

# **Trabajo artístico en dos contextos. Lecciones para la investigación en Chile a partir del estudio del mundo del cómic en España**

Versión preliminar. Favor no publicar

Grupo de trabajo N° 32: Sociología del arte y la cultura

Loreto de la Fuente

## **1. Introducción**

La investigación que sintetizo en este artículo trató sobre trabajo artístico y tomó como caso de estudio el mundo del cómic en España<sup>1</sup>. Además, en este artículo, extraigo algunas lecciones para el análisis del trabajo en el sector artístico en el contexto chileno.

El propósito detrás de la investigación que doy a conocer fue comprender las formas que toma y los cambios que atraviesa el trabajo en el sector artístico y cultural, desde las pautas que entrega la sociología a partir de las teorías que provienen de la sociología del trabajo artístico y desde la sociología del arte. Tomé el cómic español como caso de estudio para esta investigación porque sirve de ejemplo de un mundo artístico en pleno tránsito hacia un nuevo ciclo, en el que se conjugan cambios en las formas de producción y en las formas expresivas del medio.

Desde la sociología, Pierre-Michel Menger (1999, 2001) ha estudiado los mercados de trabajo artístico y las carreras de los profesionales del arte en Francia y ha extraído sus principales rasgos. El trabajo de este autor aporta el diagnóstico respecto del problema estudiado. Menger ha constatado un fenómeno de crecimiento desbalanceado del mercado de trabajo artístico, que se expresa en un incremento simultáneo del empleo, el subempleo y el desempleo, con tendencia similar entre países desarrollados y entre diferentes disciplinas u ocupaciones artísticas, en las dos últimas décadas del siglo XX (1999). Por el lado de la oferta, Menger ha identificado un aumento del número de individuos que optan por carreras profesionales en las artes. A la vez, por el lado de la demanda de empleo, ha observado un incremento de contrataciones junto con una disminución del tiempo promedio de trabajo y de ganancia por individuo. Las carreras artísticas, según el análisis de Menger, se caracterizan porque tienden crecientemente al empleo por cuenta propia y exhiben ingresos que no se condicen con el esfuerzo invertido y que son intermitentes e inestables a lo largo de la trayectoria profesional activa. Tienden al inicio precoz o tardío, suelen tener mayor tiempo de vigencia que las carreras en otros ámbitos, pero no es posible anticipar el tiempo que toman en consolidarse. Muestran una relativa ineficacia de las instancias de entrenamiento formal en la predicción del éxito profesional, entre otros rasgos. Como contrapeso a la débil trascendencia económica de este tipo de profesiones, se despliega un reconocimiento social y una trascendencia pública especial en el seno de la profesionalidad artística (Rodríguez Morató 1996), de modo que la disputa por alcanzar posiciones de éxito dentro de un mundo de arte adquiere una relevancia especial.

Asumiendo las premisas centrales de la perspectiva de la producción cultural (Peterson 2004, y Becker 2008) observé que las transformaciones en el mundo del cómic español habían modificado el escenario en el que trabajaban los dibujantes y guionistas, generando nuevas condiciones para el

---

<sup>1</sup> Realicé esta investigación exploratoria el año 2011 en el contexto de un Máster de Investigación en Sociología que cursé en la Universidad de Barcelona entre 2010 y 2011.

desempeño profesional y nuevos criterios de valoración estética en la producción. El objetivo de la investigación en torno al cómic español fue explorar y comprender el efecto de esta nueva etapa o ciclo de producción sobre las condiciones materiales y simbólicas en que se desempeñaba el trabajo de los autores de cómic<sup>2</sup>. Me pregunté si efectivamente, desde la percepción de los propios autores, estas transformaciones en el sistema de producción del cómic en España habían significado o no un cambio en las pautas de trabajo, en qué se había manifestado ese cambio, y cómo ello había modificado la profesión y desplazado los criterios normativos del propio campo de producción cultural. Desde un punto de vista sociológico este problema era relevante porque las prácticas y valoraciones estéticas que rigen en un mundo artístico se asocian a una moral que legitima como mejores ciertos objetos culturales, y con ello, ciertos tipos de trabajadores. Así, cómo se construye una carrera profesional en un mundo artístico, quiénes producen y qué objetos producen, qué obras son reconocidas y difundidas como representativas de ese mundo artístico, qué se vende, y qué y quiénes obtienen reconocimiento y éxito, son dimensiones que entrañan dinámicas de poder en los mundos artísticos, y por esa razón, justifican un estudio sociológico.

## **2. Conceptos claves para una aproximación sociológica al trabajo artístico en el mundo del cómic**

En este apartado reviso algunos de los conceptos centrales de la sociología del arte y la cultura con los que elaboré un marco de análisis sociológico para una aproximación al trabajo artístico en el mundo del cómic. De acuerdo a Vera Zolberg, (1990:103). Tomando como punto de partida el planteamiento de Vera Zolberg, que señala que la sociología se aproxima al arte por medio del ejercicio de “desagregar la obra artística intentando contextualizarla” (1990:93), la revisión teórica apuntó a desagregar el trabajo de los autores de cómic, con el objeto de identificar las categorías claves para su análisis. En este ejercicio, la primera desagregación se fundó en los diferentes niveles de análisis por medio de los cuales la sociología del arte se aproxima a la producción cultural. Para esto acudí a la noción de “mundos artísticos” de Howard Becker y a la noción de “campo” de Bourdieu. De acuerdo a Becker y Pessin (2006), esta noción se sitúa en el nivel descriptivo; conduce a una exploración empírica de aspectos tangibles de la actividad artística y del colectivo social involucrado. La noción de campo de Bourdieu, en cambio, se sitúa en un nivel inmaterial; conduce a una interpretación de las luchas de poder que se dan en torno a la legitimidad artística. Ambos niveles de análisis son necesarios para comprender la actividad artística desde un punto de vista sociológico. Siguiendo esta distinción, analicé el trabajo artístico en el cómic a partir de una dimensión material y de una dimensión simbólica. La primera se sintetiza en el ejercicio de la profesión que se acota a un momento y a un lugar determinado, y que puede ser aprehendida por medio de los tiempos, recursos, individuos y organizaciones que implica. La segunda se sintetiza en el posicionamiento estético de los autores y sus obras. A continuación defino ambos niveles de análisis.

