



Université Toulouse Jean-Jaurès
Département Documentation, Archives, Médiathèque et Édition

Bibliodiversité et édition jeunesse en Colombie : comment concevoir le livre-album ?

Mémoire soutenu par Maria Jose Zambrano sous la direction de Clarisse Barthe

Master 2 Édition imprimée et numérique
Année universitaire 2021-2022

Université Toulouse Jean-Jaurès
Département Documentation, Archives, Médiathèque et Édition

Bibliodiversité et édition jeunesse en Colombie : comment concevoir le livre-album ?

Mémoire soutenu par Maria Jose Zambrano sous la direction de Clarisse Barthe

Master 2 Édition imprimée et numérique
Année universitaire 2021-2022

Remerciements

Je tiens à remercier toutes les personnes qui m'ont aidée lors de la rédaction de mon mémoire.

Dans un premier temps, je remercie ma directrice de recherche, Clarisse Barthe, pour m'avoir accompagnée dans la réalisation de ce mémoire. Ses conseils, au cours de ces deux années, m'ont permis d'enrichir ma réflexion et mon projet professionnel.

Je remercie également toute l'équipe enseignante du M2 Édition imprimée et numérique, car ils nous ont apporté un enseignement riche et complet.

Je tiens à remercier ma famille en Colombie, mes parents, ma grand-mère et ma sœur, Daniela, toujours dans mon cœur.

Je remercie Tania, Ana Georgina, Camila y Alejandra, pour m'avoir accompagnée et soutenue pendant ces deux années et pour me faire aller avant dans les moments de doute.

Enfin, je tiens à remercier Milan Presse et, tout particulièrement, Marie Grenier, qui m'a accueillie en tant que stagiaire. La richesse de son accompagnement et son travail m'a permis d'avoir une formation intégrale.

Table des matières

| | |
|---|-----------|
| Remerciements | 4 |
| Introduction | 7 |
| PREMIÈRE PARTIE-LE MÉMOIRE DE RECHERCHE..... | 12 |
| CHAPITRE 1-L'édition jeunesse en Colombie : entre domination et indépendance | 13 |
| I. La transposition de la production éditoriale espagnole..... | 14 |
| A. Un contexte actuel découlant de la colonisation | 14 |
| B. Une domination éditoriale et culturelle..... | 16 |
| C. Des ISBN colombiens en partie trompeurs..... | 19 |
| II. Le livre-album, niche des éditeurs indépendants..... | 21 |
| A. Le livre-album en Colombie : en quête d'une place dans le marché jeunesse..... | 22 |
| B. Un genre à statut particulier..... | 24 |
| C. Le livre-album, un genre qui commence à s'émanciper de la domination espagnole | 26 |
| CHAPITRE 2-Le livre-album en Colombie : vers la construction de la bibliodiversité.... | 35 |
| I. L'offre étrangère de livres pour enfants : de l'implantation à l'adaptation | 36 |
| A. La traduction et réédition des classiques de la littérature mondiale : une stratégie économique..... | 37 |
| B. La création de catalogues locaux : une stratégie culturelle | 42 |
| C. Une position privilégiée par le Plan Nacional de Lectura et Fundalectura | 47 |
| II. Les éditeurs indépendants : entre activité commerciale et qualité éditoriale | 49 |
| A. Des modèles économiques hybrides pour survivre | 50 |
| B. La construction d'un catalogue en tant que projet culturel..... | 54 |
| C. ... avec la responsabilité sociale au cœur de leur métier..... | 59 |
| CHAPITRE 3-L'édition du livre-album en Colombie : enjeux et perspectives..... | 63 |
| I. Les enjeux de l'édition indépendante : s'adapter au contexte du pays | 64 |
| A. Les Colombiens ne lisent-ils pas ? | 64 |
| B. Le cadre législatif et les politiques publiques : le rôle essentiel de l'État..... | 68 |

| | |
|---|------------|
| C. Le cas de l'édition en Argentine, un exemple pour la région..... | 72 |
| II. Vers la construction d'un espace du livre latinoaméricain | 74 |
| A. La création d'un réseau de distribution dans la région, un enjeu pour l'accès aux livres..... | 75 |
| B. Éditer la réalité et la mémoire latinoaméricaines | 78 |
| C. La professionnalisation pour soutenir l'édition indépendante..... | 83 |
| Conclusion..... | 85 |
| DEUXIÈME PARTIE-LE PROJET EDITORIAL | 89 |
| Introduction..... | 90 |
| I. Genèse d'un projet éditorial valorisant la diversité culturelle de la Colombie | 92 |
| A. Cataplum Libros : la conservation de la tradition orale..... | 92 |
| B. Un livre-album pour restituer la tradition orale de l'ethnie Misak et contribuer à la conservation linguistique du guambiano | 98 |
| C. L'équipe au cœur du livre-album | 104 |
| II. La création graphique | 107 |
| A. Préparation du projet | 107 |
| B. Fabrication du livre-album..... | 114 |
| III. Prévisions économiques et budgétaires..... | 116 |
| A. À la quête d'un financement pour <i>Piendamó</i> | 116 |
| B. Compte d'exploitation | 117 |
| C. Le retroplanning..... | 119 |
| IV. Commercialisation du livre | 121 |
| A. Distributeur et diffuseur..... | 121 |
| B. Le plan de communication, s'adresser à tout l'enfance latinoaméricaine..... | 122 |
| Conclusion générale..... | 128 |
| Bibliographie..... | 129 |
| Corpus..... | 133 |
| Annexes | 135 |

Introduction

Après l'arrivée des Espagnols en 1492 dans ce qui est connu comme la Colombie, le territoire et ses habitants n'ont jamais été les mêmes. Désormais, les peuples qui y habitent connaissent un système de domination sociale et économique qui reconfigure leur mode de vie. Cette domination a eu comme conséquence l'homogénéisation des peuples autochtones habitant le territoire, qui, aujourd'hui, ne représentent que 3,4 % de la population du pays.¹

Bien que la Colombie accomplisse son indépendance de l'Espagne en 1819, après trois siècles de colonisation, diverses difficultés empêchent la constitution d'un État, et il a fallu attendre presque un siècle pour assister à la naissance à la République de la Colombie. Cependant, depuis sa constitution, le pays a été marqué par une histoire violente, une guerre interne de soixante ans et par le conflit armé lié au trafic de drogues, situations qui ont eu comme conséquence de profondes disparités économiques et sociales affectant tous les secteurs, dont les industries culturelles et, notamment, le marché du livre.²

Marquée par un faible pouvoir d'achat et un taux de lecture peu élevé, l'industrie éditoriale colombienne, et latinoaméricaine en générale, est dominée de manière écrasante par les grands groupes éditoriaux des pays d'occident, dont notamment les groupes espagnols. Ce phénomène de domination, qui a commencé au XX^e siècle, et qui s'est renforcé dans les dernières décennies, s'étend bien au-delà des industries culturelles. En fait, l'Amérique latine joue un rôle essentiel dans l'expansion internationale de l'industrie espagnole dans d'autres secteurs économiques tels la banque, l'énergie et la téléphonie.³

¹ PODEVIN, Maud. Consecuencias de la colonización y de la modernidad sobre la cultura y los modos de vida en América Latina y en Colombia. *Ciencia nueva. Revista de Historia y de Política*. [en ligne]. 2018, 2, n°1, p. 23-51. Disponible sur : <<https://revistas.utp.edu.co/index.php/historia/article/view/18251/10861>> (consulté le 08/06/2022)

² PINHAS, Luc. Indépendance éditoriale et défense de la bibliodiversité en Amérique latine. *Communication & langages*. [en ligne]. 2011, 4, n° 170, p. 47-62. Disponible sur : <<https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2011-4-page-47.htm>> (consulté le 01/02/2022).

³ FERNANDEZ-MOYA, María. Editoriales españolas en América Latina. Un proceso de internacionalización secular. *Revista de Economía*. [en ligne]. 2009, n° 849, p. 65-77. Disponible sur : <<https://bit.ly/3trf5z2>> (consulté le 10/06/2022).

Pour ce qui est de l'industrie éditoriale, entre 1975 et 2008, les maisons d'édition espagnoles se sont complètement implantées en Amérique latine et, actuellement, la Colombie est le quatrième pays qui importe le plus de livres de l'Espagne, avec 40 % du total.⁴ En termes de chiffres, selon une étude de 2009 menée par la *Federación Española de Cámaras del Libro* (Fedecali), les exportations éditoriales vers l'Amérique latine atteignent les 205 millions de dollars, correspondant au 56 % du total des exportations de l'Espagne, contre un faible 1,7 million pour les importations depuis cette région.⁵

Si les grands groupes espagnols ont toujours gardé un lien économique avec l'Amérique latine, surtout en raison d'une langue et une histoire partagées, c'est depuis les années 1980 qu'ils se sont tournés vers une stratégie plus efficace que l'exportation de leurs fonds : s'implanter directement dans les pays latinoaméricains par le biais des filiales. Grâce à cela, ces filiales sont considérées comme des maisons d'édition colombiennes et, ainsi, elles bénéficient des avantages fiscaux prévus par la *Ley del libro* (Loi du livre), tels que l'exonération des impôts sur l'importation du papier.⁶

En effet, aujourd'hui, les maisons d'édition espagnoles continuent à exporter des livres, tout en éditant aussi dans le pays et, surtout, en imprimant sur place, ce qui leur donne le droit de commercialiser leurs publications avec un ISBN colombien, y compris les titres qui n'ont pas été édités dans le pays. L'Espagne rassemble 132 filiales en Amérique latine, pour un total de 162 dans le monde, qui représentent entre 20 % et 40 % de la production nationale dans les pays où elles se sont implantées. En Colombie, on compte 11 filiales espagnoles qui contrôlent le marché.⁷

Bien que ces maisons d'édition étrangères ne représentent que le 15 % des structures dans le marché, elles génèrent des revenus deux fois supérieur à celui des maisons d'édition

⁴ FERNANDEZ-MOYA, Maria. *Op. cit.*

⁵ PINHAS, Luc. *Op. cit.*

⁶ Congreso de Colombia. Ley n° 98 de diciembre 22 de 1993: *Por medio del cual se dictan normas sobre democratización y fomento del libro colombiano*. Diario Oficial N° 41.151 de diciembre 23 de 1993: Bogotá.

⁷ PINHAS, Luc. *Op. cit.*

colombiennes et contrôlent la production de titres, avec 43 % de titres publiés en 2013. De plus, selon une étude du ministère de la Culture, la proportion de titres édités en Colombie par rapport à ceux édités en Espagne, ou à l'étranger, et commercialisés dans le pays avec un ISBN colombien n'est pas connu.

Afin de continuer à contrôler le marché local, en plus des stratégies de domination économique, ces filiales mettent en place des stratégies culturelles et éditoriales, car les grands groupes se sont rendu compte que la seule exportation de leurs fonds ne suffisait pas pour s'adapter au marché latinoaméricain. Pour répondre aux politiques culturelles et éducatives de chaque pays de la région, ces filiales ont construit des catalogues représentatifs de la littérature locale, ce qui leur permet de profiter aussi des politiques publiques, comme les bourses à la création éditoriale.

En réponse à ce phénomène, depuis les années 1990, les éditeurs latinoaméricains locaux revendiquent l'indépendance et, plus précisément, la bibliodiversité, terme qui est d'ailleurs apparu dans l'air hispanophone dans ce contexte de domination et concentration étrangères. La culture locale marginalisée et la liberté d'expression menacée, les éditeurs indépendants visent à instaurer une édition locale qui affirme et diffuse la mémoire, l'identité et l'histoire latinoaméricaines.

Ces efforts ont eu comme résultat la création d'un réseau de maisons d'édition indépendantes dans chaque pays du continent. En Colombie, après un pic de création de maisons d'édition indépendantes dans les années 1980, qui s'est arrêté dans les années 1990, l'édition indépendante semble à nouveau se renforcer à partir des années 2000.

Concernant l'édition jeunesse, selon les données d'une étude menée par la *Cámara del Libro* (Centre national du livre), le secteur connaît un essor : en 2006, seuls 61 titres étaient publiés, alors qu'en 2015 le nombre de titres est passé à 853 et, en 2018, à 3 045. Même si ces chiffres sont encourageants, ils prennent en compte les titres édités à l'étranger et imprimés sur place avec un ISBN colombien. Ils doivent donc être analysés avec précaution,

car ces registres ISBN gonflent le total de la production nationale, phénomène identifié et étudié depuis quelques années par des professionnels de l'édition jeunesse.

Parmi ces études se trouve notamment le catalogue LIJ, piloté par Maria Osorio, créatrice de la maison d'édition indépendante Babel Libros. Au lieu de prendre en compte les registres ISBN, ce catalogue classe les maisons d'édition colombiennes et leurs publications, qu'il s'agit des livres originaux, des rééditions ou des traductions. Ainsi, concernant les nouveautés, 362 livres jeunesse, édités en Colombie, ont été publiés entre 2015 et 2018. Si ce chiffre n'est pas comparable à la production d'autres pays et reste assez faible, il est le résultat d'un travail mené depuis les années 1980 par des éditeurs indépendants, qui ont commencé à développer des initiatives éditoriales intéressantes.

Cependant, elles ont dû sacrifier la qualité littéraire pour des raisons commerciales. Dans cette même décennie, avec le constat d'un taux de 60 % des Colombiens de plus de douze ans qui affirmaient ne pas lire⁸, l'État a lancé le *Plan lector*, concentré sur la promotion de la lecture. Désormais, les maisons d'édition se sont mises à produire ce qui était demandé par l'État afin de participer aux achats publics pour les écoles et les bibliothèques, et la publication des genres comme le livre-album a laissé la place aux contenus éducatifs, dans un pays où la lecture ne semble pas avoir une valeur de loisir au-delà de l'école.

Dans ce contexte, un phénomène remarquable s'est fait sentir : la création de nouvelles maisons d'édition indépendantes dans les années 2000 ayant comme vocation le livre-album, qui y identifient une niche et s'approprient cette partie du marché. Babel Libros, Cataplum Libros et Albaricoque Libros, entre autres, apparaissent dans le paysage éditorial afin de remettre en circulation des classiques de la littérature jeunesse colombienne et de

⁸ PARDO-CHACÓN, Zully. Panorama histórico del libro ilustrado y el libro-álbum en la literatura infantil colombiana. Ensayos. Historia y teoría del arte. [en ligne]. 2009, n° 16, p. 81-114. Disponible sur: <<https://bit.ly/3MKAXwo>>

permettre la publication de nouveaux titres et auteurs, tout en revendiquant l'importance de la bibliodiversité dans l'édition jeunesse.

Ces maisons d'édition indépendantes survivent grâce aux modèles économiques hybrides fragiles dans un marché éditorial concentré et dominé dans tous ses maillons par les grands groupes espagnols. Malgré cette contrainte, elles ont réussi à rencontrer du succès auprès d'un lectorat particulier. Elles développent des catalogues qui ont au cœur un projet culturel, et éditent de titres innovants, avec des sujets et des traitements de sujets se démarquant du reste de l'offre des livres jeunesse. Ces éditeurs indépendants du livre-album, acteurs clés dans la construction de la défense de la bibliodiversité, sont donc un phénomène dans l'écosystème du livre colombien sur lequel il faut se pencher pour comprendre les nouvelles dynamiques de l'industrie éditoriale dans le pays.

Ainsi, la question de comment concevoir le livre-album, de manière à soutenir la bibliodiversité qui commence à se construire dans le pays depuis les années 2000, afin de permettre aux enfants colombiens de découvrir et de s'approprier une identité culturelle locale est au cœur de cette réflexion. Il serait alors nécessaire, dans un premier temps, de voir comment se structure l'industrie de l'édition en Colombie et, spécifiquement, le secteur jeunesse. Ensuite, il convient de se pencher sur les stratégies économiques, culturelles et éditoriales de domination des éditeurs étrangers et comment, en réponse à ce phénomène, les éditeurs indépendants du livre-album créent des modes de fonctionnement et mettent en places des stratégies soutenant la bibliodiversité pour, enfin, analyser les enjeux et perspectives de l'édition colombienne et, plus spécifiquement, de l'édition du livre-album.

La deuxième partie sera consacrée à la présentation d'un projet éditorial créé en réponse aux conclusions tirées du mémoire de recherche : un livre-album bilingue qui adapte un mythe de création du peuple autochtone Misak, publié chez Cataplum Libros, maison d'édition indépendante colombienne née en 2014 à Bogotá.

PREMIÈRE PARTIE

-

LE MÉMOIRE DE RECHERCHE

CHAPITRE 1

-

L'édition jeunesse en Colombie : entre domination et indépendance

I. La transposition de la production éditoriale espagnole

Après presque trois siècles d'indépendance vis-à-vis de l'Espagne, les pays d'Amérique latine ont du mal à s'émanciper complètement des liens de domination des pays du Nord, spécifiquement de son ancien colonisateur, qui y trouve, depuis le XX^e siècle, une opportunité d'élargir son marché des biens.

Marqués par de profondes disparités économiques et sociales à la suite des siècles de crises internes, les pays de l'Amérique latine se caractérisent par un faible pouvoir d'achat et un taux de lecture peu élevé, ainsi que par des réseaux de distribution de livres lacunaires, ce qui aboutit à une concentration de l'offre dans les grandes villes et un manque de présence en général des maisons d'édition⁹. En effet, l'industrie culturelle de l'Amérique latine n'a pu atteindre ni la taille ni la dimension transnationale pour faire face aux grands groupes du Nord qui s'implantent dans le continent depuis les années 1980.

Afin de comprendre l'état actuel du marché de l'édition en Colombie, il convient d'analyser cette histoire de colonisation (A) et quels sont les facteurs qui font que, malgré l'indépendance du pays, cette histoire se traduit actuellement en une domination éditoriale et culturelle (B) difficile à identifier à cause des registres ISBN trompeurs (C), car les grands groupes espagnols ont réussi à s'implanter complètement dans le marché.

A. Un contexte actuel découlant de la colonisation

L'arrivée de l'imprimerie de Gutenberg en Amérique latine au XIX^e siècle a été liée au développement des mouvements d'indépendance politique dans les pays du continent. Cependant, l'industrie de l'édition n'a pas atteint cette même indépendance face aux grands groupes espagnols.

⁹ PINHAS, Luc. Indépendance éditoriale et défense de la bibliodiversité en Amérique latine. *Communication & langages*. [en ligne]. 2011, 4, n° 170, p. 47-62. Disponible sur : <<https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2011-4-page-47.htm>> (consulté le 01/02/2022).

Au XIX^e siècle, les tâches d'impression des publications périodiques sont assurées par les Jésuites, commandés par le roi d'Espagne. Après le départ des Espagnols, vers la fin du XIX^e et le début du XX^e siècle, l'industrie éditoriale nationale commence à se renforcer. Pendant ce dernier siècle, trois entreprises familiales deviennent l'épine dorsale de l'industrie : la famille Carvajal à Cali, Bedout à Medellin et Voluntad à Bogota. Ces entreprises profitent des bouleversements historiques en Europe, où les livres étaient imprimés et d'où ils étaient importés, pour consolider leurs ateliers d'impression.¹⁰ Ainsi, pendant les années 1930 et 1940, on assiste au processus de substitution des importations par la production nationale de livres de texte scolaire et de littérature.

Entre les années 1950 et 1960, l'industrie éditoriale se renforce avec la création des maisons d'éditions par des imprimeurs, notamment la maison d'édition Norma, créée par l'imprimeur Carvajal. Dans les années 1970, le processus de substitution des importations se réaffirme, le nombre des maisons d'édition nationales augmente, et ces maisons d'édition s'approprient d'autres marchés, tendance qui se poursuit dans les années 1980, période dans laquelle la Colombie se positionne comme le quatrième pays en termes de production de livres dans le continent.¹¹

Dans cette même période, en Espagne, les éditeurs se rendent compte que la taille du marché de leur pays les limite et se mettent donc à négocier pour être présents en Amérique latine, ce qui paraît une étape logique du fait de la langue et l'histoire partagées. Après avoir surmonté les crises des guerres mondiales, dans les années 1970, les exportations se multiplient et l'industrie de l'édition espagnole grimpe de la 30^{ème} position en 1949 à la 5^{ème} position dans le classement mondial en 1974.¹²

¹⁰ Ministerio de la Cultura. Impacto económico de las industrias culturales en Colombia. Bogotá : Convenio Andres Bello, 2003. 248 p. Disponible sur : <<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53915.pdf>> (consulté le 14/06/2022).

¹¹ Ministerio de la Cultura. *Ibid.*

¹² FERNANDEZ-MOYA, Maria. Editoriales españolas en América Latina. Un proceso de internacionalización secular. *Revista de Economía*. [en ligne]. 2009, n° 849, p. 65-77. Disponible sur : <<https://bit.ly/3trf5z2>> (consulté le 10/06/2022).

En réponse à cette avalanche d'exportations, les gouvernements des pays latinoaméricains promulguent des lois visant à contrôler les exportations et, ainsi, protéger l'industrie locale. Le gouvernement mexicain, par exemple, limite le nombre d'exemplaires par titre pouvant entrer dans le pays. En effet, les grands groupes espagnols entreprennent une politique d'édition locale, par laquelle ils implantent des filiales directement dans les pays afin de contourner les réglementations locales. C'est le cas des maisons d'édition comme Salvat et Bruguera, qui exportent entre 60 % et 50 % de leur production en Amérique latine à cette époque-là, et qui s'implantent dans différentes villes du continent.¹³

Dans l'actualité, la forte présence historique des maisons d'édition espagnoles domine le marché de l'édition en Colombie. Bien que ces groupes travaillent avec des auteurs locaux afin de développer un contenu adapté à la demande du marché colombien, une grande partie de leurs efforts se concentre sur la distribution de leurs propres fonds éditoriaux, qui survit surtout grâce aux traductions.

B. Une domination éditoriale et culturelle

En tant qu'industrie culturelle, l'édition a une double importance, d'un côté, du fait de sa valeur culturelle intrinsèque qui génère du développement social, et d'un autre côté, de son rôle économique qui impacte chaque fois plus le produit interne local. En effet, l'industrie éditoriale est un domaine stratégique pour des pays comme l'Espagne, la France et l'Angleterre, entre autres. Comprenant le livre comme un bien culturel, les acteurs de l'industrie du livre dans ces pays, accompagnés par leurs gouvernements, ont œuvré pour que leur législation protège le développement d'un marché intérieur fort et équilibré qui leur a permis de devenir des puissances exportatrices.

En Amérique latine les gouvernements n'ont pas soutenu les industries culturelles de la même manière. L'absence d'un cadre législatif protecteur du marché local, de politiques publiques stimulant les industries culturelles et d'études qui dressent un bilan de l'industrie

¹³ FERNANDEZ-MOYA, Maria. *Op. cit.*

du livre dans la région ont laissé dépourvues les maisons d'édition locales, qui sont en fort désavantage face aux éditeurs étrangers. Aujourd'hui, l'Amérique latine est un marché importateur de livres, son industrie locale n'arrive pas à satisfaire les besoins de chaque pays et ses faibles niveaux de production la placent comme une industrie en voie de développement. De plus, ces faiblesses entraînent des conséquences dans les possibilités d'accès à l'information et à la connaissance, et ont également une incidence aussi sur les faibles taux de lecture.¹⁴

L'Espagne et les États-Unis sont les deux pays qui exportent le plus de livres en Amérique latine, avec 30 % et 25 % du total des importations, respectivement. En Colombie, l'Espagne est le premier exportateur de livres, avec environ 40 % du total.¹⁵ En termes de chiffres d'affaires, en 2006, selon Fedecali, la valeur totale des exportations de l'Espagne concernant la vente de titres a été de plus de 366 millions d'euros, dont 205 millions issus de la vente en Amérique¹⁶ pour un total de 56 % du total des exportations du pays ibérique pendant cette année. En revanche, les importations espagnoles en provenance d'Amérique latine s'élevaient à 4 095 134 euros en 2006, ce qui ne correspond même pas à 2 % du chiffre des exportations.



¹⁴ ENRIQUEZ-FUENTES, Elena. El comercio de libros entre España y América Latina : disonancia en la reciprocidad. Ciudad de México : Alianza internacional de editores independientes, 2008. Disponible sur : <https://www.alliance-editeurs.org/IMG/pdf/Comercio_del_libro.pdf> (consulté le 14/06/2022).

¹⁵ FERNANDEZ-MOYA, Maria. *Op. cit.*

¹⁶ ENRIQUEZ-FUENTES, Elena. *Op. cit.*

Figure 1 : exportation de livres de l'Espagne.¹⁷

Si le franquisme a fait reculer le développement de l'industrie espagnole, le retour de la démocratie en Espagne a signifié la reconquête de sa position néocoloniale dans le secteur éditorial, et cette dominance est marquée par une profonde dissonance dans la réciprocité. Cette position néocoloniale peut être expliquée par les anciens liens politiques de la colonisation, mais aussi par une langue partagée, qui fait que la population de l'Amérique latine, avec environ 420 millions d'habitants hispanophones, soit la cible idéale de la production éditoriale des grands groupes du pays ibérique.¹⁸

Cette concentration éditoriale, en tant que phénomène au sein d'une industrie culturelle, participe à l'effacement de la spécificité des identités culturelles des pays latinoaméricains, qui se prolonge dans le temps. Comme l'affirme Gilles Collet, éditeur et professeur universitaire, « *l'internationalisation de l'édition de livres renforce dans tous les domaines la position dominante des cultures occidentales* »¹⁹, ce qui s'observe partout dans les pays de l'Amérique latine.

Dans les mots de Maria Osorio, directrice de Babel Libros, structure de distribution, librairie, maison d'édition jeunesse et bibliothèque, directrice de publications de l'Association colombienne du livre jeunesse (ACLIJ) depuis 1986 et directrice adjointe de *Fundalectura* entre 1990 et 2000 :

*« Ce qui se passe ici, c'est que la concentration est étrangère, elle est espagnole. C'est une domination qui existe depuis le début de la colonie. Il ne s'agit pas que de pouvoir économique, mais aussi culturel et politique, parce qu'ils sont les propriétaires des maisons d'édition, mais aussi des médias et ils contrôlent les grandes chaînes de librairie. »*²⁰

¹⁷ ENRIQUEZ-FUENTES, Elena. *Op. cit.*

¹⁸ PINHAS, Luc. *Op. cit.*

¹⁹ SORBIER, Emma. Journée internationale de la bibliodiversité « le jour B ». [en ligne]. Monde du Livre. Publié le 8 mars 2013. Disponible sur : <<https://mondedulivre.hypotheses.org/140>>

²⁰ Retranscription entretien avec Maria Osorio, directrice de Babel Libros. Annexe 1.

C. Des ISBN colombiens en partie trompeurs

Selon le registre des ISBN colombiens reportés par le Cerlalc (*Centro Regional para el fomento del Libro*), les chiffres de la production en Amérique latine sont non négligeables, avec près de 100 000 titres publiés en 2006, en tenant compte les nouveautés et les nouvelles éditions.²¹ Cependant, ces chiffres semblent ne pas être représentatifs de la réalité de l'industrie éditoriale, car le registre ISBN ne distingue pas les titres édités dans la région et des livres édités à l'étranger et imprimés sur place par les filiales des grands groupes. Ainsi, une partie considérable de la production n'est qu'une version « localisée » d'ouvrages conçus et édités à l'étranger, et imprimés dans les pays de la région, faisant l'objet de plusieurs ISBN.

En Colombie, le phénomène d'implantation des groupes étrangers s'est renforcé à partir de la mise en place de la Loi du livre, établie en 1993, qui prévoit notamment l'exonération des impôts sur l'importation du papier, ainsi que d'autres bénéfices fiscaux pour les maisons d'édition colombiennes. Si le marché local dépend principalement (64 %) des fonds éditoriaux nationaux selon la *Cámara Colombiana del Libro*, en réalité, une partie très importante de la production éditoriale est faite par les filiales des groupes espagnols, naturalisées colombiennes.

Au total, dans les pays de l'Amérique latine, 132 filiales produisent plus de cent titres par an, ce qui représente entre 20 % et 40 % de la production nationale des pays où elles se sont implantées. Ces maisons d'édition représentent le 81 % des 162 filiales de l'Espagne dans le monde. La Colombie, avec 11 filiales, se trouve en quatrième place après le Mexique, l'Argentine et le Chili, avec respectivement 30, 18 et 12 filiales.²²

²¹ PINHAS, Luc. *Op. cit.*

²² ENRIQUEZ-FUENTES, Elena. *Op. cit.*

Selon leur origine, on peut classer les maisons d'éditions qui constituent le paysage éditorial en Colombie en trois groupes : les maisons d'édition colombiennes, qui ne comptent pas de capital étranger, et sont ainsi autonomes dans leurs choix éditoriaux, représentaient 87 % du secteur en 2015 ; les maisons d'édition d'origine espagnole, appartenant à un grand groupe à capital espagnol, qui représentaient 7 %, et les maisons d'édition originaires d'autres pays d'Amérique et d'Europe, représentant 8 % du marché.²³

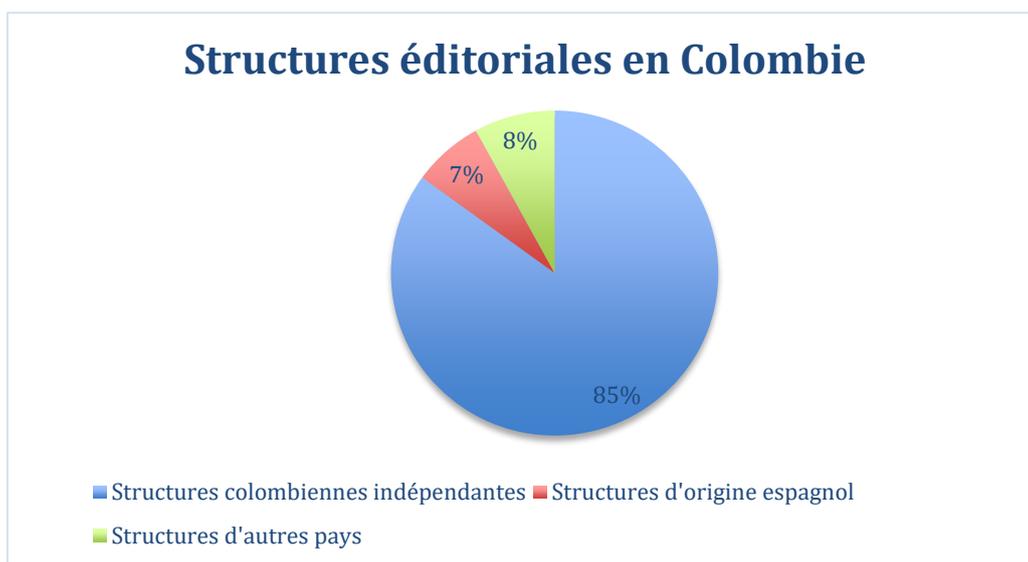


Figure 2 : nombre de structures éditoriales qui constituent le paysage éditorial dans le pays selon l'origine de leur capital.²⁴

Bien que les maisons d'édition d'origine colombienne représentent la grande majorité du marché en termes de nombre de structures, la production est contrôlée par les maisons d'édition d'origine espagnole, avec 43 % des titres produits en 2013. En fait, selon une étude commandée par le ministère de la Culture en 2016, la proportion de titres édités en Colombie par rapport à ceux édités en Espagne et publiés dans le pays avec un ISBN colombien n'est pas connue.²⁵

²³ CÁMARA COLOMBIANA DEL LIBRO. *Principales hallazgos sobre el sector editorial en Colombia*. [en ligne]. Bogotá D.C. : Ministerio de la Cultura, 2016, 17 p. Disponible sur : <https://economianaranja.gov.co/media/roils4ge/a-7-8-2-principales-hallazgos-sobre-el-sector-editorial.pdf> (consulté le 17/12/2021).

²⁴ CÁMARA COLOMBIANA DEL LIBRO. *Op. cit.*

²⁵ Cámara Colombiana del Libro. *Op. cit.*

De plus, si nous nous penchons sur les ventes, le panorama devient encore plus complexe : tant en termes d'exemplaires vendus qu'en termes de chiffre d'affaires, entre 30 % et 40 % du marché colombien est concentré dans des maisons d'édition d'origine étrangère. En 2013, ces maisons d'édition, qui ne représentent que 15 % des structures, ont obtenu des revenus deux fois supérieurs à celui des maisons d'édition colombiennes.

Au niveau de l'édition jeunesse, ce phénomène de publication de titres édités en Espagne et publiés avec un ISBN colombien est étudié depuis quelques années par Maria Osorio, qui pilote le projet LIJ Colombie, un catalogue qui rend compte de la réalité de la production nationale de livres pour enfants. Ce catalogue démontre que la production nationale est très réduite, et qu'une analyse qui ne prend en compte que l'origine du registre ISBN est biaisée du fait que ces registres trompeurs gonflent les chiffres du marché national. Ainsi, une étude prenant en compte d'autres critères a ainsi été menée par Osorio pour mieux comprendre l'état actuel de l'édition jeunesse et les enjeux du secteur.

II. Le livre-album, niche des éditeurs indépendants

Selon les données d'une étude menée par le Centre national du livre de Colombie, l'édition jeunesse a connu un essor dans ces dernières décennies : en 2006, 61 titres avaient été publiés, alors qu'en 2015, le nombre a augmenté à 853 et, en 2018, à 3 045. De ces 3 045 titres, seuls 362 ont été publiés par des maisons d'édition colombiennes, ce qui comprend les maisons d'édition indépendantes, mais aussi les filiales espagnoles implantées dans le pays.

Parmi ces 362, le livre-album est le genre prédominant avec 181 titres, soit la moitié de la production. Cependant, selon Osorio, même si ces 362 titres ont été identifiés grâce à la méthode du catalogue LIJ, qui prend en compte l'origine de la maison d'édition, et non pas du registre ISBN, la production purement colombienne reste difficile à estimer à cause des filiales implantées dans le pays.

« Il est trop difficile de savoir exactement quelle est la production nationale parce qu'afin de bénéficier de la Loi du livre, la plupart des maisons d'édition étrangères appartenant aux grands groupes ont commencé à s'implanter en Colombie. Mais les livres-album colombiens, qui ont été édités dans le pays, ne sont d'après moi pas plus de trente par an. »²⁶

Même si la production du livre-album est assez réduite, ce produit culturel emblématique de la postmodernité relève d'un phénomène particulier que Maria Osorio a identifié lors de la création du catalogue LIJ. Dans ce contexte de domination étrangère, les maisons d'édition jeunesse indépendantes, créées dans les années 2000 en Colombie, s'approprient cette partie du marché et se démarquent avec des projets éditoriaux très intéressants, conçus et pensés pour les enfants colombiens.

Pour comprendre comment ce genre commence à s'émanciper de cette domination éditoriale écrasante du secteur jeunesse, il faudra d'abord comprendre comment ce genre a trouvé une place dans le marché colombien (A), pourquoi il bénéficie d'un statut particulier actuellement (B) et comment cela a entraîné la création d'une dizaine d'éditeurs indépendants (C) spécialisés dans sa publication.

A. Le livre-album en Colombie : en quête d'une place dans le marché jeunesse

Le livre-album est le genre classique de la littérature pour enfants : quand on parle des livres pour les petits, on pense immédiatement à ce format où les illustrations prennent une place prépondérante. Bien que le livre-album soit connu par son format, le concept englobe des éléments communicatifs et sémiotiques qui vont au-delà. Comme caractéristique principale, les illustrations et le texte forment un ensemble narratif, où la structure en séquence de ses pages et son rythme sont une part essentielle de la construction du sens.²⁷

²⁶ Retranscription entretien avec Maria Osorio, directrice de Babel Libros. Annexe 1.

²⁷ PARDO-CHACÓN, Zully. Panorama histórico del libro ilustrado y el libro-álbum en la literatura infantil colombiana. *Ensayos : Historia y teoría del arte*. [en ligne]. 2009, 16, p. 81-114. Disponible sur : <<https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/49988>> (consulté le 01/02/2022).

Si les illustrations dominent la surface de la page, il existe une interdépendance entre texte et illustration. Ils ne peuvent pas être compris séparément, et d'autres éléments comme le design, la police et le support dialoguent entre eux pour produire du sens. Chacun de ces éléments, avec leurs modes de s'exprimer, interagissent et font du livre-album une expérience large proposant plusieurs types de lecture possibles avec plusieurs significations. En effet, le livre-album exige un lecteur actif, capable de remplir des interstices avec des informations qui demandent de l'interprétation.²⁸

En Colombie, en comparaison avec d'autres pays d'Amérique latine, le développement du livre-album a été tardif, à cause des conditions sociales, culturelles et politiques particulières d'un pays qui a été en guerre interne pendant plus de cinquante ans. Durant la première moitié du XX^e siècle, la majorité de la population colombienne était analphabète, et seule la classe privilégiée avait accès aux livres, qui étaient surtout importés.

Pourtant, à partir des années 1980, la littérature jeunesse a connu un essor : les parents, avec un niveau d'études et d'un pouvoir d'achat plus élevés, acquièrent des livres pour leurs enfants dans un but de loisir et de divertissement. À ce moment-là, la maison d'édition colombienne Valencia Editores, avec Margarita Valencia à sa tête, crée la première collection jeunesse, lorsque la maison d'édition vénézuélienne Ekaré devient l'éditeur phare du livre-album en Amérique latine.²⁹

Cependant, cet essor s'est freiné dans les années 1990, quand plusieurs maisons d'édition, dont Valencia Editores, ont fermé leurs portes, alors que la présence des grands groupes espagnols, notamment Santillana, s'est renforcé en raison de la croissance de la demande du marché scolaire. Ce marché commence à attirer aussi l'attention des maisons d'édition colombiennes, qui se sont mises à produire des livres pour enfants sur la base du Plan de lecture scolaire dans un but principalement commercial. Ainsi, les besoins pédagogiques ont prévalu au détriment de la littérature, et les impératifs commerciaux et le

²⁸ DÍAZ, Fanuel. *Leer y mirar el libro álbum ¿un género en construcción?* Bogotá : Norma ; 2007, 179 p.

