porcentaje de sus ganancias para el impulso de la narración gráfica nacional. Esto significa que por ley, cada libro (en este caso historietas y novelas gráficas) vendido por una editorial extranjera, un porcentaje vaya a un fondo que mediante convocatoria pública se destine a apoyar proyectos de creación y publicación de autores colombianos. ¿Qué esto significa una nueva reforma en la ley del libro? Bueno, pues hay

que considerarlo: en el caso de la ley del cine, una medida parecida ha funcionado bastante bien.

2. Es necesario lograr que una cantidad mayor de recursos públicos se destinen al fomento de lectura en general y de la narrativa gráfica en particular. Es necesario que las convocatorias en artes incluyan más convocatorias para autores de estos géneros.
3. Un estímulo real sería que, para surtir las bibliotecas públicas, escuelas, colegios y universidades del país, se convoque con recursos públicos a autores colombianos a crear obras que, de resultar ganadoras, tendrían garantizada su publicación y distribución masiva. La temática, dentro de un criterio muy amplio, debe buscar la promoción de la cultura nacional y latinoamericana y ventilar también los temas actuales de la agenda pública.
4. Es necesario propiciar la participación organizada de los autores en la gestión de esos recursos públicos. Esto significa el acceso oportuno a la información, claridad en el manejo de los recursos y participación en la toma de decisiones que implican al sector.
5. Es necesario que las instituciones y procesos de mayor trayectoria puedan recibir apoyos significativos para su labor, más allá de las muy restringidas convocatorias existentes. Al fin y al cabo este tipo de instituciones adelantan, la mayoría de las veces con recursos propios, una labor que debería realizar el estado. Hay que procurar la consolidación de un ecosistema que permita adelantar un trabajo más estructural y estratégico.
6. Ya se señaló en otra parte la necesidad también de examinar la distribución de beneficios entre los agentes de la cadena de valor. En otras palabras, hablar sobre los contratos que se ofrecen en el país a los creadores de historietas y novelas gráficas, tema que con valentía y honestidad los autores franceses han develado. Por supuesto esto depende del grado de organización y coordinación de los autores, o sea que es un tema complejo. Pero es un tema que debe considerarse también por su trascendencia colectiva.
7. La participación en la FILBO y en otros eventos de Corferias. En esta participación particularmente cuando se hace mediante recursos públicos, el IDARTES debe propiciar una participación organizada, que valide los procesos colectivos y las diferentes experiencias en su particularidad. La gestión que ha venido adelantando el IDARTES propicia una participación individual y atomizada y excluye la discusión y negociación de los términos de participación.
8. Dentro del objetivo de lograr un mayor apoyo a las iniciativas del sector, es necesario que mediante recursos públicos pueda organizarse y consolidarse un Festival del sector, abierto al público y sobre la base de la gestión de los diferentes agentes buscando centralmente el empoderamiento de los autores.