### ***La profesión: los mundos artísticos y sus tipos característicos de trabajadores***

De acuerdo a Becker (2008), los mundos artísticos pueden ser caracterizados a partir del perfil del artista típico. Cada mundo tiene una división del trabajo, por tanto, al analizarlos “buscamos sus tipos característicos de trabajadores y el conjunto de tareas que cada uno de ellos realiza” (2008:27). La tipología de Becker de los diferentes tipos de artista (profesionales integrados, rebeldes, *folk* e ingenuos) aporta justamente un ejemplo de esta búsqueda del perfil del artista o trabajador típico de un mundo de arte. Becker sitúa como principio de esta tipología, el apego de los trabajadores a las

<sup>2</sup> Hablo indistintamente de autores y/o de productores para referirme al conjunto de dibujantes y guionistas de cómic español, independientemente de su especialización y de su perfil profesional.

convenciones del mundo artístico. Dependiendo de cuán cercanos o distantes de esas convenciones estén los artistas, actuarán con mayor lealtad a los principios estéticos y técnicos o propondrán nuevas formas de hacer las cosas. Peterson (1990, 2004) hace un ejercicio similar al de Becker al considerar los patrones de carrera ocupacional como factor capaz de promover cambios en los mundos artísticos. La noción de carrera ocupacional permite visualizar cómo se conjugan ciertas características de los productores culturales en un escenario determinado y en un momento específico, y cómo determinan el producto cultural. Peterson (1990) distinguió cuatro patrones de carrera en la industria de la música rock: el artesano, el *showman*, el emprendedor y el funcionario. En el emprendedor radica especialmente el potencial innovador. El funcionario es aquel que representa la fuerza tradicional. El *showman*, representa el polo comercial y el artesano el polo del saber técnico. Peterson sostuvo que, entre las causas del origen de la música rock en los años 50, existió un salto desde un estadio en que predominaba una combinación del patrón del artesano con el patrón del funcionario, hacia un nuevo estadio en que pasó a predominar una combinación de los patrones *showman*- empresario.

Los tipos ideales de artista de Becker y los patrones de carrera ocupacional de Peterson se acercan al perfil profesional que se quiere identificar en el mundo del cómic. No obstante, la pregunta ahora es ¿cómo es posible construir ese perfil? Los estudios de Menger (1999, 2001) permiten un acercamiento empírico a las carreras artísticas, ya que considera un conjunto de dimensiones para la caracterización de las carreras artísticas. Menger examina cuestiones de tipo sociodemográfico, elementos de capital social y humano, formas de empleo y ocupación, ingresos, rasgos temporales de la profesión, y aspectos actitudinales de los artistas. Rodríguez Morató (1996), en la línea del trabajo desarrollado por Menger, aporta una caracterización del perfil profesional del mundo de los compositores españoles que permite extraer categorías centrales para la reconstrucción del perfil profesional en las carreras artísticas. En esta caracterización Rodríguez Morató explora aspectos demográficos y de origen social de los compositores. Junto con ello, también indaga en el proceso de familiarización, iniciación y formación dentro de la carrera artística, en la carrera ocupacional y el perfil profesional, en las características de la obra y la adscripción estética de los compositores, y en las formas de producción. Por medio de estas categorías, Rodríguez Morató reconstruye el perfil profesional de los compositores españoles e identifica las tendencias de cambio y los procesos que afectan en ese momento al colectivo profesional. Se ha tomado el ejercicio que hace Rodríguez Morató como un referente para el análisis de la profesión en el cómic. No obstante, la realidad del cómic no puede ser completamente asimilada a la de los compositores. Para la construcción de un esquema de categorías que posibiliten el análisis del trabajo artístico en el cómic es necesario tener en cuenta las particularidades de este mundo. Al ser el cómic un medio expresivo anclado en lo popular y poco academicista, dimensiones como familiarización y formación adquieren un peso relativo. En cambio, en medios que tienen tradiciones artísticas de mayor rango, como en el mundo de los compositores que describe Rodríguez Morató, los primeros acercamientos de los individuos con la disciplina y las instancias de entrenamiento constituyen variables determinantes. El cómic, en cambio, es un medio donde la formación autodidacta juega aún un papel en el traspaso del oficio, por lo tanto, lo que ocurre en el desempeño del trabajo adquiere mayor peso para comprender cómo se compone la profesión. De ahí que las dimensiones relacionadas con las características de la ocupación sean centrales en una aproximación. Por último, las dimensiones que se relacionan con la producción propiamente tal, dada la magnitud y el carácter del mundo editorial como mediador del proceso de producción y difusión, son fundamentales para entender el trabajo artístico en el cómic.

