

CARACTERIZACIÓN DE AGENTES CULTURALES DEL SISTEMA DEL CÓMIC EN CHILE





Caracterización de agentes culturales del sistema del cómic en Chile.

Directorio

Cooperativa Gráfica Chilena

Gerente General, Moisés Hassón.

Consejeros: Isabel Molina; María Eliana Aguayo; Jorge Montealegre y Claudio Aguilera.

Directora Proyecto Horizonte Entre Manos: María Eliana Aguayo.

Proyecto desarrollado en el marco del programa **Cultura Latinoamericana** de la Fundación SURA - Colombia y realizado en conjunto con la organización Corporación Entreviñetas de Bogotá.

Edición: ©María Eliana Aguayo

Diseño: EOL Research

Ilustración de Portada: ©Majo Puga

ISBN: 978-956-08283-0-9

Octubre 2025

Cooperativa Gráfica Chilena / www.comicsygrafica.cl

Contenido

Introducción.....	5
Perfil sociodemográfico de los encuestados	9
• Ubicación geográfica de los agentes del sistema del cómic en Chile.....	13
• Nivel educativo de los agentes del Cómic.	15
• Formas de adquirir conocimientos en el cómic.	15
• ¿Cuántos años has estado en el sistema del cómic?	17
Dimensión 1: Sobre el sistema del cómic y tu participación en este.....	19
• Reconocimiento de tipo de Agente.....	19
• Roles o las ocupaciones principales.....	20
• Públicos objetivo de las obras.....	21
• Tipo de género narrativo que se trabaja.....	22
• Estilo que se trabaja.....	24
• Publicaciones de cómics en los últimos dos años.....	28
• Formato con el que se trabajan los cómics publicados.	29
• Formato de publicación de los cómics mencionados.	31
• Canales que generan las mayores ventas.	34
• Productos complementarios que generan ventas.....	36
• Mecanismos para financiar las actividades en el sistema del cómic.	38
Dimensión 2: Sobre la red del cómic.....	41
• Análisis de las redes.	41
• Colaboración en el proceso creativo, productivo e intermediación.....	43
• Otros sectores económicos en los que se han utilizado habilidades adquiridas en el desarrollo del cómic.	48

Dimensión 3: Sobre el bienestar en el cómic.....	51
• Porcentaje mensual de los ingresos derivados de actividades del sistema del cómic y otros.....	51
• Fuentes de ingreso dentro del sistema del cómic.	52
• Sostenibilidad de los proyectos del cómic.	55
• Medidas que implementan los agentes del cómic para el cuidado.	57
• Discriminación o rechazo en el sistema del cómic.....	58
• Principales oportunidades en el mundo del cómic.....	59
• Principales amenazas en el mundo del cómic.....	60
 Consideraciones finales: reflexiones de los agentes del sistema del cómic	63
 Recomendaciones.....	65

Introducción

Encrucijada para el Cómic Chileno

El cómic está en un interesante punto de inflexión. Por un lado, hay creadores que realizan residencias artísticas en otros países, y obras que se editan en diversos idiomas; también logros impensados para el cómic chileno, como ser país invitado recientemente a un festival internacional, o la obtención de puestos destacados de autores chilenos en competencias internacionales. Pero todo ello sustentado aún en un terreno frágil, según demuestra este inédito estudio.

Si lo revisan con detalle, podrán ver muchas áreas en que el diagnóstico muestra urgentes necesidades, varias de ellas que corren a la par con las mismas de la industria del libro, mientras otras son particulares a esta rama de la creatividad.

Nuestro objetivo es entregar con este insumo, un diagnóstico del sector para el año 2025, que pueda servir para colaborar en la definición y priorización de políticas públicas, y apoyos privados, de forma tal que al revisarlas en unos años más, podamos ver cuánto cambio positivo se ha desarrollado.

Esta rama de las Industrias Creativas tiene gran potencial, sus autores y obras lo demuestran, pero más aún, tiene hoy una gran vitalidad y deseo de crecer y ser mucho más. Pero requiere ayuda. Es nuestra fundamental convicción que, así como otros países han podido articular y potenciar el cómic, también podemos hacerlo en Chile.

Este proyecto no hubiese sido posible sin el desinteresado apoyo de la *Fundación SURA* que desde Colombia lanzó la convocatoria *Cultura Latinoamericana*. Y tampoco podría haber llegado a buen puerto sin el apoyo decidido de nuestros socios la *Corporación Entreviñetas* que desde Colombia ha liderado el desarrollo de la historieta en ese país, y que además nos invitaron en el hoy lejano comienzo del año 2024 a postular juntos. Nuestra misión con este proyecto común ha sido fortalecer el talento del cómic en Colombia y Chile a través de una investigación de mapeo cultural para la promoción de iniciativas que promuevan el intercambio y potencien el sector en ambas naciones.

Juntos todos, guiado por el brazo experto de *Latimpacto*, desarrollamos algo que parecía un sueño: un estudio completo, participativo y fundamentado del estado del cómic en Chile.

Gracias a todos.

Moisés Hasson

Presentación

El documento para la caracterización de agentes culturales del sistema del cómic en Chile constituye un esfuerzo pionero por ofrecer una radiografía detallada del ecosistema del cómic en el país. Se trata de un levantamiento de información realizado a partir de una encuesta abierta de alcance nacional, aplicada durante un periodo de dos meses, cuyo propósito fue reconocer las principales dinámicas, desafíos y oportunidades del sector. Esta información constituye un insumo fundamental tanto para el diseño de políticas públicas como para la definición de estrategias de fortalecimiento cultural, otorgando visibilidad a un campo creativo que, hasta ahora, carecía de datos sistematizados a nivel nacional.

De manera complementaria, se realizaron 20 entrevistas en profundidad, de aproximadamente una hora de duración cada una, vía plataforma Teams, con los principales actores del ecosistema: creadores y creadoras, editores y editoras, investigadoras e investigadores, libreros y librerías, así como otros agentes vinculados al sistema del cómic.

En la selección de estos actores se buscó mantener la diversidad de la muestra en términos etarios, procedencia (Santiago vs regiones), roles (artistas, guionistas, libreros, difusores), géneros y pertenencia a pueblos originarios.

Estas entrevistas tuvieron como objetivo central diagnosticar el estado actual del cómic a nivel nacional, identificando las experiencias, desafíos y estrategias de desarrollo de los distintos actores que conforman el sector. La combinación de ambas metodologías — encuesta y entrevistas cualitativas— aporta una mirada integral que refuerza la validez y riqueza interpretativa del estudio.

Desde el punto de vista metodológico, la encuesta se diseñó bajo el criterio de muestra aleatoria simple en un universo infinito, con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%. Esta estrategia respondió a la necesidad de explorar un sector cuya población específica no se encontraba definida desde el inicio, lo que hacía inviable la construcción de un marco muestral cerrado. Aun con esas limitaciones, se logró una participación significativa de 370 agentes del sistema del cómic, lo que permite disponer de una base robusta para la caracterización del sector y el análisis comparativo entre distintos segmentos.

Los resultados presentados en este documento se organizan en torno a tres grandes dimensiones que estructuran la vida del sistema del cómic en Chile. En primer lugar, se aborda la dimensión de participación, donde se examinan los roles que cumplen los agentes —artistas, escritores, editores, gestores culturales, entre otros—, los públicos a los que orientan sus obras, los géneros y estilos narrativos predominantes, así como los formatos de publicación y los canales de distribución. Esta sección también incluye un análisis sobre

la producción reciente, la diversificación de actividades como exposiciones o colaboraciones interdisciplinarias, y los mecanismos de financiamiento utilizados.