²⁹ PARDO-CHACÓN, Zully. *Op. cit.*

besoin de l'enseignant dans la salle de classe sont devenus les critères pour éditer des livres. En effet, un recul dans la publication du livre-album, surtout des auteurs colombiens, a caractérisé cette décennie.³⁰

C'est dans cette période que la maison d'édition colombienne Norma, spécialisée en édition scolaire, a acheté les droits de Disney, Barbie et Barney, titres à la une circulation très importante dans le pays. Norma a laissé de côté la production de littérature jeunesse locale, alors que Panamericana, l'autre grand groupe éditorial colombien, a créé plus de trente collections jeunesse, d'une qualité littéraire plutôt irrégulière. En reprenant les mots de Margarita Valencia, écrivaine colombienne, traductrice, éditrice et critique littéraire, à cette époque-là « *les critères pris en compte pour éditer des livres ne sont plus la qualité, le divertissement, la joie et la création, mais les logiques du marché.* »³¹

En réponse à cette crise éditoriale, le panorama du livre-album commence à changer à partir des années 2000 grâce à la création de maisons d'édition indépendantes qui publient des titres expérimentaux et de bonne qualité, ce qui pousse les maisons d'édition traditionnelles à proposer des titres plus innovants, ainsi qu'à reprendre la publication des auteurs locaux.

B. Un genre à statut particulier

En 2015, au sein du Comité de livres pour enfants et adolescents du Centre national du livre, Maria Osorio a mené un projet qui la tenait à cœur depuis longtemps : un catalogue qui rendait compte de la production colombienne. L'objectif était d'avoir des chiffres réels permettant de connaître et comprendre le paysage éditorial afin de piloter des projets et de mettre en place des politiques publiques pour développer le secteur.

Ce catalogue, nommé catalogue LIJ (littérature pour enfants et littérature jeunesse), recense les maisons d'édition présentes dans le pays et les classe par origine, pour ainsi

³⁰ PARDO-CHACÓN, Zully. *Op. cit.*

³¹ PARDO-CHACÓN, Zully. *Ibid.*

identifier les titres publiés par les maisons d'édition colombiennes, au lieu de juste présenter le nombre de registres ISBN colombiens comme le total de la production nationale.

« Nous avons donc fait un axe de coordonnées : à gauche, les grands groupes étrangers ; à droite, les structures colombiennes classées par leur taille, d'une part, et par leur présence sur le marché, d'une autre. Vers le haut, on a mis la production locale et, vers le bas, la production étrangère, c'est-à-dire, les livres que produisent les grands groupes et qu'importent leurs filiales. Cela a donné alors un schéma très intéressant, dans lequel on voit que la production locale était très réduite. »³²

L'un des constats les plus importants de ce catalogue est la différence du type de titres publiés par les maisons d'édition indépendantes, et les grands groupes étrangers et colombiens. Ces derniers se spécialisent dans l'édition de livres privilégiant le texte écrit, qui sont donc objet de circulation à l'école, et qui se conçoivent en accord aux recommandations du Plan lector. En revanche, les maisons d'édition indépendantes se spécialisent dans l'édition du livre-album. Selon Osorio :

« Il se trouve que le livre-album est produit par les maisons d'édition indépendantes, diffusé en librairies et fait l'objet de distinctions littéraires, alors que les textes les plus longs, ceux qui concernent le littéraire et le texte écrit, sont plus produits par les grands groupes, par les éditeurs des manuels scolaires, et sont vendus principalement à l'école. »³³

Dans le marché colombien, le livre-album a trois particularités. En premier lieu, il est édité par les maisons d'édition indépendantes, ce qui peut être expliqué parce qu'il s'agit d'une création qui, quand elle relève d'une œuvre de qualité, mobilise la poésie, l'esthétique, la richesse des significations et l'utilisation intelligente des ressources, et a comme principes créatifs la métaphorisation et l'intertextualité. En effet, la création d'un livre-album demande d'une connaissance approfondie et d'une compétence élevée de la part des auteurs, illustrateurs et des éditeurs.

Ensuite, il circule principalement dans les librairies contrairement aux autres livres jeunesse, vendus principalement à l'école. Ce point est important, car en Colombie le réseau

³² Retranscription entretien avec Maria Osorio, directrice de Babel Libros. Annexe 1.

³³ Retranscription entretien avec Maria Osorio, directrice de Babel Libros. Annexe 1.

de librairies est faible et l'accès relève d'un privilège de classe, donc cela témoigne du public intéressé par ce type d'ouvrages. Et, finalement, étant objet de distinctions, il bénéficie d'un statut particulier pour les critiques de littérature jeunesse et le réseau de professionnels du livre qui accordent ces prix.

Ces caractéristiques placent le livre-album comme un genre avec un statut particulier, avec une circulation plus restreinte et un public spécifique, bien qu'il soit le genre plus produit par des maisons d'éditions jeunesse dans le pays. 181 livres-album ont été publiés par des maisons d'édition colombiennes entre 2015 et 2018, mais, selon les calculs d'Osorio, juste une trentaine seraient vraiment édités en Colombie, ce qui nous montre le travail qui reste à faire pour la construction de la bibliodiversité dans le secteur jeunesse en Colombie.

C. Le livre-album, un genre qui commence à s'émanciper de la domination espagnole

Quarante maisons d'édition ont publié la totalité des livres jeunesse reportés par le catalogue LIJ, mais seules 34 ont participé dans la construction de ce projet. De ces 34, qui ont publié au total 358 titres, nous avons identifié celles qui ont publié des livres-album, au nombre de 119, pour, ensuite, les classer dans trois groupes selon l'origine de leur capital et sa taille : 1) filiales de grands groupes étrangers (5), 2) maisons d'édition indépendantes locale (25), et 3) grands groupes d'édition colombiens (4).

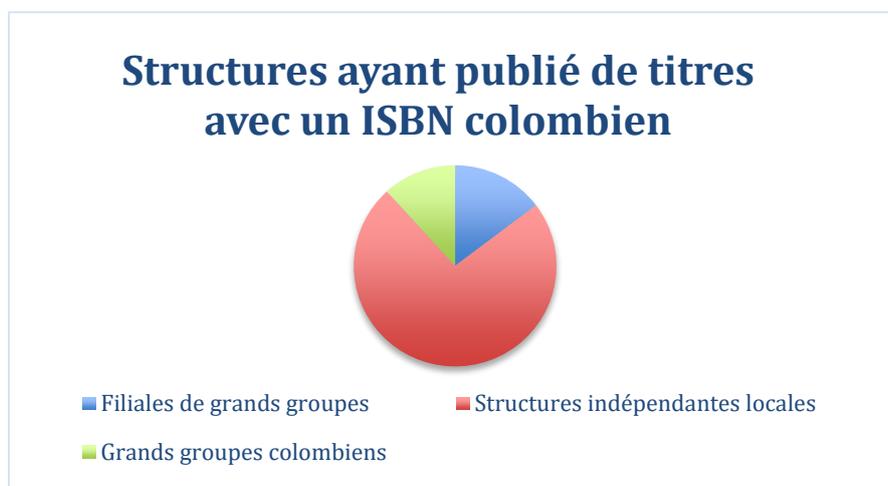


Figure 3 : structures ayant publié des livres jeunesse avec un ISBN colombien de 2015 à 2018.³⁴

Concernant la première catégorie, cinq filiales ont été identifiées. Les deux premiers éditeurs, Loqueleo et Norma, sont des maisons d'édition faisant partie du groupe espagnol Santillana, spécialisé dans l'édition scolaire. Loqueleo est implantée aussi au Mexique et en Argentine, entre autres. Cet éditeur a publié 21 titres du total reporté par le catalogue LIJ, dont cinq livres-album. Cette maison d'édition a repris le fonds jeunesse de la maison d'édition Alfaguara, maison d'édition espagnole avec le catalogue de littérature jeunesse le plus importante en Amérique latine, en 2016. Norma, ancienne maison d'édition colombienne, présente dans tous les pays d'Amérique latine, a été achetée en 2016 par le groupe espagnol et elle a publié 23 titres du total de la production du livre jeunesse, dont quatre livres-album.

Ensuite, avec 20 titres du total de la production jeunesse, dont trois livres-album, nous trouvons deux groupes espagnols, Planeta, qui agglutine plus de 100 entreprises, dont 70 maisons d'édition implantées dans tous les pays de l'Amérique latine, et SM Ediciones, maison d'édition spécialisée dans le domaine éducatif et implantée dans neuf pays de l'Amérique latine. Cet éditeur a publié 37 livres jeunesse, dont 15 livres-album.

Finalement, nous trouvons Penguin Random House, groupe des États-Unis appartenant au « cinq grands » de l'édition, avec Hachette, Macmillan, HarperCollins et Simon & Schuster. Les labels de ce groupe ont publié 25 titres jeunesse, dont quatre livres-album.

³⁴ Cámara Colombiana del Libro. LIJ Colombia 2015-2018. Libros infantiles y juveniles editados en Colombia. Bogotá D.C. : Cámara Colombiana del Libro, 2018, 415 p.

Au total, parmi les 358 titres publiés avec un ISBN colombien entre le 1^{er} janvier 2015 et le 30 juin 2018, 126 ont été publiés par les cinq maisons d'édition d'origine étrangère implantées dans le pays, soit 35 % du total des titres. Concernant le livre-album, parmi les 126 titres jeunesse publiés par ces cinq maisons d'édition, seuls 31 correspondent à ce genre, soit 24 % de la production.



Figure 4 : titres avec ISBN colombien publiés selon l'origine de la maison d'édition.³⁵

Selon Maria Fernanda Paz, directrice de la maison d'édition indépendante Cataplum Libros, spécialisée dans le livre-album, l'édition en Amérique latine se trouve dans un moment intéressant, grâce aux maisons d'édition indépendantes qui font face à la domination espagnole. Ces maisons d'édition, même avec les limitations propres aux petites structures, se sont créées une place dans le paysage éditorial. Au nombre de dix, six maisons d'édition jeunesse et quatre généralistes, elles déploient un travail très important du soutien de la biodiversité grâce à des projets éditoriaux très intéressants.

Nées dans les deux dernières décennies, ces maisons d'édition indépendantes ont publié 65 titres, soit 18 % de la production totale de livres pour enfants. Sur ces 65 titres, 35 sont des livres-albums, soit 54 % de leur production.

D'abord, nous trouvons Babel Libros, la première maison d'édition indépendante jeunesse de celles créées à partir des années 2000. Créée en 2001, la ligne éditoriale de

³⁵ Cámara Colombiana del Libro. *Op. cit.*

Babel est conçue autour de la publication de sujets ou traitements de sujet complexes, car ils considèrent que leurs lecteurs sont capables de comprendre la réalité. Cette structure est distributeur de maisons d'édition latinoaméricaines, librairie et bibliothèque, et elle a été distinguée par le prix BOP (Bologna's Best Publisher) de l'Amérique Latine en 2017. De 2015 à 2018, ils ont publié huit titres jeunesse, dont cinq livres-album.

La création de cette maison d'édition a ouvert la voie pour d'autres éditeurs indépendants. Au moment de sa naissance, pour sa directrice, l'idée pour sa directrice était de chercher de nouveaux auteurs et illustrateurs et de leur donner un espace de travail différent de celui créé par des maisons d'édition traditionnelles, qui traitaient le livre-album comme un grand livre avec des illustrations géantes et du texte au-dessus. De plus, ils se sont consacrés à la réédition de livres qui ne sont plus disponibles dans le marché, comme la série *Chigüiro* de Ivar Da Coll, classique de la littérature jeunesse colombienne. Cette maison d'édition a publié l'un des livres-album les plus représentatifs de la production colombienne, *Rana* de María Paula Bolaños, considéré par des experts comme le premier authentique livre-album colombien.³⁶



Figure 5 : pages intérieures de *Rana* de María Paula Bolaños.³⁷

Créée en 2005, Tragaluz Ediciones est un café, librairie et maison d'édition dédiée à la publication de nouveaux formats et de livres illustrés. Elle a publié 11 titres, dont six livres-album. Le livre-album le plus représentatif de son catalogue est *Bola de agua*, écrit par sa

³⁶ PARDO-CHACÓN, Zully. *Op. cit.*

³⁷ Site web de Babel Libros.

directrice éditoriale, Pilar Gutiérrez, et illustré par José Antonio Suárez. La première édition de ce leporello, relié manuellement et publié en 2008, a gagné le prix du meilleur livre original pour enfants de la Banque du livre du Venezuela en 2012.



Figure 6 : *Bola de agua*, publié par Tragaluz Ediciones.³⁸

Née aussi en 2005, Editorial GatoMalo s'est spécialisée dans l'édition du livre-album des auteurs colombiens et latinoaméricains. Dans la période étudiée, elle a publié cinq ouvrages, des livres-albums dans sa totalité. Cette maison d'édition a reçu divers prix et distinctions d'honneur accordés par le ministère de la Culture et la Banque du livre du Venezuela, entre autres. Son créateur et directeur éditorial, Enrique Lara, a eu l'idée de créer cette structure pendant ses études à la fin des années 1990 car il a identifié un manque de diversité dans les livres disponibles dans le pays, tous d'origine étrangère. Pour lui, l'enjeu était de créer un fonds éditorial indépendant des impératifs commerciaux, où la diversité d'opinions pouvait trouver un espace de publication.

Ensuite, nous trouvons des éditeurs indépendants créés dans les années 2010, dont deux éditeurs généralistes, Rey Naranjo Editores, avec 13 titres pour enfants, dont cinq livres-album, et Sílabas, avec quatre ouvrages, dont trois livres-album. Le premier a été créé en 2010 et a aujourd'hui un catalogue de plus de 80 titres pour plus d'un million d'exemplaires

³⁸ <https://www.librosantimateria.com/producto/bola-de-agua/>

vendus. En plus de livres pour enfants, ils éditent des livres de fiction et non-fiction, et de la bande dessinée, ce qui est une particularité dans le marché colombien.

Pour sa part, Sílabas, née en 2011, est une maison d'édition généraliste spécialisée en édition de littérature colombienne, essai, poésie et littérature jeunesse, avec un catalogue de titres diversifié. Cette maison d'édition, basée à Medellín, a publié notamment les livres-album *Yuyu y el miedo* de Alejandra Toro Murillo et *A Tony le gusta jugar con las visitas* de Marisol Leal Acosta, tous deux premiers titres de ces autrices colombiennes.



Figure 7: couvertures de *Yuyu y el miedo* et *A Tony le gusta jugar con las visitas*.³⁹

³⁹ MakeMake.com

Ensuite, nous trouvons deux maisons d'édition dédiés à la publication de livres pour enfants, qui ont construit des catalogues assez originaux par rapport au reste de la production. Albaricoque Libros, créée en 2013, publie des livres illustrés de qualité littéraire et esthétique afin de motiver l'interprétation de l'image et du texte chez les enfants. Dans la période étudiée, ils ont publié quatre titres, dont trois livres-album, qui se démarquent par leur sujets divers et leur qualité littéraire et graphique, tels que *El día del eclipse* de Julia Tovar, une histoire utilisant des onomatopées et des jeux de mots, qui, entremêlés avec les illustrations célestes, nous présente la Terre, qui est notre maison.

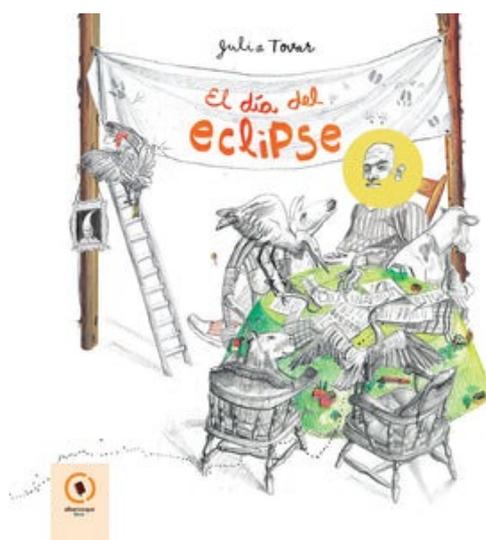


Figure 8: couverture de *El día del eclipse*.⁴⁰

Un autre éditeur indépendant avec une ligne éditoriale bien établie est Cataplum Libros, créée en 2014. Cataplum a développé sa ligne éditoriale autour de la tradition orale latinoaméricaine. Avec neuf titres publiés de 2015 à 2018, dont sept livres-album, cette maison d'édition se positionne actuellement comme un référent de la littérature pour enfants en Colombie. Dans le catalogue de Cataplum, nous trouvons des livres comme *No se aburra*, *Cuenta que te cuento* et *Cuando el mundo era así*, qui puisent dans la mémoire collective, les jeux de mots et la tradition orale de l'Amérique latine, éléments fondamentaux du catalogue.⁴¹

⁴⁰ Site web Albaricoque.

⁴¹ Retranscription entretien avec Maria Fernanda Paz, directrice de Cataplum Libros. Annexe 2.



Figure 9: couvertures de *Cuando el mundo era así* et *Cuenta que te cuento*.⁴²

En fin, nous trouvons trois éditeurs spécialisés dans le livre illustré pour enfants, El Salmón, La Jaula Publicaciones et Milserifas, créés en 2014 et 2015 avec l'objectif de publier de nouveaux auteurs et illustrateurs, ainsi que de rééditer de classiques, qui commencent à se faire une place dans le paysage éditorial, avec respectivement deux, trois et deux livres-albums publiés.

Parallèlement, nous trouvons les quatre grands groupes d'édition colombiens, Panamericana en tête, avec 53 titres. Cette maison d'édition, née comme une librairie et devenue magasin de technologie, a une grande offre de livres pour enfants d'une qualité très variable, qui va de livres en licence pour des personnages de Disney à des livres d'auteurs colombiens avec des propositions graphiques et littéraires intéressantes. Ce groupe a certaines particularités : il est l'un des imprimeurs les plus importants dans le pays, surtout pour les livres illustrés, qui requièrent une compétence spéciale ; c'est aussi la chaîne de librairies la plus importante de la Colombie et, en tant qu'éditeur, il a une quantité très importante d'achat de droits de titres étrangers, ce qui nous permet d'avoir une idée de ce qui est le plus accessible pour la population colombienne en matière de livres.

⁴² Site web Cataplum

Les autres trois groupes, Educar, Magisterio Editorial y Tiempo de Leer, spécialisés tous dans l'édition scolaire, cumulent 74 ouvrages publiés. Ces grands groupes ont édité 35 % de la production nationale. Concernant, les livres-album, Panamericana a publié un total de 19 ; Educar, 23 ; Magisterio Editorial, un livre-album, et Tiempo de Leer, 10 ouvrages de ce genre, pour un total de 54 titres, soit 41 % de leur production.

Bien que ces chiffres soient limités à une période de trois ans, ils sont assez significatifs pour qu'on puisse en tirer des conclusions du marché du livre jeunesse et, plus spécifiquement, du livre-album en Colombie. En premier lieu, il est clair qu'en termes de nombre titres, le secteur jeunesse est dominé par les cinq filiales espagnoles et les quatre grands groupes colombiens, avec 70 % de la production, alors que les maisons d'édition indépendantes ne représentent que 18 % de la production.⁴³

Néanmoins, pour ce qui est de la production du livre-album, le pourcentage que ce genre représente dans le catalogue des maisons d'édition indépendantes est plus important, avec plus de la moitié, ce qui nous fait constater que c'est un genre que les éditeurs indépendants s'approprient toujours plus. En fait, les maisons d'édition indépendantes, avec une production totale moitié moindre de celle des filiales espagnoles, ont publié plus de livres-albums (35) que ces dernières (31).

⁴³ Les chiffres n'atteignent pas le 100 % car non pas toutes les maisons d'édition ont voulu participer dans l'étude LIJ.

CHAPITRE 2

-

Le livre-album en Colombie : vers la construction de la bibliodiversité

I. L'offre étrangère de livres pour enfants : de l'implantation à l'adaptation

Au-delà de représenter l'identité culturelle de la communauté ou collectivité d'où elle est issue, la littérature produit identité et, plus encore, elle est identité en elle-même. La relation entre littérature et identité est donc incontestable et complexe, la première construisant des significations qui deviennent identité culturelle, qui ne peut se situer que dans un temps et territoire définis.⁴⁴

Ainsi, l'édition s'inscrit dans les industries culturelles, gestionnaires de la production artistique, créative et culturelle des sociétés, et le processus éditorial est donc en relation constante avec le transfert de l'information. En effet, des relations complexes se créent entre l'édition et la culture, et la conservation et valorisation du patrimoine, car l'édition participe aux processus de mémoire collective, de renforcement des identités culturelles et de promotion de la culture écrite.⁴⁵

En Amérique latine, les États-Unis, pour une partie, mais surtout l'Espagne, sont les principaux bénéficiaires du déséquilibre des échanges dans l'industrie éditoriale, de sorte que l'Espagne a reconquis une position néocoloniale dans la région.

Afin de dresser un bilan de l'état actuel du marché jeunesse et de l'offre de livres pour enfants des grands groupes étrangers, notamment des livres-album, nous analyserons les stratégies économiques, culturelles et éditoriales mises en place par ces groupes, qui passent de l'exportation des best-sellers traduits et réédités (A) à la création de catalogues locaux par les filiales implantées dans le pays (B) afin de s'adapter aux politiques scolaires et culturelles et, ainsi, bénéficier d'un statut privilégié par les organismes publiques qui régulent le secteur jeunesse (C).

⁴⁴ MANSILLA-TORRES, Sergio. Literatura e identidad cultural. Estudios filológicos. [en ligne]. 2006, n° 41, p. 131-143. Disponible sur : <http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0071-17132006000100010&lng=es&nrm=iso> (consulté le 01/02/2022).

⁴⁵ BEDOYA-MAZO, Sandra Patricia. La edición en Colombia: aliada de la cultura y el patrimonio. Revista Interamericana de Bibliotecología. [en ligne]. 2016, 39, n° 1, p. 7-8. Disponible sur : <<https://revistas.udea.edu.co/index.php/RIB/article/view/25409>> (consulté le 01/02/2022).

A. La traduction et réédition des classiques de la littérature mondiale : une stratégie économique

Selon l'étude de 2013 commandé par le ministère de Culture pour caractériser l'industrie éditoriale en Colombie, en termes de ventes, 40 % du marché du livre en Colombie est concentré par les entreprises d'origine étrangère. De plus, les ventes des maisons d'édition d'origine espagnole représentent le double des ventes des maisons d'édition locales, même si elles ne représentent que 15 % du total des structures d'édition.

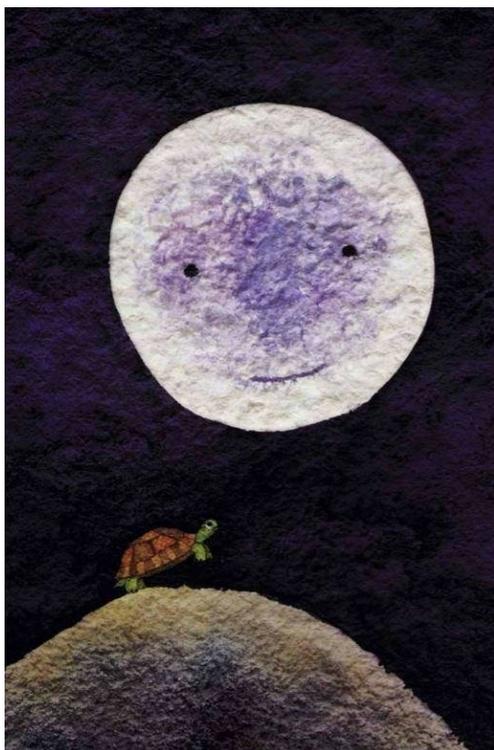
Depuis leur arrivée dans le pays, la première stratégie mise en place par les maisons d'édition étrangères afin de contrôler les ventes a été la distribution de leurs fonds éditoriaux dans le marché national. Les maisons d'édition espagnoles produisent moins de titres (24 %) que les maisons d'édition colombiennes (74 %), mais les ventes des premières représentent le double de celles des maisons d'édition locales, ce qui veut dire que les éditeurs espagnols vendent plus d'exemplaires.

La caractéristique principale des titres exportés par des éditeurs étrangers est qu'ils concentrent une grande partie des ventes. Ce sont les best-sellers, qui, en général, dans l'industrie éditoriale mondiale, correspondent aux traductions et à la réédition des classiques de la littérature. Ainsi, afin de connaître l'offre des maisons d'édition espagnoles, qui correspondent à la première stratégie de domination éditoriale, nous allons nous pencher sur la liste de best-sellers jeunesse en 2021 en Colombie, publié par le journal *La República*⁴⁶.

Le premier titre de la liste est *¿A qué sabe la luna? Una historia de superación* de Michael Grejniec, auteur polonais. Ce livre-album a été publié par Kalandraka, maison d'édition espagnole fondée en 1998 et basée à Pontevedra, avec plus de mille titres à son catalogue, dont beaucoup de classiques de la littérature jeunesse. Ce conte, traduit de

⁴⁶ GUTIÉRREZ-NÚÑEZ, Allison. Estos son los 10 libros más vendidos en librerías que todo niño y niña debería leer. *La República*. [en ligne]. (mise à jour le 24/04/2021). Disponible sur : <<https://www.larepublica.co/ocio/estos-son-los-10-libros-mas-vendidos-en-librerias-que-todo-nino-y-nina-deberia-leer-3158596>> (consulté le 16/08/2022).

l'allemand et publié en 1999, raconte une histoire de travail en équipe et amitié. Il a été vendu à plus de cent mille exemplaires dans le monde.



Desde allí arriba, la luna estaba más cerca;
pero la tortuga no podía tocarla.

Entonces, llamó al elefante.



Figure 10 : pages intérieures de *¿A qué sabe la luna? Una historia de superación* de Michael Grejniec.⁴⁷

Le deuxième best-seller de la liste, *Orejas de mariposa, para educar en tolerancia y respeto* de Luisa Aguilar, autrice espagnole, et André Neves, illustrateur brésilien, a été publié par la même maison d'édition espagnole, Kalandraka, en 2008. Il s'agit d'un livre-album traduit dans plus de six langues, qui aborde le sujet du harcèlement scolaire à travers l'histoire d'une fille harcelée au sujet de ses oreilles.

⁴⁷ <https://montessoriparatodos.es/a-que-sabe-la-luna.html>

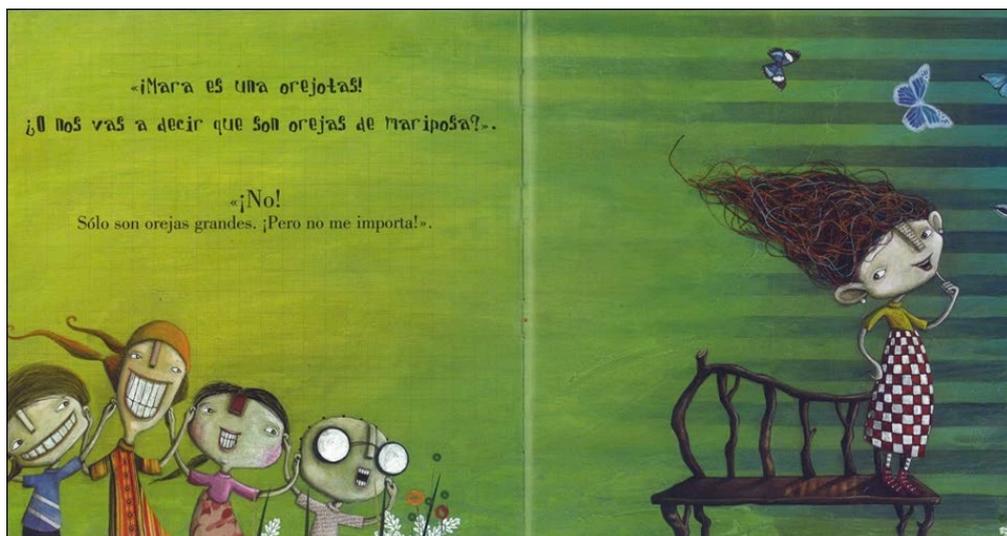


Figure 11 : pages intérieures de *Orejas de mariposa, para educar en tolerancia y respeto*.⁴⁸

Nous trouvons dans la liste le livre *Cuentos de buenas noches para niñas rebeldes, historias y logros de 100 mujeres* d'Elena Favilli et Francesca Cavallo, publié par Destino, maison d'édition espagnole fondée en 1940, appartenant au groupe Planeta depuis 1996. Ce titre fait partie d'une série de livres qui présentent des biographies courtes de femmes présentées comme modèles pour les jeunes filles. Il a été publié originalement en anglais en 2016 et traduit dans 47 langues, dont l'espagnol par Planeta en 2017.



Figure 12 : pages intérieures de *Cuentos de buenas noches para niñas rebeldes, historias y logros de 100 mujeres*.⁴⁹

⁴⁸ <https://www.abrazandocuentos.com.ar/productos/orejas-de-mariposa/>

⁴⁹ Site web Amazon.

Nous trouvons aussi *Cuentos para niños que se atreven a ser diferentes, reflexiones para el cambio* de Ben Brooks, auteur anglais, publié en 2018 par Aguilar, maison d'édition espagnole fondée en 1923 et achetée en 2014 par le groupe Penguin Random House. Ce livre illustré, qui présente cent histoires d'hommes reconnus comme extraordinaires dans leurs métiers, a été le best-seller n° 1 pour enfants de *The Sunday Times* en 2018.

Un autre best-seller est *El pequeño Nicolás, el mundo visto por los ojos de un niño* de René Goscinny, auteur français, et Sempé, illustrateur français. Ce livre illustré, traduit et publié en 2008 par Loqueleo, filiale du groupe espagnol Santillana, est une œuvre classique de littérature jeunesse. Écrite de 1956 à 1965, ce livre aborde avec humour les histoires de l'enfance du petit Nicolas dans les années 1960 en France.

En sixième place se trouve *Fray perico y su borrico* de Juan Muñoz Martín, publié par Ediciones SM, maison d'édition espagnole largement implantée en Amérique latine. Ce livre illustré, qui fait partie d'une série, narre les aventures de ce personnage créé en 1980 dans un couvent de Salamanque lors de la Guerre de l'Indépendance.

Finalement, nous trouvons deux classiques. Le premier est *Charlie y la fábrica de chocolates* de Roal Dahl, auteur anglais, publié par Loqueleo. Ce titre a paru pour la première fois en 1987 et a été réédité plusieurs fois, la dernière datant de 2015. Le deuxième est *Harry Potter y la piedra filosofal* de J.K. Rowling, autrice anglaise, publié par Salamandra, maison d'édition appartenant au groupe Penguin Random House. Classique de la littérature jeunesse, cette version est illustrée et adaptée pour les plus petits.

L'offre de livres exportés par ces maisons d'édition se caractérise par la traduction et réédition à plusieurs reprises des classiques de la littérature. Nous trouvons des classiques de la littérature jeunesse, comme c'est le cas de deux livres-album *¿A qué sabe la luna ?* et *Orejas de mariposa*, qui traitent de sujets assez représentés dans la littérature pour enfants, tels que le harcèlement et l'amitié, ainsi que des romans illustrés jeunesse, comme c'est le cas de *Harry Potter* et *Charlie et la chocolaterie*, qui racontent des histoires fantastiques. Ces

livres ont été publiés et traduits partout dans le monde, et continuent à constituer des best-sellers des décennies après leur première parution.

Issus des pays anglophones, nous trouvons aussi les deux livres illustrés pour filles et garçons, qui suivent cette tendance des dernières années de « rompre les stéréotypes » et de présenter des personnages célèbres « différents » pour inciter les enfants à s'émanciper des imaginaires traditionnels, mais qui, dans leur contenu, restent assez standardisés, malgré l'inclusion d'un ou deux personnages du pays de publication, comme c'est le cas d'Evita Perón, politicienne et actrice argentine, dans la version latinoaméricaine de l'ouvrage pour filles présentée dans la figure ci-dessus.

Ensuite, nous trouvons des séries classiques pour enfants, notamment *Le petit Nicolas* et *Fray perico*, qui se racontent des histoires autour des personnages. La particularité de ces deux séries est le contexte social et historique : les deux personnages sont issus d'un contexte européen, dans deux époques assez éloignées du contexte colombien actuel. Ces livres sont constamment repris et travaillés à l'école car ils sont considérés comme des incontournables de la littérature pour les plus petits.

Concernant le livre-album, aucune liste de best-sellers n'a été publiée. Nous avons trouvé uniquement un mémoire de licence sur les livres-albums publiés par les maisons d'édition indépendantes.

En résumé, il est clair que cette première stratégie développée à partir des années 1970 par les cinq grands éditeurs étrangers d'exporter leur fonds a rempli l'objectif de leur placer comme les acteurs dominants du marché en termes de présence et de ventes. Aujourd'hui, le marché d'exportations des grands groupes privilégie les traductions, comme on peut l'observer dans cette liste de huit best-sellers, dont six traductions, et la réédition des livres qui marchent partout dans le monde, même des décennies après leur parution. Ces groupes continuent donc à faire donc le pari de diffuser des titres qui assurent une rentabilité économique, même s'ils contribuent à uniformiser l'offre de livres sur le marché.

B. La création de catalogues locaux, une stratégie culturelle

Après ces premières approches de domination du marché latinoaméricain, les éditeurs Espagnols, encouragés par l'État, ont conclu que la conquête du marché latinoaméricain devait s'appuyer non seulement sur des stratégies économiques, mais aussi sur des stratégies culturelles traduites en stratégies éditoriales.

La seule exportation de leurs fonds ne suffisait pas à l'implantation totale dans le marché local, car l'une des principales caractéristiques de l'édition pour enfants est sa dépendance aux politiques culturelles et éducatives de chaque état, les bibliothèques et les centres scolaires étant les principaux acheteurs dans les pays latinoaméricains. Selon Gisèle Sapiro, sociologue française, la conquête de nouveaux marchés n'est pas seulement le résultat d'une stratégie économique, mais aussi culturel, qui passe par l'implantation des filiales en Amérique latine.⁵⁰

Ainsi, ces filiales ont mis en place la stratégie de création de catalogues locaux, pratique qui s'est développée au fil des années. Ces catalogues sont composés presque exclusivement d'auteurs nationaux. D'après Enrique Pérez Díaz, président de 1993 à 2008 du département jeunesse à la *Unión de Escritores y Artistas de Cuba* :

« L'implantation progressive de grands groupes éditoriaux espagnols dans toute l'Amérique latine a été réalisée de manière systématique et étudiée, en diffusant, d'une part, le plus important de leur catalogue général dans chaque pays et, d'autre part, en essayant de réunir un groupe d'auteurs nationaux qui, tout en continuant à s'adapter au catalogue de chaque filiale, d'une certaine manière représentent le plus authentique de la littérature nationale pour enfants. »⁵¹

⁵⁰ GUIJARRO-ARRIBAS, Delia. Estrategias de dominación editorial: la exportación del libro infantil y juvenil español en América Latina (1977–2017). *El taco en la brea*. [en ligne]. 2020, 7, n° 11, p. 20-30. Disponible sur: <<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-03141181/document>> (consulté le 11/07/2022) .

⁵¹ GUIJARRO-ARRIBAS, Delia. *Op. cit.*

Afin d'analyser comment cette stratégie est mise en place en matière de livre-album par les filiales étrangères implantées en Colombie, nous allons nous pencher sur les livres-album publiés par les cinq filiales étrangères repérées par le catalogue LIJ.

D'abord, Loqueleo a publié un total de cinq livres-album. Concernant les nationalités des auteurs et illustrateurs, huit au total, six sont colombiens, un est mexicain et un est vénézuélien. Les auteurs/illustrateurs sont très connus dans le milieu éditorial colombien. Ils ont publié plusieurs livres-album dans des maisons d'édition espagnoles, mais aussi des maisons d'édition indépendantes. Parmi ces auteurs/illustrateurs, nous trouvons notamment Jairo Buitrago, Piedad Bonnet, Dipacho, Juan Camilo Mayorga et Triunfo Arciniegas.

En général, ces livres-album traitent de sujets plus divers que les best-sellers que nous avons étudié, tels que la rencontre entre générations, dans l'ouvrage de Triunfo Arciniegas, et une représentation de la société actuelle avec humour et satire, dans le livre de Dipacho. Dans ce catalogue, nous trouvons notamment *El corazón del árbol*, poème de Piedad Bonnet, illustré par le Colombien Daniel Gómez, un projet de sensibilisation à la poésie pour les plus petits.

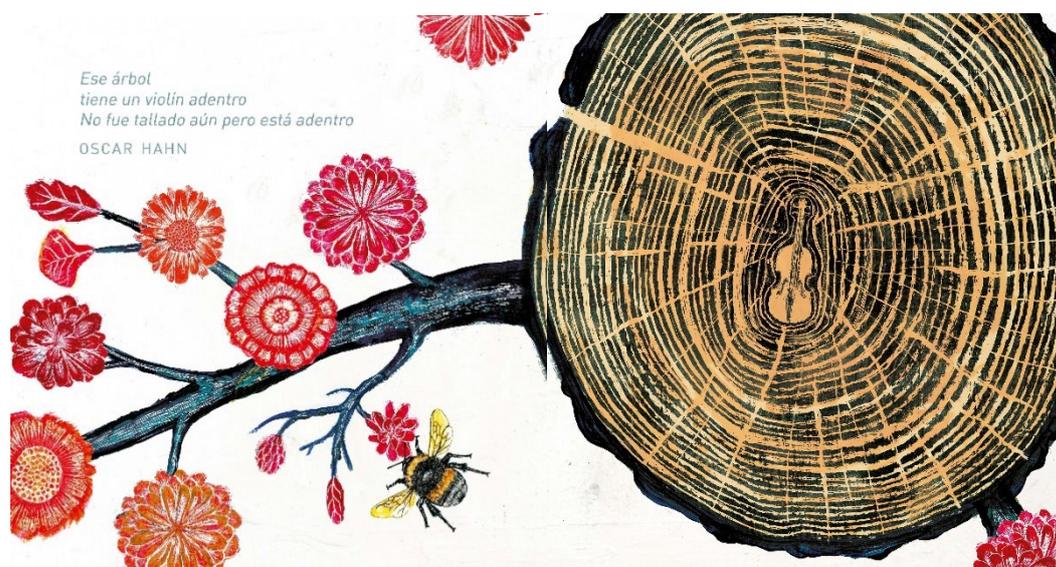


Figure 13 : pages intérieures de *El corazón del árbol*, poème de Piedad Bonnet, illustré par Daniel Gómez.⁵²

⁵² Site web Loqueleo.