### ***Posicionamiento estético: Reputación y valores estéticos en los mundos artísticos***

En todo mundo artístico los artistas y profesionales involucrados toman posición respecto de valores estéticos, respecto de la forma de producción que consideran más adecuada, respecto de la

consideración que se le otorga a la obra de autores precedentes y respecto del aparato institucional existente. Estas tomas de posición pueden llevar a equilibrios, pero también pueden ser fuente de tensiones. La noción de mundo artístico no suprime la posibilidad de conflicto (Becker y Pessin 2006). Becker indica “cuando los grupos profesionales especializados se hacen cargo de la realización de las actividades necesarias para la producción de una obra de arte, sus miembros desarrollan intereses de carrera, económicos y estéticos que difieren mucho de los del artista (...) La participación del artista en vínculos cooperativos y su dependencia de los mismos, por lo tanto, condiciona el tipo de arte que se puede producir” (2008:45). El trabajo de Gilmore (1993) sobre la programación de conciertos de música docta en Estados Unidos, ilustra cómo los intereses de los distintos miembros de la comunidad de intérpretes y compositores pueden influir en los criterios con que se decide la programación. En el cómic, la relación que establecen los autores con las editoriales en el cómic ilustra esta condición.

Bourdieu (1992) ilumina las disputas estéticas e ideológicas en el arte, al describir el proceso de polarización entre la producción comercial y la producción artística. La producción artística se rige por principios que emergen dentro del campo, En ella converge la innovación y se identifica un supuesto desinterés de participación por parte de los productores culturales, que se muestran ajenos a las dinámicas de reconocimiento institucionalizado que dependen de valoraciones externas. El trabajo de Boltanski (1975) sobre la BD<sup>3</sup> en Francia ilustra las disputas estéticas en el cómic. El autor analiza la aparición del campo de la historieta y su transformación en un campo autónomo formado en base al modelo de los campos de la cultura erudita, y cómo esas transformaciones introducen cambios en las características de los productores, en las propiedades formales de las obras y en la relación que los artistas mantienen con las obras. Boltanski muestra cómo el campo de la BD pasa de la heteronomía, al estar subordinado a las leyes del mercado, a la autonomía, y cómo ello genera una polarización al interior del campo, entre los dibujantes tradicionales, “detentadores de poder en las casas editoriales” (1975:46), y entre los nuevos dibujantes, “que tratan de expresar en sus palabras, en sus comportamientos, a veces en su hexis corporal, y de introducir en su obra a pesar de la censura y de los obstáculos del mercado, el tipo particular de subversión política y cultural adecuada para cumplir con las expectativas de las nuevas fracciones de las clases medias, detentadoras de capital cultural, pero subordinadas en el orden de las jerarquías intelectuales y sociales” (1975:47). Boltanski identifica en los dibujantes de BD este supuesto desinterés de participación que emerge en los productores que se posicionan del lado de la producción artística: “la relación *artista* con la obra se opera de modo dubitativo, avergonzado, ansioso, como si el habitus de clase se resistiera a las demandas del campo y a la tentación de adoptar la representación de su obra que los críticos intelectuales han construido de ella” (Boltanski 1975:54). Aquí también es posible reconocer al artista rebelde descrito por Becker, que muestra un cierto desdén hacia las convenciones del mundo artístico. Finalmente, cómo se posicionan los productores frente a los objetos producidos y a sus propiedades estéticas, a las convenciones del mundo artístico, indica a qué polo del campo de la producción suscriben.

La reputación legitima la toma de posición. Becker analiza la reputación como proceso social que legitima el valor artístico de los objetos, géneros y autores dentro de un mundo de arte. La reputación se funda en una concepción individualista del arte, que esparce la idea de que el arte es producido por seres excepcionales. Esta idea es lo que otorga el carácter especial y singular a la reputación que se genera en el arte, y lo que motiva su disputa. El tratamiento que Becker da a la reputación nos permite acercarnos a una comprensión de los valores estéticos que predominan en un momento dado dentro de una actividad artística como el cómic. Por medio de la reputación se legitima una dinámica de exclusión e inclusión de obras y de autores a partir de una definición consensuada de valor al interior del mundo artístico. Los debates en teoría del arte señalan dos fuentes tradicionales de valor artístico de un objeto o actividad. Por un lado, un valor que se sustenta en un significado, y por

---

<sup>3</sup> BD es la abreviación de “bande dessinée”, término con el que se denomina tradicionalmente al cómic en el mundo francófono.

otro, un valor que emana de la técnica. En el primero, el objeto artístico y su creador son valiosos porque transmiten una interpretación del mundo, un sentido de vida. Allí el valor de la obra está dado por la profundidad de la mirada. En el valor que emana de la técnica, en cambio, el objeto de arte es valioso porque “aborda problemas creados en una tradición del medio de alguna forma nueva” (2008:392). Ambos tipos de valoración no son excluyentes, pero dan cuenta de una lógica de competencia, ya que “como los artistas tienen dones especiales, como producen un trabajo considerado de gran importancia para una sociedad, y como tienen, por lo tanto, privilegios especiales, la gente quiere asegurarse de que sólo alcancen esa posición aquellos que en verdad tengan los dones, el talento y la habilidad para ello” (2008:33). Un nuevo ciclo en un mundo de arte puede significar un desplazamiento en los criterios de valoración, y con ello, el estatus profesional, el reconocimiento a los productores, puede variar.

### *Categorías de análisis del trabajo artístico en el mundo del cómic*

El cuadro que sigue es resultado del recorrido teórico. Este cuadro sintetiza las dimensiones claves para la comprensión del trabajo artístico en el cómic y fue construido con el objeto de guiar la investigación en la recogida de información y en el análisis e interpretación de los hallazgos.