La segunda dimensión corresponde a la red del cómic, que explora las formas de relación y colaboración entre actores del ecosistema. Aquí se observa cómo las redes personales, colectivas e institucionales funcionan como motores para la inspiración, la gestión y la ejecución de proyectos, aun cuando el sector se desarrolla en un contexto fragmentado y enfrenta importantes limitaciones estructurales, especialmente en lo que refiere a distribución, visibilización y articulación institucional.

Finalmente, la tercera dimensión está orientada al bienestar dentro del sistema del cómic, abordando no solo las fuentes de ingreso y condiciones económicas de los agentes, sino también aspectos laborales, medidas de cuidado, percepciones de discriminación y los principales riesgos y oportunidades que se visualizan desde el propio sector. Este apartado revela las tensiones permanentes entre las aspiraciones creativas de los agentes y las realidades económicas que enmarcan su quehacer, destacando tanto las fortalezas que sostienen la práctica como las debilidades que dificultan su consolidación.

En conjunto, este documento constituye la primera aproximación sistemática al sistema del cómic en Chile, no solo al describir quiénes son sus protagonistas y cómo se organizan, sino también al mostrar los desafíos urgentes que enfrenta el sector para garantizar su sostenibilidad cultural, social y económica.

Perfil sociodemográfico de los encuestados

El análisis del perfil sociodemográfico de los 370 encuestados en el sector del cómic ofrece un panorama detallado sobre las características de las personas interesadas en este ámbito cultural. Los datos revelan tendencias significativas en términos de sexo, edad, y ubicación geográfica, destacando patrones y retos para la inclusión y la representación en el sector.

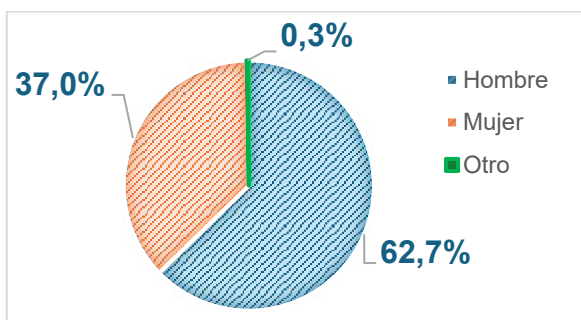
En términos de sexo, los hombres representan el 62,7% de los encuestados, mientras que las mujeres constituyen el 37,0%, y un 0,3% que se identifica como Otro. Aunque existe una predominancia masculina, la participación femenina es significativa, lo que sugiere un interés creciente de las mujeres en este sector.

En cuanto a la identidad étnica, la mayoría de los encuestados (92,4%) no se identifica con ningún pueblo originario, mientras que un 7,6% si lo hace, e indican pertenecer mayoritariamente a Mapuches y luego a Aymaras. Aunque la representación de grupos étnicos minoritarios es baja, su presencia en la encuesta subraya la importancia de promover narrativas inclusivas y garantizar la participación equitativa de estas comunidades en el sector del cómic.

El nivel educativo de los encuestados refleja un perfil altamente calificado, con un 53,0% que posee título profesional, con un 18,6% con estudios de posgrado (como magíster y doctorado), mientras que los niveles educativos básicos, como educación básica (0,3%), educación media (10,5%) y media técnico profesional y técnico nivel superior (4,3% y 13,2% respectivamente), son marginales. Este perfil educativo elevado sugiere que el cómic atrae mayoritariamente a personas con formación académica superior, lo que podría estar relacionado con la complejidad de las narrativas, las redes de contacto, distribución, entre otras.

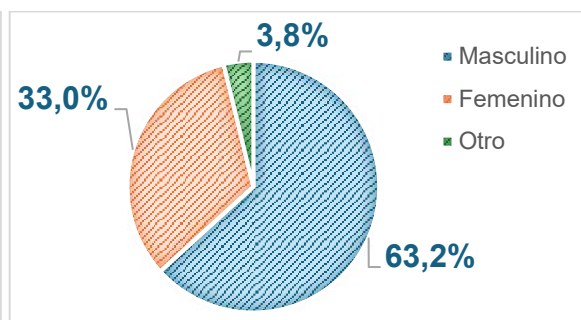
Respecto a la condición de discapacidad, el 9,2% de los encuestados se identifica como persona con discapacidad. Esto último se podría vincular a que el cómic se representa como un espacio atractivo para personas con diversas capacidades, probablemente debido a las posibilidades de representación, expresión y consumo que ofrece este medio.

Gráfica 1. Sexo



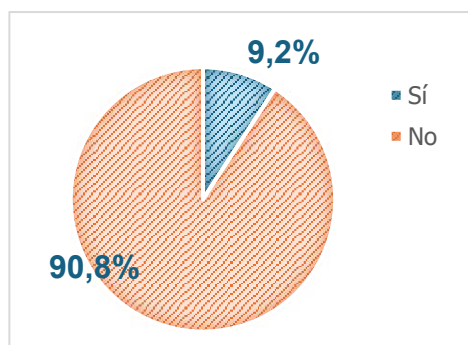
Pregunta ¿Cuál es tu sexo?
(Respuesta única)

Gráfica 2. Género



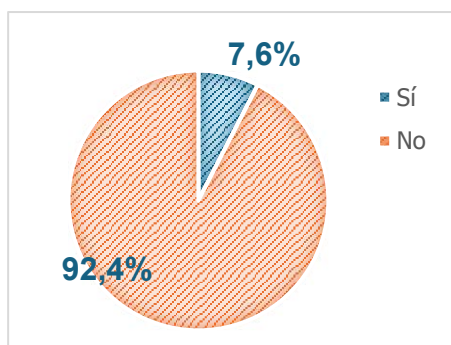
Pregunta ¿Con cuál género te identificas?
(Respuesta única)

Gráfica 3. Discapacidad



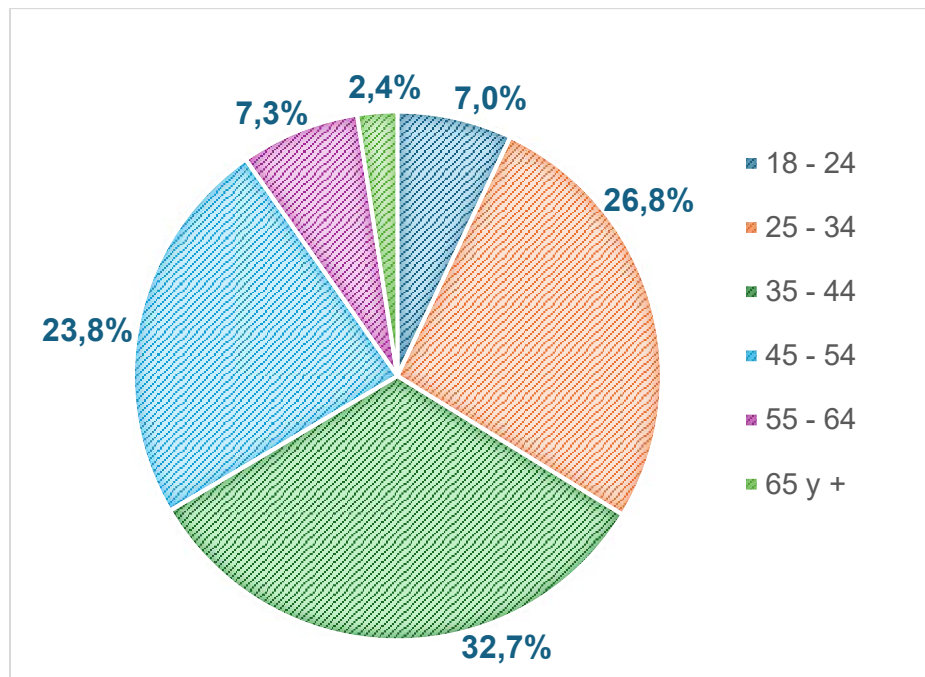
Pregunta ¿Te identificas como una persona con o en condición de discapacidad?
(Respuesta única)

Gráfica 4. Pueblos Originarios



Pregunta ¿Eres o te consideras perteneciente a algún pueblo indígena u originario?
(Respuesta única)

Gráfica 5. Edad



Pregunta Edad (Respuesta única). Se presentan alternativas de tramos de edad que aparecen en el gráfico.