Norma a publié quatre livres-album, écrits et illustrés par des auteurs colombiens ayant déjà publié plusieurs titres jeunesse. Nous trouvons notamment Claudia Rueda, dont l'œuvre a été traduite et publiée dans plusieurs pays, et Gerardo Meneses, écrivain colombien auteur de 23 titres jeunesse témoignant de sa fascination pour les histoires construites par les enfants à la campagne et dans les petits villages de tous les coins de la Colombie.

Son ouvrage *Pancho, cada vez más ancho*, racontant l'histoire d'un petit enfant qui adopte un chien, est un bon exemple d'un livre-album, où le texte ne peut pas être séparé des illustrations et où, pour comprendre l'ensemble, le lecteur doit interpréter les illustrations, le texte, la police et sa taille et l'emplacement de chaque élément. Les trois autres livres-album publiés par Norma traitent de sujets assez classiques de la littérature jeunesse comme l'acceptation des différences et la responsabilité écologique.



Figure 13 : pages intérieures de *Pancho, cada vez más ancho* de Gerardo Meneses.⁵³

Planeta a publié trois livres-album des auteurs et illustrateurs colombiens, notamment Claudia Rueda, Celso Román, célèbre auteur de livres pour enfants, et Olga Cuellar, l'une des illustratrices les plus connues dans le pays. Dans leur livre-album *¿Por qué el coatí tiene manchas en la cola?*, Román et Cuellar racontent la création du Coatí, animal qui habite le continent Américain, des États-Unis jusqu'à l'Uruguay.

⁵³ <https://www.behance.net/gallery/57580879/Pancho-Cada-vez-mas-ancho>



Figure 14 : pages intérieures de *¿Por qué el coatí tiene manchas en la cola?* ⁵⁴

La filiale de la maison d'édition SM, qui a réussi à obtenir la première place des achats effectués par les établissements scolaires et culturels publics en Colombie⁵⁵, a publié 14 livres-albums, avec un total de 14 auteurs et illustrateurs, dont sept Colombiens, deux Vénézuéliens, deux Espagnols, un Équatorien, un Péruvien et un Argentin. Parmi ce groupe, nous trouvons notamment Ivar Da Coll, auteur de la célèbre série de livres-album pour enfants *Chigüiro*, qui raconte les aventures de cet animal sudaméricain, et Rafael Yockteng, auteur péruvien considéré comme l'un des plus grands représentants du livre-album en Amérique latine.

Parmi les titres publiés par SM, nous trouvons un classique de la littérature colombienne, *José Tomillo*, de l'auteur Ivar Da Coll, qui traite le sujet de l'expression des émotions et de l'identité. Ce livre a été édité pour la première fois par Norma en 1999, et sa dernière édition, réalisée par SM, a été publiée en 2015. Nous trouvons aussi *Comadrita la rana*, un livre-album, adapté par Pilar Posada et illustré par Paula Ortiz, qui reprend la chanson traditionnelle du même nom.

⁵⁴ Site web Planeta.

⁵⁵ GUIJARRO-ARRIBAS, Delia. *Op. cit.*



Figure 15 : pages intérieures de *Comadrita la rana* de Pilar Posada et Paula Ortiz.⁵⁶

Enfin, le groupe éditorial Penguin Random House a publié quatre livres-album de quatre auteurs colombiens : Amalia Low, illustratrice l'œuvre a été traduite et publiée dans plusieurs pays, et Dipacho et Alekos, deux grands illustrateurs colombiens. Les quatre titres ont été publiés par le label B de Blok, spécialisé en littérature pour enfants. *Viernes verdes* de Dipacho utilise un jeu de mots cumulatif pour découvrir tout ce qui peut se passer un vendredi, avec l'humour caractéristique de l'artiste.



Figure 16 : *Viernes verdes* de Dipacho.⁵⁷

⁵⁶ Site web SM.

⁵⁷ Site web B de Blok.

Les livres-album publiés par ces cinq filiales ont la particularité d'être systématiquement accompagnés par de fiches pédagogiques servant d'outil aux enseignants, qui peuvent être téléchargées directement sur le site web de l'éditeur, afin d'être travaillées en classe dans le cadre du *Plan lector*.

Ces filiales proposent des catalogues qui présentent des œuvres des auteurs et des illustrateurs les plus représentatifs de la littérature jeunesse colombienne et latinoaméricaine, et adaptent leurs livres au Plan lector, ce qui explique pourquoi ces maisons d'édition sont en tête des achats publics. Ainsi, en représentant le plus authentique de la littérature locale, elles se sont complètement adaptées au marché éditorial du pays et assurent sa dominance d'un point de vue économique, mais aussi culturel.

C. Une position privilégiée par le Plan Nacional de Lectura et Fundalectura

En Colombie, la politique éducative encadrant le secteur de l'édition jeunesse et, par conséquent, conditionnant la production de livres pour enfants est le Plan Nacional de Lectura y Escritura du ministère de l'Éducation nationale, qui déploie des actions pour promouvoir la lecture et l'écriture chez les enfants. Ce plan est mis en place grâce à cinq lignes stratégiques, dont une est centrée sur la production éditoriale. Sur ce point, le ministère a créé la *Colección Semilla*, une sélection de titres de littérature, art, philosophie et sciences qui doivent être disponibles dans les écoles publiques et les bibliothèques.

Le document de la Colección Semilla 2022 n'est pas disponible à la consultation. Cependant, nous avons trouvé la liste de 2012⁵⁸, qui présente une sélection de 256 titres, qui, bien qu'ancienne de dix ans, peut nous donner des indices des titres préconisés par le ministère de l'Éducation. Parmi les maisons d'édition repérées dans la liste, Panamericana, groupe d'édition colombien, est en tête avec 26 livres, suivi par Norma, qui, à cette époque-là, n'avait pas encore été achetée par Santillana, avec 12, Ekaré, maison d'édition jeunesse

⁵⁸ Listado colección semilla 2012. Ministerio de Educación Nacional. Plan Nacional de Lectura y Escritura. Disponible sur : < <https://es.slideshare.net/ClaudiaPatriciaNioRueda/listado-coleccion-semilla> > (consulté le 16/08/2022).

vénézuélienne, avec 10 titres, et Magisterio, groupe colombien, avec six titres. Pour ce qui est des maisons d'édition indépendantes, seuls deux figurent dans cette liste, Babel et Apidama, avec un titre chacune.

Au total, 59 titres de la liste correspondent à une production nationale. Les titres restants ont été publiés par des maisons d'édition étrangères, notamment des maisons d'édition espagnoles comme Alfagura (actuellement Loqueleo), SM, Océano, Juventud, Eldevives, Castillo, Edebé, Combel, Santillana et Grijalbo ; mexicaines comme Fondo de Cultura Económica et Limusa ; et argentines comme Sigmar.

D'ailleurs, Fundalectura, organisation privée à but non lucratif créée en 1990 avec l'objectif de contribuer au développement social et culturel du pays, édite chaque année une sélection des meilleurs titres pour enfants et adolescents. Ils sont divisés en cinq groupes selon la tranche d'âge (de la naissance, trois, six, neuf, douze et quinze ans). Ce document, appelé *Libros altamente recomendados para leer y compartir* (Livres hautement recommandés pour lire et partager), guide l'achat public de matériel bibliographique pour les enfants dans tout le pays, en plus de la collection Semilla du ministère de l'Éducation.

Les titres recommandés par Fundalectura sont préconisés par toutes les bibliothèques du pays. Le comité d'évaluation des ouvrages de cette organisation est formé de professionnels de la librairie et de l'édition, d'enseignants, d'auteurs et illustrateurs, et d'experts en promotion de la lecture.

Dans sa version de 2020⁵⁹, le document de Fundalectura est divisé en deux parties : une partie dédiée aux meilleurs titres et une deuxième partie dédiée aux créateurs colombiens. Concernant la première partie, six titres composent la sélection d'ouvrages pour les plus petits. Ils ont été publiés par deux maisons d'édition espagnoles, deux argentines et une maison d'édition chilienne. Pour les enfants de trois ans, 12 titres sont mis en avant, publiés par six maisons d'édition espagnoles et une maison d'édition vénézuélienne.

⁵⁹ Libros altamente recomendados para leer y compartir 2020. Bogotá: Fundalectura, 2020.

La sélection pour les enfants de six ans est composée de 11 titres, publiés par neuf maisons d'édition, parmi lesquelles nous trouvons six éditeurs espagnols, un éditeur chilien, un éditeur argentin et un éditeur colombien. Enfin, pour les enfants de neuf ans, 24 titres sont préconisés. Ces livres ont été publiés par 15 maisons d'édition dont 11 sont espagnoles, deux mexicaines, une chilienne et une colombienne.

En résumé, sur 53 titres sélectionnés et conseillés, nous ne trouvons que quatre ouvrages publiés par des maisons d'édition colombiennes : *La cenicienta al alcance de todos* et *Inés*, de la maison d'édition indépendante Cataplum, et *Atlas de la vida silvestre* et *La cólera y la paciencia* du groupe Panamericana. Les autres ouvrages sont surtout publiés par des maisons d'édition espagnoles, notamment Juventud, Océano Travesía, SM et Loqueleo. Mais ce qui est encore plus étonnant, c'est que dans la partie dédiée à la création nationale, de neuf titres sélectionnés pour les enfants de la naissance jusqu'à douze ans, seul un titre a été publié par une maison d'édition colombienne : *Antonia va al río* de Cataplum.

Ainsi, il est clair qu'avec cette stratégie de création de catalogues locaux, ces filiales ont réussi à s'implanter et à s'adapter complètement au marché colombien, car même les organisations colombiennes de promotion de la lecture leur donnent une position privilégiée par rapport aux éditeurs indépendants. Il serait important pour ces organismes de comprendre que l'appui à la production nationale ne passe pas seulement par la mise en avant d'auteurs et illustrateurs colombiens, mais aussi par la promotion des maisons d'édition indépendantes colombiennes qui contribuent à la bibliodiversité en publiant d'autres sujets travaillés depuis des regards et des voix diverses, car le rôle des achats publics est fondamental d'un point de vue économique et aussi de promotion pour l'industrie éditoriale locale.

II. Les éditeurs indépendants : entre activité commerciale et qualité éditoriale

Selon Hawthorne, la bibliodiversité, comprise comme « *un ensemble de publications variées dans le paysage éditorial, représentatives d'un système culturel équilibré où toutes*

les voix peuvent s'exprimer » est actuellement menacée par la concentration des secteurs de l'édition et de la librairie, ce qui favorise le développement d'une culture standardisée⁶⁰. Dans ce contexte, les maisons d'édition indépendantes, ayant un engagement différent de celui des grands groupes, s'intéressent à refléter la culture des communautés d'où elles émergent. Ces structures sont donc des acteurs clés dans la construction de la bibliodiversité.

En Amérique latine, vu le contexte particulier, la revendication de l'indépendance éditoriale est forte depuis la fin des années 1990 par les éditeurs locaux. L'émergence d'une jeune génération de maisons d'édition indépendantes a été encouragée par le sentiment d'identité régionale face aux processus de mondialisation, et semble se renforcer au cours des années avec l'objectif de consolider un espace du livre proprement latinoaméricain⁶¹.

Pour comprendre comment les maisons d'édition indépendantes commencent à se créer une place dans l'édition du livre-album, en contribuant à la consolidation de cet espace propre, malgré les conditions de domination et concentration du marché, il convient d'analyser leurs stratégies économiques, culturelles et éditoriales, dont la mise en place de modèles économiques propres à leur contexte (A) et la construction d'un catalogue qui répond à un projet culturel (B) avec une responsabilité sociale (C).

A. Des modèles économiques hybrides pour survivre

Les maisons d'édition indépendantes en Colombie doivent faire face à un secteur fragilisé par un taux de lecture faible et par un réseau de distribution et de vente lacunaire. Par conséquent, elles doivent mettre en place des modes de fonctionnement adaptés à leur contexte afin de survivre, la seule vente des livres n'étant pas suffisante pour se maintenir dans le marché.

C'est notamment le cas de Babel Libros, maison d'édition créée en 2001 par Maria Osorio. La réflexion à la base de la création de la maison d'édition était : on crée des livres

⁶⁰ HAWTHORNE, Susan. *Bibliodiversité, manifeste pour une édition indépendante*. Paris : Mayer, 2016, 136 p.

⁶¹ PINHAS, Luc. *Op. cit.*

et on fait quoi après ? À l'époque, le pays ne comptait que deux librairies pour enfants : Panamericana, magasin de vente avec une sélection de livres très commerciale, et Espantapájaros, librairie appartenant à une crèche du même nom, qui avait comme cible principale les enfants de la crèche.

Dans ce contexte, les librairies indépendantes, qui traitaient le livre pour enfants aussi mal que les grandes surfaces, n'étaient pas prêtes à assurer la commercialisation et la distribution des livres qui se démarquaient de ce qui était commercialisé à l'époque. La décision a donc été de créer d'abord une structure de distribution de livres pour enfants des maisons d'édition latinoaméricaines déjà connues dans le continent.

Ainsi, Babel distribution a importé notamment le fonds d'Ekaré, la maison d'édition jeunesse locale la plus importante du continent, afin de soutenir l'édition de ses propres titres. Ce métier de distributeur lui a permis de connaître et comprendre le fonctionnement du marché jeunesse, totalement dominé par les distributeurs étrangers. Au niveau économique, en tant que créatrice et directrice de la maison d'édition, Osorio a dû renoncer à un salaire pendant les quatre premières années d'existence de Babel, et n'a commencé à vivre de son métier d'éditrice que vers la cinquième année.

« Quand on a commencé avec l'idée d'éditer des livres pour enfants, les options étaient soit d'offrir des services éditoriaux pour d'autres personnes, soit de créer un modèle économique plus diversifié, pour toucher et connaître tous les maillons de la chaîne du livre. Maintenant, on sait comment fixer les prix, on connaît les obstacles pour importer, vendre et exporter, ce qui est un avantage pour nous. »⁶²

Une fois créés le distributeur et la maison d'édition, le problème était du côté des points de vente : la distribution et la création étaient assurées, mais où vendre s'il n'y a pas de librairies ? C'est ainsi que Babel a fondé une librairie afin de rendre accessible la production contrastant avec tout ce qui circulait dans le pays à cette époque-là et de connaître son

⁶² Retranscription entretien avec Maria Osorio, directrice de Babel Libros. Annexe 1.

public. Enfin, dans l'objectif de partager plus directement avec les enfants, qui constituent le lectorat de Babel, et de travailler les livres avec eux, Babel a créé sa propre bibliothèque.

Actuellement, et après deux années difficiles à cause de la crise sanitaire, Babel, en tant que structure de distribution et édition, librairie et bibliothèque, survit grâce à ce modèle mixte. Selon Osorio, au niveau économique il y a des moments où la maison d'édition et la librairie dépendent plus du distributeur, comme c'était le cas pendant le confinement. Ce modèle permettant de faire face à un marché assez fragilisé est de plus en plus reproduit par d'autres éditeurs indépendants, qui se rassemblent pour créer des distributeurs afin de visibiliser leur travail et de soutenir économiquement leur travail éditorial.

Bien que ce modèle lui ait permis de fonctionner pendant 22 ans, actuellement, avec la dévaluation du peso colombien, la directrice de cette structure reconnaît que Babel n'est pas stable et qu'afin de répondre aux obstacles posés par la crise sanitaire et la possible récession économique en Colombie, ils ont décidé de se replier et de travailler au renforcement de la librairie et de la maison d'édition dans le marché colombien, sans avoir à participer à tous les salons et les foires internationaux.

Un deuxième cas qu'il faudrait analyser, c'est le modèle choisi par Tragaluz Editores, maison d'édition indépendante de référence sur le marché éditorial colombien, localisée à Medellín, spécialisée en littérature, poésie et livre-album. Née en 2005 en tant que maison d'édition, qui est devenue *Casa Tragaluz*, structure qui, en plus d'éditer ses ouvrages, offre à d'autres entreprises des services éditoriaux qui vont de la préparation de copie et la création de la maquette, jusqu'à l'impression et la fabrication des livres. Plus qu'une maison d'édition, ce projet culturel, galerie et café-librairie propose des ateliers, formations et rencontres avec les auteurs/illustrateurs et les professionnels du livre.

Au cœur de ce projet se trouvent Pilar Gutiérrez et Juan Carlos Restrepo, qui se sont rendu compte du manque d'un espace de publication pour de nouveaux auteurs qui n'étaient pas pris en compte par les grandes maisons d'édition. Cependant, afin de garantir la viabilité

du projet, ils ont dû construire un modèle économique hybride où les services éditoriaux financent en partie leur travail éditorial.⁶³

Selon l'étude du ministère de la Culture, les structures appartenant au marché du livre en Colombie se caractérisent par la diversification des activités économiques au-delà de l'édition de livres. Une grande partie des maisons d'édition sont aussi importateurs et commercialisateurs de livres, fonctionnement imbriqué qui répond à des stratégies de durabilité et viabilité économique, car il facilite l'investissement et le flux du capital. Ce fonctionnement, utilisé particulièrement par les grands groupes espagnols, qui doivent distribuer et vendre leurs fonds éditoriaux tout en générant du contenu propre, a été adopté aussi par les maisons d'édition indépendantes cherchant à diversifier leurs revenus et assurer leur survie dans un marché fragile.

Concernant leurs modes de fonctionnement, cette étude a conclu que 47,1 % des structures sont des maisons d'édition qui ne se consacrent qu'à l'édition, 17 % fonctionnent aussi en tant qu'importateurs, 15,5 % ont un point de vente propre, et 10 % importent et qui ont leur point de vente.⁶⁴ Il est intéressant de noter que par rapport à la production de titres, le groupe de maisons d'édition avec leur propre point de vente, même avec une participation faible de 15,5 %, concentrent 36 % de la production, alors que 50 % des ventes sont réalisées par les maisons d'édition qui importent et celles qui importent et ont leur propre point de vente, c'est-à-dire, les grands groupes étrangers.

Ces résultats mettent en avant l'importance pour les maisons d'édition, tant au niveau de la production qu'au niveau des ventes, d'avoir un point de vente propre dans un pays où le réseau de librairies est très faible. Ainsi, le renforcement du réseau de librairies dans le pays semble un enjeu non négligeable pour le soutien économique des éditeurs indépendants et, par conséquent, de la construction de la bibliodiversité. Cependant, dans un contexte où

⁶³ Otraparte. *Presentación Tragaluz Editores*. [en ligne]. (modifié le 29 avril 2010). Disponible sur : <https://www.otraparte.org/agenda-cultural/literatura/tragaluz-editores/> (consulté le 18/07/2022).

⁶⁴ Cámara Colombiana del Libro. Op. cit.

l'État ne semble pas se pencher particulièrement sur ce sujet, les maisons d'édition indépendantes, seules ou regroupées, créent des espaces de vente propres.

B. La construction d'un catalogue en tant que projet culturel...

Au-delà des modèles économiques, ces maisons d'édition indépendantes, avec des lignes éditoriales diversifiées, partagent la caractéristique d'avoir construit des catalogues avec des sujets ancrés dans la culture colombienne, ce qui leur a permis de se créer un lectorat et, ainsi, de trouver leur place, même si fragile, dans le marché du livre pour enfants.

Concernant la nationalité des auteurs, sur les 56 auteurs et illustrateurs des 41 titres réalisés, 34 sont colombiens (60 %), et les 22 restants sont originaires du Venezuela, du Chili, de l'Argentine, du Pérou et de l'Équateur. Une particularité de ces éditeurs par rapport aux filiales des grands groupes espagnols est que les premiers ont construit leurs catalogues locaux avec des auteurs et illustrateurs colombiens largement reconnus dans le milieu éditorial colombien et international, alors que les éditeurs indépendants publient une quantité plus importante d'auteurs et illustrateurs qui n'avaient pas été publiés auparavant.

Parmi les auteurs les plus connus, nous trouvons Dipacho, Jairo Buitrago, Rafael Yockteng, Juan Camilo Mayorga et Ivar Da Coll, mais nous trouvons aussi de nouveaux auteurs qui publient leurs premiers ouvrages comme c'est le cas des illustratrices Bibiana Rojas Gómez et Amalia Satizábal, et l'autrice Ana Maria Diaz. Ce point est important car l'homogénéisation de la production éditoriale passe aussi par la publication des mêmes auteurs, même s'ils sont latinoaméricains, sans laisser de la place aux nouvelles voix, car l'indépendance revendique la différence comme une composante essentielle de la culture⁶⁵.

En Colombie, si dans les années 2000 Babel était la seule maison d'édition indépendante publiant des livres ancrés dans la culture colombienne, dans les dix dernières années la bibliodiversité est passée de concept théorique à une réalité qui commence à

⁶⁵ VALENCIA, Margarita. *Op. cit.*

s'installer peu à peu dans le paysage éditorial. Ainsi, dans les catalogues de ces maisons d'édition, nous pouvons observer un effort pour mieux représenter les enfants colombiens et leurs environnements, comme c'est le cas du livre-album *Marimba sale de su casa* de Andy Mo, éditeur et illustrateur colombien, publié en 2018 par Albaricoque. Avec ce titre, l'auteur nous situe immédiatement dans les forêts colombiennes, avec le petit Marimba, prénom rappelant un instrument typique de l'Amérique latine, qui déambule entre animaux et jeux pour finalement trouver sa mère.

Ici, il est question de l'importance de la représentation et de sortir des stéréotypes qui uniformisent la littérature pour enfants, car la représentation permet aux enfants d'interpréter les découvertes du milieu physique et social de ses expériences en leur donnant un sens et des valeurs, et est donc un instrument de socialisation et communication⁶⁶.



Figure 17 : couverture de *Marimba sale de su casa* d'Andy Mo.⁶⁷

⁶⁶ CHOMBART DE LAUWE, Marie-Josée, FEUERHAHN, Nelly. La représentation sociale dans le domaine de l'enfance. *Les représentations sociales*. [en ligne]. 2003, p. 340-360. Disponible sur : <<https://www.cairn.info/les-representations-sociales--9782130537656-page-340.htm>> (consulté le 19/07/2022).

⁶⁷ <https://www.behance.net/gallery/65632381/Marimba-sale-de-su-casa>

Nous trouvons aussi le livre-album *Adiós* de Candelario Obeso et Juan Camilo Mayorga, publié en 2016 par Cataplum. Ce titre a remporté la bourse de la publication du livre illustré du ministère de la Culture et il a été inclus dans le catalogue The White Ravens de l'Internationale Jugendbibliothek. *Adiós* est un poème issu de la tradition orale colombienne, écrit par Candelario Obeso, précurseur de la poésie noire en Colombie, qui abordait dans son œuvre la vie quotidienne des hommes noirs en reprenant le langage familier des communautés afrocolombiennes de son époque (1849-1884). Dans son poème, il recrée la joie d'un personnage de la côte caraïbe colombienne qui, après une saison loin de sa terre natale, se prépare à revenir. Le livre a été adapté soigneusement du dialecte de la côte colombienne et le texte original est disponible à la fin du livre-album.

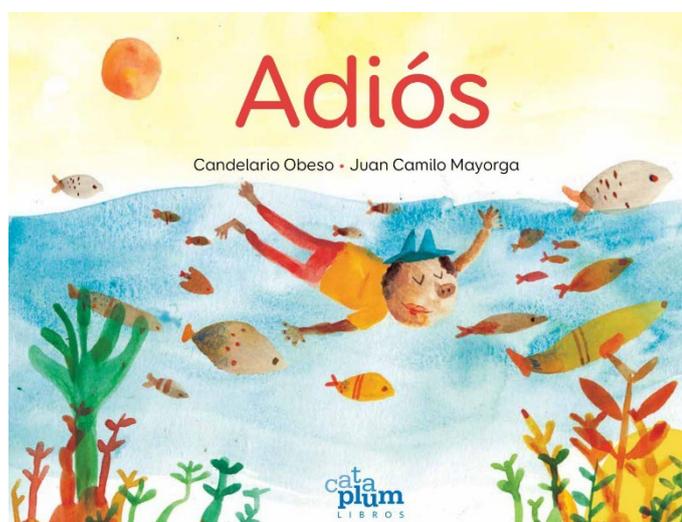


Figure 18 : couverture de *Adiós* de Candelario Obeso et Juan Camilo Mayorga.⁶⁸

Un autre exemple plus récent publié par la même maison d'édition est *Los Chimichimitos* de Mariana Massarani, illustratrice brésilienne. Ce livre-album, issu de la tradition orale du Venezuela, est une manifestation du patrimoine culturel des enfants latinoaméricains. Il reprend la légende de los chimichimitos, des lutins qui apparaissent en groupe pendant les nuits de pleine lune à la plage pour chanter et jouer. Les illustrations ont été pensées pour représenter les couleurs des Caraïbes, et nous pouvons observer les vêtements typiques des personnages de la culture caribéenne.

⁶⁸ Site web Cataplum.

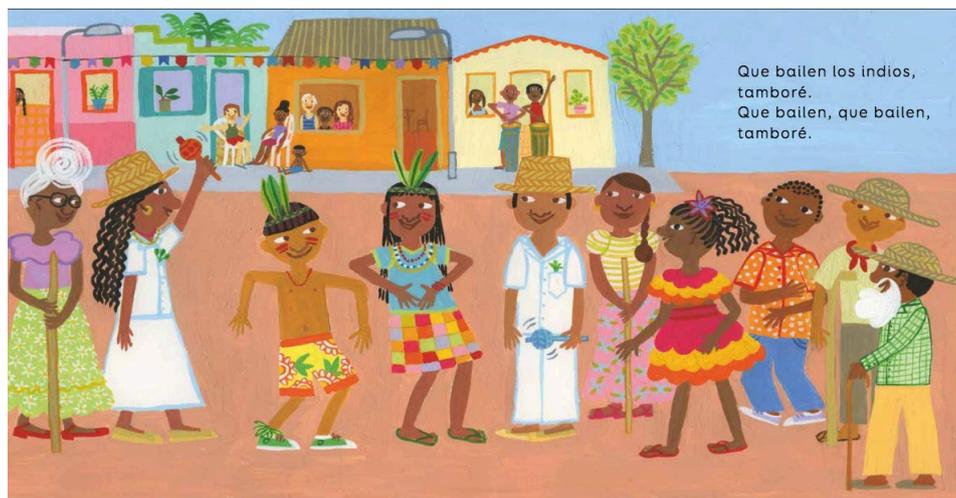


Figure 19 : pages intérieures de *Los chimichimitos* de Mariana Massarani.⁶⁹

Dans les mots de Maria Fernanda Paz, directrice de Cataplum, « *l'idée avec la création de la maison d'édition était de trouver des livres qui n'ont pas été pris en compte dans l'univers des enfants par les grands groupes de l'édition, mais dont on pense qu'ils fonctionnent, comme Adiós, toujours avec l'idée de la conservation de la tradition.* »⁷⁰ Ce livre, qui a été tiré à 3 000 exemplaires pour sa première impression, une prouesse pour les titres de l'édition indépendante, a été acheté trois fois par la bibliothèque Nationale de Colombie et pour les programmes scolaires, a été réimprimé quatre fois et est en attente de réimpression actuellement.

Ces trois titres sont un exemple concret de la vocation de l'éditeur indépendant dans sa double identité : producteur de culture et producteur de marchandise, car l'idée de l'édition indépendante est née en contrepois de la concentration de l'activité éditoriale et non pas de l'activité éditoriale comme activité commerciale.

⁶⁹ *Ibid.*

⁷⁰ Retranscription entretien avec Maria Fernanda Paz, directrice de Cataplum Libros. Annexe 2.

Avec cette idée en tête, Babel a créé en 2017 *Frontera Ilustrada*, collection pionnière dans les livres illustrés pour enfants dans le pays, car elle traite des sujets peu abordés, comme c'est le cas de *Los irlandeses* de Jairo Buitrago, l'un des auteurs du livre-album les plus célèbres de la Colombie, chercheur et professeur du master en littérature jeunesse de l'université Javeriana à Bogota. Ce livre, illustré par Santiago Guevara, aborde le sujet des guerres d'indépendance en Nueva Granada contre les militaires espagnols du point de vue d'un jeune soldat de la région qui se perd dans une lande, écosystème du centre de la Colombie, en traversant la Cordillera de los Andes.



Figure 20 : page intérieure de *Los irlandeses* de Jairo Buitrago.⁷¹

Ce livre, qui traite un sujet historique, a été fait timidement par Buitrago et Guevara, avec une recherche antérieure. Il a gagné une bourse de publication du ministère de la Culture et a été largement distribué dans le pays. Selon Buitrago, les maisons d'édition indépendantes sortent des livres plus variés et c'est sur ce point qu'elles se différencient des maisons d'édition traditionnelles, qui continuent à publier des livres de très haute qualité, mais guidés par ce qui fonctionne dans le marché. Pour lui, un atout de l'édition

⁷¹ Site web Behance.

indépendante est de ne s'accrocher à aucune conjoncture ni éventualité politique ou sociale, tout en gardant au cœur son projet éditorial.⁷²

C. ... avec la responsabilité sociale au cœur de leur métier

Selon la définition de la Déclaration internationale des éditeurs indépendants de 2014, l'éditeur indépendant, en tant qu'acteur clé de la bibliodiversité, participe au débat des idées, à l'émancipation et au développement de l'esprit critique de ses lecteurs. Ses contenus apportent un regard et une voix différente à celles de grands groupes, plus concentrés sur la productivité au niveau quantitatif de titres.⁷³ Le livre est un outil essentiel pour le développement de l'esprit critique et la formation des humains et, ainsi, il doit se pencher sur la mémoire collective et les savoirs des peuples.

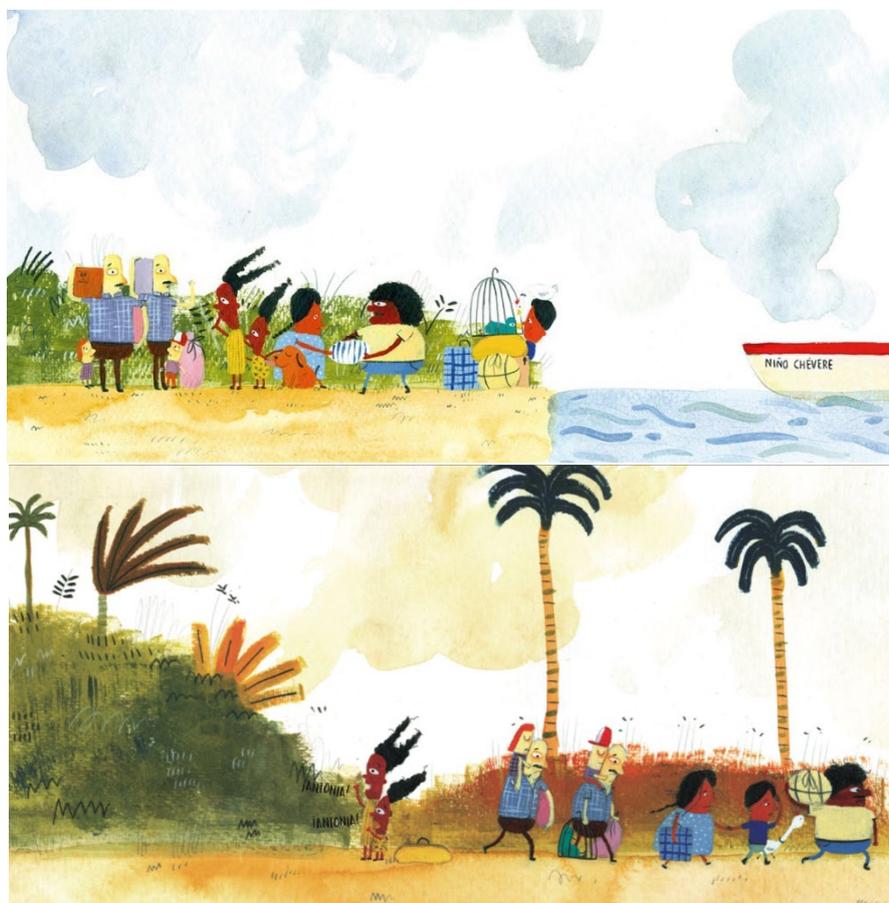
Dans le cas de l'édition jeunesse, l'offre des grands groupes, comme nous avons pu le voir, est plutôt centrée sur des sujets assez classiques de la littérature pour enfants, tels que l'amitié, la famille, l'acceptation de soi, les différences et la reconnaissance de soi. Cependant, pour ces éditeurs indépendants, les enfants doivent aussi être confrontés et, surtout, sensibilisés à la réalité et à l'histoire de leur pays, car elle encadre le contexte dans lequel ils grandissent. En effet, les catalogues de ces éditeurs indépendants se caractérisent non seulement la représentation de la culture latinoaméricaine, mais encore parce qu'ils traitent de sujets sociaux, peut-être considérés moins commercialisables.

La Colombie, parmi les pays de l'Amérique latine, a la particularité d'avoir vécu une guerre interne de soixante-ans qui, bien qu'elle ait trouvé sa fin en 2016 avec la signature du traité de paix, continue à impacter la vie de la société dans tous ses aspects. Cette particularité du contexte colombien est traité dans le livre-album *Antonia va al río* de

⁷² HUANG, Lina Marcela. Entrevista a Jairo Buitrago. *Literatura: teoría, historia, crítica*. [en ligne]. 2021, 23, no 2, p. 353-371. Disponible sur : <<http://www.scielo.org.co/pdf/lthc/v23n2/0123-5931-lthc-23-02-353.pdf>> (consulté le 9/08/2022).

⁷³ Alianza Internacional de Editores Independientes. *Declaración Internacional de Los Editores Independientes, Para Contribuir a La Defensa y Promoción de La Bibliodiversidad*. [en ligne]. Trama & Texturas. 2015, n° 27, p. 128-33. Disponible sur : <<http://www.jstor.org/stable/26156233>> (consulté le 01/02/2022).

Dipacho, publié en 2019 par Cataplum. Ce livre, à travers les couleurs et les illustrations, traite une des conséquences les plus dures de la guerre interne : le déplacement forcé, subi par plus de sept millions de Colombiens selon le dernier rapport de la Comisión de la verdad, publié en juin 2022⁷⁴. Antonia, une petite chienne, sa propriétaire, une petite fille, et sa famille doivent partir avec d'autres familles de leur village. Ils doivent traverser la forêt et trouver un nouveau lieu pour vivre, tout en se confrontant aux difficultés de migrer et se



déplacer.

Figure 21 : pages intérieures de *Antonia va al río* de Dipacho. ⁷⁵

Babel est une autre maison d'édition qui affirme que les livres pour enfants ne doivent pas être forcément rose, mais aussi bleu, et qu'ils peuvent traiter des sujets complexes. Dans son catalogue, nous trouvons le livre-album *Los ahogados* de Maria Teresa Andruetto, autrice

⁷⁴ Comisión de la Verdad. Informe final. [en ligne]. Disponible sur : <<https://www.comisiondelaverdad.co/>> (consulté le 16/08/2022).

⁷⁵ Source : site web Cataplum.

argentine, illustré par Daniel Rabanal. Ce livre-album, encadré dans l'Argentine de la dictature de José Félix Uriburu, traite la disparition forcée, sujet traversant l'histoire des pays de l'Amérique latine, en illustrant la vie d'un couple dans un cadre sombre qui découvre le destin des personnes s'opposant au régime.

L'Amérique latine comprend six des dix pays au monde avec le plus de disparitions forcées entre 1980 et 2020 selon le rapport de la ONU de 2021.⁷⁶ L'Argentine, le Guatemala, le Pérou, El Salvador, la Colombie et le Chili sont les pays qui ont subi cette forme de violence, réalisée par les groupes militaires et paramilitaires, surtout lors des dictatures, ce qui fait de cette violation des droits humains une partie de la mémoire collective des pays du continent.



Figure 22 : pages intérieures de *Los ahogados* de Maria Teresa Andruetto.⁷⁷

De la même maison d'édition, nous trouvons le livre-album *nuncaseolvida* de Alejandra Algorta, autrice, et Iván Rickenmann, illustrateur, nés dans la capitale de la Colombie, Bogotá. Ces auteurs nous racontent l'histoire de Fabio et de son père dans un récit complètement ancré dans l'actualité de la capitale : si le bus que le père de Fabio conduit entre dans le nouveau système de transport de Bogotá, Fabio ne pourra pas

⁷⁶ CONTRERAS-SALAZAR, Andrea. Desaparición forzada en América Latina. Amérique latine, 2021. Disponible sur : <[https://www.freiheit.org/es/latin-america/desaparicion-forzada-en-america-latina#:~:text=Am%C3%A9rica%20Latina%20engloba%206%20de,las%20Naciones%20Unidas%20\(ONU\)>](https://www.freiheit.org/es/latin-america/desaparicion-forzada-en-america-latina#:~:text=Am%C3%A9rica%20Latina%20engloba%206%20de,las%20Naciones%20Unidas%20(ONU)>)>. (consulté le 16/08/2022).

⁷⁷ MakeMake.com

l'accompagner à faire le travail d'encaisser le prix du trajet des utilisateurs lors de leurs voyages à travers la ville. C'est un sujet peu traité de survie dans une ville difficile,



accompagné des illustrations surprenantes et fidèles au visage contemporain de Bogotá.