**Cuadro 1: Categorías de análisis del trabajo artístico en el mundo del cómic**

<b>Profesión</b>	<b>Ocupación</b>	Especialización
		Intensidad
		Continuidad
	<b>Formas de Producción</b>	Origen de la producción
		Forma de ejecución
		Forma de difusión y/o publicación
<b>Posicionamiento estético</b>	<b>Propiedades estéticas de la producción</b>	Reputación
		Géneros, temáticas y técnicas
	<b>Propiedades de los productores</b>	Reputación
		Intereses artísticos y profesionales

El cuadro se divide en dos. En primer lugar, la dimensión “Profesión”, que apunta al nivel empírico y descriptivo del análisis. A este nivel es posible acceder a través de las características que asume el trabajo en el cómic, donde se han identificado como categorías clave la ocupación, la cual a su vez se desagrega en la especialización de los productores en la división del trabajo, la intensidad en la dedicación del individuo al trabajo en el cómic y la continuidad de trabajo en el cómic a lo largo de la vida profesional. Además de la ocupación, es posible acceder a la profesión a través de las formas de producción. Esta categoría se compone a su vez del origen de la producción, que apunta a distinguir el lugar desde el cual surge la generación de un proyecto de cómic, de las formas de ejecución, que describe la forma a través de la cual se produce un libro de cómic, y de las formas de difusión y/o publicación, que indica la forma a través de la cual se difunde y comercializa la producción. En segundo lugar, el cuadro se compone de la dimensión “Posicionamiento estético”. Esta dimensión se desagrega en las propiedades de la producción y en las propiedades de los autores. La reputación es una dimensión transversal a las obras y a los productores, por lo tanto, se ha identificado en ambas categorías. Además de la reputación, en las obras se describen las propiedades estéticas a las que adscriben, que se resumen en el género en que se insertan, las temáticas que abordan y las técnicas que

priorizan. Por el lado de los autores, además de la reputación se identifican los intereses artísticos y profesionales.

### 3. Consideraciones metodológicas

Para la realización de un estudio sobre los productores del mundo del cómic en España tuve que enfrentar la dificultad de que no existían suficientes datos sobre el universo de productores y de que, como ocurre con frecuencia en los mundos artísticos, no es fácil establecer las fronteras entre quienes son y quienes no son profesionales en el mundo del cómic. Bourdieu (1992) lo señala cuando indica que las fronteras en los campos literarios o artísticos son dinámicas. Rodríguez (1996) también da cuenta de esta condición al constatar que el mundo de la creación se caracteriza por la ausencia de un “estatuto social bien definido”. En el mundo del cómic este rasgo se acentúa, ya que no existen títulos ni afiliaciones de ningún tipo que permitan identificar ni menos abarcar a la totalidad de productores. De ahí que fuera necesario abordar el medio de acuerdo a la propia realidad del mundo a estudiar. ¿Cómo podía llevar a cabo esta tarea? Acudí a dos tipos de fuentes de información. En primer lugar, busqué en organizaciones del mundo del cómic, y en segundo lugar, páginas web españolas especializadas en cómic. Entre las primeras, había dos asociaciones profesionales. A partir de estas asociaciones contacté a autores y profesionales relacionados con el medio que fueron entrevistados como informantes calificados. Para recoger información sobre autores tomé en consideración a una de las asociaciones, la Asociación de Autores de Cómic de España (AAACE), ya que ésta es la única que constituye una asociación de autores exclusivamente de cómic<sup>4</sup>. De la AAACE consideré la nómina de asociados, que constaba de 124 individuos, entre dibujantes, guionistas y autores completos<sup>5</sup> de toda España.

El segundo tipo de fuente de información consistió en páginas web especializadas que seleccioné con ayuda de los informantes calificados. Entre éstas había cinco páginas web, de las cuales sólo una tenía información sobre autores españoles. Tomé finalmente la nómina de autores de la web *Guía del Cómic*, que constaba de 301 autores. Finalmente, dispuse de estas dos nóminas para la selección de los autores a entrevistar<sup>6</sup>. Ninguna de las dos fuentes contiene un listado exhaustivo de autores<sup>7</sup>, por lo tanto, se trató de un universo bastante incompleto. No obstante, ante la ausencia de otro registro o mecanismo de acceso a información que permitiese contar con un censo de autores españoles, las fuentes utilizadas aportaron listados suficientemente amplios para seleccionar a un conjunto de dibujantes y guionistas.

La investigación se basó en una metodología cualitativa, acorde a un estudio de carácter exploratorio. Fueron seleccionados dibujantes y guionistas próximos a Barcelona<sup>8</sup> a partir de los

<sup>4</sup> La otra asociación se desechó porque agrupaba no sólo a autores de cómic, sino también a ilustradores.

<sup>5</sup> Combinación de ambas funciones (dibujante y guionista) en un solo productor.

<sup>6</sup> Cabe señalar que sólo siete autores aparecieron en ambas nóminas. Las nóminas de las dos organizaciones están publicadas en las páginas web de cada organización. <http://www.autoresdecomic.com/socios/> y <http://guiadelcomic.es/autores/>.

<sup>7</sup> En el caso del listado de la AAACE, los autores que aparecen son los que voluntariamente se han asociado a la organización, por lo tanto, existe un sesgo en él, ya que deja fuera a todos aquellos autores que, por una u otra razón, no se han asociado. En el caso de la nómina de *Guía del Cómic*, el listado fue construido por un aficionado y trabajador del medio a partir de una búsqueda de las publicaciones de autores españoles de cómic en editoriales nacionales y extranjeras en el año 2010. Este listado es algo más completo que el anterior, no obstante, los autores activos que no han publicado en el año 2010, pero se mantuvieron activos, quedaron fuera de la nómina.