La distribución etaria de los participantes en la encuesta evidencia que el sistema del cómic en Chile se sostiene mayoritariamente entre los 25 y 54 años, rango que concentra un 83,2% del total. Le siguen con una menor participación los tramos de 18 a 25 años (7,0%) y de 55 a 64 años (7,3%), mientras que el grupo de 65 años y más alcanza apenas un 2,4%. Estos datos reflejan que la actividad del sector se encuentra fuertemente marcada por la presencia de adultos jóvenes y adultos, lo que genera un campo diverso pero a la vez tensionado en términos de recambio y representatividad generacional.

El desglose de los tres tramos mayoritarios —25 a 34, 35 a 44 y 45 a 54 años— muestra una participación bastante homogénea, lo que confirma que el cómic en Chile es un espacio en el que conviven generaciones con trayectorias distintas pero que, al mismo tiempo, se cruzan en sus modos de producción y circulación. Las entrevistas en profundidad realizadas a agentes clave del ecosistema permiten matizar esta información, ya que caracterizan a estos grupos en función de su trayectoria histórica y su forma de entender el cómic, identificando tres perfiles diferenciados: los *Pioneros* (más de 45 años), la Generación *Bisagra* (35 a 44 años) y la *Emergente* (menores de 35 años).

Estas categorías permiten comprender con mayor detalle cómo se configuran las dinámicas del sector. En primer lugar, los *Pioneros*, usualmente mayores de 50 años, se definen por haber ingresado al cómic en contextos de fuerte precariedad y escasa institucionalidad. Autoformados y muchas veces militantes culturales, conciben el cómic como una herramienta de expresión libre y política más que como un producto de mercado. Algunos se posicionan como testigos o protagonistas de etapas históricas del desarrollo del cómic en Chile, como los años de dictadura o el auge del fanzine en los 90. Sus prácticas suelen estar ligadas al underground, a la contracultura y a la autoedición, con obras que dialogan con memorias sociales, luchas estudiantiles, feministas o mapuche, y que mantienen un marcado carácter autoral y testimonial. Muchos de ellos han vivido el tránsito del cómic analógico al digital, adaptándose con esfuerzo a nuevas tecnologías y entornos culturales, aunque sin abandonar una postura crítica hacia la falta de apoyo estatal, el centralismo editorial y la precarización del sector.

La Generación *Bisagra*, en tanto, constituye la columna vertebral del cómic chileno contemporáneo. Con edades entre 35 y 44 años, se formaron en carreras afines como diseño, arte o comunicación, aunque su aprendizaje en el lenguaje del cómic fue principalmente autodidacta. Se caracterizan por un modelo mixto que combina la autoedición con la inserción en editoriales nacionales e internacionales, lo que les permite mantener autonomía creativa y, al mismo tiempo, acceder a circuitos de mayor circulación. Su producción combina el cómic como herramienta de entretenimiento con un fuerte componente crítico, testimonial e histórico, no buscan tanto lo comercial o viral, sino una obra con densidad temática, complejidad narrativa y vocación autoral. Manejan tanto las redes sociales y plataformas digitales como los espacios presenciales de ferias y festivales, configurando una práctica flexible y adaptativa. Este doble enfoque les permite ampliar sus audiencias, sostener la circulación de sus obras y generar vínculos más directos con lectores/as. Paralelamente, siguen participando activamente en ferias del libro, ComiCon, Furia del Libro, FILSA y eventos locales, donde pueden vender directamente, firmar ejemplares y conectar cara a cara con su audiencia. Este manejo dual no solo es una estrategia de difusión, sino una forma de resistir la precariedad estructural del sistema editorial y cultural en Chile.

Sin embargo, esta visibilidad no garantiza estabilidad económica: muchos deben diversificar sus ingresos mediante talleres, ilustración o diseño, evidenciando las limitaciones estructurales del sector.

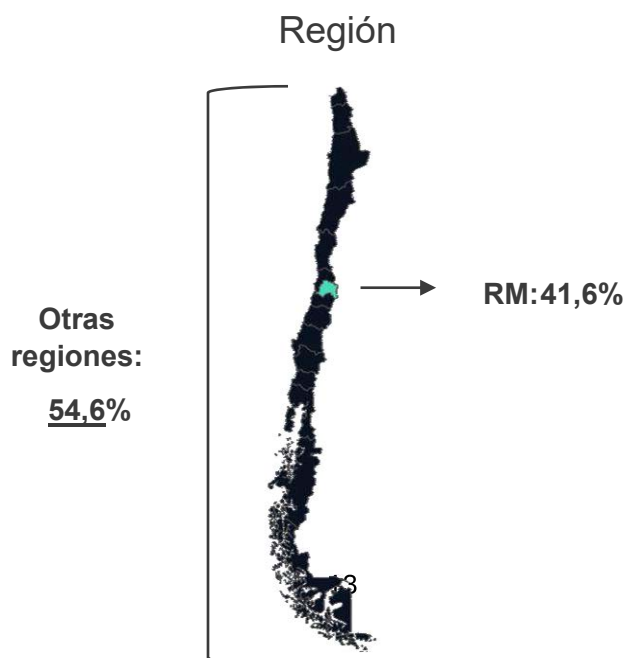
Finalmente, la Generación *Emergente*, compuesta por autores menores de 35 años, se caracteriza por haber nacido y desarrollado su práctica en entornos digitales y son, en su mayoría, autores de cómic narrativo con protagonismo femenino o juvenil. Publican directamente en redes sociales o plataformas como Webtoon, construyendo una lectoría inmediata y cercana, lo que les ha permitido acceder tempranamente a contratos editoriales formales, incluso internacionales. Se distinguen por un alto profesionalismo técnico y por

producir obras orientadas a públicos adolescentes o jóvenes, muchas veces desde un lenguaje cercano al manga. Este modelo, sin embargo, también los expone a una sobrecarga significativa: deben cumplir simultáneamente el rol de creadores, editores, gestores, promotores y community managers, lo que genera impactos directos en su salud mental y emocional. Aunque su autonomía digital les otorga visibilidad y conexión con audiencias globales, también los expone a dinámicas de autoexplotación y precariedad que se reproducen en la falta de marcos regulatorios o instancias de apoyo institucional.

