



El Arsenal

ALEXANDRE DUMAS

Publicar en España es morir

ENRIQUE MURILLO

Ensayos a la intemperie

VICENTE LUIS MORA

El desafío para los libros
es el espacio físico

MIKE SHATZKIN

Las librerías y la crisis

JUAN MIGUEL SALVADOR

Breves notas antifilosóficas
de un librero veterano

PACO GOYANES

ALEXIA ANTOLÍN † J. M. BARANDIARÁN
ANTONIO DE MARCO † GIULIA IANNUZZI
DAVID HERNÁNDEZ † RING LARDNER
JESÚS ORTIZ † MANUEL ORTUÑO
NATALIA PÉREZ † MAX PERKINS

Lo que está pasando en el mundo del álbum

Ah, pero ¿está pasando algo en el mundo del álbum?

En la feria de Bolonia del año pasado se acercó a mi mesa un ilustrador que quería ofrecerme su trabajo. Normal, esa es una de las finalidades de las ferias. No es frecuente, en cambio, que el aspirante a ilustrador de álbumes comente que se dedica a la ilustración en el mundo del cine. Vio mis cejas levantadas, interpretó correctamente el gesto y se apresuró a aclarar:

—Ya, ya sé que no pagáis ni de lejos lo del cine, pero es que tengo mucho interés en hacer álbumes como los que publicáis vosotros. No te preocupes por el precio.

En efecto, los editores pagamos anticipos muy modestos, en ocasiones ridículos, a nuestros autores. A pesar de lo cual, es frecuente que no recuperemos ese dinero adelantado, situación común a otros subsectores del mundo editorial. Y en absoluto exclusiva de este país: hablando de álbumes en Gran Bretaña, Salisbury y Styles dicen que «solo se cobran royalties cuando el libro ha vendido bastantes ejemplares para cubrir el anticipo. En la mayor parte de los casos, esto no ocurre nunca...»

A otro ilustrador bastante bien pagado, colaborador habitual de prensa estadounidense, le oí expresar el mismo deseo al acabar el encuentro Valladolid Ilustrado 2017, tras haber escuchado las intervenciones de muchos colegas dedicados al álbum. Él mismo sorprendido:

—Es impresionante lo interesados que estáis en el álbum, las cosas tan bonitas que hacéis, y lo bien que os lo pasáis, aunque se cobre tan poco. Apetece probar.

Añádanse críticos, blogueros regulares (muchos de ellos maestros o bibliotecarios), librerías pequeñas especializadas, una revista dedicada... y se obtiene un panorama de

mucha gente apasionada y vigorosamente activa en algo que no parece dar un retorno económico que lo justifique. Igual está pasando algo en el álbum. Y, si se piensa que todas esos críticos, blogueros y librereros exhiben un conocimiento en el tema que no puede improvisarse en unas vacaciones de lecturas, habrá que convenir en que no solo está pasando algo, sino que además viene pasando de hace tiempo.

(Aquí se impone un inciso. Las ventas de libros infantiles, álbumes incluidos, crecen. Tomadas en conjunto, bastante. «Las cifras hablan del tercer subsector editorial de España, con una facturación de 277 millones de euros». Pero la concentración del mercado es muy grande, son muy pocos sellos los que venden la mayor parte, como es común en el resto de los géneros. Con un añadido particular: los centros privados de educación, llamados *concertados*, lo que quiere decir que los pagamos con nuestros impuestos, son abrumadoramente de la Iglesia católica. Estos centros, que se sepa, no compran novelas del oeste ni románticas, pero sí, lógicamente, libros infantiles. Pues bien, en ellos no se ven nunca títulos publicados por editoriales que no sean, a su vez, propiedad de la Iglesia).

Oiga, lo que usted llama *álbum*, ¿es lo mismo que lo que entiendo yo?

Pues es una pregunta muy pertinente, porque hay cierta confusión. Veamos: si usted piensa que el álbum es un libro lleno de imágenes dedicado al público infantil, no va mal encaminado, pero en realidad usamos el término en un sentido más restringido.