<sup>8</sup> En principio se privilegió a los productores radicados en Barcelona. En primer lugar, por una justificación conceptual, ya que la mayoría de la actividad en el mundo del cómic se concentra en esta ciudad (dos escuelas, el salón del cómic más importante del país, más del 80% de la edición). En segundo lugar, por motivos prácticos, ya que la cercanía geográfica facilitaba la realización de las entrevistas. Sin embargo, dada la ausencia de información sobre el lugar de residencia de los autores en los listados mencionados, se terminó incluyendo a autores de otras ciudades como Badalona y Valencia.

listados recién mencionados. Dada la ausencia de detalle en la información disponible, seleccioné a los productores en base a los criterios que fue posible obtener a partir de los listados. En primer lugar, establecí la “especialización” de los productores, que se dividió en tres categorías, de las cuales seleccioné a más de un productor: 3 dibujantes, 3 guionistas y 2 autores completos. En segundo lugar, definí el criterio “reputación”, que dio lugar a dos categorías, con reconocimiento y sin reconocimiento<sup>9</sup>. Del primer grupo fueron seleccionados dos productores. Los seis restantes correspondieron a productores sin reconocimiento. A los ocho productores seleccionados se les aplicó una misma pauta de entrevista en profundidad<sup>10</sup> basada en las categorías de análisis expuestas en la sección anterior<sup>11</sup>.

#### 4. Trabajo artístico en el mundo del cómic de España

En cuanto a las formas de producción, a nivel de industria, existían pocos datos especializados sobre el sector del cómic. El Informe de Comercio Interior del Libro de España de la FEGE<sup>12</sup> muestra una expansión del mercado del cómic entre los años 2008 y 2010, que se expresa en un aumento del 17% en la cantidad de títulos editados y un incremento de un 7,5% en la facturación. Por su parte, el Informe *El cómic en España* del Ministerio de Cultura muestra que el año 2010 la edición de cómics baja en un 17% con respecto al año anterior, pese a que desde el 2003 venía incrementándose sostenidamente. La facturación en el comercio interior también disminuye en un 6,6%. Pese a esta baja, se incrementa el número de ejemplares vendidos en un 33,7%.

Frente al escenario que muestran los informes de estas instituciones, los actores del mundo del cómic español ven el panorama con otros ojos. Ellos reclaman una contracción del sector, que se expresa en la reducción de títulos editados de casi un 40%<sup>13</sup>, y en la caída de las ventas de cómic a nivel general, y especialmente de los géneros ya denominados “tradicionales” que habían sido pilares del mercado del cómic, como el *manga*, el cómic de superhéroes y el infantil. Junto con ello, denuncian el cierre progresivo de las revistas que habían dado trabajo a un número importante de autores y la escasa capacidad de riesgo y sobrevivencia de las editoriales pequeñas y medianas.

Para entender mejor este panorama, se debe tener en cuenta el hecho de que la mayoría del cómic español que se publica y se vende en España es producido en el mercado extranjero. Una parte importante de los dibujantes españoles ha buscado oportunidades de trabajo en mercados como el estadounidense y el francés, donde el precio por página es más alto. Como señala Santiago García, *“hoy España es un país exportador de talentos, y los dibujantes que no trabajan para editoriales extranjeras, norteamericanas o francesas, producen sus novelas gráficas para editoriales españolas que intentan venderlas en el circuito internacional. Las industrias locales han perdido el mercado de masas que alimentó antaño el cómic comercial, y la única manera de rentabilizar las ediciones es accediendo a un público global”* (2010:264). Con un diagnóstico similar al de García, Martín cierra su

<sup>9</sup> Para la determinación del criterio “reputación”, se tomaron en cuenta los premios más importantes que se otorgan en el mundo del cómic español, de acuerdo a la opinión de informantes calificados que fueron entrevistados en la etapa inicial del estudio. Estos corresponden a los premios que entrega el Salón Internacional del Cómic de Barcelona, que se realiza anualmente, y el Premio Nacional de Cómic que entrega anualmente el gobierno español desde el año 2007.

<sup>10</sup> Ver pauta de entrevista en anexo I.

<sup>11</sup> La investigación se llevó a cabo entre los meses de septiembre y diciembre de 2011. Las entrevistas se realizaron entre octubre y noviembre.

<sup>12</sup> Federación de Gremios de Editores de España

<sup>13</sup> Álvaro Pons, “Los Números del 2010”, en la página Web, *La Cárcel de Papel*. Pons discute los datos entregados por el informe de la FEGE, y los enfrenta a los datos que genera la Federación de Instituciones Profesionales del Cómic (FICOMIC), cuyas cifras muestran una reducción. Los datos sobre número de título editados de ambas instituciones sólo son coincidentes desde el año 2010. Es posible consultar este artículo en:

<http://www.lacarceldepapel.com/2011/07/11/sobre-el-sector-del-tebeo-en-espana-los-numeros-del-2010-i/#>, con fecha 11-07-11.

análisis de la industria española de tebeos, señalando “*que nadie se pregunte qué se ha hecho de los cientos de profesionales españoles de la historieta que existían y trabajaban en décadas anteriores... Su sentencia se firmó el día en que las empresas españolas se dedicaron a comprar baratos y en cantidad los derechos editoriales de los cómics de otros países...*” (2002). Una web especializada en cómic de España ha publicado recientemente una nómina de los autores españoles trabajando para distintos mercados en el año 2010 que ilustra este éxodo de autores. En la nómina se cuentan 105 autores trabajando para Estados Unidos, 64 para Francia, 3 para Italia y 4 para España<sup>14</sup>. Todas estas transformaciones han estado acompañadas de un cambio en la forma de difusión y venta del cómic. A nivel de distribución, el cómic ha emigrado paulatinamente desde los quioscos hacia las grandes cadenas de librerías generalistas. Por otro lado, las tecnologías de la información han modificado las formas de producción y difusión, ampliando las posibilidades de los autores de difundir su obra a todo tipo de público y de mercados a través de blogs y páginas web, sin depender de una editorial, generando nuevas oportunidades de trabajo y un nuevo tipo de vínculo con el público aficionado.