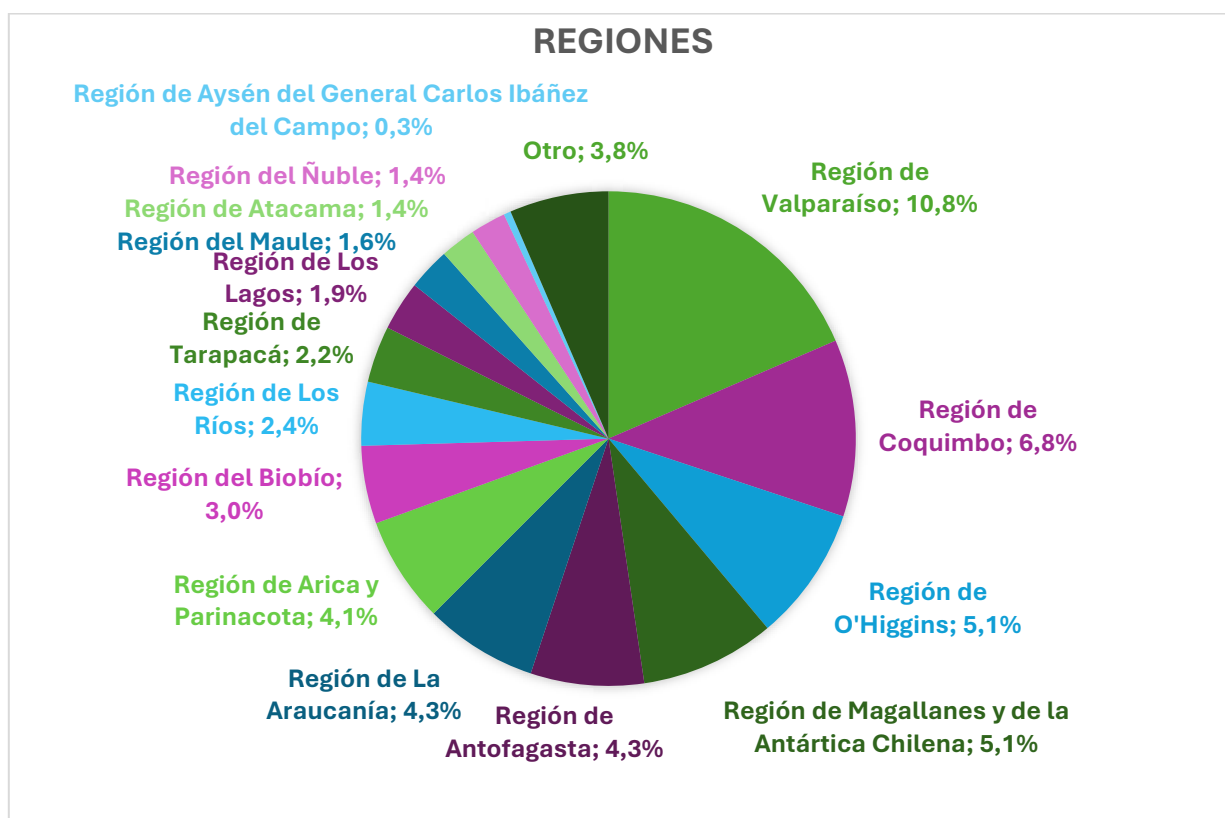
En síntesis, el sistema del cómic en Chile se estructura sobre una base generacional diversa, donde conviven pioneros precarizados, pero con fuerte conciencia histórica, una generación puente que profesionaliza y sostiene la columna vertebral del campo, y una generación emergente digitalizada que impulsa nuevas formas de producción y circulación, aunque enfrentando una alta vulnerabilidad. Estas tensiones intergeneracionales no solo marcan diferencias etarias, sino también condiciones históricas de entrada al sector, modos de producción vigentes, públicos lectores y soportes técnicos. Reconocer estas particularidades resulta clave para diseñar políticas y estrategias que fomenten un ecosistema más integrado, representativo y sostenible.

- Ubicación geográfica de los agentes del sistema del cómic en Chile.

El análisis de las respuestas a la encuesta revela una favorable descentralización entre la capital y las demás regiones en el sistema del cómic en Chile. De las 370 respuestas recibidas completas, el 41,6% corresponde a la Región Metropolitana de Santiago (154), mientras que el otro 54,6% de las respuestas pertenecen a participantes de otras regiones (202). Si desglosamos por detalle, la Región de Valparaíso alcanza el segundo lugar con un 10,8%, seguido de la Región de Coquimbo 6,8%, si bien también emergen como polos importantes, aunque a una escala considerablemente menor, si hacemos la comparación entre Región Metropolitana y Otras regiones es posible obtener resultados significativos que interpretan la realidad del sector en el país.



Gráfica 6. Ubicación geográfica de los agentes del cómic



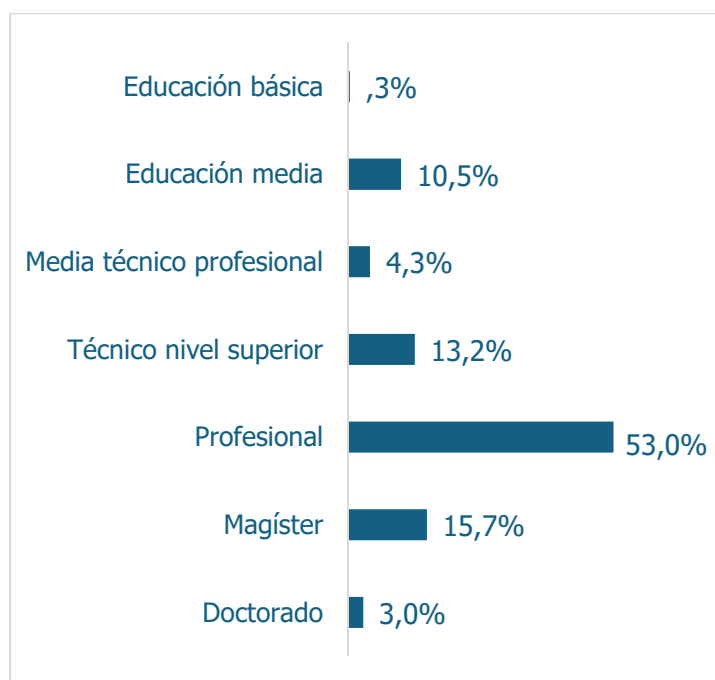
Pregunta ¿En qué región te encuentras actualmente?
(Respuesta única)

Un dato interesante es la presencia internacional, con un 3,8% de las respuestas provenientes de la categoría "otros" son de ciudades como Barcelona, Buenos Aires, Ciudad de México y Portugal. Si bien el porcentaje es bajo, este se presenta como un hallazgo que abre oportunidades para intercambios, residencias, y coediciones. Las políticas culturales pueden aprovechar este vector para la internacionalización, la traducción y la circulación digital.

- Nivel educativo de los agentes del Cómic.

El nivel educativo de los encuestados refleja un perfil altamente calificado, con un 53,0% que posee título profesional, con un 15,7% con estudios de posgrado como magíster y un 3,0% a estudiado un doctorado, mientras que los niveles educativos básicos, como educación básica (0,3%), educación media (10,5%) y media técnico profesional y técnico nivel superior (4,3% y 13,2% respectivamente), son marginales. Este perfil educativo elevado sugiere que el cómic atrae mayoritariamente a personas con formación académica superior, lo que podría estar relacionado con la complejidad de las narrativas, las redes de contacto, distribución, entre otras.

Gráfica 7. Nivel educativo



Pregunta Nivel educativo.
(Respuesta única)

- Formas de adquirir conocimientos en el cómic.