Figure 23 : page intérieure de *nuncaseolvida* de Alejandra Algorta, autrice, et Iván Rickenmann.⁷⁸

Babel, Cataplum, Albaricoque, et les autres éditeurs indépendants du livre-album nous démontrent que tous les secteurs de l'édition ne sont pas accaparés par les grands groupes, et qu'il y a un espace dans l'édition pour ces nouveaux projets et pour la production de nouveaux titres sur des sujets qui ne sont pas traités par des maisons d'édition traditionnelles, mais extrêmement importants pour la formation des enfants et le développement de leur esprit critique, pour le renforcement des identités culturelles, de la mémoire collective, de la diffusion de la culture et du patrimoine. Sur ce point, Maria Fernadanda Pax conclut que « *l'édition en Amérique latine se trouve dans un moment passionnant car il y a chaque fois plus de titres intéressants, et que c'est le bon moment pour promouvoir les livres édités sur le continent afin de faire face à l'offre espagnole, qui dans sa majorité correspond à des traductions, et pas de très bonne qualité.* »⁷⁹

⁷⁸ Source : Revista Bacánika.

⁷⁹ Retranscription entretien avec Maria Fernanda Paz, directrice de Babel Libros. Annexe 2.

CHAPITRE 3

-

L'édition du livre-album en Colombie : enjeux et perspectives

I. Les enjeux de l'édition indépendante : s'adapter au contexte du pays

Si les éditeurs indépendants du secteur jeunesse mettent en place des stratégies économiques et éditoriales afin de se faire une place sur le marché éditorial colombien, ils font face aux obstacles propres au contexte actuel de l'industrie de l'édition en Amérique latine et aux caractéristiques particulières de la société colombienne. Le soutien de la bibliodiversité dans l'édition du livre-album passe par la compréhension des phénomènes sociologiques et du fonctionnement du marché colombien et, ainsi, l'enjeu pour ces éditeurs et de s'adapter à ces conditions.

Ici, il sera question d'analyser deux enjeux pour la construction de la bibliodiversité. Le premier est le faible taux de lecture de la population colombienne et, donc, l'enjeu de la construction d'un lectorat pour ces nouvelles maisons d'édition (A). Le deuxième, le cadre législatif et réglementaire de l'édition en Amérique latine et l'enjeu de la mise en place de politiques publiques qui soutiennent les éditeurs indépendants existants et la création de nouveaux projets éditoriaux qui contribuent à l'élargissement du marché (B), ce que nous étudierons à travers l'exemple de l'industrie de l'édition en Argentine (C).

A. Les Colombiens ne lisent-ils pas ?

En réfléchissant au développement de l'industrie de l'édition dans les pays de l'Amérique latine, le premier obstacle auquel on se confronte est le faible taux de lecture de sa population. Depuis des années, les efforts des états se concentrent donc sur la mise en place de politiques publiques et d'organismes qui promeuvent la lecture, surtout chez les enfants.

Afin d'étudier la pertinence et les impacts de ces politiques, diverses études sur les habitudes de lecture ont été menées dans la région, telles que l'étude réalisée en 2011 par le Cerlalc⁸⁰, organe intergouvernemental chargé de la promotion du livre en Amérique latine

⁸⁰ CERLALC. Comportamiento lector y hábitos de lectura. Una comparación de resultados en algunos países de América Latina. 2011, CERLALC, Bogotá. Disponible sur : https://cerlalc.org/wp-content/uploads/2016/08/33c91d_Comportamiento_Lector.pdf (consulté le 27/07/2022).

et les Caraïbes sous la direction de l'Unesco, qui a réalisé une étude comparative des habitudes de lecture de 11 pays de la région.

La première conclusion tirée de cette étude est le pourcentage élevé de non-lecteurs dans toute la région, avec la moitié de la population environ qui déclare de pas lire. En Colombie, le pourcentage de non-lecteurs est de 44 %, alors que dans un pays comme le Brésil, qui a l'économie la plus importante de la région, ce taux s'élève à 50 %. La raison évoquée par la plupart des participants est le manque du temps, ce qui témoigne sur des conditions de travail dans la région.

Au Brésil, 53 % de la population non-lectrice a déclaré de pas avoir de temps à consacrer à la lecture. En Colombie, 43 % a reporté ce même obstacle, et uniquement le 31 % des répondants dans ce pays ont déclaré lire dans leur temps libre, ce qui nous montre qu'en plus de ne pas avoir suffisamment de temps à consacrer aux loisirs, la lecture n'est pas un loisir de préférence pour les Colombiens. Dans la région, l'Argentine est le pays avec le taux de lecture le plus élevé (55 %), alors que le plus bas est le Mexique (27 %). En général, dans la région, les loisirs privilégiés sont ceux en rapport avec les médias audiovisuels.

Concernant le nombre de livres lus par habitant, la Colombie a le taux le plus faible, avec 2,2 par an, suivi par le Mexique, avec 2,9, alors que le Chili et l'Argentine sont les pays avec les taux les plus élevés, avec 5,4 et 4,6, respectivement. Ces chiffres sont assez représentatifs du développement de la lecture dans le pays latinoaméricains, surtout quand on dresse une comparaison avec les pays de l'Europe, comme l'Espagne, qui a un taux de 10,3 livres par habitant, et la France, avec en moyenne 21 livres lus par habitant en 2019.

Pour la Colombie en particulier, deux autres conclusions intéressantes sont le fait que seulement 32 % des enquêtés qui se déclarent comme des lecteurs achètent des livres, et parmi ces acheteurs, 45 % seulement vont en librairie, ce qui correspond au taux le plus faible de la région. D'autres études sur l'achat et de consommation de livres seront donc nécessaires pour comprendre les habitudes des Colombiens et les limitations qui les

empêchent l'accès aux publications et, ainsi, pouvoir mettre en place des actions pour contourner cette situation.

De plus, il est intéressant de constater que le critère le plus important pour acheter un livre est l'exigence académique pour 45 % des enquêtés, ce qui nous montre aussi le statut imposé de la lecture dans le pays et, par conséquent, l'importance de sensibiliser les habitants à la lecture comme loisir et activité de divertissement en dehors de l'école, car ce caractère officiel nuit à la circulation de titres qui ne sont pas dans les programmes éducatifs dans le secteur jeunesse.

Si ces résultats sont intéressants à analyser, des études qui classifient les lecteurs par tranches d'âge et par catégories socioprofessionnelles sont nécessaires pour dresser un bilan plus précis des habitudes de lecture. Ces informations constituent des éléments clés pour la construction de la bibliodiversité, car la disponibilité d'une offre diverse de titres passe par la formation d'un véritable lectorat prêt à exiger cette bibliodiversité et à la consommer. Ce lectorat ne correspond pas au lectorat récemment alphabétisé, avec des compétences de base, ce qui est le cas de la plupart de la population colombienne actuellement.

Selon Margarita Valencia, éditrice colombienne, dans le monde, les éditeurs indépendants se sont développés dans la mesure où ils ont compris que leur lectorat n'était pas un public anonyme, celui qui a soutenu l'industrie éditoriale du XX^e siècle. Pour elle, ce qui a permis à l'édition indépendante de trouver sa place est la création d'un lien entre un lecteur et un produit éditorial spécifique⁸¹. Une grande différence entre l'édition industrialisée et l'édition indépendante est que la première produit des titres standardisés adressés à un public anonyme, alors que la deuxième propose des publications qui ciblent groupes spécifiques de consommateurs, qui peuvent ou non se vendre massivement, mais ne sont pas en tout cas édités avec cet objectif.

⁸¹ VALENCIA, Margarita. *Op. cit.*

Ainsi, les éditeurs indépendants du livre-album devraient consacrer leurs efforts à la formation d'un lectorat, comme c'est notamment le cas de l'édition de bande dessinée dans le pays, où les maisons d'édition Rey Naranjo Editores et Editorial Robot ont démontré qu'il existe une niche des lecteurs de BD en Colombie et se sont mis à éditer des titres pour ce public, appuyés par des initiatives comme des festivals, des clubs de lecture et d'autres activités culturelles visant à former et élargir ce lectorat.⁸²

Pour ce qui est de l'édition du livre-album, nous trouvons notamment les exemples de Babel et Cataplum. Babel, avec sa manière particulière d'aborder des sujets ancrés dans la réalité du pays, a construit un public lecteur, appuyé dans le travail de sa librairie et sa bibliothèque. Pour Osorio, le lectorat que Babel a construit au long de deux décennies est composé majoritairement de personnes qui s'intéressent déjà aux livres, comme les professionnels de la littérature. Et, étant donné qu'ils se trouvent dans une zone de la ville caractérisée par une grande offre culturelle et la présence des diverses universités, il s'agit surtout d'un public académique.

« On trouve surtout des professeurs et des étudiants des universités, des illustrateurs, des écrivains, des professionnels de bibliothèques ; la famille "ordinaire et moyenne" n'est pas notre public. Les personnes qui ne sont pas proches des livres ont du mal à entrer dans notre librairie et à acheter nos livres. »⁸³

Cette spécialisation du lectorat nous montre que, malgré la réussite de cette maison d'édition à trouver un lectorat auquel s'adresser et ainsi trouver sa place sur le marché, l'élargissement de ce public continue à constituer un enjeu. Comme le souligne Bourdieu, dans les industries culturelles, nous trouvons le phénomène dans lequel la société des artistes devient son propre marché, et elles fonctionnent donc autour de la reconnaissance sociale. Les éditeurs indépendants en Colombie ont trouvé une niche de publication, mais, en même

⁸² VALENCIA, Margarita. *Op. cit.*

⁸³ Retranscription entretien avec Maria Osorio, directrice de Babel Libros. Annexe 1.

temps, cette niche les limite, surtout quand l'enjeu dans ces pays est l'accès au livre pour l'ensemble de l'enfance colombienne.

Sur ce point, Maria Fernanda Paz, directrice de Cataplum, met l'accent sur l'importance de s'adresser à un lectorat plus divers. Pour elle, l'enjeu est de construire une édition latinoaméricaine adressée aux enfants de la région.

« Je n'édite pas en pensant à l'idée de niche, je n'édite pas pour les enfants de hipsters à Bogotá, ou les enfants des parents de gauche. Je veux que chaque lecteur trouve un livre dans le fond de Cataplum. »⁸⁴

Bien que cette création d'un lectorat de niche permette aux éditeurs indépendants dans un premier temps de soutenir leur publication en s'adressant à un public spécifique, après leur implantation dans le marché, l'enjeu actuel pour eux est l'élargissement de ce lectorat, et la question qui se pose est comment toucher et former un public plus large qui peut s'intéresser à leurs publications.

Pour répondre à ces questions, et mettre en place des actions, le pourcentage élevé de non-lecteurs, la manque de temps pour lire, le manque de statut d'activité de loisir de la lecture et le faible accès aux livres devront être pris en compte pour renforcer les actions mises en place par les éditeurs indépendants au niveau individuel.

B. Le cadre législatif et les politiques publiques : le rôle essentiel de l'État

Les maisons d'édition indépendantes mettant en place des actions individuelles pour s'adapter au contexte de l'industrie de l'édition du pays, diverses mesures collectives devront être prises par l'État pour soutenir ces structures et, par conséquent, la bibliodiversité.

Les lois permettent de fixer les cadres législatifs généraux où les professionnels du secteur agissent, alors que les politiques publiques sont les actions concrètes et les plans de route pour mettre en place les interventions dans chaque secteur. Dans l'industrie de l'édition, elles accompagnent, complètent et permettent de renouveler les lois visant la

⁸⁴ Retranscription entretien avec Maria Fernanda Paz, directrice de Cataplum Libros. Annexe 2.

lecture et le livre. Les lois par elles-mêmes ne suffisent pas à la mise en place d'actions pour promouvoir l'écosystème du livre, et elles doivent donc être accompagnées par les politiques publiques.

En Colombie, la loi 98 de 1993, dite la loi du livre, promulguée même la création du ministère de la Culture en 1997, encadre l'industrie du livre. Elle vise à développer l'industrie éditoriale colombienne afin de positionner le pays comme un grand centre éditorial, et prévoit notamment l'exonération des droits de douane dans l'importation de matières premières comme le papier ; des tarifs spéciaux pour l'exportation de livres, et la création du Salon du livre de Bogotá, auquel elle donne un statut d'évènement culturel d'intérêt national.

En Colombie, les lois se classifient selon leur hiérarchie et fonction. Par rapport à la hiérarchie, il existe des normes constitutionnelles qui régulent l'identité, la diversité, le patrimoine et l'accès à la culture, et il existe les normes légales qui développent les dispositions constitutionnelles pour leur mise en place par les acteurs, parmi lesquelles se trouve la loi du livre. En fin, il y a des normes administratives, promulguées par les maires et les gouverneurs, qui peuvent être soit restrictives et de protection, soit de promotion. Ainsi, la loi du livre constitue une loi de promotion des industries culturelles.⁸⁵

Bien que la loi du livre ait été promulguée afin de stimuler la production de tout type de livres et de la lecture, jusqu'à présent, la Colombie est loin d'atteindre cet objectif. Encore plus, dans ces dernières années, malgré la naissance de nouvelles maisons d'édition indépendantes qui fonctionnent avec leurs propres logiques, nous avons assisté à la fermeture ou à l'achat des grands noms de l'édition colombienne, comme c'est le cas de Norma et de Carvajal Ediciones.

Sur ce point, un problème identifié par les professionnels du livre est la difficulté de mettre en place cette loi, qui ne se concentre que sur la production des publications, et qui

⁸⁵ GONZALEZ-VÉLEZ, Estefania. Un recorrido por tres leyes de fomento a las industrias culturales en Colombia. *Revista Le Bret*. [en ligne]. 2014, 6, p. 235-255. Disponible sur: <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5983201.pdf>> (consulté le 19/05/2022).

met de côté l'autre partie de la chaîne du livre, celle des lecteurs. De plus, ils ont remarqué que cette loi ne protège pas le marché local face aux grands groupes étrangers. Cette loi se concentre uniquement sur l'augmentation de la production de titres, sans prendre en compte que, dans le pays, acheter des livres est une pratique compliquée à cause des prix et les conditions d'accès. Au-delà des trois grandes villes, Bogotá, Medellín et Cali, il n'y a presque pas d'offre de librairies et de bibliothèques, et même dans ces grandes villes, le réseau de librairies est assez faible.

D'ailleurs, selon les chiffres du dernier rapport de la Cámara Colombiana del Libro, publié en 2011, l'industrie éditoriale est en déclin. Les emplois ont diminué de 5 599 à 4 763, et les exportations ont diminué également en termes de chiffre d'affaires, de 184 millions à 102 millions de dollars, alors que les importations ont augmenté de 73 millions à 76 millions de dollars. Si cette situation ne peut pas être attribuée seulement à la loi du livre, il est important de noter que, malgré ces régressions, des modifications n'ont pas été envisagées afin d'adapter la loi aux nouvelles dynamiques du secteur, surtout en prenant en compte que c'est la seule norme au niveau législative visant la promotion et la démocratisation du livre dans le pays.⁸⁶

Les éditeurs indépendants se sont créés une place dans le secteur éditorial. Ils ont compris les nouvelles logiques de consommation qui s'étendent aux autres industries culturelles et, au milieu de ce panorama de crise de l'industrie éditoriale colombienne, elles rencontrent du succès dans leurs niches. Malgré leur importance pour le développement de l'industrie éditoriale colombienne, elles ne sont pas prises en compte par la législation, même si les éditeurs travaillent étroitement avec le ministère de la Culture.

Ainsi, pour continuer à soutenir la biodiversité, il est essentiel de comprendre les changements du secteur éditorial de ces dernières décennies afin d'actualiser le cadre réglementaire au profit d'une législation adaptée au soutien des maisons d'édition

⁸⁶ GONZALEZ-VÉLEZ, Estefania. *Op. cit.*

indépendantes, au lieu de se contenter de privilégier une nationalisation des maisons d'édition étrangères. Cette loi, comme elle a été conçue, ne répond pas non plus aux besoins des lecteurs et aux nouveaux acteurs du secteur.

Concernant les politiques publiques, le ministère de l'Éducation a créé le Plan Nacional de Lectura y Escritura en 2011 afin de mettre en place des actions pour promouvoir la lecture et l'écriture chez les enfants et les adolescents. Cette politique publique se dirige vers l'autre côté de la chaîne éditoriale, celui des lecteurs, mais ne se concentre que sur la promotion de la lecture chez les plus jeunes.

Ce plan envisage cinq axes stratégiques : l'accès à la production éditoriale et aux matériaux de lecture et d'écriture, visant à fournir les bibliothèques et les écoles publiques avec une liste de titres sélectionnés par le ministère ; l'accompagnement technique aux institutions éducatives dans chaque région du pays pour qu'ils mettent en place des actions innovantes ; la formation des médiateurs de lecture et d'écriture ; la mise en place des actions au-delà de l'école, comme des clubs de lecture et des concours d'écriture ; et, enfin, le suivi et l'évaluation des actions mises en place.

Si, selon une étude menée par l'alliance des éditeurs indépendants, ce plan est considéré par les acteurs de la chaîne du livre comme une politique efficace, elle doit être constamment adaptée aux nouvelles réalités et étendue pour accompagner la promotion de la lecture chez d'autres secteurs de la population.⁸⁷ L'enjeu est donc l'adaptation des lois et politiques publiques, qui sont des outils fondamentaux pour soutenir et promouvoir l'industrie éditoriale, en étendant sa portée à toutes les régions du pays et tous les groupes de la population, et en comprenant qu'elles doivent fournir les outils aux différents acteurs de la chaîne éditoriale pour développer leurs pratiques.

⁸⁷ FERNÁNDEZ-VERGARA, Andrés. *Leyes políticas públicas, instituciones y dispositivos de fomento del libro y la lectura en Latinoamérica*. Chile: Alianza internacional de editores independientes, 2017. Disponible sur : <https://www.alliance-editores.org/IMG/pdf/leyes_politicas_publicas_fomento_del_libro_latinoamerica_sept._2019.pdf> (consulté le 01/08/2022).

Cette nécessité a été revendiquée depuis des années par les éditeurs indépendants, notamment dans la Déclaration internationale de 2014, dans laquelle ils font appel aux gouvernements des pays où les politiques nationales du livre sont faibles, pour encourager la mise en place des politiques favorables au développement culturel et à la démocratisation du livre et de la lecture, qui doivent prendre en compte toute la société civile.

Si des politiques publiques qui ciblent les lecteurs, comme le Plan national de lecture et les actions de Fundalectura, ont eu des avancées au niveau d'accès aux livres pour les enfants, les maisons d'édition indépendantes restent peu prises en compte par ces politiques publiques, au-delà des bourses à la création de livres du ministère de la Culture.

De côté de la loi, dans le pays, il n'existe pas de lois de régulation du marché, par exemple, une loi qui régule le prix du livre, ce qui pourrait être une mesure visant à appuyer les éditeurs et les libraires indépendants, ou qui régule les remises des grands éditeurs et des grandes surfaces qui proposent la vente des livres. Sur ce point, en 2020, le Cerlalc a convoqué une réunion pour discuter le projet de loi élaboré par le ministère de la Culture visant à fixer le prix unique du livre afin de garantir sa libre circulation et promouvoir la lecture en Colombie. Cependant, les discussions n'ont pas avancé depuis cette date, et le projet de loi continue à être rédigé et socialisé par le Cerlalc et la Cámara del Libro.

C. Le cas de l'édition en Argentine, un exemple pour la région

Tous les pays de l'Amérique latine se caractérisent par une industrie éditoriale locale en voie de développement, avec une forte dominance étrangère. Cependant, parmi ces pays, la situation du marché du livre en Argentine se démarque du reste de la région. Selon le Cerlalc, il est à la tête de la production éditoriale dans la région avec 6,2 titres par habitant, suivi par le Brésil avec 3,9, la Colombie avec 3,7 et le Mexique avec 2,2. L'Argentine a un nombre important de maisons d'édition, de librairies et de bibliothèques, et une diversité de

thématiques et genres publiés, ce qui situe le pays comme un phénomène dans l'industrie de l'édition de l'Amérique latine.⁸⁸

Selon la thèse de Hamawi sur la bibliodiversité dans ce pays, trois facteurs sont à la base de l'actualité favorable de l'édition en Argentine : les politiques publiques et le cadre législatif, l'expansion de l'économie et la distribution progressive des revenus.⁸⁹ Si les deux dernières sont fortement liées au développement économique du pays, qui sort du cadre d'analyse de ce travail de recherche, nous pouvons analyser le premier.

L'Argentine a deux lois encadrant le marché du livre. La loi du livre visant à promouvoir l'activité éditoriale, la création et les auteurs, la production et la commercialisation du livre dans tous ses formats, ainsi que la formation des lecteurs au travers l'accès et la démocratisation du livre, promulguée en 2011, exonère notamment le paiement des impôts pour la production et la commercialisation de livres, l'exportation et l'importation de livres, et les outils techniques, services et matériaux primaires pour fabriquer les livres. La deuxième est la loi de défense de l'activité de la librairie (*Ley de Defensa de la Actividad Librera*), qui encadre règlementairement la commercialisation du livre, et qui fixe notamment le prix unique du livre, ainsi que des frais de port préférentiels pour les librairies. Cette dernière place ce pays comme le seul de l'Amérique latine à mettre en place des mesures régulatrices de ce type.

Concernant d'autres pays de la région, l'Uruguay, depuis 1987, a une loi du livre qui réglemente le marché de l'édition, notamment grâce à l'exonération de la TVA pour la vente et l'importation des publications, et aux crédits bancaires adressés aux éditeurs et libraires. Au Pérou, bien qu'il existe une loi visant à la démocratisation du livre, les professionnels du livre remarquent que l'organisme créé pour sa mise en place n'est pas encore en fonctionnement, et que cette loi ne présente pas de stratégie claire pour promouvoir la

⁸⁸ HAMAWI, Jacobo Rodolfo. *La bibliodiversidad en Argentina, un análisis desde la perspectiva de la economía política*. Mémoire de Master en Industries Culturelles : politiques et gestion. Argentina : Universidad Nacional de Quilmes, 2020, 187 p.

⁸⁹ HAMAWI, Jacobo Rodolfo. *Op. cit.*

lecture et le livre. C'est le même cas des pays comme la Bolivie, le Mexique, et le Costa Rica, où les lois ne sont pas de facile application et, par conséquent, elles n'atteignent pas les objectifs visés.

Pour ce qui est des politiques publiques, en Argentine nous trouvons le Plan national de lecture. Ce plan vise à former un public lecteur, à approvisionner les bibliothèques et soutenir la lecture dans les écoles. De plus, ils mettent en place des achats publiques et des programmes de soutien aux bibliothèques régionales et départementales. Ce qui est particulier, c'est que les politiques publiques dans ce pays visent à soutenir tous les maillons de la chaîne du livre, en ciblant aussi les éditeurs et libraires indépendants.

Les autres pays de la région se caractérisent par des politiques publiques qui ne se basent que sur l'achat public des livres pour les bibliothèques et les écoles publiques. De plus, ces achats sont très concentrés sur la production des grands groupes et sur les livres importés, ce qui est le cas de la Colombie, le Chili et le Mexique. Bien qu'ils soient un moteur important pour le secteur du livre dans l'actualité, la difficulté relevée par les professionnels du livre est la concentration économique des structures qui se bénéficient de ces mécanismes.⁹⁰

Ainsi, à l'instar de l'Argentine, les politiques publiques doivent donc se concentrer dans le reste de la région sur le soutien de la production nationale afin de faire face à la déconcentration économique du marché de l'édition et au soutien de tous les maillons de la chaîne du livre, et non pas seulement au côté de la production ou de la promotion de la lecture dans les écoles.

II. Vers la construction d'un espace du livre latinoaméricain

Après avoir réalisé un bilan de l'histoire et l'état de l'industrie de l'édition en Colombie et, plus spécifiquement, de l'édition du livre-album ; d'analyser les stratégies éditoriales, économiques, culturelles et éditoriales mises en place par les maisons d'édition locales et

⁹⁰ FERNÁNDEZ-VERGARA, Andrés. *Op. cit.*

étrangères qui conforment le marché ; et d'étudier les enjeux actuels de l'édition en Colombie et en Amérique latine plus largement, il convient, finalement, de nous pencher sur les perspectives de l'édition du livre-album dans le pays.

Dans cet objectif, nous allons voir l'importance pour les éditeurs indépendants de créer un espace du livre latinoaméricain, notamment à travers la création d'un réseau de distribution dans la région (A), des projets éditoriaux avec de nouvelles voix qui apportent un nouveau regard et de nouveaux traitements de sujets, adressés aux enfants latinoaméricains (B), et à travers la formation et la professionnalisation des métiers du livre (C).

A. La création d'un réseau de distribution dans la région, un enjeu pour l'accès aux livres

En relation avec le livre, trois variables sont nécessaires pour définir le niveau souhaité de diversité : la quantité, la variété et l'accessibilité équitable. Le premier critère est la quantité de titres produits, de différents genres et thématiques, not nécessairement ciblés pour un public massif. Le deuxième est la variété, c'est-à-dire, l'ensemble d'approches, perspectives et esthétiques qui peuvent rompre avec l'uniformité du marché et, finalement, le troisième est que ces titres variés soient accessibles dans tout le territoire d'une manière équilibrée grâce à un réseau de librairies et bibliothèques bien distribuées.

Les pays d'Amérique latine en général sont marqués par un réseau de distribution et de vente lacunaires, surtout en dehors des centres urbains, mais aussi entre pays, ce qui renforce la position dominante des éditeurs étrangers, car les marchés du livre dans le continent sont imparfaitement développés et fragiles en comparaison aux structures éditoriales de l'Europe. En termes de chiffre d'affaires, l'édition brésilienne est la plus puissante, car c'est un pays de 190 millions d'habitants, avec environ 1,1 milliard d'euros en 2007 ; suivi par l'édition mexicaine avec 462 millions d'euros, et l'édition argentine avec 230 millions d'euros.

Cette faiblesse dans la distribution a été relevée par les éditeurs indépendants de la région, et dès la fin des années 1990, la période de regroupement d'éditeurs indépendants commence afin de commencer à construire un espace du livre latinoaméricain, où un élément

clé est la mise en place d'un réseau de distribution pour toute la région. En effet, la première grande rencontre d'éditeurs indépendants a été réalisée en 2000 au Salon du livre ibéro-américain.

Ce phénomène de regroupement s'est reproduit dans chaque pays : en 2004, au Mexique, se conforme l'Alliance des éditeurs mexicains indépendants ; en Argentine, se crée l'Alliance des éditeurs indépendants argentins pour la bibliodiversité ; au Pérou, l'Alliance péruvienne des éditeurs indépendants, universitaire et autonomes, et, en Colombie, le Réseau des éditeurs colombiens indépendants. Finalement, les éditeurs latinoaméricains ont créé en 2002 l'Alliance des éditeurs indépendants, dont le siège se situe à Paris. Cette organisation célèbre depuis 2010 le « jour de la bibliodiversité » ou « Día B » à travers le continent, dans un effort de privilégier la position du Sud, et la distribution de livres du Sud au Nord, afin de contourner la situation actuelle.

En Colombie, les éditeurs indépendants qui sont présents depuis quelques années dans le marché ont créé la *Red de Editoriales Independientes Colombiana* (REIC), conformée par 13 maisons d'éditions, alors que les éditeurs les plus jeunes se sont rassemblés pour créer la Route de l'indépendance. Ces organisations leur permettent de soutenir leurs projets et d'être présents autant que possible dans le pays de la région. En fait, les maisons d'édition indépendantes ont compris que le fait de s'associer et unir leurs efforts leur permet de contourner les défis de la concentration dans le marché du livre.

Si ce regroupement des éditeurs indépendants colombiens contribue à placer le pays comme l'un de deux pays bénéficiaires des échanges commerciaux dans l'Amérique latine et les Caraïbes, avec le Mexique, en regroupant plus de 66 % des exportations latinoaméricaines, ce sont les grosses entreprises de distribution celles qui profitent le plus de ces exportations. Pour la plupart des éditeurs, un espace du livre latinoaméricain, soutenu par un réseau propre de distribution, reste un rêve.

Pour ce faire, renforcer la distribution dans chaque pays est primordiale. Le canal des structures autonomes de diffusion/distribution en Colombie ne correspond qu'à 25,4 % du marché, alors qu'il y a des pays comme le Panama qui n'ont aucun distributeur de livres⁹¹. Les structures en activité sont les gros éditeurs-importateurs qui diffusent leur fonds et celui des éditeurs étrangers. Un point important pour ces éditeurs, cherchant à faire de leur activité culturelle une activité aussi viable et fiable économiquement, est le développement d'une distribution qui permet d'enlever le poids économique des achats publics, qui sont à la hauteur du 40 % de la production au Brésil et de plus de 30 % au Mexique.⁹²

En Colombie, le réseau de librairies est de 0,67 entreprises par chaque 100 000 habitants, grands magasins inclus. La librairie représente 25 à 30 % des ventes directes de livres, mais la librairie indépendante, qui se concentre dans cinq villes, ne représente que 17 % du marché.⁹³ Cet état précaire de la distribution est cause et conséquence de l'étroitesse du marché éditorial dans le pays, et de l'incapacité de l'État d'intervenir et de soutenir la librairie indépendante par le biais des politiques publiques comme celles mises en place par l'Argentine.

Dans l'actualité, nous ne trouvons pas de données sur l'état de la distribution et les points de vente de livres dans le pays ni des études sur l'univers total des libraires en Amérique latine, qui permettent d'analyser leurs caractéristiques, telles que le nombre de titres vendus, leur surface et les services qu'elles offrent, études nécessaires afin de comprendre les habitudes d'achat et les moyens d'accès aux livres, dans l'objectif de créer ce réseau de distribution et de commercialisation dans la région.

Dans le cas de l'édition jeunesse, selon Maria Osorio, malgré le travail en réseau des éditeurs indépendants cherchant à visibiliser leur travail, un soutien public est nécessaire afin d'élargir les petits réseaux conformés par ce regroupement. Ce soutien public doit passer

⁹¹ PINHAS, Luc. *Op. cit.*

⁹² *Ibid.*

⁹³ VALENCIA, Margarita. *Op. cit.*

par la mise en place d'un cadre réglementaire sur les impôts et les exportations unifié vu que, ajouté à la problématique de la largeur géographique du territoire, les différences entre les cadres réglementaires de chaque pays causent que la circulation de livres dans la région ait des coûts trop élevés. Si la solution mise en place dans l'actualité pour faire face au manque d'accès à la production latinoaméricaine est la réédition des éditeurs indépendants entre eux, cela ne peut pas se faire avec la totalité de la production et, par conséquent, une distribution dans toute la région est nécessaire.⁹⁴

B. Éditer la réalité et la mémoire latinoaméricaines, un vide du marché à combler

Comme l'affirme Margarita Valencia, l'éditeur indépendant doit être un lecteur. En tant que lecteur, il doit lire non seulement des textes imprimés ou numériques, mais il doit lire des contextes, et des réalités historiques et politiques dans lesquels il exerce son travail. La lecture est un procès culturellement et historiquement situé. Ainsi, pour Maria Osorio, éditer la réalité est au cœur du projet éditorial de Babel.

« Babel est un projet touché énormément et sensiblement par la réalité. On n'est pas capables d'éditer de la littérature fantastique ou des histoires qui ne touchent pas notre réalité. Pour moi, la réalité est extrêmement importante, ce qui se passe actuellement, ce qui se passe autour de nous, il faut le partager, il faut le faire connaître, alors c'est en gros le projet de Babel. Les livres pour entretenir, ce n'est pas notre idée. »⁹⁵

Ce projet donne continuité en Colombie à ce qu'Ekaré fait depuis 1978 au Venezuela, en développant une ligne éditoriale qui n'était pas présente dans le marché : une ligne éditoriale fondée autour de la conservation de la culture latinoaméricaine, autant à travers les textes qu'à travers les illustrations. Depuis cette époque-là, Carmen Diana Dearden y Verónica Uribe, les deux créatrices de cette maison d'édition, ont identifié le besoin de recréer dans leurs livres une réalité absente des livres pour enfants dans le continent. La population

⁹⁴ Liberoamérica. Entrevista a María Osorio, Babel Libros. [en ligne]. (mis à jour le 27 novembre 2017). Disponible sur : <<https://liberoamericamag.com/2017/11/27/entrevista-a-maria-osorio-babel-libros/>> (consulté le 16/08/2022).

⁹⁵ Retranscription entretien avec Maria Osorio, directrice de Babel Libros. Annexe 1.

métisse, les populations longtemps marginalisées, les paysages tropicaux, les paysages urbains sont des sujets et décors abordés depuis des décennies par Ekaré.

Ekaré a été nommé d'après le mot de la langue de l'ethnie Pemón, qui habite dans le sud-est du Venezuela, et qui signifie *nouvelle ou vraie narration*, et dans un contexte plus large, *histoire ou conte*. Le projet de cette maison d'édition est donc d'offrir aux enfants des livres significatifs, issus de la culture vénézuélienne et latinoaméricaine. Actuellement, c'est la maison d'édition la plus importante du livre-album latinoaméricaine, avec des filiales à Caracas, à Santiago au Chili et à Barcelone en Espagne, où elle publie des livres en catalan.

El rabipelado burlado, premier titre de cette maison d'édition, publié en 1987, est une adaptation au format livre-album d'un conte issu de la tradition orale de l'ethnie Pemón. Cet album a inauguré la collection *Narraciones indígenas*, collection emblématique de cet éditeur. Le succès de cette maison d'édition, exemple pour les éditeurs indépendants du livre-album de la région, est attribué au fait qu'elle a comblé un vide dans l'offre de livres de qualité pour enfants, édités et conçus en Amérique latine, ce qui leur a permis d'atteindre la reconnaissance non seulement des spécialistes et du public de la région, mais encore à l'étranger.

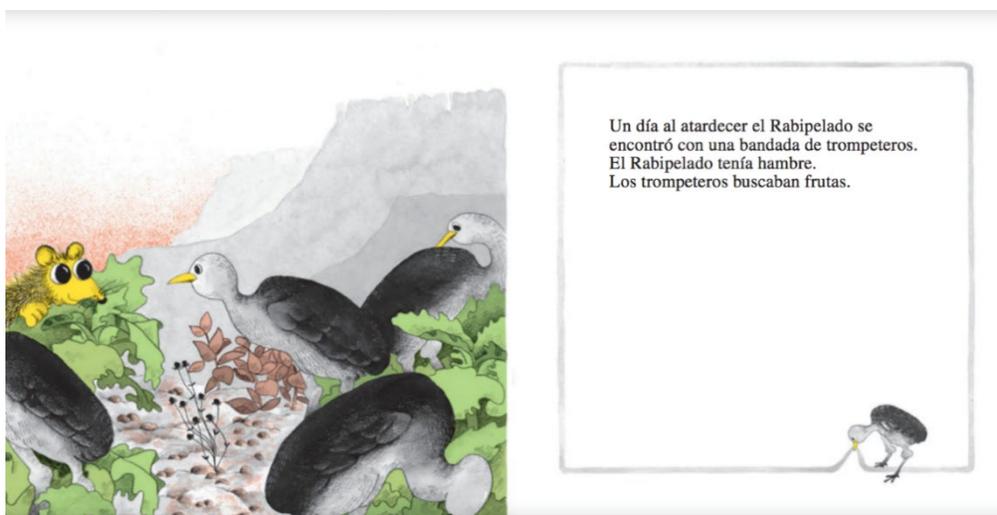


Figure 24 : pages intérieures de *El rabipelado burlado*.⁹⁶

⁹⁶ Site web Ekaré.

La calle es libre, publié en 1981 dans la collection *Así vivimos*, est une histoire des enfants latinoaméricains qui habitent dans un quartier de Caracas, capitale du Venezuela. Dans leur quartier, ils n'ont pas de place pour jouer et donc ils trouvent la manière de construire un parc. Ce livre, qui a gagné plusieurs prix locaux et étrangers, est l'un des livres vénézuéliens le plus traduits de l'histoire.

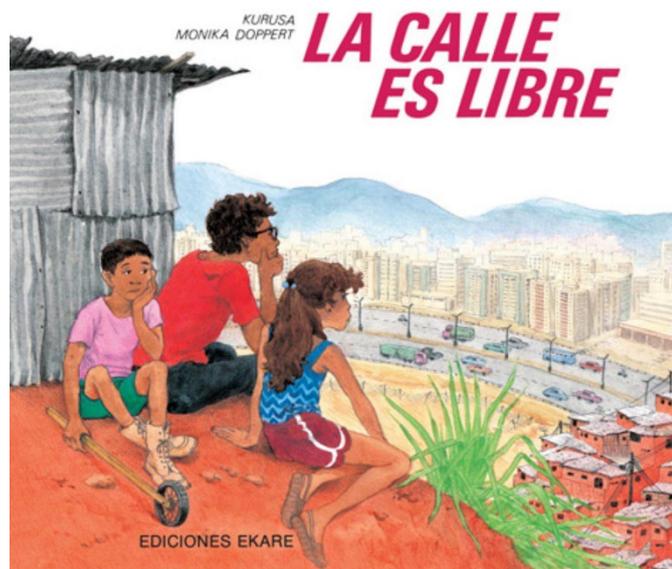


Figure 25 : couverture de *La calle es libre*.⁹⁷

Avec plus de quatre-cents titres publiés et traduits dans plus de quinze langues, parmi lesquelles l'allemand, le chinois, le français, l'anglais et le japonais, Ekaré est la preuve que, depuis des années, il existe un lectorat intéressé par des livres-album de qualité traitant la réalité et la culture latinoaméricaines.

Un autre exemple notable du besoin d'une édition latinoaméricaine est le succès de la série de livres-album *Chigüiro* d'Ivar Da Coll, illustrateur colombien, édité par Silvia Castrillón chez Norma, et acheté par Babel. Sous la direction de Castrillón, Da Coll a créé Chigüiro, un animal typique de la faune latinoaméricaine, personnage principal d'une série d'histoires racontées en illustrations et ambiancées dans les paysages de la Colombie. C'était

⁹⁷ Site web Ekaré.

l'une des premières collections de livres-album entièrement colombiennes, et c'était une idée pionnière dans la région.