En cuanto a las formas expresivas, un nuevo tipo de cómic ha irrumpido en el medio español, transformando no sólo el mercado, sino también los criterios estéticos de la creación y el planteamiento de dibujantes y guionistas frente a la actividad. Santiago García, al intentar desentrañar las principales características de esta nueva forma que se ha etiquetado como novela gráfica, la ha definido, más que como un fenómeno de mercado, como un “*tipo de cómic adulto moderno que reclama lecturas y actitudes distintas del cómic de consumo tradicional*” (2010:16). Mientras unos hablan de novela gráfica otros, otros, resistiéndose a adoptar esta denominación, se refieren a la emergencia de un nuevo cómic de autor (Martín 2002), que atiende temáticas adultas, intimistas, y que se aleja de las audiencias masivas y se especializa en pequeños grupúsculos de lectores. Estos cambios en las formas expresivas han ido posicionando paulatinamente al cómic en el mundo literario. Consistente con ello, el cómic ha ido mutando del formato revista o *comic book* al formato libro aumentando con ello su costo de producción y su precio para el consumidor.

Pese a la contracción de las ventas y al éxodo de profesionales a otros mercados, en España el cómic hoy goza de una amplia difusión en medios de prensa (García 2010), cuestión que evidencia un creciente interés por este medio en la cultura. En el último cuarto del siglo pasado, el cómic se ha consolidado como actividad cultural en España con la creación del Salón Internacional del Cómic de Barcelona en 1981, iniciativa que luego se ha replicado en otras ciudades del país. El Salón se realiza anualmente y constituye la principal instancia del medio en España. En ella se reúnen editores, creadores, público y otros actores afines al medio. En esta instancia se premian, en distintas categorías, las obras más destacadas a nivel nacional y extranjero. El año 2007, el Ministerio de Cultura ha creado el Premio Nacional del Cómic, que entrega un reconocimiento simbólico y monetario anual al mejor cómic de origen español publicado el año anterior a la adjudicación del premio. Junto con ello, han nacido escuelas independientes que imparten la carrera de dibujante de cómic en Barcelona.

¿Cómo impacta todo esto en el desempeño del trabajo artístico en el cómic español? Los principales hallazgos del estudio apuntaron a dar cuenta de dos situaciones: desprofesionalización en las carreras de los productores de cómic y emergencia de nuevas disputas estéticas.

---

<sup>14</sup> La nómina ha sido publicada en diciembre de 2011 por la *Guía del Cómic*, Web especializada en cómic español, administrada por un aficionado y trabajador del cómic en España. Es posible revisar esta nómina en <http://guiadelcomic.es/autores/2010.htm>. La nómina da cuenta de los autores que han publicado el 2010 para esos mercados, por lo tanto, no da cuenta de la cantidad total de profesionales del cómic español. Pese a la inexactitud del dato, las cifras permiten ver el éxodo de autores españoles a mercados extranjeros.

## *Desprofesionalización*

En cuanto al primer hallazgo, la observación de las carreras de los autores estudiados indica con claridad que el trabajo en el cómic español adopta crecientemente las pautas típicas del trabajo artístico descritas por Menger (1999). Los individuos construyen sus carreras cada vez más de forma autónoma y solitaria, al margen de organizaciones y sin referencia a un empleador determinado. Hacen inversiones de carácter personal que no tienen retribución económica ni simbólica inmediata. Rodríguez (1996) al analizar el perfil profesional de los compositores, describe una tendencia a la profesionalización en el colectivo, que se explica por la entrada de una generación joven, más formada y más ocupada. Al comparar con la coyuntura que atraviesa el mundo del cómic, lo que se observa es una tendencia inversa a la descrita por Rodríguez, vale decir, una tendencia a la desprofesionalización, que se expresa en la ausencia de organizaciones capaces de proporcionar trabajo al conjunto de dibujantes y guionistas.

La desprofesionalización en la división del trabajo en el cómic español se evidencia en que la producción transita paulatinamente desde un esquema donde las tareas están racionalmente organizadas y distribuidas, a un esquema donde no existe una división de tareas ni una organización específica, sino donde es el artista quien asume la ejecución completa de la parte creativa de la producción. Finalmente, la consecuencia de esto sobre los patrones de carrera artística es que se enfatiza el polo artista del productor.

Las actuales formas de producción en el cómic español se asemejan a la producción en el mundo del libro, por tanto, favorecen el trabajo individual y el posicionamiento autoral de los productores. En este esquema, el espacio posible de éxito se reduce, quedando sólo un núcleo de productores con éxito. Por otro lado, los autores que no se ajustan al perfil de trabajo autoral, emigran buscando oportunidades de desempeño profesional en otros mercados. A nivel individual, el correlato de los cambios en las formas de producción se expresa en un trabajo artístico cada vez más solitario. En el modelo “cómic de agencia”, en cambio, el trabajo artístico es colectivo. La colaboración que implica ese tipo de trabajo es vista por algunos productores como un valor que singulariza al cómic frente a otros medios como la literatura. Sin embargo, la individualización del trabajo es vista por otros productores como una oportunidad para conquistar mayores grados de libertad tanto en la creación como en la ejecución de proyectos.

## *Nuevas disputas estéticas*

Las consecuencias de la desaparición de los enclaves laborales de dibujantes y guionistas impacta no sólo en las condiciones materiales de trabajo, sino también en las formas expresivas y en las disputas ideológicas del medio. Paulatinamente se delinearán dos circuitos de producción<sup>15</sup>. Por un lado, “el cómic de autor”, que corresponde al tipo de cómic producido en solitario y de aspiración intelectual, y el “cómic de género”, que aspira principalmente a la entretención. Ambos tipos de cómic, a su vez, representan el producto de distintas formas de trabajo y distintos tipos de carrera profesional en el mundo del cómic.