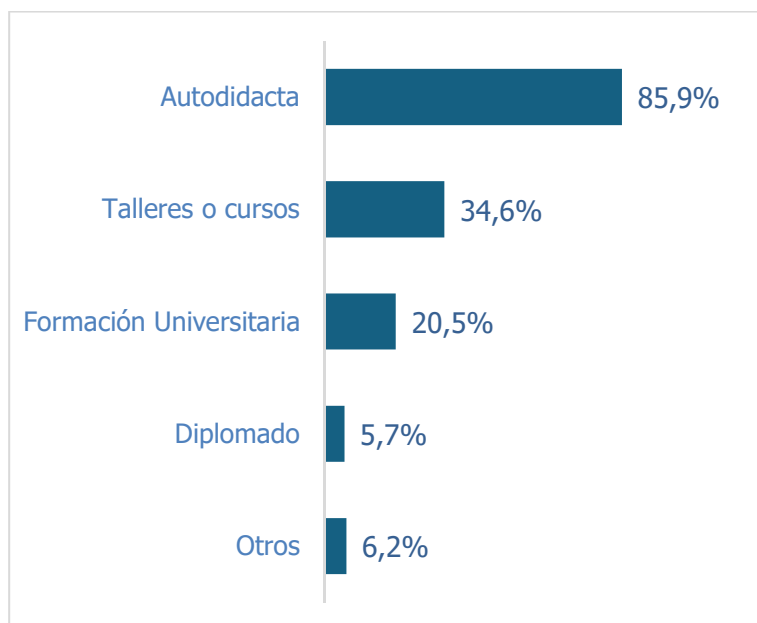
El análisis de los métodos de adquisición de conocimientos en el cómic evidencia un patrón claro, la autogestión y el aprendizaje autodidacta se consolidan como el motor principal de profesionalización en el sector, alcanzando un 85,9% de las menciones. Esta cifra revela que, pese a la existencia de instancias formales de capacitación, la mayoría de los agentes

culturales construye sus trayectorias en base a la autoformación, apoyándose en experiencias personales, lecturas y práctica constante. Al desagregar por sexo, se observa que los hombres recurren en mayor proporción a este camino (87,5%) en comparación con las mujeres (83,2%), lo que confirma una tendencia generalizada hacia la autogestión, aunque con una ligera diferencia en la intensidad del recurso. En contraste, las mujeres destacan por una mayor participación en espacios formativos institucionales, especialmente en talleres y programas universitarios. La formación universitaria, por ejemplo, alcanza un 27,7% en mujeres, frente a un 16,4% en hombres, lo que marca una brecha cercana a 11 puntos porcentuales. Lo que es estadísticamente significativa, es decir, refleja una preferencia diferenciada en las estrategias de adquisición de conocimientos, donde las mujeres parecen optar con mayor frecuencia por la validación académica formal. Esta misma pauta se reproduce en la participación en diplomados, un 8,0% en mujeres versus un 3,9% en hombres, lo que sugiere un esfuerzo adicional de profesionalización, aunque limitado por las barreras de acceso económico y estructural que enfrenta el sector en su conjunto.

Por otro lado, los métodos alternativos o informales —como el aprendizaje a través de libros, la observación de dibujantes u otras instancias no estructuradas— representan un 6,0% en hombres y un 6,6% en mujeres. Aunque en menor escala, estos mecanismos confirman la diversidad de trayectorias formativas presentes en el ecosistema del cómic.

En conjunto, estos resultados dejan en evidencia una tensión relevante, mientras la autodidaxia sigue siendo el núcleo dominante de la formación, existe también un interés creciente, particularmente entre las mujeres, por consolidar procesos de aprendizaje más estructurados y legitimados en ámbitos académicos. Esta dualidad plantea un desafío estratégico sobre cómo generar programas de formación accesibles, inclusivos y articulados con las necesidades del sector, que permitan capitalizar la riqueza de la experiencia autodidacta sin dejar de ofrecer oportunidades formales que fortalezcan la profesionalización, la visibilidad y la sostenibilidad de los agentes del cómic en Chile.

Gráfica 8. Origen de los conocimientos en cómic

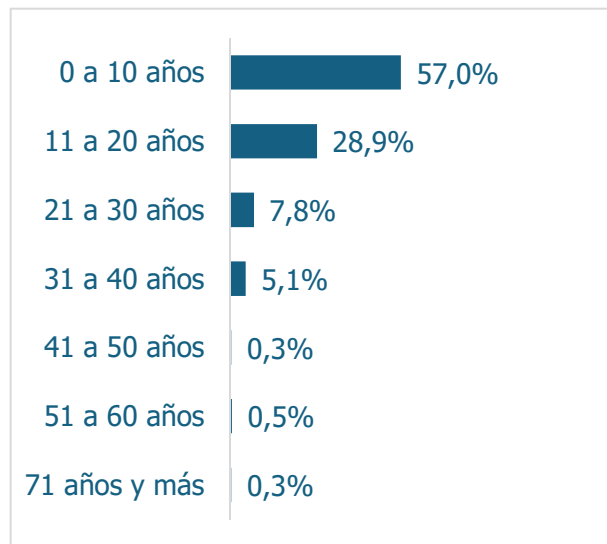


Pregunta ¿Cómo adquiriste tus conocimientos en el cómic? (Respuesta única)

- ¿Cuántos años has estado en el sistema del cómic?

El 57,0% reporta entre 0 y 10 años en el sector, el 28,9% entre 11 y 20 años; el promedio general es de 12 años. Los hombres muestran mayor presencia en trayectorias de 20 años o más, mientras que las mujeres se han incorporado más recientemente. Esto apunta a una diversificación en curso, en un espacio históricamente masculinizado. La retención de talentos femeninos requerirá políticas de conciliación, espacios libres de discriminación y redes de mentoría, además de visibilización de autoras.

Gráfica 9. Años en el sistema del cómic



Pregunta ¿Cuántos años has estado en el sistema del cómic? (Respuesta numérica)

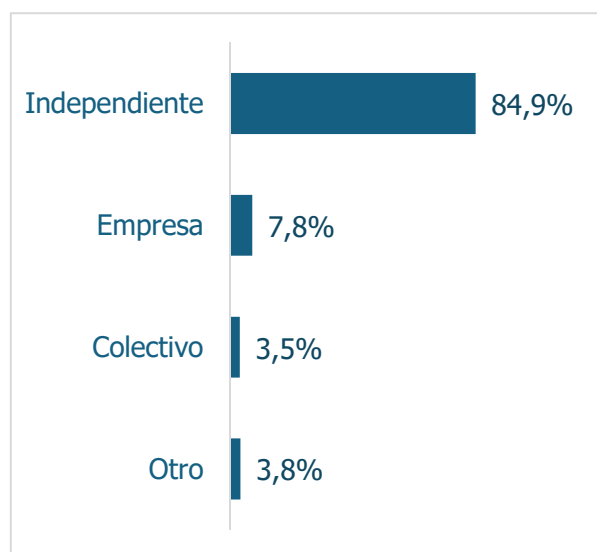
Dimensión 1: Sobre el sistema del cómic y tu participación en este

- Reconocimiento de tipo de Agente.

Predomina el modelo independiente (84,9%), seguido por empresas (7,8%) y colectivos/asociaciones (3,5%). También existe una alternativa "otro" con un 3,8% que indica que se identifica como otro tipo de agente en el sistema del cómic. En la Región Metropolitana se observa mayor peso relativo de empresas (14,9% vs 3,0% en otras regiones), mientras que en regiones se intensifica la independencia (90,1% vs 77,9% en RM). Entre mujeres, la presencia en empresas es algo mayor que en hombres; en colectivos ocurre la situación inversa. El predominio de la independencia combina flexibilidad creativa con vulnerabilidad económica y menor acceso a distribución formal y financiamiento estructural.

Para ministerios y gobiernos regionales, esto sugiere que los instrumentos deben considerar la realidad del trabajador/a cultural independiente, con líneas de apoyo que integren capacitación en gestión, digitalización de catálogos, y redes de comercialización.