Le capybara, ou *chigüiro* en espagnol, est un animal latinoaméricain qui habite surtout au Venezuela, au Panamá, en Colombie, en Argentine et au Brésil. C'est le plus grand rongeur du monde, menacée d'extinction à cause de la chasse pour la consommation de sa viande et la destruction de son habitat. L'idée de présenter cet animal aux enfants était de les sensibiliser à l'existence de ce rongeur, peu connu dans la plupart des régions de la Colombie. Véritable livre-album, Da Coll situe les illustrations comme l'élément prépondérant de la narration, ce qui ne se faisait pas couramment à cette époque-là.

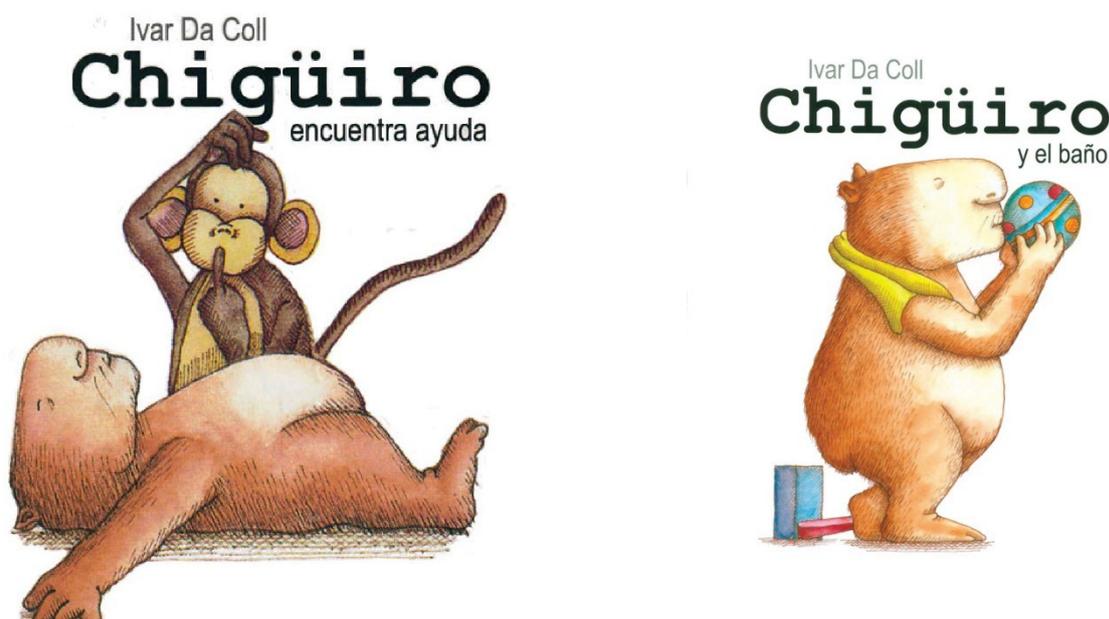


Figure 26 : couvertures de *Chigüiro encuentra ayuda* et *Chigüiro y el baño*.⁹⁸

Finalement, nous avons l'exemple de Cataplum, qui en moins de dix ans est devenue une maison d'édition de référence du livre-album non seulement en Colombie, mais encore dans le reste de la région, car elle a une présence importante dans presque tous les pays de l'Amérique latine. Comme nous l'avons pu voir, cette maison d'édition indépendante a fondé son projet éditorial autour de la tradition orale colombienne et, plus largement, de

⁹⁸ Tornamesa.co

l'Amérique latine, ce qui lui a permis de positionner ses titres dans les achats publics et dans les concours pour les bourses du ministère en Colombie.

L'offre de cette maison d'édition se concentre sur les enfants latinoaméricains et ses livres sont distribués en Argentine, au Chili, au Pérou, au Mexique, et même aux États-Unis, où il y a une large communauté hispanophone. D'après Maria Fernanda Paz, « *nos livres sont très bien reçus en Amérique latine, et c'est l'un de nos piliers, que les livres circulent en Amérique latine, pour les enfants d'Amérique latine, car les enfants qu'on a dans la tête sont les enfants latinoaméricains.* »⁹⁹ Ce sont des livres qui ont un sens en Amérique latine et qui comblent un vide dans l'offre actuel du marché.

Les exemples de ces maisons d'édition indépendantes, des pionnières dans la région, nous montrent la voie à suivre et les perspectives pour l'édition du livre-album en Amérique latine. Ces éditeurs se sont aperçus d'un vide dans le marché qui n'est pas comblé par les maisons d'édition étrangères, car même si elles ont créé des catalogues qui réunissent le plus représentatif de la littérature locale de chaque pays où elles se sont implantées, en tant que structures commerciales et étrangères, elles n'ont pas le même regard sur la culture, la mémoire collective et l'enfance locale.

Ainsi, la réflexion sur des sujets et des traitements de sujets qui soient significatifs pour les enfants latinoaméricains, sans oublier qu'on ne participe qu'à la formation des lecteurs, mais des humains avant tout, est une démarche nécessaire pour les éditeurs jeunesse en général, et pour les éditeurs du livre-album en particulier, un genre adressé souvent aux premiers lecteurs. Si ces initiatives sont peu nombreuses, elles sont représentatives pour le développement de la bibliodiversité du paysage de l'édition du livre-album et constituent un exemple pour les futurs éditeurs intéressés à se lancer sur le marché.

⁹⁹ Retranscription entretien avec Maria Fernanda Paz, directrice de Cataplum Libros. Annexe 1.

C. La professionnalisation pour soutenir l'édition indépendante

Selon l'étude de la Cámara Colombiana del Libro sur l'industrie de l'édition, les maisons d'édition indépendantes requièrent un grand nombre de professionnels spécialisés dans le domaine technique éditorial, car, d'après les résultats de sa recherche, les éditeurs indépendants accordent une plus grande importance au travail technique de chaque livre. Pourtant, en Colombie il n'existe que deux formations adressées aux futurs professionnels de l'édition : le master en édition de l'Instituto Caro y Cuervo à Bogotá et le diplôme universitaire en édition de l'université de Antioquia à Medellin.

Sur ce point, dans un document réalisé par la Cámara Colombiana del Libro qui recense les opinions des professionnels chaque maillon de la chaîne du livre afin de donner suite aux études sur l'industrie de l'édition, ils ont trouvé que, pour les éditeurs, malgré l'importance de ces diplômes, ils ont un écart assez important entre la formation théorique et l'acquisition des compétences pratiques, la formation proposée n'étant pas intégrale.¹⁰⁰ Dans le cas du master de l'Instituto Caro y Cuervo, presque tout le programme est consacré à la recherche, et les stages et les cours pratiques penchés sur l'acquisition des compétences techniques ne sont pas envisagés dans le programme.

D'après les participants, même si la Cámara de Comercio de Bogotá offre des formations en gestion d'entreprises pour les éditeurs, la création d'autres programmes de formation intégrale adressés aux éditeurs est nécessaire, et ces programmes doivent s'articuler à la formation des autres professionnels de la chaîne éditoriale, comme les auteurs et les libraires, car, en ce moment, un décalage entre le contenu des programmes universitaires et les compétences requises des professionnels de l'édition est identifié.

¹⁰⁰ Ministerio de la Cultura. Diagnóstico y propuestas para el fortalecimiento del ecosistema del libro en Colombia. [en ligne]. Bogotá D.C. : Ministerio de la Cultura, 2016, 18 p. Disponible sur : <<https://camlibro.com.co/wp-content/uploads/2017/10/DIAGNO%CC%81STICO-Y-PROPUESTAS-PARA-EL-FORTELECIMIENTO-DEL-ECOSISTEMA-DEL-LIBRO-EN-COLOMBIA.pdf>> (consulté le 19/05/2022).

Selon Maria Fernanda Paz, directrice de Cataplum, qui travaille dans le secteur de l'édition jeunesse depuis vingt ans, en plus du manque des formations universitaires pour les futurs éditeurs, il y a un autre phénomène qui entrave la formation des professionnels en édition :

« En Colombie, on fait beaucoup d'efforts en ce moment pour faire face à la concentration espagnole, mais il nous manque de formation dans les pratiques éditoriales. Un phénomène très grave ici est que les éditeurs n'ont pas d'assistants, donc, quand l'éditeur part, le savoir-faire ne reste nulle part. Et c'est problématique parce que c'est un métier qu'on apprend avec un maître. »¹⁰¹

Sur ce point, il semble que le seul secteur de l'édition en Colombie, voire en Amérique latine, intéressé par la formation des éditeurs est celui de l'édition universitaire. Depuis quelques années, et pour améliorer la qualité et la visibilité des publications scientifiques à l'étranger, les éditeurs universitaires de la région se sont rassemblés pour proposer des formations adressées aux éditeurs, tels que la formation de Latindex, l'un des réseaux de distribution de revues scientifiques les plus importants du continent.

Cela nous montre que le regroupement des éditeurs doit servir aussi pour proposer des formations spécifiques à chaque secteur éditorial. Dans le cas de l'édition jeunesse, les associations d'éditeurs et professionnels de la chaîne du livre se concentrent surtout dans la formation des écrivains et des illustrateurs, ce qui a abouti à la création du master en littérature jeunesse à l'université Javeriana, mais qui ne suffit pas pour la formation des autres métiers tels que l'édition, la librairie et la bibliothèque.

Bien que ces programmes soient aussi importants pour le développement de la bibliodiversité, des formations adressées aux futurs éditeurs dans le secteur jeunesse, ainsi que des stages dans des maisons d'édition pour des étudiants des licences en relation, qui ont des étudiants intéressés par le métier, comme lettres, philologie ou communication, devraient aussi être envisagées afin de contourner ce problème, dénoncé par les éditeurs indépendants.

¹⁰¹ Retranscription entretien avec Maria Fernanda Paz, directrice de Cataplum Libros. Annexe 1.

Conclusion

En Colombie, la domination espagnole dans l'industrie éditoriale est un phénomène présente depuis le XIX^e siècle. Ce phénomène se renforce à partir des années 1980 à cause de l'implantation des grands groupes de l'édition espagnols dans le territoire par le biais des filiales avec le statut de maisons d'édition colombiennes, afin de bénéficier des politiques publiques de soutien au livre.

Ces filiales mettent en place des stratégies économiques, telles que la traduction et commercialisation de leurs fonds, composés surtout par des best-sellers et des rééditions des classiques de la littérature mondiale ; éditoriales et culturelles, notamment via la création des catalogues réunissant le plus représentatif de la littérature locale. Ainsi, les grands groupes espagnols s'imposent dans le marché latinoaméricain, qui représente 56 % du total du chiffre d'affaires des exportations de l'Espagne, avec 205 millions d'euros.

Cependant, la récession économique en Europe cause que des maisons d'édition comme Alfaguara et Planeta réduisent leurs programmes éditoriaux en optant pour des projets plus commerciaux, créant un vide éditorial. En même temps, des maisons d'édition indépendantes, avec des catalogues innovants, publiant des genres peu présents dans le marché, comme la poésie, le roman graphique et le livre-album, se sont créées. Ces maisons d'édition, qui revendiquent l'indépendance éditoriale face aux grands groupes étrangers, défendent l'identité régionale et l'importance de la biodiversité.

Dans le secteur jeunesse, une dizaine de maisons d'édition indépendantes sont nées dans les années 2000. Babel, Cataplum, Albaricoque, Tragaluz, GatoMalo, entre autres. Ces éditeurs se créent avec des modèles économiques hybrides, notamment en proposant de services éditoriaux pour assurer leur soutien économique. Ainsi, ils se créent une place dans le marché grâce à la construction des catalogues qui répondent à un projet culturel, avec une responsabilité sociale assumée, ce qui leur a permis de s'adresser à un lectorat de niche.

En proposant des thèmes qui leur tiennent à cœur, en cohérence avec leur ligne éditoriale, ils ont créé des véritables projets culturels. Ils comprennent la réalité du marché, sa logique et les différents acteurs qui y interviennent. À l'instar de maisons d'édition latinoaméricaines pionnières comme Ekaré, ils se rendent compte qu'il y a un vide dans l'offre de livres pour enfants dans le pays, et plus largement dans le continent, et ils s'adressent à ce public intéressé par des sujets ancrés dans la réalité et la mémoire locales.

Ces maisons d'édition soignent le processus éditorial de leurs livres-album, en choisissant une gamme diverse de thèmes et d'auteurs. De la conservation de la tradition orale colombienne et latinoaméricaine, avec des personnages et décors représentatifs de la région, à des sujets qui touchent la mémoire collective, comme le déplacement et la disparition forcées, ces éditeurs se démarquent de l'offre des grands groupes et sortent le livre pour enfants de l'école pour le donner un statut de loisir et de divertissement. Finalement, ils ont compris qu'ils appartiennent à une chaîne de valeur, et que, dans ce sens, s'associer avec les auteurs, les librairies et les lecteurs est une stratégie nécessaire afin de survivre.

Cependant, ces efforts individuels ne suffisent pas à faire face à cette domination, qui touche tous les maillons de la chaîne du livre et tous les secteurs de l'édition. Bien que ces éditeurs indépendants trouvent leur place dans le marché colombien, ils restent des structures faibles, et plusieurs enjeux se posent à l'heure actuelle pour soutenir ces auteurs clés de la bibliodiversité.

Le cadre législatif et les politiques publiques de l'État étant contradictoires et parfois inefficaces, elles ne soutiennent pas l'industrie éditoriale locale et, au contraire, semblent contribuer à sa désarticulation. C'est notamment le cas de la loi du livre de 1993, qui n'a pas été actualisée. Elle était censée promouvoir l'industrie nationale et la renforcer et, malgré l'augmentation de la production nationale, elle n'a pas changé la problématique de fond, car les grands groupes éditoriaux l'ont contournée pour accéder aux bénéfices adressés aux éditeurs nationaux.

Le soutien de ces maisons d'édition du livre-album, et celles qui seront créées, ne sera pas possible qu'avec la mise en place de politiques publiques pour promouvoir la lecture et l'achat de livres et, surtout, ce ne sera pas possible qu'à travers la mise en place de règles au niveau législatif, ce qui est revendiqué par les organisations des éditeurs indépendants latinoaméricains depuis des années. En Argentine, la loi concernant le prix unique du livre et les frais de port préférentiels pour les libraires a été identifiée à la base de l'essor de son industrie éditoriale, un exemple pour les pays de la région.

Pour ces éditeurs, au niveau individuel, un enjeu est l'élargissement de leur lectorat, afin de faire circuler leurs titres plus largement sur le territoire et toucher d'autres publics potentiellement intéressés par leurs œuvres. La construction d'un lectorat est un processus long et complexe, qui donne peu à peu des résultats. Cependant, les politiques publiques de promotion de la lecture ne prennent pas en compte l'ensemble de la population colombienne ni ses nécessités particulières selon les régions.

Finalement, tous ces efforts devront soutenir ce qui est revendiqué par les éditeurs indépendants latinoaméricains depuis des décennies : la création d'un espace du livre latinoaméricain afin de faire face à la domination espagnole et étrangère en général. Cet espace passe nécessairement par le renforcement de la distribution des éditeurs indépendants dans chaque pays et, plus largement, par la construction d'un réseau de distribution latinoaméricain, car l'accès limité aux publications dans le continent est une conséquence de la censure silencieuse qui met en évidence les conditions politiques, culturelles et économiques des pays de la région.

En résumé, le marché colombien a une place pour des livres-album qui représentent la réalité et la mémoire locales. Si une dizaine des éditeurs indépendants ont créé des projets culturels qui répondent à cette demande, leur activité est menacée par un marché déséquilibré et fragilisé dans tous ses maillons : la création, l'édition, la distribution, la commercialisation et la lecture. Ainsi, bien que ces éditeurs mettent en place des stratégies individuelles et collectives, l'intervention de l'État est nécessaire pour faire face à la

domination étrangère et soutenir ces acteurs clés de la bibliodiversité. Il serait intéressant de mener des études plus approfondies sur la production réelle des maisons d'édition locales afin de mettre en place des actions qui tiennent compte de la réalité de l'édition du livre-album en Colombie.

DEUXIÈME PARTIE

-

LE PROJET EDITORIAL

Introduction

Dans la première partie de ce travail de recherche, nous nous sommes intéressés à la manière dont les éditeurs indépendants jeunesse en Colombie conçoivent le livre-album afin de se créer une place dans le paysage éditorial et, ainsi, faire face à la domination étrangère.

Tout au long de cette recherche, nous avons analysé les stratégies éditoriales, culturelles et économiques qu'ils mettent en place pour ce faire. Nous avons vu la manière dont ils abordent des sujets ancrés dans la réalité et la mémoire locales grâce à des lignes éditoriales soignées, qui construisent des véritables projets culturels et qui répondent à une demande présente dans le marché latinoaméricain depuis des décennies. Ils s'engagent à former des lecteurs, mais aussi à leur offrir à travers leurs livres-album un côté de divertissement et de jeu aussi important. Ils créent des véritables livres-album, dans lesquelles les textes et les illustrations forment un tout narratif.

Si ces stratégies leur ont permis de trouver leur place auprès d'un lectorat de niche, ils se confrontent dans l'actualité à l'enjeu de l'élargissement de ce lectorat, de la formation de nouveaux lecteurs et de rendre leurs publications accessibles à l'ensemble des enfants colombiens. Bien que, comme nous avons pu le voir, l'accès aux livres passe par le soutien de l'État, et ne dépende que des actions individuelles des éditeurs indépendants, ils doivent continuer à s'engager à s'adresser à tous les enfants du territoire, en mettant en valeur la diversité culturelle du pays.

Il s'agit donc dans cette deuxième partie de compléter cette recherche par un projet éditorial qui s'adresse aux enfants souvent négligés dans les livres pour enfants : les Misak, l'un des 102 peuples autochtones du pays. Il s'agit donc de créer un livre-album qui parle à ces enfants, qui les représente et qui aborde la cosmovision de leur communauté. Au cœur de ce livre-album, nous avons la conservation de la tradition orale des Misak et leur langue. Ainsi, nous proposons un livre-album bilingue espagnol-guambiano, publié aux éditions Cataplum, adressé aux premiers lecteurs (enfants de 3 à 6 ans).

Nous aborderons dans un premier temps la genèse de ce projet, en présentant la maison d'édition, les objectifs de ce projet et les différents intervenants. Ensuite, nous développerons la partie technique de la création du livre-album, notamment la conception graphique et la fabrication, puis, nous nous pencherons sur la dimension économique et organisationnelle. Finalement, nous nous intéresserons à la communication et commercialisation du livre-album.¹⁰²

¹⁰² Vu que c'est un projet réalisé en Colombie, nous donnerons les coûts en pesos colombiens. Nous ajouterons aussi le coût en euros, en prenant en compte qu'un euro équivaut à 4 300 pesos au moment de la réalisation du projet, et qu'un salaire minimum mensuel en Colombie correspond à 231 euros.

I. Genèse d'un projet éditorial valorisant la diversité culturelle de la Colombie

A. Cataplum Libros : la conservation de la tradition orale

1. Présentation de la structure et de la politique éditoriale

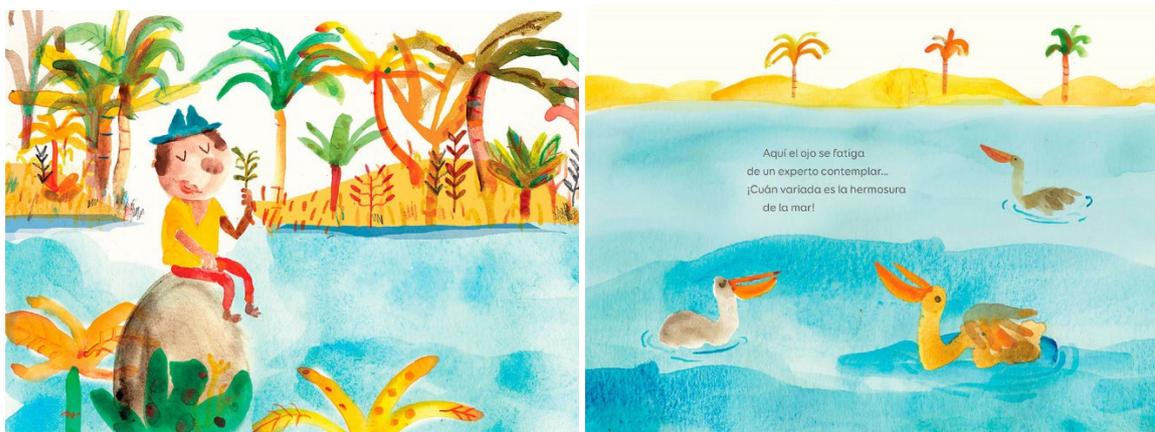
Cataplum est une maison d'édition indépendante relativement jeune, apparue en 2014 dans le paysage éditorial colombien. Alors que les éditeurs indépendants ont commencé à se créer à partir des années 2000, María Fernanda Paz, ancienne éditrice jeunesse chez SM, a attendu jusqu'en 2014 pour se lancer avec ce projet. Cette éditrice s'est spécialisée dans l'édition jeunesse grâce à son travail avec María Elena Maggi, éditrice d'Ekaré, maison d'édition vénézuélienne pionnière du livre-album.

En arrivant en Colombie, Paz s'est consacrée à la promotion de la lecture, mais elle a vite compris que ce que la tenait au cœur était le travail éditorial. Pour cette raison, elle travaillé chez Penguin Random House, Ediciones B et SM avant de se lancer à la création de Cataplum. En 2014, avec Jean Pablo Mujica, ancien collègue chez SM, ils commencent à éditer des livres pour les programmes de promotion de la lecture afin de participer aux achats publics et pouvoir soutenir économiquement la structure.

À cette époque-là, Paz a identifié un vide dans l'offre de livres pour enfants. Elle a remarqué que, dans les grandes maisons d'édition, les livres qui ne rentraient pas dans le Plan lecteur avaient peu d'options d'être édités. Les éditeurs espagnols remplissaient le marché avec de grands volumes de livres de faible qualité. De plus, ces livres n'étaient pas pensés pour les enfants, mais pour les enseignants, car ils n'étaient considérés que des outils de promotion de la lecture dans les écoles. L'idée de penser aux enfants et de publier pour eux a été donc à la base de la création de cette maison d'édition.

En 2016, Cataplum a publié son premier livre-album, *Adiós*. Ce livre-album représente complètement la ligne éditoriale de cette maison d'édition, qui est née du désir de conserver la tradition orale de la région. Ce premier livre-album, restituant l'oralité du Caraïbe

colombien, est le résultat d'une adaptation très soignée d'un poème de Candelario Obeso, écrit originalement pour adultes en dialecte du Caraïbe colombien.



Ainsi, la ligne éditoriale de Cataplum est conçue autour de la tradition orale. Les livres-album explorent les personnages folkloriques de la Colombie et de l'Amérique latine, à travers de l'adaptation des pièces de la tradition orale du continent et de la création d'autres ouvrages qui fouillent dans la mémoire collective. Cataplum s'intéresse aussi aux jeux de mots, à la métaphore et à la poésie, éléments clés de son catalogue. Ses auteurs sont des professionnels qui étudient et s'intéressent depuis des années à la tradition orale, tels que Pilar Posada et Maité Dautant.

Avec moins de dix ans d'existence, cette maison d'édition a réussi à se positionner comme un référent dans la publication de livres pour enfants. Ses ouvrages ont une présence importante dans d'autres pays d'Amérique latine, et ils sont souvent sélectionnés pour les achats publics en Colombie et dans d'autres pays de la région.

2. Le catalogue de Cataplum

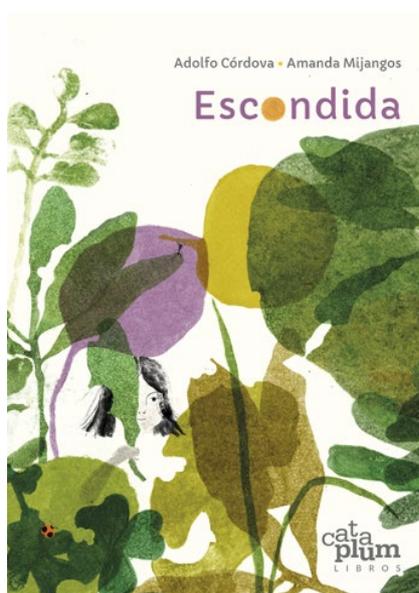
Dans l'actualité, le catalogue de Cataplum compte avec 25 titres, des livres-album dans sa totalité. Cet éditeur est la seule structure indépendante spécialisée dans la publication de ce genre. Son catalogue, pensé surtout pour les enfants les plus jeunes, les premiers lecteurs, est issu d'un exercice de réflexion de sa directrice, qui le conçoit comme une créature vivante, qui se transforme et qui n'est pas statique. Pour elle, même si elle s'adresse aux enfants qui

commencent à lire, et ses publications s'encadrent donc dans la formation de lecteurs, le plaisir et le divertissement sont aussi importants dans son catalogue.

Ce catalogue n'est pas divisé par collections car il est conçu comme une constellation, où un livre amène un autre. La démarche est de réfléchir à ce que les enfants aimeraient lire après chaque nouvelle sortie, quel livre pourrait suivre, toujours ayant en tête que ce qui suit doit poser un défi pour le lecteur, car la lecture doit être un défi permanent, surtout pour les enfants qui commencent à découvrir les livres.

Dans les mots de la directrice, « *Cataplum explore dans la mémoire collective et dans les racines qui nous connectent en tant que latinoaméricains afin de récupérer la tradition orale, le jeu et ses diverses et inépuisables possibilités* ». ¹⁰³

Cette maison d'édition présente trois nouveautés pour l'année 2022. Le premier titre est *Escondida*, écrit par Adolfo Córdova, journaliste et écrivain mexicain, et illustré par Amanda Mijangos, illustratrice mexicaine. Ce livre-album est un poème à deux voix, dans lequel une petite fille raconte la complexité d'un monde qui se crée dans son intérieur, et d'un adulte qui s'approche de ce monde en reconnaissant sa singularité. Ici, le travail de l'illustratrice est clé car, à travers les aquarelles, elle dessine en métaphores le monde intérieur de cette petite fille. Ce leporello aborde les sujets de l'enfance, la vie intime dans l'enfance et la relation avec les adultes.



¹⁰³ Catalogue Cataplum 2022.

Figure 27 : couverture de *Escondida*.¹⁰⁴

La deuxième nouveauté est *La memoria del bosque*, écrit par Sara Bertrand, autrice chilienne, connue notamment pour son œuvre *La mujer de la guarda*, publié chez Babel, et illustré par Elizabeth Builes, artiste plastique colombienne, diplômée de l'Université Nationale de Colombie. Ce livre-album raconte deux histoires, celle d'une fille et sa mère, et celle que sa mère raconte à sa fille sur une princesse qui doit fuir son village à cause de la violence.

Avec une intention poétique dans les textes et les illustrations, ce livre-album aborde la mémoire, la violence, la mort et la solitude. Ce titre a gagné la bourse de 2021 pour les maisons d'édition indépendantes de l'Institut des Arts de Bogotá (IDARTES).



Figure 28 : couverture de *La memoria del bosque*.¹⁰⁵

Le troisième titre est *Tengo hambre* de Menena Cottin, autrice vénézuélienne qui a publié plus de trente livres pour enfants. Son style est déterminé par l'abstraction des formes, et elle crée ainsi des livres conceptuels ayant au cœur le jeu et l'interprétation de la part du lecteur. Ce livre-album est adressé aux enfants les plus jeunes. Cottin utilise les couleurs et les éléments graphiques pour créer une expérience esthétique et d'apprentissage.

¹⁰⁴ Site web Cataplum.

¹⁰⁵ *Ibid.*



Figure 29 : couverture de *Tengo hambre*.¹⁰⁶

Ces trois nouveautés intègrent ce catalogue en réaffirmant l'engagement de Cataplum avec la conservation de la mémoire collective. Ils viennent s'ajouter à d'autres titres phares, tels que *Cuando el mundo era así* de Triunfo Arciniegas, qui réécrit les personnages folkloriques de la région afin de récupérer leurs histoires et en créer des nouvelles, *No se aburra* et *Cuenta que te cuento*, des œuvres qui fouillent dans la mémoire collective et qui ont au cœur les jeux de mots et la métaphore.



Figure 30 : couvertures de *Cuando el mundo era así*, *No se aburra* et *Cuenta que te cuento*.¹⁰⁷

¹⁰⁶ Site web Cataplum.

¹⁰⁷ *Ibid.*

3. Le choix de Cataplum pour notre projet éditorial

Le choix de Cataplum pour ce projet éditorial a été fondée sur trois raisons. Premièrement, cette structure est la seule maison d'édition indépendante spécialisée dans la publication du livre-album dans le pays, ce qui lui donne une expérience importante en ce qui concerne le travail avec les auteurs/illustrateurs, les réseaux de distribution, les points de vente et les imprimeurs. C'est également une maison d'édition qui, au niveau de la composition, accorde une place assez importante aux textes et qui, au niveau esthétique, a des couvertures et des maquettes très variées et, en même temps, très soignées, et, finalement, sa ligne éditoriale répond au désir de conservation de la tradition orale d'Amérique latine.

Cataplum défend des valeurs qui parlent à la jeunesse colombienne. La conservation de la mémoire collective, l'utilisation de personnages et décors locaux, l'intention de s'adresser à tous les enfants de la région et l'intention de donner un côté de divertissement et de plaisir aux livres dans un pays où la lecture est une activité consacrée à l'école sont des caractéristiques qui sont en total accord avec notre projet. De plus, c'est une maison d'édition avec un travail de distribution assez conséquent en Amérique latine, ce qui lui permet d'être présente dans les bibliothèques et les librairies de la région.

Ainsi, l'enjeu de la publication de ce livre-album est l'élargissement du lectorat de Cataplum et l'intention de sortir d'un lectorat de niche, déjà intéressé par les livres, et de toucher une partie de la population qui est souvent négligée. Il s'agit aussi d'aller plus loin dans la démarche en publiant un livre-album bilingue espagnol-guambiano, pour effectuer un travail de conservation d'une des langues indigènes parlées dans l'actualité dans le territoire.

L'objectif général de ce titre est donc de continuer à élargir le catalogue en ayant en tête le désir de la directrice de proposer un livre pour chaque enfant de la région, en adaptant un mythe issu de la tradition orale des Misak, qui aborde la création du monde. Les objectifs

spécifiques sont alors adapter ce mythe, l'illustrer en conservant la relation narrative entre texte et image, en respectant la cosmovision des Misak, et éditer un livre-album qui sert à la fois à la formation des lecteurs et à la formation de l'habitude de la lecture en tant que loisir et activité de divertissement chez les enfants.

B. Un livre-album pour restituer la tradition orale de l'ethnie Misak et contribuer à la conservation linguistique du guambiano

La mémoire collective est le résultat de l'interaction sociale qui implique l'acte de se souvenir en groupe d'un témoignage. Le récit se construit donc en communauté, comme c'est le cas de la tradition orale des groupes ethniques, qui construisent des récits collectifs à partir des réalités multiples. Ainsi, la mémoire collective aide à la cohésion et à l'identité sociale et culturelle en rendant compte de la pluralité des mémoires dans un même système social, d'où l'importance de sa conservation.

1. Aux origines du projet : l'ethnie Misak

Comme nous l'avons constaté dans la première partie de ce travail, le marché jeunesse en Colombie, et en Amérique latine, est rempli par les publications des grands groupes, qui proposent les rééditions et traductions des classiques de la littérature mondiale, laissant un vide pour les publications représentant l'enfance locale. Ce vide est comblé par des maisons d'édition indépendantes comme Ekaré, au niveau du continent, et Cataplum, au niveau national.

Ekaré a ouvert la voie à la publication de livres-album consacrés à la conservation de la tradition des ethnies du territoire, notamment avec son premier titre *El rabipelado burlado*, une adaptation d'un conte de l'ethnie Pemón. Le succès de ce titre, et du catalogue de cette maison d'édition, est témoin de ce vide dans le marché. Malgré la création de plusieurs maisons d'éditions qui publient avec cet engagement au cœur, le travail reste long à faire afin de s'adresser à l'ensemble d'ethnies et des cultures de la région.

Forts de ce constat, nous voulions créer un livre-album adressé à une tranche d'âge de 3 à 6 ans, qui adapte un mythe de la création des Misak. Nous publierons ce livre-album en espagnol, car c'est la langue de l'ensemble des enfants colombiens, et en guambiano, la langue des Misak, qui compte environ vingt mille locuteurs. La part du texte sera aussi important que celle des illustrations, qui rendront compte de la cosmovision de cette ethnie, en profitant de la liberté de ce genre pour jouer avec l'interprétation des illustrations.

Au cœur de cette publication, nous avons le peuple Misak, l'un de 102 peuples autochtones de la Colombie, qui habite principalement dans le territoire Wampia, au nord-est du département du Cauca, au sud de la Colombie. Cette ethnie compte une population de plus de vingt-et-un mille personnes, dont presque sa totalité parlent le guambiano. Ce peuple existe depuis des milliers d'années avant l'arrivée des Espagnols en 1492. Sa langue fait partie d'une famille linguistique de cinq langues barbaçoanas et est l'une des 68 langues natives parlées en Colombie dans l'actualité.



Figure 31 : filles du peuple Misak.¹⁰⁸

Du fait de sa localisation dans le territoire national, ce peuple a été fortement affecté pendant le conflit armé en Colombie. Ils ont été notamment touchés par le déplacement forcé et ont dû se disperser dans le pays, ce qui fait plus difficile la conservation de leur langue. En effet, une trace écrite est nécessaire pour la conservation de sa tradition orale.

¹⁰⁸ <https://www.voyage-colombie.com/peuples/guambianos>

2. Notre livre-album : le mythe de création des Misak

Ce livre-album correspond à l'adaptation d'un mythe du peuple Misak. Ce mythe fait partie des mythes de la création, qui sont des récits mythologiques et religieux cherchant à rendre compte de la création de l'univers, la terre, la vie et les humains. Chaque culture et chaque religion a ses propres mythes de création, celui du christianisme étant le plus répandu dans le monde.

Le nom de ce peuple, Misak, se traduit en fils de l'eau car, pour ce peuple, l'origine vient de l'eau. Les guambianos, ou Misak, appellent *numisak*, ou grandes personnes, leurs ancêtres qui provenaient de l'eau. Ainsi, le mythe sur la création de leur territoire et des premiers hommes guambianos tourne autour de l'eau et sa capacité de créer et de détruire en même temps. Nous présenterons ensuite le texte de ce mythe traduit en français.

Au commencement, il y avait la terre, les lagunes, les grandes lagunes. La plus grande d'entre toutes était celle de Piendamó (Nupirrapu), situé au centre de la sabane, de la lande, comme un cœur.

Au commencement, c'était la terre et l'eau. De l'eau surgissent de bonnes choses et de mauvaises choses. Là, sur les hauteurs, c'était l'eau. Il pleuvait intensément, avec des averses, des tempêtes, des tempêtes. À cette époque-là, tout cela était pure montagne, et les fleuves firent de profondes guaicadas (ravins entre deux montagnes), quand ils coururent jusqu'à former la mer. De l'eau naquit aussi le kosrompoto, l'arc-en-ciel qui éclairait tout de sa lumière.

Là-haut, il y avait lui-elle, le Pishimisak, qui renferme dans son être le masculin et le féminin, qui, à la fois, se compose en deux personnages : le Pishimisak proprement dit et le Kallim. Le Pishimisak a également existé depuis toujours. Il-elle est le propriétaire de tout. Il était déjà là quand se produisirent les éboulements qui, traînant de gigantesques pierres, formèrent les guaicadas et provoquèrent de grandes blessures dans les montagnes.

De ces éboulements sont sortis aussi les humains, qui arrivèrent dans les crues des rivières. Ces indigènes firent nommés les Pishau. Sous l'eau venaient les grandes pierres, au-dessus d'elles venait la boue, la terre, puis l'eau sale ; à la surface venait la palizada, les branches, les feuilles, les arbres arrachés et, au-dessus de tout cela, les enfants, chumbados.

Dans la grande blessure de la terre qui laissait l'effondrement, il restait une odeur de sang ; c'est le sang arrosé par la nature, comme une femme arrose le sang en donnant naissance à un enfant.

Les Pishau n'étaient pas d'autres gens, c'étaient les grandes personnes, les mêmes Guambianos qui mangeaient du sel ici, de nos propres salés. Ils ont occupé tout notre territoire, ils ont construit tout notre Nupirau avant l'arrivée des Espagnols. Notre terre était grande et très riche. Nous y avions des mines de minéraux très précieux, comme l'or qui se trouvait à Chisquío, à San José et à Corrales, aussi du bois fin, des poissons, des animaux de brousse et beaucoup d'autres ressources que nous savions utiliser avec notre travail pour bien vivre.

L'être suprême Piendamó (*Nupirrapu*) est à l'origine du peuple guambiano et des enfants, filles et garçons, qui sont amenés par l'eau, car ils seront les futurs dirigeants. Les cycles de vie de l'être Misak ont une grande relation avec les trois mondes de la cosmogonie : la terre, le territoire, ou *Pirau* ; l'air, la spiritualité, l'arc-en-ciel, les nuages, ou *isramik* ; et le sous-sol, ou les esprits et les morts. Toutes les étapes de la vie humaine sont donc liées à ces mondes et chaque cycle est intrinsèquement lié à la nature, ce qui est nécessaire pour comprendre le contexte de ce mythe d'origine.

Ce livre-album aura donc cinq personnages : Piendamó, être suprême, représenté en une lagune qui se trouve dans le plus haut de la sabane ; Kosrompoto, l'arc-en-ciel qui éclairait tout de sa lumière ; le Pishimisak, esprit qui représente le masculin et le féminin ; les Pishau, ou grandes personnes, les ancêtres des guambianos ; et les chumbados, qui sont les enfants.

Concernant le décor, la nature, et notamment l'eau, sont au centre de ce récit, composée par les lagunes, les tempêtes, les montagnes, les fleuves et les guaicadas.