El cómic de autor enfatiza las claves “artístico-literarias” del medio y tiende a diferenciarse del cómic de género, que pasa a ser considerado un tipo de producción que aglutina al cómic de tipo tradicional o de aspiración comercial. Se tiene finalmente una producción de aspiración intelectual, el

---

<sup>15</sup> Pese a esta nueva configuración, es necesario tener en cuenta que el medio no se reduce a dos circuitos distintos con fronteras definidas. Aunque la industria española del cómic es modesta, la trayectoria del medio a lo largo del tiempo ha permitido el surgimiento de géneros diversos que no resisten ser agrupados en dos conjuntos perfectamente separados. La distinción utilizada tiene una finalidad analítica, pero no debe ser confundida con una fotografía exacta del escenario del cómic español actual.

cómic de autor, cuyo denominador común es el intento de transmitir una interpretación personal de la realidad, y otra producción de tipo tradicional, que aspira a “entretener” y que enfatiza la técnica gráfica del medio expresivo.

En el plano de la reputación, la crítica privilegia a los que se posicionan desde este polo autoral. Como en todo mundo artístico, la reputación que proviene de la crítica y que se manifiesta en prestigio, se erige como el tipo de reputación en disputa. En el medio español, dadas las características de la industria editorial en torno al cómic, la reputación se logra con la consagración en el medio extranjero. Los autores reconocidos que fueron incluidos en este trabajo de investigación han logrado primero un reconocimiento afuera que ha servido como prerequisite para el reconocimiento en el medio local español. Los autores que no gozan de este tipo de reconocimiento manifiestan incredulidad respecto de las posibilidades de lograr el reconocimiento en el medio local sin lograrlo antes afuera, cuestión que da cuenta de la débil autonomía del medio español.

## 5. Conclusiones

El nuevo ciclo que atraviesa el mundo del cómic español produce cambios en las pautas de trabajo artístico en torno a esta actividad. En el plano del ejercicio de la profesión, este mundo artístico es afectado por un proceso de desprofesionalización de la actividad, cuya principal consecuencia es la reducción del espacio posible para el desempeño profesional de la actividad en la industria nacional. A nivel individual, una parte importante de los productores españoles de cómic ha buscado formas de paliar las escasas oportunidades laborales en España, emigrando a mercados extranjeros. Otros, aunque con menor potencial económico, experimentan con formas de producción auto-gestionadas y/o con las potenciales ventajas que la difusión y venta vía Internet puede traerles. Esta última vía, aunque válida desde “dentro” del mundo en cuestión, no compensa económicamente en igual forma la edición de tipo tradicional vía editorial, por lo tanto, no es suficiente para permitir a los productores la dedicación total al cómic. La desprofesionalización es producida por cambios en el modelo organizacional en la producción del cómic, que se expresa en el tránsito del cómic de agencia al cómic de autor. Esto ha significado que la profesión en el cómic español adquiera características típicas de la producción en los mundos artísticos tradicionales, como la concentración de la producción en un solo productor, la dedicación esporádica e intermitente a la actividad en la mayoría de los productores, salvo en los que se sitúan en las posiciones de éxito, y la producción en solitario, al margen de organizaciones e instituciones. Este proceso de desprofesionalización en el mundo del cómic español conlleva un aumento de los niveles de incertidumbre en la vida profesional, rasgo característico de las profesiones artísticas, de acuerdo al trabajo de Menger.

En el plano del posicionamiento estético, empiezan a marcarse de manera más nítida las diferencias de posición de los autores involucrados, que se expresan en la oposición entre el cómic de género y el cómic de autor. El cómic de género aglutina al cómic tradicional, que reúne a los géneros ya asentados en el mercado, dirigidos hacia un público fiel, con criterios estéticos y formas de producción definidas y reconocibles. El cómic de autor, en cambio, reúne al “nuevo cómic”, que se caracteriza por la experimentación, por la indefinición de las formas expresivas, por una forma de producción similar a la del libro, donde el autor se erige como el artista que desarrolla su creación de manera autónoma e individual. La emergencia de este tipo de cómic es vista como una suerte de intelectualización del medio. La crítica otorga reputación a las obras y a los autores que se posicionan próximos al cómic de autor. En términos generales, el mundo del cómic español ha pasado de manera progresiva a privilegiar las carreras artísticas autorales y la producción ha tendido a asimilar los criterios estéticos de la producción literaria, donde prima el valor artístico basado en la transmisión de una interpretación personal del mundo por sobre el valor artístico basado en la expresión gráfica.

### *Nuevas preguntas y líneas de investigación*

El estudio que aquí se ha expuesto constituyó una aproximación de carácter exploratorio, por lo tanto, junto con los hallazgos descritos, generó nuevas preguntas y sugirió nuevas dimensiones de investigación. Por ejemplo, las características del mundo artístico abordado sugieren una extensión del estudio hacia la dimensión organizacional, materializada en los editores. Las formas de producción, que aquí aparecieron como determinantes en el trabajo artístico, indican que un estudio del mundo del cómic sólo puede completarse si se incorpora esta dimensión de la producción. Por otro lado, las transformaciones en el cómic como medio expresivo plantean la pregunta acerca de las propiedades sociales de las generaciones de autores venideras. Con los cambios en las formas expresivas, ¿cambiará a futuro el carácter de los productores de cómic? Esta pregunta también sugiere una exploración respecto de los consumidores de cómic en España, ¿cuáles son los rasgos que caracterizan al público que consume las nuevas formas expresivas del cómic español?