Gráfica 10. Tipo de Agente



Pregunta (Respuesta única) Tú gestionas esta encuesta como:

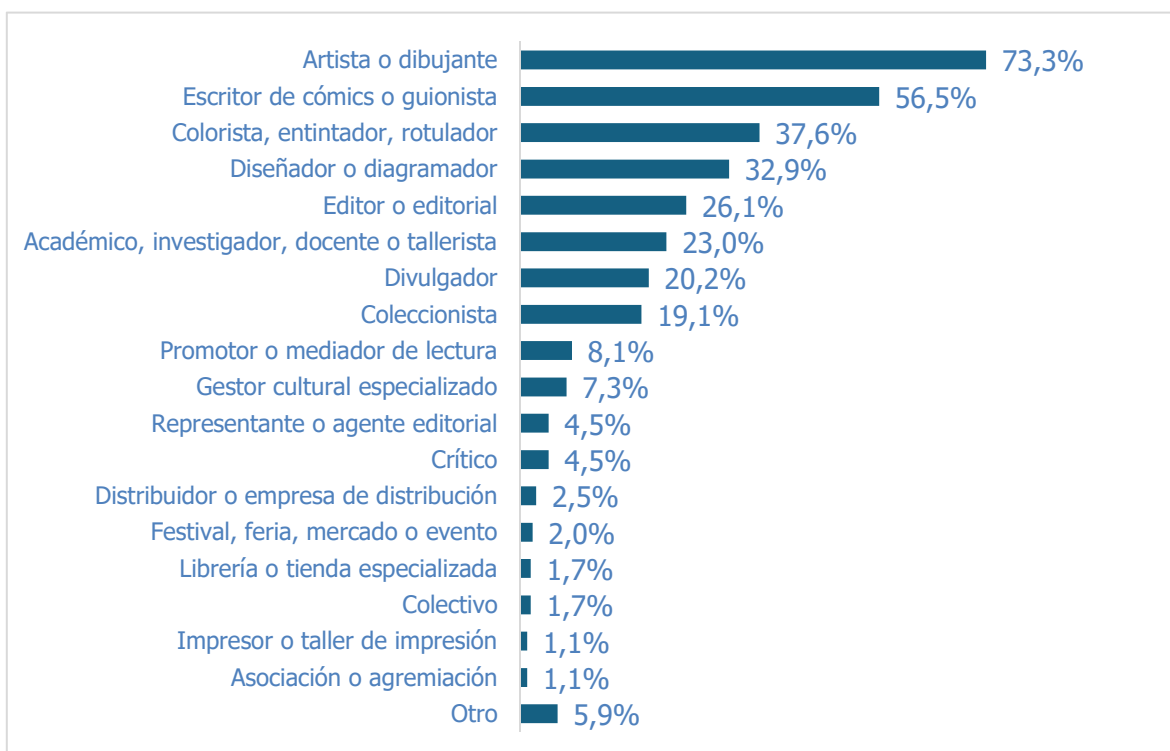
- Roles o las ocupaciones principales.

El sistema del cómic en Chile se configura principalmente en torno a roles creativos, que constituyen el núcleo duro de su funcionamiento y desarrollo. Entre ellos, destacan con fuerza los artistas y dibujantes, que representan un 73,3% de las menciones, seguidos por los guionistas con un 56,5%, los coloristas, entintadores y rotuladores con un 37,6%, y los diseñadores o diagramadores con un 32,9%. Estos porcentajes evidencian que la cadena de valor del cómic está fuertemente orientada hacia la etapa de creación, es decir, hacia la producción de contenidos y el desarrollo de las narrativas gráficas. La concentración de talento en estos eslabones creativos reafirma la identidad del sector como un espacio altamente innovador y expresivo, donde el trabajo individual o colectivo se centra en dar vida a historias, personajes y universos visuales. No obstante, este predominio de funciones artísticas revela, al mismo tiempo, una carencia estructural en áreas complementarias como la distribución, la comercialización y la gestión cultural, que aparecen con menor representación en los datos. Esta ausencia de eslabones intermedios y finales de la cadena productiva limita las posibilidades de circulación, consumo masivo y sostenibilidad económica del sector, generando una brecha entre la abundancia creativa y la capacidad de transformar esa producción en proyectos económicamente viables.

El desglose por tipo de agente permite observar matices relevantes. En el caso de las empresas, se evidencia una mayor concentración en funciones editoriales, alcanzando un 46,0% de editores dentro de este grupo, cifra considerablemente superior a la de los independientes y colectivos. Esta diferencia sugiere que las empresas, por su naturaleza organizativa, logran asumir roles vinculados a la edición y producción formal, lo que les da una ventaja relativa en términos de estructuración, aunque no necesariamente en términos de distribución a gran escala. Por su parte, los independientes y colectivos mantienen su protagonismo en los roles artísticos, reforzando el carácter descentralizado y autogestionado que caracteriza al ecosistema del cómic chileno.

De este panorama se desprende un desafío estratégico respecto a cómo avanzar hacia la profesionalización de los tramos menos desarrollados de la cadena de valor, en particular la distribución y la comercialización. Para ello, resultan fundamentales iniciativas como la formación específica en gestión cultural, marketing y edición; el fortalecimiento de alianzas con librerías independientes; la generación de acuerdos con plataformas digitales de publicación y distribución; y la creación de programas de incubación editorial que permitan a los agentes consolidar proyectos con mayor proyección. Solo a través de este tipo de medidas será posible equilibrar el enorme potencial creativo con estructuras sostenibles de circulación y consumo que afiancen al cómic como un sector cultural robusto y competitivo.

Gráfica 11. Roles o las ocupaciones principales

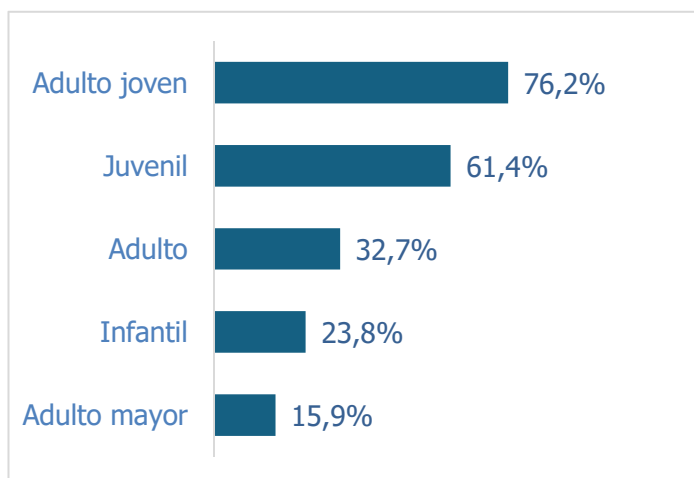


Pregunta Hoy en día, ¿cuáles son los roles o las ocupaciones principales que tú, el colectivo o la empresa ocupan en el sistema del cómic? (Respuesta múltiple)

- Públicos objetivo de las obras.

La orientación principal es hacia adultos jóvenes (76,2%) y juveniles (61,4%). Los hombres, al igual que en líneas generales, reportan mayor proporción de obras dirigidas a adultos – jóvenes (77,6%). Las diferencias se presentan en el porcentaje dirigido a adultos (37,5%) y a adultos mayores (19,4%) en comparación con mujeres, dado que ellas dedican obras a esta población en una menor proporción (24,1% y 9,5% respectivamente). Las mujeres también indican que su público objetivo es, en su mayoría, adultos – jóvenes (73,7%) y, en segundo lugar, al público juvenil (63,5%). En relación con la ubicación geográfica de los participantes, se observan diferencias significativas entre la Región Metropolitana y las otras regiones en la población adulto (39,6% RM y 26,2% en regiones) y adultos mayores (22,7%) respecto de otras regiones (10,9%). Este patrón debe dialogar con estrategias de mediación lectora y con circuitos de distribución adecuados a públicos objetivos diferenciados.

Gráfica 12. Población objetivo



Pregunta ¿A qué población están dirigidas tus obras? (Respuesta múltiple)

- Tipo de género narrativo que se trabaja.