L'idée est donc de créer une narration où les illustrations du décor et des personnages complètent les textes qui rendront compte de la suite des événements qui ont donné naissance aux guambianos et à leur territoire. Les lecteurs qui font partie de cette ethnie pourront donc donner des nouvelles interprétations à ce mythe, et ceux qui ne le connaissent pas pourront se sensibiliser à la cosmovision d'une partie de la population colombienne et apprécier la diversité culturelle du pays.

3. Étude de concurrence

Après la définition du projet, nous nous sommes intéressés à la concurrence de ce titre dans le marché colombien, où il sera principalement diffusé.

Sur ce point, nous n'avons pas trouvé de livres-album abordant le sujet conservation de la tradition orale des peuples autochtones colombiens au-delà des publications de Cataplum. Cependant, au niveau du continent, nous trouvons les œuvres d'Ekaré, qui ont été présentées dans la première partie de ce travail, et qui adaptent divers contes des ethnies de l'Amérique latine, tels que *El rabipelado burlado*. Nous trouvons aussi *El gigante de la laguna* d'Alice Bossut et Marco Chamorro, publié par Comoyoko Ediciones, livre-album qui reprend une légende de la tradition orale de la province d'Imbabura en Equateur.



Figure 32 : livre-album *El gigante de la laguna*, publié par Comoyoko Ediciones.¹⁰⁹

Concernant les livres-albums abordant d'autres sujets, nous trouvons une offre intéressante des filiales espagnoles et des éditeurs indépendants, comme nous l'avons vu dans la première partie. De plus, nous trouvons les livres-albums exportés par les maisons d'édition étrangères, qui correspondent à la plus grande partie de l'offre présente dans tous les points de vente, y compris les librairies indépendantes.

Ces livres-album ont la particularité d'avoir un prix plus élevé que celui des livres de production nationale à cause des frais d'importation et de la dévaluation du peso colombien. Environ, le coût d'un livre-album importé dans le pays peut aller entre 60 000 pesos, soit 14 euros, jusqu'à 130 000 pesos, soit 29 euros, alors que les livres-album des maisons d'édition indépendantes coûtent entre 40 000 et 70 000 pesos colombiens, soit entre 9 et 13 euros.

Finalement, concernant le reste de l'offre pour enfants, composée surtout par livres illustrés et romans, nous trouvons notamment les best-sellers et les classiques de la littérature mondiale. Ces titres sont les moins chères d'entre toute l'offre et sont les plus achetés par les parents, constituant un concurrent important pour les éditeurs indépendants qui n'ont pas la reconnaissance ni la diffusion nécessaire pour faire un contrepoids à ces publications. Ces livres peuvent coûter entre 10 000 pesos, pour les romans en format poche, jusqu'à 50 000 pesos pour les livres illustrés, soit entre 2 et 11 euros.

En résumé, nous pouvons conclure qu'il existe une concurrence très forte pour ce livre-album, bien qu'il se démarque du reste des livres disponibles par son sujet. Ainsi, le prix ne devra pas être trop élevé afin de rester dans la tranche des prix des éditeurs indépendants, la communication devra se centrer dans la formation du lectorat potentiellement intéressé et touché par ce livre-album, et la commercialisation devra se centrer aussi à rentrer dans la sélection de Fundalectura pour participer dans les achats publics.

¹⁰⁹ <https://marcochamorro.com/El-gigante-de-la-laguna-1>

C. L'équipe au cœur du livre-album

1. L'illustratrice : l'importance du regard misak

Adapter un mythe de la tradition orale d'un peuple auquel nous n'appartenons pas entraîne une grande responsabilité en tant qu'éditeurs, surtout quand il s'agit des communautés qui ont été historiquement racialisées, et dont ses représentations, faites depuis un regard externe, sont souvent exotisées et caricaturées.

Avec ce constat en tête, nous avons choisi de travailler avec l'artiste plastique Julieth Morales, membre du peuple Misak. Si elle n'est pas une artiste spécialisée dans l'illustration de livres pour enfants, elle se considère une artiste hybride, qui travaille le dessin, la sérigraphie, la photographie et les performances participatives.

Née dans le département du Cauca en 1992, elle a réalisé des études en arts plastiques à l'Université del Cauca et a dédié son travail à la reconstruction de la mémoire sociale et la culture guambianas. Elle s'éloigne de la tradition de l'*indigenismo*, qui cherche à « retourner aux racines » des peuples indigènes, afin de retrouver un passé commun, des portraits ethnographiques qui représentent ces communautés suspendues dans le temps et des portraits des artistes contemporains qui exotisent les indigènes, en les traitant sous l'angle de l'ingénuité.¹¹⁰

¹¹⁰ Espacio el Dorado. Julieth Morales. [en ligne]. Disponible sur : <<https://www.espacioeldorado.com/julieth-morales#:~:text=Julieth%20Morales%20se%20define%20como,la%20imagen%20de%20naci%C3%B3n%20colombiana>> (consulté le 19/08/2022).

Morales fait partie d'un groupe d'artistes des peuples autochtones qui dirigent des luttes pour récupérer leurs territoires et traditions. Ses œuvres les plus connues sont ses performances collectives, où elle montre les corps des femmes de sa communauté pour représenter et réfléchir autour des pratiques des guambianos. Elle travaille aussi la sérigraphie sur toile et la photographie. Pour ce projet, nous allons prendre comme guide de route son installation consacrée à la Fiesta de las Mojigangas, rite traditionnel du peuple guambiano, qu'elle approche à travers de dessins imprimés en sérigraphie sur toile.



Figure 33 : installation « Fiesta de las Mojigangas » de Julieth Morales, dans l'espace El Dorado, Bogotá, 2021.¹¹¹

De plus, nous prenons aussi comme exemple l'esthétique particulière de cette artiste dans son projet *La señorita*, où elle utilise la technique de la sérigraphie pour imprimer des photos sur une toile fuchsia. Les photos de cette œuvre représentent un rite traditionnel qui combine plusieurs pratiques ayant lieu le 31 octobre, fin d'année pour le peuple guambiano. Cette œuvre offre un regard critique aux problèmes de ne pas être considéré une femme indigène « correcte ».

¹¹¹ Espacio el Dorado.



Figure 34 : *La señorita*, Julieth Morales, sérigraphie d'une femme Misak.

Pour elle, même si les travaux de récupération de la tradition Misak sont adressés principalement à la communauté, il est important de les diffuser à l'ensemble de la société colombienne, car elle est connectée par une histoire commune, et cette communauté n'existe pas isolée, mais en contact permanent avec l'urbain.

2. L'équipe de Cataplum

Structure indépendante de petite taille, Cataplum compte avec une équipe de trois professionnels : Maria Fernanda Paz, directrice éditoriale ; une professionnelle qui s'occupe du marketing, de la communication et des ventes ; et une professionnelle chargée de l'administration et la logistique. De plus, deux professionnels travaillent en externe, une directrice d'art, Ana Palmero, chargée de la maquette et de la conception graphique, et un expert en fabrication qui suit le travail de l'imprimeur.

Pour ce projet, on fera appel à toute l'équipe, aux deux professionnels externes et à l'illustratrice, qui sera en même temps chargée de la révision et adaptation du mythe en langue guambiano. La directrice, diplômée en lettres, sera notamment chargée de l'adaptation du mythe en espagnol, de la correction, du suivi éditorial, des réunions avec les libraires et de la coordination de tous les intervenants du projet.

| Interne | Externe |
|---------------------------------------|---------------------------------|
| Directrice éditoriale | Directrice d'art et maquettiste |
| Chargée administrative | Chargée de fabrication |
| Chargée du marketing et communication | Autrice |

II. La création graphique

A. Préparation du projet

Pour le format, nous avons décidé d'utiliser le format à l'italienne, largement utilisé pour les livres-album et utilisé chez Cataplum pour le livre-album *Adiós* en raison de sa manipulation facile pour les enfants et parce que le format paysage se prête assez bien pour les illustrations de grands plans envisagées pour ce projet. Concernant le tirage, nous avons décidé d'imprimer 1 000 exemplaires. Si les livres-album de Cataplum ont des tirages d'entre 2 000 et 3 000 exemplaires, à cause de la crise du papier, ils ont dû être réduits, et une réimpression est faite en cas de succès.

Titre : *Piendamó, el espíritu del páramo.*

Tirage : 1 000 exemplaires.

Format : 27,5 cm x 21,5 cm.

Pagination : 28 pages.

1. L'adaptation du mythe : le chemin de fer

Afin d'adapter le mythe, nous avons divisé l'histoire dans trois parties : le début, ce qui existait avant la création ; le développement, comment s'est créé le territoire et ses habitants ; et la fin, le résultat de l'installation de ce peuple dans le territoire. Chaque partie aura trois doubles pages. Quatre pages seront consacrées aux préliminaires, et pour les pages finales, nous aurons deux doubles pages, une avec une illustration et une pour le colophon, ce qui est exemplifié dans le chemin de fer (annexe 3).

L'idée était de maintenir la structure du mythe, tout en simplifiant quelques passages du texte et en ajoutant les informations clés dans les illustrations pour que les lecteurs puissent interpréter l'ensemble.

Première partie :

Au commencement, il y avait la terre, les lagunes, les grandes lagunes. La plus grande d'entre toutes était celle de Piendamó (Nupirrapu), situé au centre de la sabane, de la lande, comme un cœur.

Au commencement, c'était la terre et l'eau. De l'eau surgissent de bonnes choses et de mauvaises choses. Là, sur les hauteurs, c'était l'eau. Il pleuvait intensément, avec des averses, des tempêtes, des tempêtes. À cette époque-là, tout cela était pure montagne, et les fleuves firent de profondes guaicadas (ravins entre deux montagnes), quand ils coururent jusqu'à former la mer. De l'eau naquit aussi le kosrompoto, l'arc-en-ciel qui éclairait tout de sa lumière.

Page 6 et 7 :

- Illustration : la terre et Piendamó, la plus grande lagune, au centre de la sabane.
- Texte : « Primero era la tierra... y eran las lagunas, grandes lagunas. La mayor de todas era la de Piendamó, en el centro, como un corazón. »

Page 8 et 9 :

- Illustration : le paysage des montagnes et des tempêtes.
- Texte : « Primero eran la tierra y el agua. Del agua resultan cosas buenas y cosas malas. Allí, en las alturas, era el agua. Llovía intensamente, con aguaceros, borrascas, tempestades. »

Pages 10 et 11 :

- Illustration : Illustration des montagnes, de la mer et de l'arc-en-ciel, Kosrompoto.

- Texte : « En ese tiempo, todo esto era pura montaña, y los ríos hicieron profundas guacadas. Del agua también nació el Kosrompoto, el arcoiris que iluminaba todo con su luz. »

Deuxième partie :

Là-haut, il y avait lui-elle, le Pishimisak, qui renferme dans son être le masculin et le féminin, qui, à la fois, se compose en deux personnages : le Pishimisak proprement dit et le Kallim. Le Pishimisak a également existé depuis toujours. Il-elle est le propriétaire de tout. Il était déjà là quand se produisirent les éboulements qui, traînant de gigantesques pierres, formèrent les guacadas et provoquèrent de grandes blessures dans les montagnes.

De ces éboulements sont sortis aussi les humains, qui arrivèrent dans les crues des rivières. Ces indigènes firent nommés les Pishau. Sous l'eau venaient les grandes pierres, au-dessus d'elles venait la boue, la terre, puis l'eau sale ; à la surface venait la palizada, les branches, les feuilles, les arbres arrachés et, au-dessus de tout cela, les enfants, chumbados.

Dans la grande blessure de la terre qui laissait l'effondrement, il restait une odeur de sang ; c'est le sang arrosé par la nature, comme une femme arrose le sang en donnant naissance à un enfant.

Pages 12 et 13 :

- Illustration : le Pishimisak, être suprême qui représente le masculin et le féminin, et le Kallim, et les montages avec les guacadas.
- Texte : « Allá arriba estaba él-ella, el Pishimisak. El Pishimisak también ha existido desde siempre. Él-ella es el dueño de todo. Ya estaba allí cuando se produjeron los derrumbes que, arrastrando gigantescas piedras, formaron las guacadas y que provocaron grandes heridas en las montañas. »

Pages 14 et 15 :

- Illustration : les premiers humains, les Pisshau, qui sortent des éboulis.
- Texte : « De los derrumbes también salieron los humanos, que llegaron en las crecientes de los ríos. A estos nativos los nombraron los Pishau. »

Pages 16 et 17 :

- Illustration : les éboulis, avec les pierres, la boue, la terre, et les enfants, les *chumbados*.
- Texte : « En la superficie venía la palizada y, encima de todo, venían los niños, chumbados. En la gran herida de la tierra que dejaba el derrumbe, quedaba olor a sangre; es la sangre regada por la naturaleza, así como una mujer riega la sangre al dar a luz a un niño. »

Troisième partie :

Les Pishau n'étaient pas d'autres gens, c'étaient les grandes personnes, les mêmes Guambianos qui mangeaient du sel ici, de nos propres salés. Ils ont occupé tout notre territoire, ils ont construit tout notre Nupirau avant l'arrivée des Espagnols. Notre terre était grande et très riche. Nous y avions des mines de minéraux très précieux, comme l'or qui se trouvait à Chisquío, à San José et à Corrales, aussi du bois fin, des poissons, des animaux de brousse et beaucoup d'autres ressources que nous savions utiliser avec notre travail pour bien vivre.

Pages 18 et 19 :

- Illustration : les Pishau.
- Texte : « Los Pishau, la gente grande, eran los mismos guambianos que comían sal de aquí, de nuestros propios salados. »

Pages 20 et 21 :

- Illustration : le Nupirau, occupé par les Pishau.
- Texte : « Ellos ocuparon todo nuestro territorio, construyeron todo nuestro Nupirau antes de llegar los españoles. »

Pages 22 et 23 :

- Illustration : les Pishau, qui travaillent la terre et s'installent complètement dans le territoire, avec les animaux et les ressources naturelles.
- Texte : « Sabíamos utilizar nuestros recursos y vivíamos bien. »

2. Identité graphique et mise en page

L'esthétique de notre livre-album correspondra aux décors des territoires du peuple guambiano dans la région du Cauca, au sud de la Colombie, et elle sera le résultat de l'interprétation du mythe par l'illustratrice selon sa manière de concevoir l'histoire en tant que membre du peuple Misak.

Afin de comprendre comment le peuple Misak interprète en images les êtres suprêmes de la création et les paysages du territoire au début de leur existence, nous avons réalisé une recherche des illustrations produites par des membres de cette communauté. Nous avons trouvé l'œuvre du Taita (qui signifie père) Juan Bautista Ussa, membre de la communauté guambiano qui a peint, entre 1980 et 1990, les consignes que Pishimisak lui a transmises. Ces peintures ont été récupérées par l'anthropologue Sandra León et sont conservées par le Musée national de la Colombie.



Figure 35 : peinture qui représente les relations des guambianos avec les esprits de l'eau.

Taita Juan Bautista Ussa.¹¹²

¹¹² Museo Nacional de Colombia.



Figure 36 : naissance de Kosrompoto, l'arc-en-ciel qui est né de l'eau et qui éclaire tout avec sa lumière.¹¹³

Grâces à ces peintures, nous avons une idée de comment les guambianos interprètent les esprits Pishimisak et Kosrompoto, et les êtres de l'eau. De plus, elles nous permettent d'avoir une idée des paysages du territoire des guambianos, entre les montagnes et les lagunes des landes de la vallée interandina, située entre les Cordilleras Occidental et Central de la Colombie. Ils travaillent les plantes, tricotent et pêchent, et travaillent la terre, raison pour laquelle ils ont une relation historique avec le territoire.



Figure 37 : les être de l'eau et le travail des *guambianos*, Taita Juan Bautista Ussa.¹¹⁴

Concernant l'identité graphique, elle sera dans la lignée de ce que Cataplum a déjà produit, avec des différentes couleurs fortes. Le livre sera imprimé en quadrichromie et nous avons choisi le bleu comme couleur principale, car elle symbolise l'eau, élément clé dans la

¹¹³ Museo Nacional. <https://www.museonacional.gov.co/exposiciones/Paginas/ver.aspx?id=285>

¹¹⁴ *Ibid.*

narration et la cosmovision misak. La mise en page du livre-album mettra en valeur les textes tout en respectant les illustrations, et les textes dans les deux langues seront présents sur la même page.

3. Couverture et quatrième de couverture

Afin de présenter un exemple de couverture, nous utiliserons l'une des peintures du Taita Juan Bautista, car elles reprennent les couleurs prédominantes pour notre livre-album, le bleu et le jaune, et illustrent ce qui se trouve au cœur de ce mythe, le Pishimisak, esprit créateur du monde. Cet esprit est représenté par un membre de la communauté guambiano, donc nous pouvons avoir une idée de ce qui pourrait être l'illustration finale de la couverture, tout en ayant présent que c'est une peinture qui date de 1980, et que notre couverture aura des couleurs plus intenses.

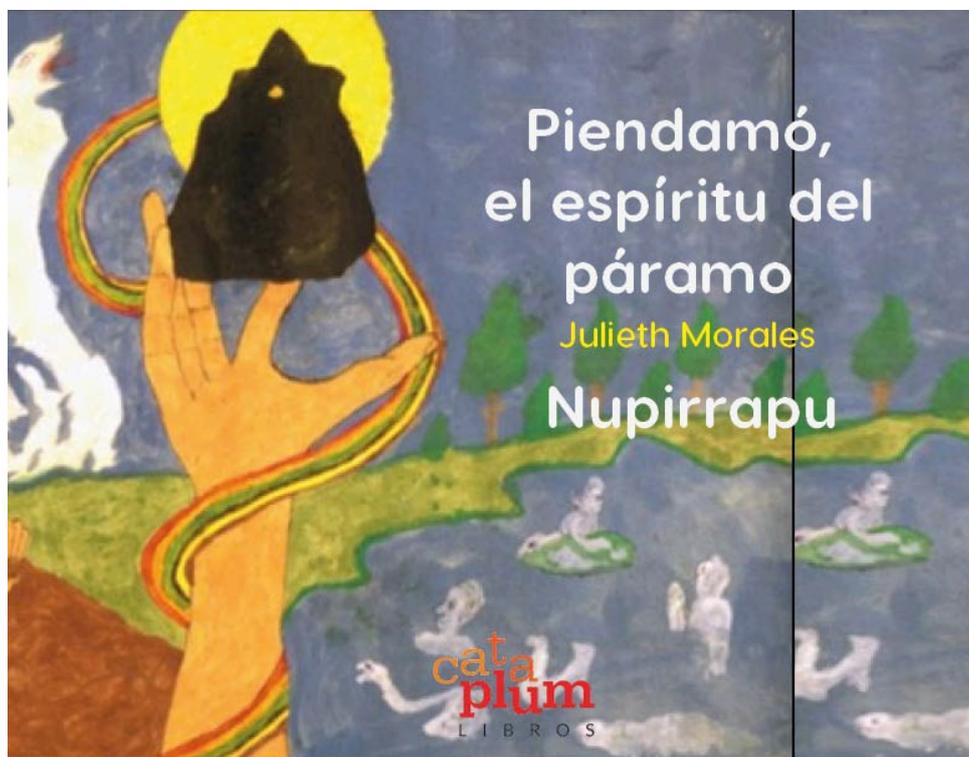


Figure 38 : couverture *Piendamó, el espíritu del páramo*. (*Nupirrapu* en langue guambiano).

La quatrième de couverture sera traitée dans la continuité de la couverture. Elle représentera la continuité du paysage de la première de couverture, avec des illustrations de la fin de la création, c'est-à-dire, les enfants guambianos qui sont arrivés par les éboulis dans le territoire. Le paysage sera la continuité de celui de la couverture, de forme que ce sera

une seule illustration si le livre s'ouvre complètement. Le texte de la quatrième de couverture sera une description courte du peuple Misak et une petite biographie de l'illustratrice.

4. L'intérieur du livre

La mise en page du livre-album sera assez simple pour mettre en valeur les illustrations, de la même manière que le placement des textes s'adaptera à elles. Les textes seront présents dans les deux langues. La police utilisée sera la Visby Round Family, utilisée dans tous les livres de Cataplum.

Piendamó, el espíritu del páramo

Julieth Morales

B. Fabrication du livre-album

1. Le format à l'italienne, un choix classique pour le livre-album

Cataplum travaille normalement avec deux formats pour ses ouvrages. Un format carré de 220 x 220 mm et un format à l'italienne de 275 x 215 mm. Pour ce projet, nous avons choisi le format le plus utilisé pour les livre-album, le format à l'italienne, car ce format s'adapte mieux aux types d'illustrations souhaitées, c'est-à-dire, des grands plans des paysages du territoire guambiano. De plus, ce format est maniable pour les enfants et permet aussi d'avoir plus d'espace dans la page pour les textes dans les deux langues sans saturer les illustrations.



Nous voulions imprimer la couverture en sérigraphie, du fait que c'est une technique largement utilisée par Julieth Mora. Cependant, cela n'a pas rentré dans notre budget, et la

couverture sera donc une couverture cartonnée-reliée, imprimée en quadrichromie, avec un carton de 200 gr Magno Plus Gloss, habillé du papier couché de 150 gr. Nous avons choisi une couverture cartonnée car elle plus adaptée pour les enfants du fait qu'elle est plus résistante, et un pelliculage brillant pour éviter d'avoir des traces des doigts. Finalement, en termes de façonnage, nous avons décidé de faire un dos relié pour avoir plus de maniabilité en ouvrant le livre.

Pour les pages intérieures, nous avons choisi un papier de 200 gr, et celui qui nous a été proposé par l'imprimeur est le Magno Plus Gloss, un papier couché brillant qui permet une meilleure restitution des couleurs et une absorption moins rapide de l'encre.

Descriptif technique

Titre : *Piendamó, el espíritu del pantano*

Description : Cartonnée-reliée

Format : 275 x 215 mm à l'italienne

Nombre d'exemplaires : 1 000

Nombre de pages : 28 pages

Intérieur :

Pagination : 28 pages.

Papier : Offset Magnum Plus Gloss de 200 gr.

Impression : Quadrichromie R/V.

Couverture :

Cartonnée, dos relié.

Impression : Quadrichromie R/V.

Option : pelliculage brillant.

2. Des choix d'impression qui soutiennent l'industrie locale

Pour ce livre-album, nous ferons appel à l'imprimeur Panamericana Formas e Impresos S.A, avec lequel Cataplum a travaillé pour l'ensemble de son catalogue. Cet imprimeur est localisé à Bogotá et fait partie du groupe Panamericana, qui es aussi éditeur et point de

vente. Cet imprimeur aura aussi chargé du façonnage. Il est notamment certifié FSC, qui garantit une gestion responsable des forêts et assure la traçabilité du papier.

3. Coûts d'impression

Pour nos 1 000 exemplaires, nous frais d'impression s'élèvent donc à 10 560 000 millions de pesos (2 455 euros), notamment parce que nous avons choisi une couverture cartonnée reliée avec un pelliculage brillant. Nous avons demandé le devis d'impression à Panamericana, lequel nous avons mis en annexe (annexe 4). Ce prix est conséquent pour un livre-album à couleur, en raison de la qualité du papier et du choix de la couverture. Le prix d'un exemplaire revient donc à 10 560 pesos (2,45 euros). Nous avons demandé aussi le devis pour l'impression de 700 exemplaires, mais, finalement, c'était plus rentable de faire un tirage de 1 000 exemplaires, donc nous avons retenu cette option.

En Colombie, l'industrie graphique est l'une des plus importantes du continent et, par conséquent, presque tous les livres produits par des maisons d'édition locales sont imprimés dans les pays. Cependant, la crise du papier a touché énormément les imprimeurs et les éditeurs, qui ont dû s'adapter aux types de papier disponibles car ceux qu'ils utilisaient habituellement était en rupture ou trop chers pour importer, vu que la majorité de papier est importé et l'industrie papetière n'est suffisamment développée dans le pays pour répondre à la demande.

III. **Prévisions économiques et budgétaires**

A. **À la quête d'un financement pour *Piendamó***

1. Bourse à la publication du ministère de la Culture

Les bourses à la création délivrées notamment par le ministère de la Culture, dans tout le pays, et par IDARTES, pour les maisons d'édition basées à Bogotá, correspondent à une politique publique de soutien utilisée surtout par les maisons d'édition indépendantes. Concernant le livre-album, les maisons d'édition indépendantes bénéficient de la Bourse à la

publication du livre illustré, livre-album, bande dessinée ou roman graphique du ministère de la Culture, visant à promouvoir la publication de ces genres et stimuler la production littéraire des contenus de qualité, et de la Bourse à la création du livre-album de IDARTES, adressé aux auteurs et illustrateurs.

Pour financer notre projet et alléger nos frais de fabrication, nous déposerons un dossier de candidature pour la Bourse à la publication du ministère de la Culture. Pour candidater à cette bourse, les documents à présenter sont le RUT, ou registre tributaire de la maison d'édition, une lettre signée d'engagement à respecter les conditions d'attribution, une certification bancaire de la structure, la déclaration de paiement des impôts et le registre dans le système d'assurance maladie de tous les employés de la structure, en plus du manuscrit et une description de l'illustratrice et du projet éditorial.

Le montant de cette bourse peut être à hauteur de 30 000 000 millions de pesos, pour les projets recevant la mention d'honneur du ministère, mais nous avons calculé une subvention de 10 000 000 de pesos, car ce chiffre correspond à la bourse reçue pour le dernier album de la maison d'édition, qui est similaire en format et nombre de pages. Ce financement nous permettra de rendre viable le projet, tout en assurant un apport au chiffre d'affaires de la structure, notamment en couvrant les frais de fabrication.

B. Compte d'exploitation

Pour établir le compte d'exploitation de ce projet (annexe 5), nous avons d'abord décidé le tirage que nous voulions réaliser. Nous nous sommes fixés sur un tirage de 1 000 exemplaires pour une première impression, afin de ne pas prendre trop de risques car il s'agit d'une petite maison d'édition, qui a eu des livres-album à succès en termes commerciaux, et d'autres qui marchent moins. De plus, avec la crise du papier, les frais d'impression sont beaucoup plus importants ; en effet, pour ne pas impacter de manière négative la structure, nous préférons de faire une première impression modeste et faire des réimpressions postérieures, comme c'était le cas avec d'autres titres.

Nous avons fixé le prix de vente de notre ouvrage à 48 000 pesos (11 euros) pour nous situer dans la tranche des prix de Cataplum, tout en restant bien au-dessous des prix des livres-albums importés. Pour nous, même si le prix continue à être élevé pour la majorité de la population colombienne, nous nous engageons autant que possible avec l'accessibilité aux publications pour l'ensemble des Colombiens et fixons donc un prix assez conséquent par rapport à ce qui se trouve dans le marché et avec le type d'ouvrage, notamment par le choix du papier et l'abondance des illustrations en couleur.

L'illustratrice percevra un à-valoir à hauteur de 1 440 000 pesos, ce qui correspond environ au SMIC en Colombie (334 euros). Pour le calculer, nous avons utilisé la formule suivante : $6\% \text{ de DA du prix du livre } \times \text{ moitié du tirage}$. Le droit d'auteur de l'illustratrice a été fixé à 6 %, soit 2 851 200 pesos (653 euros). La diffusion/distribution touchera un pourcentage de 54 % du prix de chaque livre-album. En Colombie, l'article 23 de la loi du livre et l'article 478 du statut tributaire exonèrent les livres du TVA, ce qui nous laisse un total de 40 % du CA du prix public, soit environ 21 528 000 pesos (4 933 euros), plus les ventes directes, estimées à 960 000 pesos (220 euros pour couvrir les frais de structure, de fabrication et de promotion.

Nous avons calculé les frais de structure, qui concernent notamment les salaires des trois professionnels, l'éditrice, la responsable administrative et la responsable de la communication, et les frais des bureaux, à hauteur de 3 229 200 pesos (740 euros), soit le 15 % du CA du prix public. Concernant la rémunération de la directrice d'art en charge de la maquette, nous avons calculé 2 000 000 pesos (464 euros) et, pour la communication, nous avons alloué un budget de 2 000 000 de pesos (464 euros), destinés notamment à la participation de Cataplum au salon du livre de Guadalajara en novembre 2023.

Ainsi, grâce à ces calculs, et en prenant en compte la bourse à la création du ministère de la Culture, nous pouvons obtenir le point mort de notre projet : 515 exemplaires, et le point de couverture de l'à-valoir de l'illustratrice : 507 exemplaires. Nous avons calculé le

seuil de rentabilité avant frais généraux à 109 exemplaires, soit une part du tirage de 10,90 %, et un seuil de rentabilité après leur ajout de 136 exemplaires, soit un 13,60 % du tirage.

Les calculs sont une estimation car nous ne connaissons pas réellement les rémunérations versées à la maquettiste et aux auteurs. Je me suis guidée par le salaire minimum en Colombie et ce qui pourrait être payé à un professionnel freelance de mon expérience personnelle en tant que correctrice indépendante. Ainsi, ces chiffres restent réalistes et atteignables pour la maison d'édition Cataplum.

C. Le retroplanning

Afin d'organiser le travail éditorial, nous avons réalisé un rétroplanning (annexe 6). Ici, nous avons établi chaque tâche à accomplir avant la publication du livre-album. Nous commencerons ce projet en septembre 2022, car nous avons choisi le 17 octobre 2023 comme date d'office.

En Colombie, l'industrie de l'édition ne compte pas avec une rentrée littéraire telle qu'elle se déroule en France, mais il y a une grande partie de la production qui se publie vers le mois d'avril, car dans ce mois-ci a lieu le salon du livre de Bogotá, un espace très souvent utilisé pour le lancement des ouvrages. Ainsi, notre date d'office a été choisi en fonction du salon du livre de Guadalajara, se déroulant en novembre, auquel Cataplum participe chaque année, et pendant lequel nous voudrions faire la promotion de ce livre-album au niveau international.

La directrice commencera le travail sur le mythe en espagnol et son adaptation en septembre 2022 pendant une durée de quatre mois, car elle travaille sur plusieurs projets en même temps, en plus d'être chargée d'autres missions au sein de Cataplum, telles que les relations avec les libraires. En même temps, l'illustratrice commencera le travail de révision et adaptation des textes en langue guambiano. Nous avons prévu un mois pour réaliser les corrections sur les textes finales et pour sa validation.

Pour la création des illustrations, nous avons prévu un temps de six mois, en tenant compte qu'elle travaillera en même temps les textes et qu'elle fera un total de treize illustrations de double page en plus de la double page de la couverture et la quatrième de couverture. Une recherche iconographique a été prévue quinze jours à réaliser entre la directrice et l'illustratrice avant la création des illustrations afin de trouver l'ambiance souhaitée pour le projet.

La mise en page de la couverture commencera fin mars 2023, une fois délivrées et contrôlées toutes les illustrations, afin d'avoir la version retenue de la couverture pour la réunion avec le diffuseur/distributeur fin avril 2023. La mise en page de l'intérieur commencera aussi fin avril 2023 et se déroulera pendant deux mois. Nous avons prévu d'envoyer le fichier approuvé pour impression la première semaine de juillet dans l'objectif d'avoir suffisamment le temps d'imprimer la couverture, les cahiers intérieurs, de faire les finitions de la couverture et de façonner et relier le livre-album. Finalement, nous avons prévu quinze jours pour la livraison des livres-album au distributeur, qui se trouve à Bogotá, et quinze jours pour la mise à disposition dans les points de vente.

La demande de la bourse à la création sera réalisée pendant le mois d'avril 2023, moment où ils ouvrent le dispositif, afin de bénéficier de la subvention le plus tôt possible, soit en juillet 2023. Concernant la communication, nous commencerons le travail dans les réseaux sociaux, notamment sur Facebook et Instagram, dès la fin du mois de juillet 2023, et continuerons à publier régulièrement jusqu'à fin novembre 2023, un mois après parution et quelques semaines après le salon de Guadalajara. Pour la communication avec la presse, nous avons choisi d'envoyer les services de presse aux journaux au début du mois de juillet 2023 afin d'avoir un retour vers le mois de septembre, un mois avant parution.

IV. Commercialisation du livre

A. Distributeur et diffuseur

1. Notre diffuseur/distributeur : Plaza y Janés

Cette année, Cataplum a changé de distributeur. Ils sont passés de l'Asociación Colombiana de Libreros Independientes (Association des libraires indépendants, ACTLI) à Plaza y Janés, une maison d'édition espagnole ayant sa propre structure de diffusion/distribution, implantée il y a soixante ans dans le marché colombien. Cataplum sera la première maison d'édition colombienne diffusée par cette structure faisant partie du groupe Penguin Random House, qui diffuse notamment des maisons d'édition espagnoles, argentines et chiliennes comme Combel et Kókinos.

Ce choix de changer de diffuseur a été pris dans l'objectif d'avoir un accompagnement pour le travail de marketing, ce qui n'est pas assuré par l'ACTLI. Ce distributeur est l'un des plus importants dans le pays en termes de chiffres d'affaires et d'importation de titres et, par conséquent, travailler avec eux représente les avantages des grandes structures, comme la présence dans l'ensemble de points de vente du territoire.

En Colombie, le métier de représentant n'est pas autant établi qu'en France. Les représentants sont surtout présents en milieu scolaire pour réaliser les commandes des écoles et des bibliothèques. En effet, des structures de diffusion, telles qu'elles existent en France, ne sont pas présentes dans le marché colombien, et ce sont soit les distributeurs, soit les éditeurs directement qui s'occupent des réunions avec les libraires. Bien que Cataplum passe en diffusion/distribution avec cette structure, la réunion avec les libraires continuera à être réalisée par la directrice de Cataplum, comme elle le faisait avec l'ACTLI, Plaza y Janés s'occupant de la logistique de la distribution.

En ce qui concerne l'Amérique latine, comme nous l'avons vu dans la première partie, la distribution dans chaque pays est indépendante, ce qui veut dire qu'il faut passer par un distributeur différent pour chaque pays de la région. Au Pérou, Cataplum travaille avec

Polifonía, une maison d'édition péruvienne indépendante fondée en 2010 qui distribue des maisons d'édition chiliennes et argentines. De plus, Cataplum travaille avec des distributeurs en Argentine, au Chili, au Mexique et aux États-Unis.

Si, dans l'actualité, le choix de travailler avec un diffuseur/distributeur étranger a été fait afin de donner plus de visibilité au catalogue, Cataplum, comme tous les autres éditeurs indépendants, travaillent entre eux et avec la Red des éditeurs indépendants de la région pour construire une distribution locale et latinoaméricaine qui leur permet de faire un contrepoids à la domination espagnole.

2. Argumentaire de vente

Bien que la diffusion ne se passe pas de la même manière qu'en France, nous avons trouvé intéressant de réaliser un argumentaire de vente à l'instar de ceux conçus pour les représentants en France afin de mettre en place un outil qui permettra à Cataplum de présenter l'intérêt commercial du livre-album. Cela pourra être utilisé dans la réunion de la directrice avec les libraires et même avec les professionnels de Plaza y Janés, et il se différenciera de la présentation du livre-album dans le catalogue car il permettra d'insister sur les points forts du livre-album : la qualité des illustrations représentant une manière de concevoir et interagir avec le territoire, un format adapté et manipulable pour les enfants et un texte littéraire permettant d'aborder la diversité culturelle des communautés colombiennes avec les enfants.

Au niveau de la mise en page, nous nous sommes inspirés du design de Cataplum pour le catalogue de 2022, en ajoutant les points forts et les caractéristiques techniques (annexe 7).

B. Le plan de communication, s'adresser à tout l'enfance latinoaméricaine

L'objectif du plan de communication est de s'adresser à l'ensemble de l'enfance latinoaméricaine, en mettant l'accent sur les enfants colombiens, surtout ceux qui habitent dans les zones où l'accès aux livres est presque inexistant. Pour ce faire, nous comptons

intégrer avec ce livre-album la sélection du ministère de la Culture pour les achats publics adressés aux écoles et bibliothèques publiques, à l'instar d'*Antonia va al río* et *El zorro chuleta*.

1. Les services presse

La communication de livres pour enfants est particulière parce que nous nous adressons aux acheteurs, qui ne seront pas les lecteurs finals du livre-album. Avec les services de presse et les possibles chroniques du livre-album dans les médias, nous nous adressons aux parents et aux adultes susceptibles d'acheter le livre-album pour les enfants autour d'eux. Ainsi, nous avons essayé de cibler des journaux nationaux quotidiens, lus par une grande partie de la population, ainsi que des revues spécialisées en littérature, pour parler au public niche des éditeurs indépendants.

Nous avons prévu d'envoyer cinq livres-album en service presse à cinq médias que nous avons ciblé en accord avec l'objectif du plan de communication. Le premier sera envoyé à Sofía Solórzano, journaliste de la rubrique culture du journal national *La República*, spécialisée en écriture créative, et qui réalise souvent les chroniques des livres pour enfants. Nous allons envoyer aussi un service de presse à Yaneth Jiménez, journaliste culture à la radio nationale, chargée de chroniquer chaque année le Salon du livre de Bogotá (FilBo). Nous allons envoyer un service de presse à Kirvin Larios, journaliste de la rubrique culture de *El Espectador*, l'un de deux journaux nationaux avec le plus de lecteurs dans le pays, et un autre à Dulce María Ramos, journaliste de *El Universal*, qui a déjà interviewé Maria Fernanda Paz l'année dernière pour présenter Cataplum Libros.