En otro plano, el estudio realizado ilustra el papel que juegan los artistas y las industrias en la emergencia y evolución de los medios expresivos. Acá cabe retomar el planteamiento de Vera Zolberg al que se hizo referencia al inicio del artículo, respecto del trabajo de desmitificación que subyace a una aproximación sociológica a la actividad artística. No se trata de la excepcionalidad de individuos creativos aislados cuando se habla de innovaciones artísticas, sino de hombres, mujeres y colectivos dotados de habilidades que ocupan su olfato, aprovechan las condiciones que en un determinado momento ofrece la industria, y proponen nuevas formas expresivas. Las estrategias que ponen en práctica los artistas para paliar la incertidumbre inherente a la carrera y para sortear las circunstancias fluctuantes de las industrias culturales constituyen una dimensión poco explorada de esta línea de investigación que requiere mayor atención.

Finalmente, este estudio también mostró que nuevos desarrollos en un medio expresivo y en su industria no implican necesariamente más y mejores oportunidades para los trabajadores de un mundo de arte. El cómic español ilustra con claridad esta situación. Mientras que la novela gráfica se posiciona en círculos intelectuales y en las librerías, se reducen las oportunidades de desempeño profesional estable para los trabajadores de este mundo artístico. Como implicancia de política, el caso estudiado entrega lecciones respecto de la necesidad de formular acciones de política cultural orientadas a proteger y promover las carreras de los profesionales de los mundos de arte en el ámbito local. Para avanzar en esta dirección, nuevos estudios sobre la profesionalidad artística pueden contribuir a identificar dimensiones de acción y a diseñar estrategias adecuadas.

## **6. Referencias bibliográficas**

- Ágreda, José Luis et al (2002) *Historia de una página. Procesos creativos en cómic contemporáneo*. Barcelona: Glénat, Universidad de Granada. 48 pp.
- Becker, Howard S. (2008) *Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes, 437 pp.
- Becker, Howard y Alain Pessin (2006) "A Dialogue on the Ideas of World and Field". *Sociological Forum* 21, N° 2, pp. 275-286.
- Boltanski, Luc (1975) "La constitution du champ de la bande dessinée", *Actes de la recherche en sciences sociales* 1, N° 1, pp. 37-59.
- Bourdieu, Pierre (1992) *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama, 514 pp.

- Brienza, Casey (2010) "Producing comics culture: a sociological approach to the study of comics", *Journal of Graphic Novels and Comics*, 1:2, pp. 105-119.
- García, Santiago (2010) *La novela gráfica*. Bilbao: Astiberri, 298 pp
- Gilmore, Samuel (1987) "Tradition and Novelty in Concert Programming: Bringing the Artist Back into Cultural Analysis", *Symbolic Interaction* 10, N° 2, pp. 209-227.
- Lewis, George (1988) "The Creation of Popular Music: A Comparison of the Art Worlds of American Country Music and British Punk". *International Review of the Aesthetics and Sociology of Music* 19, N° 1, pp. 35-51.
- Lladó, Francesca (2001) *Los Comics de la Transición (El boom del cómic adulto 1975-1984)*. Barcelona: Glénat, 153 pp.
- Martín, Antonio (2002) "Panorámica de la Edición de Viñetas en España desde la Transición Política hasta el Nuevo Futuro del Cómic al iniciarse el Siglo XXI", documento desarrollado a partir de un texto escrito para el Catálogo del Festival del cómic Viñetas desde o Atlántico, celebrado en La Coruña en agosto de 2002 con motivo de la exposición *La Industria de los Tebeos, España 1977-2000*. Texto disponible en Tebeósfera, [www.tebeosfera.com](http://www.tebeosfera.com).
- Menger, Pierre-Michel (2001) "Artists as Workers: Theoretical and Methodological Challenges", *Poetics*, Vol. 28, pp. 241-254.
- Menger, Pierre-Michel (1999) "Artistic Labour Market and Careers". *Annual Review of Sociology* 25 (1999), pp. 541-574.
- Ministerio de Cultura de España (2010) *El cómic en España*. Madrid: Servicio de Estudios y Documentación S.G. de Promoción del Libro, la Lectura, y las Letras Españolas D.G del Libro, Archivos y Bibliotecas., 38 pp. Documento disponible en: [http://www.mcu.es/libro/docs/MC/CD/COMIC\\_2010.pdf](http://www.mcu.es/libro/docs/MC/CD/COMIC_2010.pdf)
- Moix, Terenci (2007) *Historia social del cómic*. Barcelona: Bruguera, 396 pp.
- Peterson, Richard A. y N. Anand (2004) "The Production of Culture Perspective", *Annual Review of Sociology* 30, pp. 311-334.
- Peterson, Richard A. (1990) "Why 1955? Explaining the Advent of Rock Music", *Popular Music* 9. N° 1, pp. 97-116.
- Peterson, Richard A. (1985) "Six Constraints on the Production of Literary Works". *Poetics* 14, pp. 45-67.
- Rodríguez Morató, Arturo (ed) (2007) *La sociedad de la cultura*. Barcelona: Ariel. 198 pp.
- Rodríguez Morató, Arturo (1996) *Los compositores españoles. Un análisis sociológico*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 216 pp.
- Santa María, Carles (2006) "Con viento en las viñetas", *Artecontexto* 10, Madrid.
- Von Sprecher, Roberto (2009) "Desarrollo del Campo de la Historieta Argentina. Entre la Dependencia y la Autonomía". *Diálogos de la Comunicación* 78, Revista académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS. Artículo disponible en: <http://www.dialogosfelafacs.net/revista/upload/articulos/pdf/78VonSprecherRoberto.pdf>
- Zolberg, Vera L. (1990) *Sociología de las Artes*. Madrid: Fundación Autor, 285 pp.