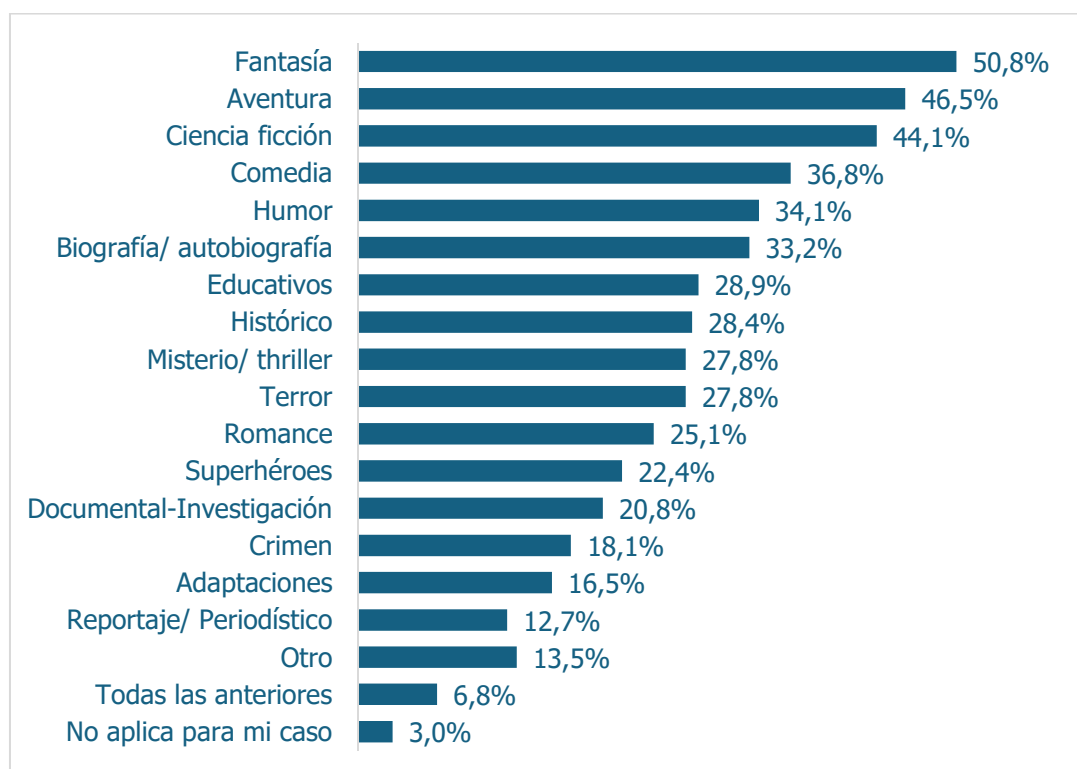
Los resultados de esta encuesta muestran que la fantasía (50,8%), la aventura (46,5%) y la ciencia ficción (44,1%) concentran las preferencias narrativas de los agentes del cómic en Chile, seguidas por la comedia (36,8%) y el humor (34,1%). Esta predominancia de géneros vinculados a lo imaginario y lo especulativo podría explicarse por varias razones:

1. Se trata de géneros con una fuerte tradición dentro del cómic a nivel global, lo que facilita que autores y autoras locales se inserten en códigos narrativos reconocibles y con alta circulación internacional.
2. Estos géneros ofrecen un espacio fértil para la exploración de mundos alternativos, metáforas sociales y críticas culturales, lo que se conecta con la función del cómic como medio de experimentación creativa y expresión simbólica.
3. El énfasis en la fantasía y la ciencia ficción puede responder a un perfil generacional específico, donde la mayoría de los encuestados se concentra entre los 25 y 44 años, grupos que crecieron en contacto con narrativas transmedia (cine, videojuegos, animé, series) donde estos géneros tienen fuerte predominio, consolidando un ecosistema cultural compartido.

La comedia y el humor, aunque con menor presencia, mantienen un rol clave como lenguaje accesible y crítico, que permite al cómic conectar con públicos amplios y diversificados.

Finalmente, la existencia de un 13,5% que declara trabajar en “otros géneros” (drama, realismo, acción, vida cotidiana, entre otros) y un 7% que selecciona “todas las anteriores” refleja tanto la diversificación emergente del sector como la búsqueda de identidades narrativas propias, aún en construcción, que trasciendan los formatos más convencionales. En conjunto, estos resultados sugieren que el sistema del cómic en Chile se encuentra en una tensión creativa entre lo global y lo local. Por un lado, se nutre de tendencias universales y reconocibles, y por otro, comienza a generar un discurso propio, todavía en proceso de consolidación, pero con un potencial relevante para diferenciarse en la escena cultural latinoamericana.

Gráfica 13. Género narrativo



Pregunta Hoy en día, ¿con qué tipo de género narrativo trabajan tú, el colectivo o la empresa? (Respuesta múltiple)

El análisis de las categorías abiertas, agrupadas bajo la opción “Otro”, tanto en género narrativo (13,5%), ofrece pistas reveladoras sobre la diversidad creativa que circula en el sistema del cómic. A través de nubes de palabras elaboradas con estas menciones, se observa que, en el caso de los géneros narrativos, el drama emerge como la categoría más destacada, lo que indica la necesidad de contar historias con un componente emocional profundo y con una carga realista que complemente las propuestas de fantasía, aventura o ciencia ficción predominantes. Este hallazgo sugiere que existe un interés por parte de los

creadores en vincular el cómic con experiencias humanas complejas y con relatos que trascienden lo puramente lúdico.



Diagrama. Nube de palabras Opción Otro de pregunta Género Narrativo

- Estilo que se trabaja.

En cuanto a los estilos de cómic trabajados en Chile, los resultados reflejan un panorama diverso, donde el manga (32,5%) y la cultura pop (31,4%) se consolidan como los estilos más recurrentes. Este hallazgo es particularmente interesante, ya que no solo evidencia la influencia de tendencias globales en la producción local, sino que también deja ver diferencias significativas según género, en donde las mujeres muestran una clara inclinación por el manga (43,1% frente a un 26,4% de los hombres), lo que podría interpretarse como una apropiación de un estilo históricamente popular en públicos juveniles y con fuerte presencia femenina en sus comunidades de consumo. Los hombres, en contraste, se inclinan más hacia la cultura pop (35,5% frente a un 24,8% de las mujeres), lo que puede relacionarse con la conexión de este estilo a referentes mediáticos y de entretenimiento masivo que han marcado la experiencia cultural de generaciones más ligadas a lo audiovisual y a la industria del entretenimiento global.

Además de estas preferencias dominantes, emergen con fuerza estilos vinculados a lo urbano (21,4%), lo político (20,6%), las historias marginales (19,8%), la memoria y dictadura (17,3%) y los pueblos originarios (16,0%). Estos resultados muestran

que, más allá de las corrientes internacionales, existe un interés creciente por narrativas que dialogan con la historia y la realidad social chilena, evidenciando cómo el cómic se transforma en un vehículo de memoria, denuncia y representación de identidades diversas. En este sentido, el cómic chileno no solo replica géneros de consumo global, sino que también construye relatos propios, anclados en procesos históricos y en la necesidad de visibilizar temáticas sociales, políticas y culturales que forman parte de la identidad del país.

Por otra parte, un 22,0% de los encuestados seleccionó “otro” como estilo trabajado, mencionando temáticas como ciencia, salud, realismo o autobiografía, lo que revela un espacio de exploración e innovación más allá de las categorías convencionales. Asimismo, un 11,7% indicó que la pregunta no aplicaba, lo que puede reflejar tanto la existencia de agentes que se relacionan con el cómic desde ámbitos no creativos (por ejemplo, distribución, gestión o mediación cultural) como la dificultad de encasillar ciertas propuestas en categorías rígidas.