Para explicarnos, supongamos que un editor imaginativo le pidiera a Gustave Doré unos grabados para incluir en una edición del Quijote. De hecho, no necesitamos esforzarnos, porque eso es lo que hizo Hachette en 1863,

no mucho después de haber publicado *La divina comedia* también con grabados del artista. Los libros así ofrecidos eran las mismas obras de Cervantes y del Dante, ediciones que superaban en belleza y precio a las estándar, pero con el mismo texto. A estos libros los llamamos *ilustrados* (illustrated book).

Incluso si una edición se concibe desde el principio acompañada de imágenes y se hace trabajar a un artista gráfico preparando ya la primera edición, si el texto es autónomo y las imágenes con que se presentan simplemente lo adornan, el resultado es un libro ilustrado. *Las aventuras de Alicia en el País de las Maravillas*, que se imprimieron así, con imágenes, desde el principio, siguen siendo *Las aventuras de Alicia en el País de las Maravillas* ilustradas por John Tenniel o su porquero. Y ciertamente se han publicado infinidad de *Alicias* con el mismo texto y diferentes ilustradores.

Reservamos la denominación *álbum* (picture book) a otra cosa. Cualesquiera fueran sus precedentes, los especialistas citan aprobadoramente a Maurice Sendak, que atribuyó a Randolph Caldecott la «ingeniosa yuxtaposición de imagen y palabra, un contrapunto sin precedentes. Faltan palabras, pero las imágenes dicen. Faltan imágenes, pero las palabras lo cuentan. Es la invención del álbum». (El primer álbum de Caldecott fue *The House that Jack Built*, 1878).

Eso no quiere decir que no pueda hacerse un álbum a partir de una obra literaria preexistente, como explica Sophie Van der Linden, que detalla una serie de características adicionales propias de los álbumes; pero, en aras de la brevedad, puede señalarse esta cualidad de relatar una historia por medio tanto de palabras como de imágenes (de hecho, fundamentalmente de imágenes) como el elemento definitorio del género.

Lo cual, por supuesto, tiene importancia capital en el modo de leer. ¿En el modo de leer de los niños? Sí. Pero no solo. Porque, aunque los álbumes anglosajones de finales

del XIX, y los de todo el mundo que siguieron, se sitúan sobre todo en el ámbito de la literatura infantil incluso hoy, están pasando dos cosas significativas: una, que se hacen álbumes no pensados para niños, o no solo para ellos. Y otra, que cada vez más adultos aprecian la sutileza comunicativa y la belleza del género, y leen y coleccionan álbumes para sí mismos, y los regalan a otros aficionados.

Así que eso es lo que dice que está pasando, ¿eh?

Quizá lo dicho no alcance a convencerlo de que está pasando algo en el mundo del álbum. Pues voy a contarle alguna cosa más. Por ejemplo, que el 8 de mayo pasado se presentaba en Madrid, en el café Comercial, la asociación ¡Álbum!, formada por 22 editoriales. Entre todas publican cerca de 500 títulos al año; traducen lo mejor del género del resto del mundo y producen por primera vez lo mejor de por aquí, en buena parte traducido a su vez a los idiomas del resto del mundo. La asociación nace precisamente para explicar este género específico al gran público, y para darle la relevancia social que merece.

La mitad de las 22 editoriales ya eran parte de Àlbum Barcelona, núcleo original con un año de experiencia triunfal en el ámbito catalán. Experiencia que ahora quiere repetirse ampliándola a todo el Estado, con una programación de actividades francamente sorprendente por lo numerosas, entre las que destaca la Semana del Álbum, que se celebrará en noviembre simultáneamente en ocho provincias, en estrecha colaboración con las librerías.

Forman parte de la Asociación ¡Álbum! las editoriales A Buen Paso, Andana, Babulinka, Carambuco, Coco Books, Corimbo, Cuatro Azules, Ekaré, Flamboyant, Juventud, Kókinos, Lata de Sal, Libre Albedrío, Libros del Zorro Rojo, Milrazones, Narval, NubeOcho, Pípala, Takatuka, Thule, Tres Tigres Tristes y Wonder Ponder. Entre ellas

hay diferencias, por supuesto. A la decana le falta un lustro para cumplir el siglo, por ejemplo, mientras que las demás llevan la juventud en su historia, no en el nombre.