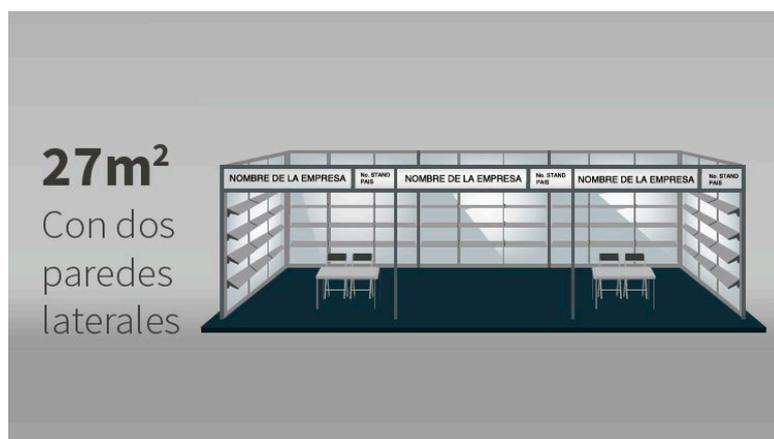
Finalement, nous avons prévu envoyer un service de presse au journal culturel indépendant *El malpensante*. Si ce journal chronique surtout la littérature pour adultes, nous trouvons aussi important de communiquer auprès des parents intéressés à la littérature en général, car ce sont eux qui conforment le public de niche des éditeurs indépendants. Nous

avons choisi d'envoyer le service de presse à Quince Duncan, journaliste spécialisé en littérature qui récupère la tradition orale colombienne.

2. Le Salon du livre de Guadalajara

L'objectif de participer au Salon du livre de Guadalajara est de continuer l'engagement de Cataplum de s'adresser à l'ensemble de l'enfance latinoaméricaine. Le FIL Guadalajara correspond à un espace clé de rencontre entre les maisons d'édition de la région afin d'établir actions conjointes, comme la réédition d'un ouvrage par une maison d'édition d'autre pays ou la réalisation de coéditions. Ce salon, fondé il y a 36 ans par l'Université de Guadalajara, s'adresse spécifiquement aux professionnels du livre, bien que le public général soit également bienvenu.

Cataplum participe depuis 2015 à ce festival culturel se déroulant pendant neuf jours, avec une journée consacrée aux rencontres professionnelles. Les deux dernières années, ils ont participé avec un stand partagé avec Alboroto, maison d'édition mexicaine, et une maison d'édition chilienne. En effet, afin de calculer le budget pour participer à l'édition de 2023, nous avons choisi le stand équipé de 27 m² et nous avons divisé son tarif entre trois.



Pour les participants de la dernière édition, le festival propose des tarifs préférentiels de 255 dollars par m², ce qui nous fait un total de 6 885 dollars / trois maisons d'édition, soit 2 295 dollars qui devront être assumés par Cataplum (10 000 000 de pesos). Ce coût, ainsi que les billets d'avion Bogotá-Guadalajara, et d'hébergement pour la directrice de Cataplum seront divisés entre les six nouveautés qui seront présentés pendant le festival, raison pour

laquelle nous avons attribué un budget de 2 000 000 de pesos pour la promotion dans le compte d'exploitation du livre-album.

3. Le site internet et les réseaux sociaux

Pour promouvoir *Piendamó, el espíritu del pantano*, nous allons commencer à publier sur la page Facebook de Cataplum, sur laquelle ils annoncent la parution des nouveautés. De plus, nous allons mobiliser le site web de Cataplum pour présenter le livre-album parmi les nouveautés sur la page d'accueil, avec un visuel cliquable de la couverture qui nous enverra à une page avec un interview de l'illustratrice.

Deux mois avant la sortie du livre-album, nous annoncerons la parution sur Facebook, et après nous ferons des post réguliers avec la présentation du livre dans les autres canaux de communication de la maison d'édition. De plus, à l'instar des autres livres de la maison d'édition, nous allons rendre disponibles quelques planches qui pourront être feuilletées sur le site web.

D'ailleurs, nous mobiliserons le compte Instagram afin d'essayer d'atteindre un potentiel nouveau public grâce au relai publicitaire conséquent offert par cette plateforme. Si les réseaux sociaux ne sont pas le cœur de notre communication, ils sont un outil non négligeable pour parler aux parents, aux adultes, à toutes les personnes qui sont des potentiels acheteurs de notre livre-album, et aux organisations et institutions qui peuvent aussi s'intéresser à mettre en œuvre des partenariats pour faire la promotion de ce livre-album.

4. Arriver aux mains de tous les enfants en Colombie : des ateliers de lecture

Toutes les actions mises en place dans le plan de communication répondent à la nécessité d'être présents dans les circuits de commercialisation habituels pour soutenir économiquement la structure éditoriale. Cependant, au cœur de cette publication, nous trouvons l'enjeu d'arriver aux mains des enfants qui n'ont pas un accès au livre au-delà de

l'école, et c'est justement dans ces espaces que nous comptons réaliser des ateliers avec afin de les sensibiliser à la lecture en tant que loisir et moyen de divertissement.

Nous envisageons principalement de nous rencontrer avec l'illustratrice et le peuple guambiano dans leur resguardo à Silvia, Cauca, afin de discuter autour du livre-album et présenter l'ouvrage aux enfants de cette communauté. Pour nous, il serait aussi très intéressant de créer un espace de rencontre entre les enfants du peuple guambiano et les enfants qui habitent dans les villes du sud de la Colombie à travers des ateliers de lecture du livre-album.

Les librairies dans lesquelles Plaza y Janés distribue ne sont localisées que dans les grandes villes, Barranquilla, Santa Marta, Cartagena, Valledupar, Montería, Cúcuta, Bucaramanga, Medellín, Pereira, Villavicencio, Cali, Neiva et Bogotá, sans aucune présence au sud de la Colombie, notamment dans les villes Popayán et Pasto, et la région de l'Amazonie, la côte pacifique et l'occident de la Colombie, zones touchées énormément par le conflit interne et le trafic de drogues. Bien que cela soit dû au fait du manque des points de vente dans ces régions, c'est un engagement de Cataplum de réaliser des ateliers avec les enfants des écoles de ces régions pour leur sensibiliser à la lecture des livres-album.

Pourtant, pour commencer, nous réaliserons une intervention au sein de la Semana de Paz y Cultura à Siloé, un quartier marginalisé de Cali, au sud de la Colombie, juste à deux heures en voiture du territoire du resguardo des guambianos. Cette intervention sera la première des plusieurs envisagées dans d'autres villes du sud de la Colombie, notamment Popayán et Pasto, et elle nous servira pour voir comment les activités se déroulent avec les enfants et quelles autres actions pourront être mises en place.

L'idée est d'avoir un atelier de lecture du livre-album, et d'avoir le financement de la mairie de Cali pour acheter des exemplaires pour l'école publique du quartier. De plus, grâce au partenariat avec l'association Semillas de Siloé, nous pourrions amener le matériel nécessaire pour réaliser d'autres activités comme la peinture afin de sensibiliser les enfants à

la culture. Ces ateliers seront réalisés par la directrice de la maison d'édition, qui est chargée de la réalisation de toutes les activités avec les enfants dans les librairies et les salons du livre.

Pour ces ateliers, nous comptons avoir le financement des associations et des mairies, et nous ferons de candidatures à d'autres bourses aux projets culturels qui seront bientôt mises en place par le nouvel gouvernement colombien qui vient de prendre le relais.

Conclusion générale

En Colombie, les éditeurs indépendants conçoivent le livre-album au sein d'un projet éditorial et culturel qui se trouve à la base de leur catalogue. Ainsi, la publication d'un livre-album répond à plusieurs objectifs, comme la formation d'un lectorat et la conservation de la diversité culturelle du pays. C'est notamment le cas de la maison d'édition indépendante Cataplum, qui a établi une ligne éditoriale centrée autour de la conservation de la tradition orale colombienne et latinoaméricaine et du jeu de mots.

Si ces maisons d'édition sont des acteurs fondamentaux de la biodiversité dans la région, ils ne pourront pas accomplir leurs actions individuelles sans l'accompagnement de l'État avec des politiques publiques, notamment les bourses à la production et création des livres. Nous l'avons constaté en réalisant ce projet éditorial, qui ne pourrait être mise en œuvre qu'avec la subvention du ministère de la Culture, car les livres pour enfants entraînent des coûts de fabrication et de promotion élevés. En effet, afin de continuer à soutenir ces éditeurs, il est nécessaire de mettre en place un cadre législatif plus protecteur du marché proprement colombien et d'autres politiques publiques soutenant leurs publications.

Finalement, comme nous l'avons constaté dans la première partie, une distribution au niveau de l'Amérique latine est nécessaire pour assurer l'accès aux publications de la région et faire face à la concentration étrangère, car, afin d'avoir plus de visibilité, les maisons d'édition indépendantes se retrouvent dans la nécessité de passer par les distributeurs espagnols quand ils commencent à se développer, comme c'est le cas de Cataplum.

D'autres études sur le sujet des maisons d'édition jeunesse indépendantes seront intéressantes pour approfondir dans leurs modes de fonctionnement et d'association entre elles, dans l'objectif d'avoir une feuille de route pour tous ceux qui veulent se lancer à la publication des livres jeunesse et de proposer des actions à mettre en place pour ceux qui sont déjà sur le marché.

Bibliographie

Ouvrages

DIAZ, Fanuel. Leer y mirar el libro álbum ¿un género en construcción? Bogotá : Norma, 2007, 179 p.

HAWTHORNE, Susan. Bibliodiversité, manifeste pour une édition indépendante. Paris : Mayer, 2016, 136 p.

Article de revue

BEDOYA-MAZO, Sandra Patricia. La edición en Colombia: aliada de la cultura y el patrimonio. Revista Interamericana de Bibliotecología. [en ligne]. 2016, 39, n° 1, p. 7-8. Disponible sur : <<https://revistas.udea.edu.co/index.php/RIB/article/view/25409>> (consulté le 01/02/2022).

CHOMBART DE LAUWE, Marie-Josée, FEUERHAHN, Nelly. La représentation sociale dans le domaine de l'enfance. *Les représentations sociales*. [en ligne]. 2003, p. 340-360. Disponible sur : <<https://www.cairn.info/les-representations-sociales--9782130537656-page-340.htm>> (consulté le 19/07/2022).

FERNANDEZ-MOYA, Maria. Editoriales españolas en América Latina. Un proceso de internacionalización secular. *Revista de Economía*. [en ligne]. 2009, n° 849, p. 65-77. Disponible sur : <<https://bit.ly/3trf5z2>> (consulté le 10/06/2022).

GÓMEZ, Martín. La independencia en la edición colombiana: ¿una fuente de valor añadido o un simple eslogan? Boletín Cultural y Bibliográfico. [en ligne]. 2014, 48, n° 86, p. 15-27. Disponible sur : <https://publicaciones.banrepcultural.org/index.php/boletin_cultural/article/view/4996> (consulté le 01/02/2022).

GONZALEZ-VÉLEZ, Estefania. Un recorrido por tres leyes de fomento a las industrias culturales en Colombia. *Revista Lebre*. [en ligne]. 2014, 6, p. 235-255. Disponible sur : <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5983201.pdf>> (consulté le 19/05/2022).

HUANG, Lina Marcela. Entrevista a Jairo Buitrago. *Literatura: teoría, historia, crítica*. [en ligne]. 2021, 23, n° 2, p. 353-371. Disponible sur : <<http://www.scielo.org.co/pdf/lthc/v23n2/0123-5931-lthc-23-02-353.pdf>> (consulté le 9/08/2022).

MANSILLA-TORRES, Sergio. Literatura e identidad cultural. *Estudios filológicos*. [en ligne]. 2006, n° 41, p. 131-143. Disponible sur : <http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0071-17132006000100010&lng=es&nrm=iso> (consulté le 01/02/2022).

PARDO-CHACÓN, Zully. Panorama histórico del libro ilustrado y el libro-álbum en la literatura infantil colombiana. *Ensayos : Historia y teoría del arte*. [en ligne]. 2009, 16, p. 81-

114. Disponible sur : <<https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/49988>> (consulté le 01/02/2022).

PARDO-CHACÓN, Zully. El desarrollo del libro álbum en Colombia: 1970–2008. *Bellaterra Journal of Teaching & Learning Language & Literature*. [en ligne]. 2010, 2, n° 2, p. 138-151. Disponible sur : <<https://revistes.uab.cat/jtl3/article/view/v2-n2-pardo>> (consulté le 01/02/2022).

PÉREZ-ÁLVAREZ, Sergio. Estudios sobre el libro en Colombia. Una revisión. *Lingüística y literatura*. [en ligne]. 2017, 38, n° 71, p. 152-174. Disponible sur : <<https://revistas.udea.edu.co/index.php/lyl/article/view/326922/20784174>> (consulté le 01/02/2022).

PINHAS, Luc. Indépendance éditoriale et défense de la bibliodiversité en Amérique latine. *Communication & langages*. [en ligne]. 2011, 4, n° 170, p. 47-62. Disponible sur : <<https://bit.ly/3xDGEYt>> (consulté le 01/02/2022).

PODEVIN, Maud. Consecuencias de la colonización y de la modernidad sobre la cultura y los modos de vida en América Latina y en Colombia. *Ciencia nueva. Revista de Historia y de Política*. [en ligne]. 2018, 2, n°1, p. 23-51. Disponible sur : <<https://revistas.utp.edu.co/index.php/historia/article/view/18251/10861>> (consulté le 08/06/2022).

SILVA-DIAZ, Maria Cecilia. La metaficción como un juego de niños. Una introducción a los álbumes metaficcionales. Banco del libro. [en ligne]. 2005, p. 48. Disponible sur : <http://ciie.abc.gov.ar/marcospaz/wp-content/uploads/sites/39/2016/10/Silva_D%C3%ADaz._Metaficci%C3%B3n..pdf> (consulté le 25/5/2022).

VALENCIA, Margarita. La edición independiente: consideraciones generales sobre el caso colombiano. *Trama & Texturas*. [en ligne]. 2018, n° 37, p. 41-56. Disponible sur : <<https://www.jstor.org/stable/26645088>> (consulté le 01/02/2022).

Rapports

Alianza Internacional de Editores Independientes. Declaración Internacional de Los Editores Independientes, Para Contribuir a La Defensa y Promoción de La Bibliodiversidad. [en ligne]. *Trama & Texturas*. 2015, n° 27, p. 128–33. Disponible sur : <<http://www.jstor.org/stable/26156233>> (consulté le 01/02/2022).

Cámara Colombiana del Libro. Principales hallazgos sobre el sector editorial en Colombia. [en ligne]. Bogotá D.C. : Ministerio de la Cultura, 2016, 17 p. Disponible sur : <<https://economianaranja.gov.co/media/roils4ge/a-7-8-2-principales-hallazgos-sobre-el-sector-editorial.pdf>> (consulté le 17/12/2021).

Cámara Colombiana del Libro. Caracterización del sector editorial en Colombia: una aproximación al mundo editorial en el país 2013. [en ligne]. Bogotá D.C. : Ministerio de la Cultura, 2016, 64 p. Disponible sur : <<https://economianaranja.gov.co/media/mhwbkqiqa-7-8-1-caracterizaci%C3%B3n-del-sector-editorial-en-colombia.pdf>> (consulté le 01/02/2022).

Ministerio de Cultura. Diagnóstico y propuestas para el fortalecimiento del ecosistema del libro en Colombia. [en ligne]. Bogotá D.C. : Ministerio de la Cultura, 2016, 18 p. Disponible sur : <<https://camlibro.com.co/wp-content/uploads/2017/10/DIAGNO%CC%81STICO-Y-PROPUESTAS-PARA-EL-FORTALECIMIENTO-DEL-ECOSISTEMA-DEL-LIBRO-EN-COLOMBIA.pdf>> (consulté le 19/05/2022).

Cámara Colombiana del Libro. LIJ Colombia 2015-2018. Libros infantiles y juveniles editados en Colombia. Bogotá D.C. : Cámara Colombiana del Libro, 2018, 415 p.

Cerlalc. Comportamiento lector y hábitos de lectura. Una comparación de resultados en algunos países de América Latina. 2011, CERLALC, Bogotá. Disponible sur : https://cerlalc.org/wp-content/uploads/2016/08/33c91d_Comportamiento_Lector.pdf (consulté le 27/07/2022).

Comisión de la Verdad. Informe final. [en ligne]. Disponible sur : <<https://www.comisiondelaverdad.co/>> (consulté le 16/08/2022).

Congreso de Colombia. Ley no 98 de diciembre 22 de 1993: Por medio del cual se dictan normas sobre democratización y fomento del libro colombiano. Diario Oficial No 41.151 de diciembre 23 de 1993 : Bogotá. Disponible sur : <https://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-104559_archivo_pdf.pdf> (consulté le 04/07/2022).

Ministerio de la Cultura de Colombia. Impacto económico de las industrias culturales en Colombia. Bogotá : Convenio Andres Bello, 2003. 248 p. Disponible sur : <<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53915.pdf>> (consulté le 14/06/2022).

ENRIQUEZ-FUENTES, Elena. El comercio de libros entre España y América Latina : disonancia en la reciprocidad. Ciudad de México : Alianza internacional de editores independientes, 2008. Disponible sur : <https://www.alliance-editeurs.org/IMG/pdf/Comercio_del_libro.pdf> (consulté le 14/06/2022).

FERNÁNDEZ-VERGARA, Andrés. Leyes políticas públicas, instituciones y dispositivos de fomento del libro y la lectura en Latinoamérica. Chile: Alianza internacional de editores independientes, 2017. Disponible sur : <https://www.alliance-editeurs.org/IMG/pdf/leyes_politicas_publicas_fomento_del_libro_latinoamerica_sept._2019.pdf> (consulté le 01/08/2022).

Unesco. Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles. Paris : UNESCO, 2005, 17 p.

Lois

Congreso de Colombia. Ley n° 98 de diciembre 22 de 1993: Por medio del cual se dictan normas sobre democratización y fomento del libro colombiano. Diario Oficial No 41.151 de diciembre 23 de 1993: Bogotá.

Thèses et mémoires

GÓMEZ, Violeta Antonia. Leo Independiente. Catálogo de la producción editorial independiente en Colombia. Mémoire de Licence en communication et production éditoriale. Bogotá : Pontificia Universidad Javeriana, 2019, 61 p.

HAMAWI, Jacobo Rodolfo. La bibliodiversidad en Argentina, un análisis desde la perspectiva de la economía política. Mémoire de Master en Industries Culturelles : politiques et gestion. Argentina : Universidad Nacional de Quilmes, 2020, 187 p.

Sites web

CONTRERAS-SALAZAR, Andrea. Desaparición forzada en América Latina. Amérique latine, 2021. Disponible sur : <[https://www.freiheit.org/es/latin-america/desaparicion-forzada-en-americalatina#:~:text=Am%C3%A9rica%20Latina%20engloba%206%20de,las%20Naciones%20Unidas%20\(ONU\)>](https://www.freiheit.org/es/latin-america/desaparicion-forzada-en-americalatina#:~:text=Am%C3%A9rica%20Latina%20engloba%206%20de,las%20Naciones%20Unidas%20(ONU)>)>. (consulté le 16/08/2022).

GUTIÉRREZ-NÚÑEZ, Allison. Estos son los 10 libros más vendidos en librerías que todo niño y niña debería leer. La República. [en ligne]. (mis à jour le 24/04/2021). Disponible sur : <<https://www.larepublica.co/ocio/estos-son-los-10-libros-mas-vendidos-en-librerias-que-todo-nino-y-nina-deberia-leer-3158596>> (consulté le 16/08/2022).

Liberoamérica. Entrevista a María Osorio, Babel Libros. [en ligne]. (mis à jour le 27 novembre 2017). Disponible sur : <<https://liberoamericamag.com/2017/11/27/entrevista-a-maria-osorio-babel-libros/>> (consulté le 16/08/2022).

Slideshare. Listado colección semilla 2012. Ministerio de Educación Nacional. Plan Nacional de Lectura y Escritura. Disponible sur : <<https://es.slideshare.net/ClaudiaPatriciaNioRueda/listado-coleccion-semilla>> (consulté le 16/08/2022).

Otraparte. Presentación Tragaluz Editores. [en ligne]. (modifié le 29 avril 2010). Disponible sur : <<https://www.otraparte.org/agenda-cultural/literatura/tragaluz-editores/>> (consulté le 18/07/2022).

Corpus

Livres-album

- AGUILAR, Luisa, *Orejas de mariposa, para educar en tolerancia y respeto*, Kalakandra, 2008.
- ANDRUETTO, María Teresa, RABANAL, Daniel, *Los ahogados*, 2017.
- ALGORTA, Alejandra, RICKENMANN, Iván, *nuncaseolvida*, Babel, 2019.
- ARCINIEGAS, Triunfo, SÁNCHEZ, Álvaro, *Cuando el mundo era así*, Bogotá, Cataplum, 2017.
- BOLAÑOS, María Paula, *Rana*, Bogotá, Babel, 2007.
- BONNET, Piedad, GÓMEZ, Daniel, *El corazón del árbol*, Loqueleo, 2015.
- BITRAGO, Jairo, GUEVARA, Santiago, *Los irlandeses*, Babel, 2017.
- CESÁREO DE ARMELLADA, Fray, SEMPERE, Vicky, *El rabipelado burlado*, Ekaré, 1987.
- DAUTANT, Maité, RIVANO, Mateo, *No se aburra*, Bogotá, Cataplum, 2017.
- DA COLL, Ivar, *José Tomillo*, SM, 2015. GÓNZALEZ, Olga, PLUK, Jim, *Cuenta que te cuento*, Bogotá, Cataplum, 2018.
- DA COLL, Ivar, *Chigüiro encuentra ayuda*, Babel, 2006.
- DA COLL, Ivar, *Chigüiro y el baño*, Babel, 2005.
- DIPACHO, *Antonia va al río*, Cataplum, 2019.
- DIPACHO, *Viernes verdes*, B de Blok, 2015.
- GREJNIEC, Michael, *¿A qué sabe la luna? Una historia de superación*, Kalakandra, 1999.
- GUTIÉRREZ, Pilar, SUÁREZ, José Antonio, *Bola de agua*, Medellín, Tragaluz, 2008.
- KURUSA, DOPPERT, Monika, *La calle es libre*, Ekaré, 1981.
- LEAL-ACOSTA, Marisol, *A Tony le gusta jugar con las visitas*, Bogotá, Sílabas, 2018.
- MASSARANI, Mariana, *Los chimichimitos*, Cataplum, 2021.
- MENESES, Gerardo, *Pancho, cada vez más ancho*, Norma, 2017.
- MO, Andy, *Marimba sale de su casa*, Albaricoque, 2018.
- OBESO, Candelario, MAYORGA, Juan Camilo, *Adiós*, Cataplum, 2016.

ORTIZ, Paula, *Comadrita la rana*, SM, 2000.

ROMÁN, Celso, CUELLAR, Olga, *¿Por qué el coatí tiene manchas en la cola?*, 2015.

SALAZAR, Ana Catalina, *María Margarita*, Bogotá, Albaricoque, 2021.

TORO-MURILLO, Alejandra, *Yuyu y el miedo*, Bogotá, Sílabas, 2018.

TOVAR, Julia, *El día del eclipse*, Bogotá, Albaricoque, 2021.

Livres illustrés

BROOKS, Ben, *Cuentos para niños que se atreven a ser diferentes, reflexiones para el cambio*, Aguilar, 2018.

FAVILLI, Elena, CAVALLO, Francesca, *Cuentos de buenas noches para niñas rebeldes, historias y logros de 100 mujeres*, Destino, 2017.

GOSCINNY, René, *El pequeño Nicolás, el mundo visto por los ojos de un niño*, Loqueleo, 2008.

MUÑOZ-MARTÍN, Juan, *Fray perico y su borrico* de Juan Muñoz Martín, SM, 2017.

Annexes

Annexe 1 : Entretien avec Maria Osorio, directrice de Babel Libros.

Annexe 2 : Entretien avec Maria Fernanda Paz, directrice de Cataplum Libros.

Annexe 3 : Chemin de fer *Piendamó, el espíritu del pantano*.

Annexe 4 : Devis d'impression Panamericana Formas e Impresos.

Annexe 5 : Compte d'exploitation.

Annexe 6 : Rétroplanning.

Annexe 7 : Argumentaire de vente.

Annexe 1 : Entretien avec Maria Osorio, directrice éditoriale de Babel Libros (traduit de l'espagnol)

I : Bonjour Maria, je réalise en ce moment mon mémoire qui porte sur la bibliodiversité et l'édition jeunesse en Colombie, plus spécifiquement sur l'édition du livre-album. Pour commencer, j'ai lu un entretien que tu as fait pour El Tiempo, dans lequel tu as raconté que Babel, avant d'être une maison d'édition, est née comme un distributeur. Quel était le constat au moment de la création de Babel qui t'a mené à le faire ?

M : Au moment où nous avons créé Babel, dans les années 2000, il n'y avait absolument rien. Il y avait deux librairies, une très commerciale et Espantapajaros, qui avait sa cible très marquée, avec Yolanda et les enfants de la crèche, mais il n'y avait rien d'autre. Les librairies indépendantes traitaient aussi mal le livre pour enfants que les grandes librairies. Pour moi la réflexion était, on crée des livres et après ? Qu'est-ce qu'on fait avec ça ? J'étais un adulte qui pensait à la réalité de la vie et je me suis dit, je ne peux pas faire des livres parce qu'après je devrai remplacer les meubles avec des cartons, parce qu'il n'y avait pas où les vendre, et je savais pas comment les vendre non plus. Alors, nous travaillions à ce moment-là avec Ekaré (maison d'édition jeunesse indépendante au Venezuela), donc l'idée c'était de continuer avec Ekaré et proposer sa distribution, et d'apporter d'autres fonds des maisons d'édition du Venezuela et de l'Amérique Latine, et ainsi on a commencé.

L'idée c'était d'avoir un soutien afin de pouvoir commercialiser les livres au moment de décider de commencer à produire nos propres livres, pour ne pas avoir qu'un seul livre. Actuellement il y a des petites maisons d'édition qui ont un seul livre et qui trouvent la manière de commencer et de survivre. À ce moment-là, non, on était complètement seuls ; donc on a créé l'entreprise de distribution. En tant que distributeurs, on devait connaître aussi comment fonctionnait le marché, comment les livres étaient vendus, comment ils se négociaient, qui les achetait, dans ce marché aride, où les livres pour enfants, ce qu'on appelle livre jeunesse, pas les jeux en format livre, n'avaient pas de place en librairie. Alors, on a commencé à travailler, mais pour réussir on avait besoin d'expérience, parce que c'est comme ça dans un pays comme le nôtre, où on est censé naître avec de l'expérience. Donc, comme on ne l'avait pas, on a dû s'associer avec d'autres personnes. Pendant les premières années, j'ai travaillé pour soutenir Babel financièrement, les deux années qui ont suivi j'avais un travail à côté pour moi, et Babel a commencé à soutenir seule en tant que petite structure et, dans la cinquième année, j'ai commencé à recevoir un salaire.

Alors, la logique a été de commencer comme ça, une fois on était distributeurs, on s'est demandé, comment on va vendre les livres s'il n'y a pas de librairies ? Ok, on va monter une. Créer une librairie était la manière d'avoir un point de vente qui se contrastait avec tout ce qui circulait dans le pays, tout ce qui a commencé à circuler à cette époque-là, qui contrastait avec tout le reste, et de connaître le public et aussi les acteurs du domaine spécifique de l'édition. C'était la raison de faire ça, et une fois on a réussi à le faire on a créé la maison

d'édition, et après on a créé la bibliothèque, qui nous a permis de connaître plus directement les enfants, qui sont nôtre public, et de travailler avec eux. Ensuite, on s'est rendu compte qu'on devait s'associer, alors on a créé l'Asociacion Colombiana de Editores Independientes. Nous sommes 45, et non pas parce qu'on est exclusifs, mais parce qu'il y en a plus, on est peu nombreux.

I : Ça fait longtemps que tu as monté la librairie et la maison d'édition, et tu as pu te rencontrer avec ton public et tes lecteurs, comment tu les décris ? Qui sont ces personnes qui s'intéressent aux livres de Babel ?

M : C'est difficile parce qu'ici en Colombie la lecture des enfants est confinée aux espaces scolaires et aux bibliothèques, c'est très difficile de circuler d'une autre manière, alors, le public en général sont les personnes qui s'intéressent aux livres ou des professionnels en littérature, ou qui ont eu dans son enfance des personnes qui ont lu avec eux. Des jeunes qui ont commencé à lire avec le Chigüiro, et donc ils viennent pour acheter le même pour ces enfants. Et aussi des étrangers, parce qu'on est dans une zone de la ville (Bogota) très habitée, alors il y a les professeurs des universités, les fils des étudiants des universités autour de nous, mais, en soi, la famille "ordinaire et moyenne" n'est pas notre public. Les personnes qui ne sont pas proches des livres ont du mal à entrer dans une librairie et en acheter. Quand il s'agit des enfants, c'est souvent les familles intéressées par le sujet, ou qui sont dans une école ou on parle du sujet ou qui ont eu contact avec des livres, et d'un autre côté, des jeunes qui s'intéressent par le sujet du livre : des illustrateurs, des écrivains, ce type de gens. Aussi il y a des professeurs, des professeurs conscients, personnels des bibliothèques qui viennent, parce que de toute manière ce que la librairie leur offre c'est exactement cette diversité, parce que ce qu'on dit ce que les gens, quand ils rentrent dans une librairie, ils ne cherchent pas une maison d'édition en particulier. Ils viennent voir les livres, à se laisser surprendre. On les organise par thèmes, alors on dialogue d'une manière différente avec le public. Il y a des fois où ce public, qui n'assiste pas beaucoup, participe à une activité et après ils deviennent des clients et passent plus souvent, mais, quand même, on n'a pas d'hordes de gens qui viennent à la librairie.

I : Actuellement, après la pandémie, Babel Libros en tant que maison d'édition, elle survit économiquement grâce aux ventes des livres ?

M : Oui, elle survit grâce à ce modèle mixte. Les options quand on a commencé c'était d'offrir des services éditoriaux pour d'autres ou faire une chose comme ça plus diverse, pour toucher et connaître tous les maillons de la chaîne du livre, ce qui est un avantage très important. On connaît comment fixer les prix, les obstacles pour importer, vendre et exporter, on connaît tout, c'est un avantage, et il y a des moments où la maison d'édition dépend plus du distributeur, mais ils apportent tous un peu. Parfois on se demande si on devrait arrêter un des bras de Babel et se replier, mais la vérité c'est qu'on fonctionne comme un tout. Et on s'aperçoit que chaque fois de plus en plus notre modèle est reproduit par d'autres, par exemple d'autres éditeurs indépendants qui se rassemblent pour former des distributeurs

tous petits, qui distribuent les maisons d'édition plus indépendantes entre nous tous, et celles qui se créent, et les distribuent et les donnent de la visibilité avec leur travail. Mais pour ceux qui se demandent si en ce moment on est tranquille et on survit, la réponse est non, la lutte est jour par jour, an par an.

Quand j'ai commencé, je rêvais qu'au bout de 5 ans on serait tranquilles, et on est 22 après et c'est pareil, on pense jour à jour, et surtout maintenant avec la crise économique. Il y a deux ans le dollar était à 3 000 (pesos colombianos, 1 euro = 4 500 pesos colombianos) et aujourd'hui c'est plus de 4 000. Comme ça c'est impossible de maintenir une sorte de stabilité, mais on a un avantage important et c'est que, juste avant la pandémie, on avait importé une quantité importante de livres et on avait reçu des subventions publiques, alors on n'a pas dû payer d'autres choses à l'étranger, on a commercialisé ça et avec ça on a survécu lentement. Tout le personnel de Babel a renoncé à 25 % de son salaire pour apporter, moi je ne recevais pas de salaire, et après le confinement on a pu donner à tout le monde ce qu'on avait épargné, comme ça on a pu survivre et on continue avec ce rythme maintenant. On a décidé que c'est mieux de pas être dans l'accélération, on n'est pas ici 24 h, et on ne participe pas dans tous les salons, on a décidé plutôt de faire un travail chez nous, pour renforcer la librairie et la maison d'édition, et les relations mais à partir d'ici à l'intérieur. Non pas d'être dans cette logique de tout le monde d'être partout en tout moment, alors survivre n'a pas été facile, a été possible, on continue à travailler tous là, mais c'est une lutte jour à jour.

I : Aujourd'hui, qui compose l'équipe de Babel, combien de personnes ?

M : On est deux personnes à la maison d'édition, et pour le distributeur, il y a deux personnes. Dans la librairie, il y en a une seule, mais on peut tous y travailler, et on a une équipe d'administration, deux personnes qui administrent et trois en plus, un chauffeur, une personne qui s'occupe du stock et une personne qui s'occupe des bureaux. On est une petite équipe, mais on travaille sur tout, la distribution et la librairie partagent leurs opinions sur ce qu'on fait dans la maison d'édition. On travaille ensemble.

I : Et quel est le projet éditorial de Babel Libros ?

M : Je pense que c'est un projet touché énormément et sensiblement par la réalité. Disons, on n'est pas capables simplement d'éditer la littérature fantastique ou des choses qui ne touchent pas la réalité. Ou plutôt, pour moi la réalité est extrêmement importante, ce qui se passe actuellement, ce qui se passe autour de nous, il faut le partager, il faut le faire connaître, alors ça c'est en gros le projet, livres pour entretenir, ce n'est pas notre idée, et il y en a de trop.

I : Les manuscrits sont envoyés à Babel par les auteurs ? Ou tu as un groupe d'auteurs avec qui tu travailles ?

M : Non, j'ai des auteurs avec qui je travaille, on les sollicite pour faire les livres. On ne reçoit pas de manuscrits, c'est beaucoup de travail de les réviser et la plupart ne sont pas dans notre ligne éditoriale. En général, les auteurs envoient n'importe où leurs manuscrits. Ils ne révisent pas les catalogues ou les lignes éditoriales de chaque maison d'édition, juste pour être publiés. On travaille ensemble avec nos auteurs pour créer les livres qui nous intéressent. Actuellement, on publie deux livres-album par an.

I : Quel est le tirage des titres que vous publiez dans la catégorie de livre-album ?

M : Avant on avait des tirages d'environ 3000 exemplaires, mais avec la situation actuelle on imprime environ 1000, et ça parce que par exemple pour le dernier livre-album qu'on a édité (Ugh), on a reçu une subvention à la création de l'État de 10 millions de pesos (2 350 euros environ) pour financer la conception éditoriale et la fabrication.

I : Et en Colombie, est-ce que tu as une idée de combien de livres-albums se publient par an ?

M : C'est trop difficile de savoir exactement parce qu'après la Ley del libro, afin de bénéficier de ça, la plupart des maisons d'édition étrangères appartenant aux grands groupes ont commencé à imprimer en Colombie pour avoir un ISBN colombien. Mais les livres édités en Colombie, qui ont eu un procès éditorial dans le pays, je pense, sont non plus de 30 par an. Et quand on s'est rendu compte que c'était un phénomène qui gonflait les chiffres de la production nationale, on a commencé à réviser pour savoir pourquoi il y avait 800 livres par an, quand pour moi il se publiait moins moins qu'aux années 80 quand je commencé dans le domaine de l'édition. Alors, on a créé le projet LIJ Colombia, un catalogue où on essaie de voir quelle est la réalité de la production et l'édition nationale de livres pour enfants.

On a donc fait une évaluation de l'information. On soupçonnait que cela se produisait parce que j'ai commencé quand l'édition professionnelle de livres a débuté en Colombie, je savais à peu près combien de livres étaient réalisés chaque année et de combien était la production. Par exemple, quand la maison d'édition Norma est née, ils ont publié 35 livres et 4 collections, une quantité impressionnante de choses, alors quand on a commencé ce travail en 2012, j'ai dit que je voulais faire cette recherche et ils m'ont demandé pourquoi, et je leur ai dit que je soupçonnais qu'on produisait moins qu'en 1985 quand j'ai commencé. Ils m'ont dit, si vous savez déjà, pourquoi voulez-vous faire cette enquête ? Parce que partir d'une hypothèse et la vérifier, c'est ça la recherche.

Je l'ai menée pendant mon temps libre, et le résultat était que, au début, nous regardions ligne par ligne, livre par livre. Le problème, c'est que dans l'ISBN il est indiqué que le deuxième secteur le plus demandé est la littérature jeunesse, et on s'est dit, ce n'est pas possible, d'où sortent 800 livres par an édités en Colombie ? c'est faux, alors l'idée était de le vérifier. Nous avons donc découvert que le plus simple, c'était de classer les maisons d'édition, pas les livres, alors nous avons commencé avec un axe de coordonnées : à gauche les grands groupes étrangers ; à droite, une division en trois groupes : grands groupes

éditoriaux colombiens, maison d'édition indépendantes, et les nouveaux arrivants et les amateurs, c'est-à-dire, des éditeurs indépendants d'autres domaines, qui font des romans pour adultes, par exemple, et d'un coup ils font un livre pour enfants et se disent, non, c'est trop difficile, on le refait jamais plus, et ces amateurs changent chaque année, ils sont nouveaux, ce n'est pas une chose stable.

Nous avons donc fait un axe de coordonnées : à gauche les grands groupes étrangers ; à droite les structures colombiennes, classées par leur taille, d'une part, et par leur présence sur le marché, de l'autre, et vers le haut on a mis la production locale et, vers le bas, la production étrangère, c'est-à-dire, les droits que nous achetons, les indépendants, et les livres que produisent les grands groupes et qui importent de leurs filiales d'autres pays, en gros c'est ça. Cela a donné alors un schéma très amusant, dans lequel on voyait que la production locale était très petite, et qu'il y avait des pics dans la courbe de l'ISBN parce que, par exemple, quand les Espagnols ont dit aux grands groupes "nous n'avions plus d'argent, nous n'avons pas, nous sommes en crise", là ils ont commencé à produire localement, mais produire localement, c'est imprimer localement, c'est-à-dire, importer les livres édités et conçus dans un autre pays, et les mettre en circulation avec un ISBN local, car ils sont imprimés ici, donc comme ils ont un ISBN local, ils viennent grossir les chiffres locaux, ce qui est faux, d'un côté. D'un autre côté, après cela, les grands groupes ont commencé à acheter des livres, non seulement aux filiales espagnoles, qui les envoyaient auparavant, mais elles ont aussi commencé à acheter des livres pour imprimer ici de toutes les filiales, mexicaines, chiliennes, de tout, alors ça a généré plus de diversité, même s'il n'y a pas d'édition locale. D'un autre côté aussi, quand un éditeur de ces sauvages qui font un livre toutes les 5 minutes, on remarque le passage de cet éditeur par les différentes années et par les différentes maisons d'édition. Donc, quand il arrive, il augmente les chiffres de production, et quand il part, la production diminue, voire disparaît, alors disons que l'éditeur est devenu un point important dans ce jeu.

D'ailleurs, par exemple, Alfaguara n'a laissé à Santillana que le fond de livres jeunesse, puis ils ont créé le fond Loqueleo, qui ne peut plus s'appeler Alfaguara. Donc, lorsque Alfaguara est devenu Loqueleo, cette année-là la production de livres a augmenté, parce que les ISBN pour toutes ces réimpressions ont été demandés, parce qu'elles avaient un nouveau nom pour la maison d'édition. Le positif dans ce cas-là c'est que les livres locaux ont été imprimés d'abord, ce qui était colombien, ils ont produit plus colombien qu'autre chose, et ainsi de suite. Chaque fois que vous faites cette analyse de l'ISBN, vous pouvez décanter ce qui se passe. Après, on a perdu Norma, Norma est passée du côté droit de l'axe de coordonnées au côté gauche, avec les grands groupes étrangers, parce qu'elle a été achetée par Santillana.

Les Espagnols ont réalisé que le vrai marché à exploiter était le latinoaméricain, parce qu'ils sont 450 millions et nous, 500 millions. En général, les labels éditoriaux, lorsqu'ils sont achetés, se mangent entre eux, ils se mangent et deviennent généralement un seul label,

mais ils ont découvert il y a longtemps que cela ne fonctionne pas, qu'un plus un ne font pas deux. Alors, désormais ils font deux fonds complètement séparés. Norma fonctionne comme si c'était une maison d'édition colombienne, même si c'est pas ça, et Alfaguara fonctionne comme elle l'a toujours été, c'est-à-dire Santillana, c'est-à-dire Loqueleo, parce que Santillana est un groupe d'édition scolaire, qui a acheté Alfaguara, puis Alfaguara a vendu sa part d'adultes à Random House, et Random House a exigé de garder la marque Alfaguara, puis Alfaguara a dû nommer son fond jeunesse différemment, le passer à une autre marque, alors vous voyez cette transformation dans l'ISBN, comme cela change d'une année à l'autre.

Aussi les achats à l'étranger, par exemple Panamericana, a plein de titres vers le bas (de l'axe de cordonnées), et les indépendants ont un ou deux livres qu'on achète à l'étranger, et pas tous les ans. Il est aussi intéressant de regarder ça pour comprendre comment le marché est composé. On regarde aussi le type contenu, il se trouve que le livre-album est produit par les maisons d'édition indépendantes, il est objet de circulation dans les librairies, d'achat public et de prix, alors que les textes plus longs, ceux qui concernent le littéraire concernant le texte écrit, sont plus produits par les grands groupes, par les éditeurs des manuels scolaires, et vendus principalement à l'école. On a complètement oublié les livres de SM, Torre de Papel, tout cela a complètement disparu des librairies et est vendu directement dans les écoles. Donc cela nous permet de voir aussi qu'il y a beaucoup de champs qui sont vides, les livres d'information nous en avons deux par an.

I : C'est très intéressant de voir comment les phénomènes de concentration qui existent ici en France, sont aussi présents dans le marché colombien.

M : Oui, bien sûr, mais ce qui se passe ici, c'est que la concentration est étrangère, elle n'est pas locale, elle est espagnole, c'est une domination qui existe depuis le début de la colonie, c'est une autre chose. Il ne s'agit que de pouvoir économique, mais aussi culturel, politique, tout. Parce qu'ils sont les propriétaires des maisons d'édition, mais aussi des médias, ils ont des arrangements avec les grandes chaînes de librairie, il n'y a rien qui va. Et c'est pourquoi il est important de voir ce qui se produit contre tout ce qui circule. Même dans notre catalogue, on a 700 titres, alors que 70 sont les nôtres, et c'est plus ou moins la proportion sur le marché colombien, 90% de titres sont de production étrangère qui arrive dans le pays à travers des distributeurs.

I : Et dans votre catalogue, c'est quoi ce qui se vend le plus ?

M : Tout, quand on importe des livres, on n'apporte pas un catalogue complet. On analyse le catalogue et on apporte ce qu'on pense qui va marcher et se va se vendre sur le marché local, et on s'approprie le sujet. On travaille avec ces livres comme s'ils étaient les nôtres, nous n'apportons pas dix pour voir s'ils marchent ou pas, non. On a assez d'expérience pour savoir ce qui se vend et qui ne se vend pas, on connaît le sujet, les livres et on s'approprie d'eux comme on le fait avec notre propre catalogue.

Annexe 2 : Entretien avec Maria Fernanda Paz, directrice éditoriale de Cataplum Libros (traduit de l'espagnol)

I : Pour commencer, ce que je voudrais connaître comment a été le début de la maison d'édition, comment vous avez décidé de la créer, quel était le besoin que vous avez identifié, et savoir un peu sur l'histoire de la maison d'édition jusqu'au présent.

M : La maison d'édition a été créée en 2014. J'ai travaillé en faisant des livres pour enfants toute ma vie. J'ai d'abord travaillé comme assistante avec Maria Elena Maggi. J'avais fait des études en sciences politiques et en lettres, mais j'avais toujours été très clair sur le fait que ce que je voulais, c'était faire des livres. Alors j'ai commencé à travailler et j'ai toujours travaillé sur des livres pour enfants, et de là je suis allée au Banco del Libro, où j'ai réalisé des tâches éditoriales, mais surtout je faisais de la recherche sur les livres pour enfants. J'ai commencé très jeune, vers 22 ans, et pendant un temps je me suis consacré à la promotion de la lecture quand je suis arrivé ici en Colombie, mais j'ai vite compris que je voulais faire des livres. J'ai tourné chez beaucoup d'éditeurs, peut-être pas tant que ça, mais j'ai travaillé chez Penguin Random House, chez Ediciones B, j'ai travaillé chez SM, qui était mon dernier travail (avant Cataplum). En 2014, j'ai commencé à travailler avec Juan Pablo Mujica, avec qui j'avais travaillé chez SM, qui m'avait aidé à éditer et relire certains textes.

La première année, nous nous sommes consacrés à faire du travail institutionnel, c'est-à-dire faire des livres pour enfants, mais pour les institutions, ou des livres liés à la promotion de la lecture et au Plan lecteur. Et puis nous avons fait le premier livre Adios. Et puis ce livre a remporté une bourse du ministère de la Culture, la bourse pour le livre-album, donc c'était une très grande distinction parce que c'était notre premier livre. Juan Pablo a continué dans la maison d'édition jusqu'en décembre 2019. Il était très porté sur le travail institutionnel et il m'a donné l'opportunité d'acheter sa part. C'était un mois avant le début de la pandémie. C'est ainsi que la maison d'édition est née.

Pourquoi créer une maison d'édition jeunesse ? La vérité est que c'est ce que je sais faire. Ce que je sais faire, ce sont des livres pour enfants. Et d'un autre côté, je voyais vraiment que, dans les grandes maisons d'édition, les livres pour enfants avaient très peu d'options, car s'ils ne rentrent pas dans le Plan lector, ils ont très peu de possibilités de commercialisation. Beaucoup de livres sont publiés chez de grands éditeurs, mais tous n'ont pas la possibilité d'avoir du marketing, ou d'être réalisés avec soin, et je constate qu'il y a une énorme absence de bons livres pour enfants, vraiment conçus pour les enfants. C'est donc cette idée qui soutient Cataplum, c'est vraiment de penser aux enfants, et cela nous donne une grande expérience, non seulement dans l'édition de livres pour enfants, mais aussi dans le contact et l'étude de l'enfance. Je dis toujours, et ce n'est pas moi qui le dis, tout le monde le dit, qu'un bon livre pour enfants peut être pour tous les âges, mais un bon livre pour adultes, non. Il est difficile de trouver de bons livres pour adultes qui peuvent fonctionner pour les enfants et que les enfants, en particulier les jeunes enfants, aimeront. Aussi Cataplum est né

du sauvetage. Ce premier livre que nous avons publié, qui marque en quelque sorte notre route, est un poème de Candelario Obeso, un auteur colombien, qui n'a évidemment pas écrit ce poème en pensant aux enfants, mais à un moment donné, j'ai fait des recherches pour une anthologie, et j'ai trouvé Candelario Obeso et je suis tombée amoureuse, car il me semble qu'il reconstitue l'oralité du Caraïbe colombien. Nous avons fait une adaptation très soignée, car la langue d'origine est le dialecte. L'idée est de trouver des livres qui n'ont du coup pas été pris en compte dans l'univers des enfants mais dont on pense qu'ils fonctionnent, comme *Adiós*.

Nous avons de nombreux livres issus de la tradition orale, par exemple, *Cuando el mundo era así* est un livre qui explore les personnages folkloriques d'Amérique latine, tels que *tio Tigre*, *tio Conejo*, qui sont connus à travers l'Amérique latine, et *Triunfo Arciniegas* a pris les personnages et leurs caractéristiques et a réécrit les histoires et en a inventé de nouvelles. *De los pies a la cabeza*, c'est un texte de Pilar Posada, qui est une merveilleuse autrice colombienne, experte en tradition orale. Ce sont des textes de tradition orale qu'elle a retouchés. Alors au fond de *Cataplum* il y a un certain nombre de livres comme *No se aburra*, comme *Cuenta que te cuento*, qui fouillent dans la mémoire collective justement, à la recherche de textes, de jeux de mots. Nous sommes très intéressés par le jeu avec le mot, et c'est peut-être pour cela que notre ligne éditoriale est si centrée sur la tradition orale, qui joue tant avec le mot.

C'est le même cas de la poésie, qui permet toujours le jeu avec le mot, la métaphore, par exemple un livre comme le *Diccionario de Dario Jaramillo Agudelo*, qui sont aussi des jeux avec les mots. Il y a un intérêt très marqué pour le jeu et pour le jeu de mots, on pense que c'est fondamental dans notre catalogue.

Dario Jaramillo Agudelo, Pilar Posada, Maité Dautant sont des personnes qui ont étudié la tradition orale pendant de nombreuses années, en particulier Maité et Pilar. Maintenant, nous allons faire un livre qui a aussi à voir avec les mots, donc c'est quelque chose qui nous intéresse vraiment. Il y a aussi un autre phénomène dans les livres pour enfants, et c'est que les illustrations gagnent de plus en plus en force et que le texte en perd de plus en plus, donc on essaie de trouver cet équilibre avec les textes, que les textes aient le même pouvoir que les images, qu'ils aient la même force et la même qualité.

I : Et toute la partie de communication, les réseaux sociaux, c'est vous qui vous en occupez ?

M : Je le dirige avec une fille qui travaille à *Cataplum*. Nous sommes trois chez *Cataplum* en tant qu'entreprise : moi, qui suis la directrice et la directrice éditoriale, une personne qui s'occupe du marketing et des ventes, et une personne qui s'occupe de l'administration et de la logistique.

I : Comment fonctionne la commercialisation de vos livres en Colombie, où êtes-vous présents en plus de la Colombie ?

M : En Colombie on travaille avec un distributeur, on est en train de passer de l'ACTLI, qui est l'Association colombienne des libraires indépendants, à Plaza y Janés, un éditeur qui distribuera pour la première fois une maison d'édition colombienne, ils distribuent des maisons d'édition espagnoles comme Combel. Avec Plaza, une nouvelle aventure commence, car ils s'impliquent davantage dans la question du marketing, ce qui sera utile pour nous, car la vérité est que les livres ont besoin de beaucoup de soutien de tous les impliqués, c'est du travail en réseau.

I : Et en plus de la Colombie, vous êtes présents dans d'autres pays ?

On a des distributeurs en Argentine, au Chili, au Pérou, au Mexique, aux États-Unis. En Amérique latine, nous travaillons avec une distribution exclusive. On a fait un travail de présence important en Amérique latine, car on s'intéresse à la circulation des livres surtout là-bas. Bien qu'il y ait aussi beaucoup d'enfants latino-américains aux États-Unis, ce qui se passe, c'est que c'est un sujet complexe parce qu'aux États-Unis, ils ont une esthétique très marquée par le Mexique, alors ils pensent que tous les enfants latino-américains sont des enfants mexicains, ou que toutes les esthétiques latino-américaines sont mexicaines, donc parfois avoir des propositions différentes coûte un peu plus cher, mais c'est possible, et la vérité est qu'on se débrouille bien avec les États-Unis. Et la vérité c'est que les livres sont très bien reçus en Amérique latine, et c'est l'un de nos piliers, que les livres circulent en Amérique latine, qu'ils atteignent les enfants d'Amérique latine, car vraiment les enfants qu'on a dans la tête sont les enfants latino-américains. C'est peut-être pour cela qu'il n'est pas si facile pour nous de vendre des droits, on a des livres tels le Zorro chuleta, qui cette année va être traduit en coréen et en français, ou Antonia va al río, qui est traduit en anglais. On sait qu'il y a une possibilité qu'ils soient traduits, mais on sait aussi que ce sont des livres qui répondent beaucoup à l'Amérique latine, donc du coup ce n'est pas une esthétique qui est si intéressante dans d'autres pays, ou des sujets qui sont si intéressants dans d'autres pays, mais qui en Amérique Latine ont un sens.

I : Combien d'exemplaires vous imprimez environ par titre en ce moment ?

M : Ça dépend. En ce moment je ne peux pas vous fournir une réponse que vous pouvez citer dans un travail académique parce que c'est ridicule ce qui se passe avec le papier. On imprimait de 2 000 à 3 000 environ, mais actuellement avec le coût du papier on a dû faire des tirages plus petits.

I : Qui sont les enfants et les familles qui s'intéressent aux ouvrages de Cataplum ?

M : Ce sont tous types de personnes, mais les parents ce sont des personnes intéressées par la lecture. Parfois ils s'intéressent au fait que les livres sont colombiens, mais ce sont des livres qui sont vendus aussi dans d'autres pays. Donc je pense que ce sont des livres qui parlent aux enfants et les parents sensibles à ça s'en rendent compte.

On se débrouille également très bien avec les achats institutionnels. Il y a des livres de Cataplum dans les bibliothèques publiques, les bibliothèques scolaires dans les écoles publiques, donc les livres y circulent aussi. Ça me rend très heureuse parce que les livres sont faits pour circuler et quand cela se produit dans les bibliothèques en Amérique latine, je suis encore plus heureuse, car j'ai un intérêt très clair pour le sujet de l'Amérique latine, je travaille avec ces enfants en tête.

Je pense toujours au catalogue comme une constellation, où un livre en amène un autre, je fais beaucoup cet exercice de réfléchir à ce que les enfants aimeraient lire après. Ce n'est pas que je parle et décide au nom des enfants, mais je suis éditrice et je pense à quel livre pourrait suivre, car la réalité c'est que quand on parle d'un éditeur jeunesse, on est dans la formation des lecteurs avant tout, et le livre qui suit devrait impliquer un petit défi pour le lecteur, car sans défi, comment se forment-ils ? La lecture est un défi permanent, surtout quand on commence à découvrir les livres.

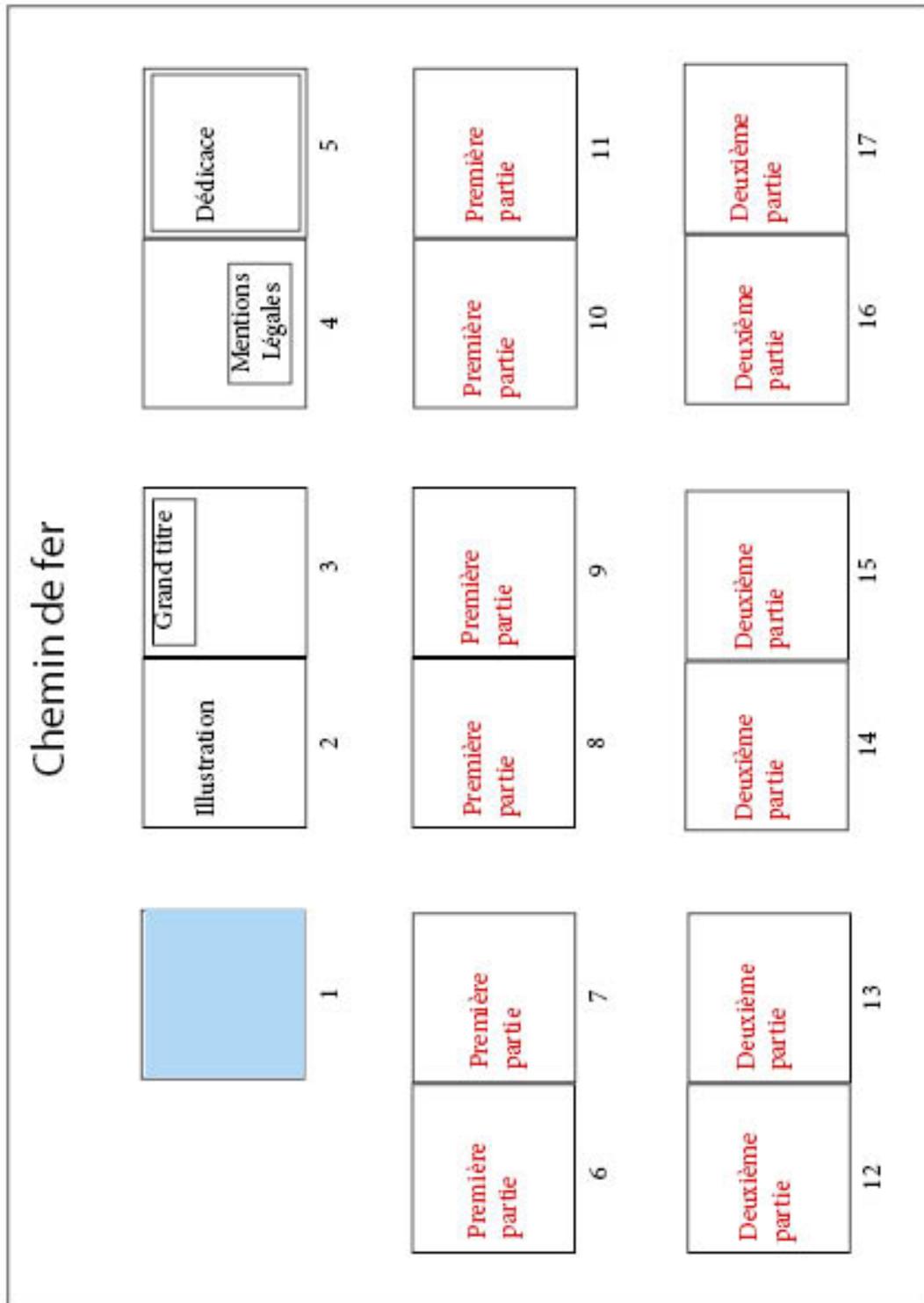
I : Comment vous décrivez l'offre de livres pour enfants en Colombie ?

M : En Colombie il y a une offre pour enfants importante, surtout d'origine espagnol, qui dans sa majorité sont des traductions, parce que le marché espagnol survit grâce aux traductions. Et il y a en a des maisons d'édition indépendantes, très peu, qui proposent des bons livres. Ici, on manque des maîtres et des personnes intéressées par le métier, parce que c'est un métier qui s'apprend en l'exerçant.

J'aime aussi voir Cataplum comme une créature vivante qui se transforme, qui n'est pas statique. Dans la diversité, il y a aussi le plaisir, c'est-à-dire que tout ne doit pas être pareil. Je ne travaille pas en pensant à l'idée de niche, je ne pense pas que ma niche soit les enfants de hipsters, ou les enfants des parents de gauche. Je veux que chaque lecteur trouve un livre dans le fond de Cataplum.

Pour finir, je pense que l'édition en Amérique latine se trouve dans un moment intéressant, qu'il y a chaque fois plus de livres intéressants, et avec la crise du papier c'est peut-être le bon moment de promouvoir les livres édités dans le continent face à l'offre espagnole. En Amérique, on a priorisé beaucoup l'offre espagnole, qui dans sa majorité correspond à des traductions, et pas de très bonne qualité. Je regarde l'édition livres pour enfants en Amérique latine avec beaucoup d'espoir, et ici en Colombie on fait beaucoup d'efforts en ce moment, mais il nous manque beaucoup de formation dans les pratiques éditoriales. Et il y a un phénomène très grave ici et c'est que les éditeurs n'ont pas d'assistants, donc quand l'éditeur part, le savoir-faire ne reste nulle part. Et c'est problématique parce que c'est un métier qu'on apprend avec un maître.

Annexe 3 : Chemin de fer *Piendamó*



| | | | | | | | | | | | |
|------------------|----|------------------|----|------------------|----|------------------|----|------------------|----|------------------|----|
| Troisième partie | 18 | Troisième partie | 19 | Troisième partie | 20 | Troisième partie | 21 | Troisième partie | 22 | Troisième partie | 23 |
| Illustration | 24 | Illustration | 25 | Illustration | 26 | Dépôt légal | 27 | | 28 | | |

Annexe 4 : Devis d'impression



| | | | |
|---|--|--------------------------------|--|
| COTIZACION No. 821455 1 | | SOLICITUD No. 122060 | |
| CIUDAD Bogota D.C. | | FECHA 24 08 2022 | |
| FORMA DE PAGO 100 % ANTICIPADO. | | VALIDEZ 15 días | |
| CLIENTE ZAMBRANO MARIA JOSE | | NIT 1020823154 | |
| ATENCIÓN | | CIUDAD BOGOTA D.C. | |
| DIRECCIÓN CALLE 87 No. 16 59 | | TELÉFONO 0 | |

Atendiendo su solicitud, tenemos el gusto de presentar la siguiente oferta.

| DESCRIPCIÓN | | | | | Pag. 1 de 2 | | |
|--|---------|--------------------------------------|--------------|--|------------------|------|--|
| Título: LIBROS ALBUM | | | | | | | |
| Formato: 27.5 X 21.5 | | | | | | | |
| PARTE | PAGINAS | PAPEL | TINTAS | ESPECIFICACIONES | | | |
| Pag.int. | 28 | MAGNO PLUS GLOSS DE 200 GRS ()PLANA | 4 / 4 | IMPRESION -IMPRESION -PLEGADO -PLEGADO -CINTA CABEZADA -GRAFADO -ENCOLE -COSTURA HILO | | | |
| Cubierta | 2 | MAGNO PLUS GLOSS 150 GR (PLANA) | 4 / 0 | (RPC) FSC CARTON ALEMAN GRIS 1.4 95*117 - IMPRESION -PLASTIFICADO BRILLANTE 1C 700.00 -PLASTIFICADO BRILLANTE 1C 700.00 146.00 | | | |
| Guardas | 8 | MAGNO PLUS GLOSS DE 200 GRS ()PLANA | 4 / 4 | IMPRESION -PLEGADO -GRAFADO | | | |
| Encuadernación: TAPA DURA COSTURA HILO LOMO PLANO | | | | | | | |
| Fletes: NO INCLUIDOS EN COTIZACION | | | | | | | |
| Empaque: CAJA DE CARTON CORRIENTE | | | | | | | |
| NumAlt | Pagina | Cantidad | Vir.Unit. | Vir.Adic. | Vir.Total | NO | |
| 1 | 28 | 700 | \$ 11,700.00 | \$ 11,700.00 | \$ 8,194,000.00 | 0.00 | |
| 2 | 28 | 1,000 | \$ 10,560.00 | \$ 10,560.00 | \$ 10,560,000.00 | 0.00 | |
| OBSERVACIONES: | | | | | | | |

mgarcia: 24/08/2022 08:53:47

Visite nuestra Página Web: www.panamericanafei.com.co o escribanos a atencionalcliente@panamericana.com.co

Cotización condicionada a evaluación financiera del cliente por el Departamento de Cartera

| | | |
|---|--|---|
| Asesor Comercial SANDRA CLEMENCIA RAMIREZ P | JEFE VENTAS IMPRESOS Y MERCADEO ANGELA CATHERYN GUTIERREZ OBANDO | Nombre: _____ Cargo: _____ Doc Identidad: _____ Cantidad Aprobada: _____ Firma: _____ <small>ACEPTO ESTA COTIZACION EN SUS CONDICIONES Y CONFIRMO PEDIDO</small> |
|---|--|---|

Los precios no incluyen IVA. Este se liquidará en el momento de facturación. El tiempo de entrega después de haber recibido la O.C para reimpresión exacta es de 15 días hábiles, para un diseño estructural o arte nuevo serán 20 días hábiles a partir de la aprobación de los dummies, pruebas de contrato, el anticipo (si aplica) y confirmación de disponibilidad de materia prima (estos dos últimos para los dos casos). La O.C. debe ser enviada por escrito donde se identifiquen claramente las cantidades, descripción del producto, precios y fechas de entrega. Las cantidades de entrega pueden variar hasta un 10 % por encima o por debajo de las cantidades solicitadas en la O.C. En caso de realizar cambios en alguna de las especificaciones del producto (materiales, tintas, acabados, tamaños o cantidades) los precios aquí descritos pueden variar. Se realizará un ajuste de precio anual (Enero) de acuerdo con el incremento del IP.C. Cualquier variación en costos de materia prima generará reevaluación en la negociación. Los precios están sujetos a revisión trimestral de acuerdo al comportamiento de la TRM. El cliente debe pagar los costos incurridos en caso de desistimiento de una orden de compra o de nuestra cotización aprobada. En el caso que en el momento de ejecución de la cotización se demuestren aumentos en los costos de la materia prima o insumos de producción, en comparación con los valores incluidos en la cotización inicial, el valor ofertado se ajustará porcentualmente de acuerdo al incremento que se presente. En caso de requerir despachos parciales de las cantidades pactadas en la Orden de compra o contrato, Panamericana Formas e Impresos S.A. procederá a facturar la cantidad entregada en dicho despacho.

En la elaboración de este trabajo la empresa PANAMERICANA FORMAS E IMPRESOS actúa solamente como impresor, de buena fe y exenta de culpa, razón por la cual no se hace responsable de cualquier acción civil o penal por violaciones o normas sobre propiedad industrial (propiedad intelectual y derechos de autor). El cliente garantiza a PANAMERICANA FORMAS E IMPRESOS S.A. que cuenta con la titularidad o el derecho de uso respecto a los derechos de propiedad industrial y la defenderá, a su exclusivo costo, en cualquier juicio que se inicie en su contra por este concepto.

DIRECCIÓN: Calle 65 No. 95-28 Bogotá, D.C. - Colombia **Teléfonos:** 4302110 - 4300355 **Fax:** 2763008 **A.A.:** 095557

sr Ramirez



| | |
|---|--------------------------------|
| COTIZACION No. 821455 1 | SOLICITUD No. 122060 |
| CIUDAD Bogota D.C. | FECHA 24 08 2022 |
| FORMA DE PAGO 100 % ANTICIPADO. | VIGENCIA 15 dias |
| CLIENTE ZAMBRANO MARIA JOSE | NIT 1020823154 |
| CIUDAD BOGOTA D.C. | TELEFONO 0 |
| DIRECCION CALLE 87 No. 16 59 | |

Atendiendo su solicitud, tenemos el gusto de presentar la siguiente oferta.

| DESCRIPCION | Pag. 2 de 2 |
|---|-------------|
| <p>Precios no incluyen IVA. Para efectos de exención del impuesto, indispensable hacernos llegar copia física del documento (ISBN o ISSN).</p> <p>TRABAJO COTIZADO POR UEN PLANAS</p> <p>CLIENTE SUMINISTRA ARCHIVOS EN PDF LISTOS PARA IMPRESION - TRABAJO SE REALIZA EN CTP</p> <p>SI TIENE EL REGISTRO DEL ISBN QUEDA EXENTO DE IVA.</p> | |

Visite nuestra Página Web: www.panamericanafei.com.co o escribanos a atencionalcliente@panamericana.com.co

Cotización condicionada a evaluación financiera del cliente por el Departamento de Cartera

| | | |
|--|---|--|
| <p>Asesor Comercial</p> <p>SANDRA CLEMENCIA RAMIREZ P</p> | <p>JEFE VENTAS IMPRESOS Y MERCADEO</p> <p>ANGELA CATHERYN GUTIERREZ OBANDO</p> | <p>Nombre: _____</p> <p>Cargo: _____</p> <p>Doc Identidad: _____</p> <p>Cantidad Aprobada: _____</p> <p>Firma: _____</p> <p style="font-size: small; text-align: center;">ACEPTO ESTA COTIZACION EN SUS CONDICIONES Y CONFIRMO PEDIDO</p> |
|--|---|--|

Los precios no incluyen IVA. Este se liquidará en el momento de facturación. El tiempo de entrega después de haber recibido la O.C para reimpresión exacta es de 15 días hábiles, para un diseño estructural o arte nuevo serán 20 días hábiles a partir de la aprobación de los dummies, pruebas de contrato, el anticipo (si aplica) y confirmación de disponibilidad de materia prima (estos dos últimos para los dos casos). La O.C. debe ser enviada por escrito donde se identifiquen claramente las cantidades, descripción del producto, precios y fechas de entrega. Las cantidades de entrega pueden variar hasta un 10 % por encima o por debajo de las cantidades solicitadas en la O.C. En caso de realizar cambios en alguna de las especificaciones del producto (materiales, tintas, acabados, tamaños o cantidades) los precios aquí descritos pueden variar. Se realizará un ajuste de precio anual (Enero) de acuerdo con el incremento del IPC. Cualquier variación en costos de materia prima generara reevaluación en la negociación. Los precios están sujetos a revisión trimestral de acuerdo al comportamiento de la TRM. El cliente debe pagar los costos incurridos en caso de desistimiento de una orden de compra o de nuestra cotización aprobada. En el caso que en el momento de ejecución de la cotización se demuestren aumentos en los costos de la materia prima o insumos de producción, en comparación con los valores incluidos en la cotización inicial, el valor ofertado se ajustará porcentualmente de acuerdo al incremento que se presente. En caso de requerir despachos parciales de las cantidades pactadas en la Orden de compra o contrato, Panamericana Formas e Impresos S.A. procederá a facturar la cantidad entregada en dicho despacho.

En la elaboración de este trabajo la empresa PANAMERICANA FORMAS E IMPRESOS actúa solamente como impresor, de buena fe y exenta de culpa, razón por la cual no se hace responsable de cualquier acción civil o penal por violaciones o normas sobre propiedad industrial (propiedad intelectual y derechos de autor). El cliente garantiza a PANAMERICANA FORMAS E IMPRESOS S.A. que cuenta con la titularidad o el derecho de uso respecto a los derechos de propiedad industrial y la defenderá, a su exclusivo costo, en cualquier juicio que se inicie en su contra por este concepto.

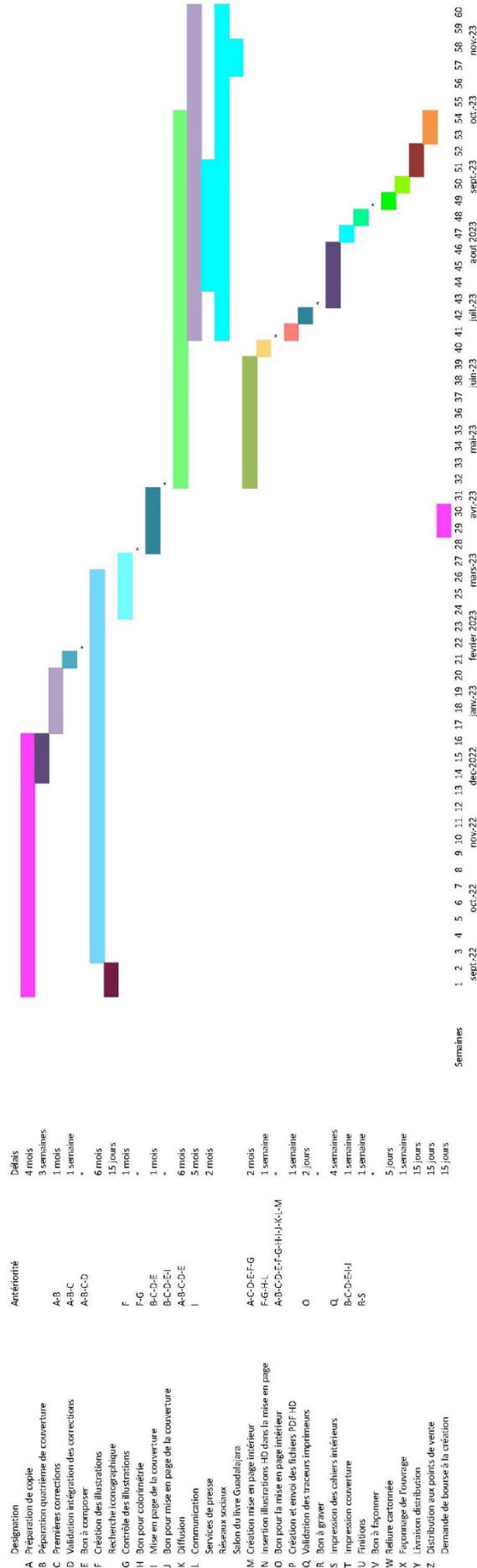
DIRECCION: Calle 65 No. 95-28 Bogotá, D.C. - Colombia **Teléfonos:** 4302110 - 4300355 **Fax:** 2763008 **A.A.:** 095557

sr Ramirez

Annexe 5 : Compte d'exploitation

| Compte gestion | Euros | Pesos |
|--|-------------------|---------------------|
| TITRE | Piendamó | Piendamó |
| Tirage (en nombre d'exemplaires) | 1000 | 1000 |
| Ventes (en nombre d'exemplaires) | 975 | 975 |
| Ventes directes | 20 | 20 |
| Exemplaires communication | 5 | 5 |
| | | |
| Taux de remise diffusion - distribution en % du PPHT | 54,00% | 54,00% |
| Taux de droits d'auteur (en % du PPHT) | 0,00% | 0,00% |
| Taux de droits d'illustratrice (en % du PPHT) | 6,00% | 6,00% |
| Coût de revient unitaire | 2,46€ | \$10.560 |
| À valoir auteure | 0,00€ | \$0 |
| à valoir illustratrice | 334,00€ | \$1.440.000 |
| | | |
| Prix public TTC (PPTTC) | 11€ | \$48.000 |
| Prix public HT (PPHT) | 11,00€ | \$48.000 |
| CA PRIX PUBLIC HT | 10.725,00€ | \$46.800.000 |
| CA NET via distributeur (remise deduite) | 4.933,50€ | \$21.528.000 |
| Ventes directes (salon) 20 ex | 220,00€ | \$960.000 |
| Bourse à la publication du ministère | 2.325,00 € | \$10.000.000 |
| CA TOTAL | 7.478,50€ | \$32.488.000 |
| Coût de revient | 2.455,00 € | \$10.560.000 |
| Droits d'auteur | 0,00€ | \$0 |
| Droits d'illustratrice | 643,50€ | \$2.808.000 |
| Promotion salons du livre | 464,00 € | \$2.000.000 |
| Directrice d'art | 464,00 € | \$2.000.000 |
| CR exemplaires gratuits | | |
| Auteur (5 ex) | 0,00€ | 0,00€ |
| Illustrateur (5 ex) | 12,28€ | 52.800,00€ |
| Service Presse (5 ex) | 12,28€ | 52.800,00€ |

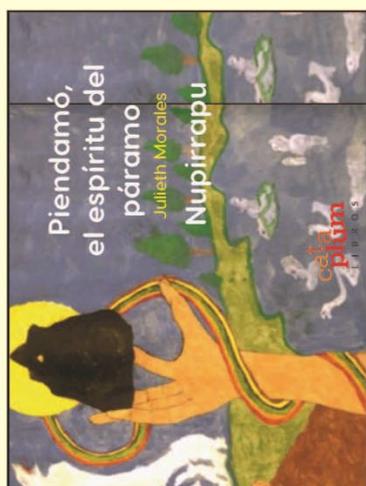
Annexe 6 : Retroplanning



Annexe 7 : Argumentaire de vente

PIENDAMÓ, EL ESPÍRITU DEL PÁRAMO

DE LA CREACIÓN DEL UNIVERSO Y LOS NIÑOS QUE VIVÍAN EN EL SUR DEL PAÍS ANTES DE LA CONQUISTA



Piendamó, el espíritu del páramo
 Julieth Morales
 27,5 x 21,5 cm
 28 páginas
 Impresión en cuatricromía
 Tapa dura con recubrimiento en Soft-Touch
 ISBN : 978-958-97949-9-9
 1000 ejemplares
 48 000 pesos

Este libro incluye

- Ilustraciones que capturan una manera de ver e interactuar con el territorio
- Un formato adaptado y manipulable para los más pequeños
- Un libro-álbum para abordar la diversidad cultural de las comunidades colombianas con los niños



Julieth Morales es artista plástica egresada de la Universidad del Cauca. Miembro de la comunidad Misak, ha dedicado su trabajo a reflexionar sobre las tradiciones de su comunidad, representarlás y conservarlas. Artista híbrida, Morales trabaja la técnica de serigrafía, y sus obras más reconocidas hasta el momento son performances participativas con mujeres de su comunidad. Piendamó será su primer libro-álbum.

Piendamó, o Nupirrapu, en lengua guambiana, estaba, en el principio, antes de todo. Antes de los niños y de los animales. Estaba arriba, en el centro del páramo; era su corazón. Y luego de él, que es el agua, surgieron las grandes personas, los numisak, y los niños, que un día estarán a cargo de la tierra Misak.

Esta historia, así como todo en la naturaleza, tiene como hilo guía el agua. Este libro, a través las ilustraciones mágicas de Julieth Mora, nos cuenta cómo llegaron a nuestro territorio del Cauca los primeros hombres, que poblaron este territorio miles de años antes de la llegada de los españoles.

Un libro-álbum que aborda la relación ancestral con la naturaleza y nuestros territorios, y de una cosmivisión del mundo que hará a los niños imaginar de otras formas las formas de habitar nuestros territorios.