No ha sido difícil reunirlos, porque los editores están convencidos de que no son competencia entre sí; sino que todos ellos compiten juntos contra tendencias y empresas mayoritarias que acaparan visibilidad y dominan los canales de comercialización. Es la misma convicción frecuente entre creativos originales de otros campos, que no sienten que están compitiendo entre sí, sino que en realidad colaboran para combatir la mediocridad dominante; representan juntos una originalidad insurgente frente al adocenamiento.

Impresiona sentarse en una asamblea de la asociación: sabiendo lo que hace cada editorial, uno es consciente de encontrarse rodeado de más talento que en tres o cuatro consejos de ministros juntos (y sin sádicos).

La experiencia dice que grupos así son difíciles de gestionar: no es raro que la gente especialmente creativa y con la energía e iniciativa necesarias para poner en marcha proyectos nuevos tenga dificultades para acompasar su actividad a la de quienes les rodean.

Así que usted cree que esa asociación no perdurará...

¡Que va! Digo que no es fácil navegar sin turbulencias. Pero tampoco lo es generar álbumes y fíjese con qué arte los hacemos...

Hay dos razones que animan a pensar que la asociación de editores de álbumes prosperará en la mejor de las relaciones. La primera es la motivación comercial: la asociación supone un ahorro en representación y un aumento notable del impacto mediático y social que sus integrantes pudieran conseguir individualmente para sus empresas, y no digamos para el álbum como género.

Esa es clara, sí. ¿Y la segunda?

Para mostrarle la segunda motivación déjeme que le cuente una historia personal. Cuando mi hija tenía siete años estábamos los dos contemplando una serie infantil de televisión, callados en el sofá. De pronto mi hija exclama, muy indignada: «Ese personaje ¡o es tonto o está mal traducido!».

No puede establecerse una relación unívoca y cerrada entre la costumbre de leer álbumes y aprender a los siete años que la realidad *es*, por un lado, y que la realidad *se cuenta*, por otro. Pero álbumes habían sido las lecturas mayoritarias de mi hija hasta ese momento. Álbumes le leíamos cuando ella no sabía hacerlo; y siguió disfrutando de álbumes durante y después de aprender a leer.

Leer bien, activamente, no es fácil. Pero aprender a decodificar mensajes complejos es un elemento imprescindible en la época llamada de la información, de la imagen y de la posverdad. Esta es la segunda razón que tenemos los editores para permanecer unidos: el convencimiento de que junto con grupos selectos de otros colectivos (autores —escritores e ilustradores—, maestros, bibliotecarios, libreros...) estamos contribuyendo a formar ciudadanos inteligentes, nada menos, en lugar de siervos condenados a aceptar pasivamente los discursos de los poderosos, que recibimos cotidianamente por tierra, mar y aire. Ciudadanos capaces de leer en profundidad, no solo de descifrar las letras: una habilidad tremendamente necesaria, si no queremos que la aldea global se convierta en el campo de concentración global.

Referencias:

—Martin Salisbury y Morag Styles: *Children's Picturebooks. The art of visual storytelling*, Laurence King, 2012 [*El arte de ilustrar libros infantiles*, Blume 2012].

—Sophie Van der Linden: *Álbum[es]*, Ekaré/Banco del Libro/Variopinta 2015. [Orig. *Album[s]*, De Facto/Actes Sud 2013]. La edición en español incluye capítulos sobre el álbum en España y Latinoamérica de Teresa Duran y Ana Garralón, respectivamente.

Estos dos títulos contemporáneos son probablemente las referencias más útiles y respetadas para comprender el género álbum.

—*Fuera [de] Margen. Observatorio del álbum y de las literaturas gráficas*. Versión española de la revista francesa *Hors Cadre[s]*, codirigida por Sophie Van der Linden. F[d]M está editada en Zaragoza por Pantalia.

—Arianna Squilloni: *El verano de John Silver*, Milrazones 2017. Un relato muy personal de la adolescencia de la autora, que dirige A Buen Paso tras haber sido editora en Thule, vinculado directamente con el deseo de editar. Muchos editores pueden verse reflejados.

La cita «Las cifras hablan...» procede de http://cadena-ser.com/ser/2018/05/08/cultura/1525781891_800764.html.

Jesús Ortiz dirige la editorial Milrazones. Autor del recientemente publicado *¿Sueñan los androides con tarifas eléctricas?* (El Desvelo) y del álbum *Migue hace un libro* (con Kike Ibáñez, Milrazones).