En síntesis, el análisis de los estilos muestra una doble dinámica, en donde se observa, por un lado, la adopción de estilos globales como manga y cultura pop, que facilitan la conexión con comunidades de consumo transnacional, y por otro, la construcción de narrativas locales que reinterpretan la historia reciente, la diversidad cultural y los procesos sociales en Chile. Este cruce entre lo global y lo local potencia al cómic como un espacio plural, híbrido y en transformación, con capacidad tanto para insertarse en mercados internacionales como para convertirse en un instrumento de reflexión y memoria colectiva.

Gráfica 14. Estilo



Pregunta ¿Cómo definirías tu estilo/ temas foco para hacer cómics u obras referidas al cómic? (Respuesta múltiple)

En cuanto a los estilos o temas principales declarados bajo la opción otro (abierta), sobresalen menciones a lo infantil, la ciencia y la salud, ámbitos que, aunque minoritarios en términos porcentuales, permiten visualizar espacios emergentes y poco explorados dentro del sector. El énfasis en lo infantil conecta con la necesidad de ampliar el alcance del cómic hacia nuevos públicos lectores, fortaleciendo la mediación temprana y el rol pedagógico de esta narrativa. Por su parte, la incorporación de temáticas científicas y de salud refleja una voluntad de los creadores por posicionar el cómic como herramienta de divulgación y reflexión en torno a problemáticas contemporáneas, expandiendo sus fronteras hacia campos interdisciplinarios que lo vinculan con la educación, la comunicación científica y la concientización social.

En conjunto, estos resultados muestran que las categorías abiertas no son simples anexos, sino expresiones de búsquedas creativas que amplían las posibilidades del cómic chileno.

un giro de género en la lectoría: si bien los hombres continúan siendo consumidores relevantes, las mujeres jóvenes aparecen como un grupo creciente y protagónico dentro del mundo del cómic. Esta incorporación femenina, tanto como lectoras como creadoras, ha permitido cuestionar y desplazar el canon tradicional, históricamente dominado por estilos masculinos y narrativas centradas en superhéroes o temáticas densas. En su lugar, se abren paso otras sensibilidades, preocupaciones y formas de narrar, lo que enriquece la oferta y amplía las posibilidades de conexión con públicos diversos.

En los relatos también se destaca que la relación con el público ya no ocurre únicamente a través de la lectura de un libro impreso. Hoy los vínculos se construyen en múltiples espacios: ferias especializadas, redes sociales como Instagram y Facebook, comunidades de fans, talleres formativos y encargos personalizados. Estas instancias de encuentro han configurado un ecosistema relacional que potencia la visibilidad de las y los autores y consolida un circuito de circulación más allá de las editoriales. Para muchos, la comunidad de fans se ha convertido en un soporte clave no solo para la difusión, sino también para la sostenibilidad de sus proyectos.

En conjunto, los testimonios recogidos confirman que el público lector del cómic en Chile atraviesa una etapa de expansión y transformación, donde conviven prácticas tradicionales y digitales, así como nuevas sensibilidades de género y edad. Este tránsito no solo refleja la evolución cultural del cómic, sino que también redefine las formas de creación, circulación y legitimación del medio en el país.

- Publicaciones de cómics en los últimos dos años.

El promedio auto-reportado de publicaciones en los últimos dos años es de 5 títulos, lo que refleja un nivel de producción significativo considerando la alta autogestión del sector. Este promedio se concentra especialmente entre los jóvenes de 18 a 34 años, segmento que muestra mayor dinamismo y capacidad productiva, posiblemente debido a su cercanía con circuitos alternativos, ferias, fanzines y plataformas digitales que facilitan la publicación independiente. En contraste, los grupos de mayor edad reportan una menor producción, lo que puede estar asociado tanto a barreras de tiempo y recursos como a una mayor dedicación a proyectos editoriales de largo aliento o a roles vinculados a la gestión y la formación.

La Región Metropolitana se posiciona como el epicentro de la publicación de cómics en Chile, lo que no sorprende dada la concentración de recursos editoriales, acceso a imprentas, ferias y redes de distribución. Sin embargo, esta centralidad plantea un reto para las regiones, donde, aunque existen iniciativas valiosas, la falta de infraestructura y redes consolidadas limita la producción sostenida. Esta situación subraya la necesidad de diseñar políticas culturales que fomenten descentralización editorial y acceso a medios de publicación fuera de Santiago, permitiendo que talentos de regiones puedan sostener niveles de producción similares a los de la capital.

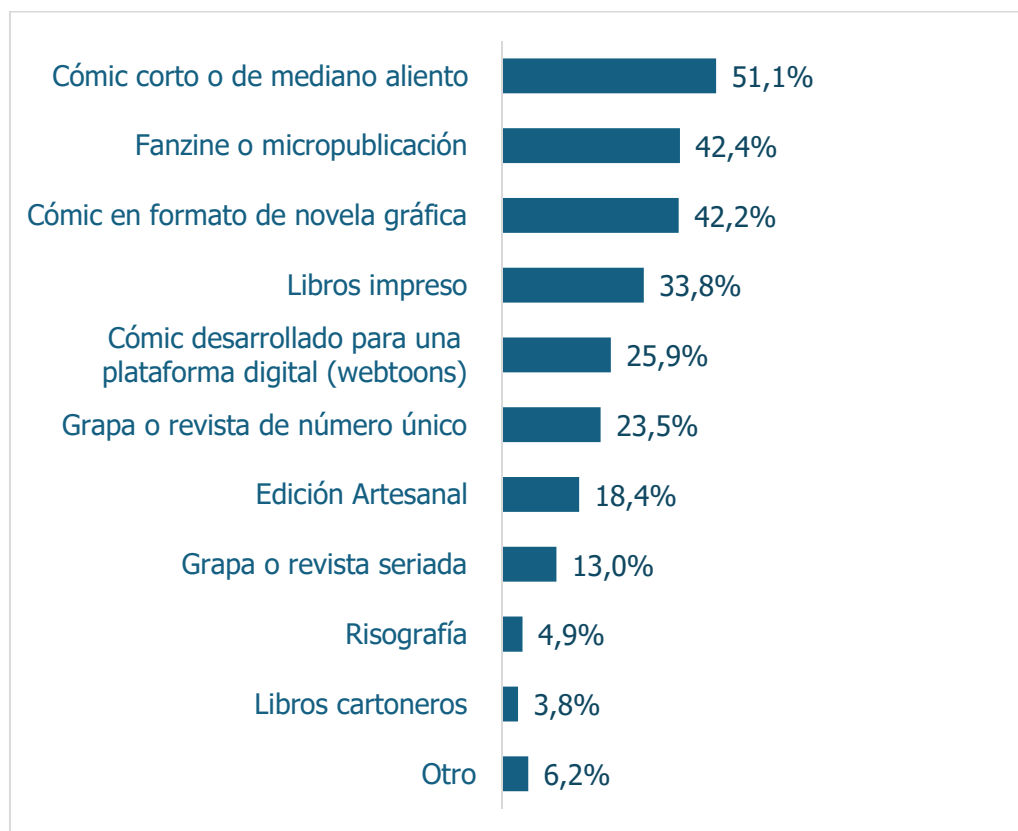
La cifra promedio de 5 publicaciones en dos años también debe leerse en el marco de la precariedad estructural del sector: la mayoría de estas publicaciones se realiza sin ISBN o ISSN, con fuerte dependencia de la autogestión y tirajes reducidos. A pesar de ello, este dinamismo demuestra la resiliencia y creatividad de los agentes, que, a través de la diversificación de formatos (fanzines, cómics digitales, micropublicaciones), logran mantener un flujo constante de obras. En definitiva, el dato no solo refleja productividad, sino también la capacidad del cómic chileno de sostener un ecosistema creativo vibrante, aunque marcado por tensiones entre centralización, precariedad y deseo de expansión.

- Formato con el que se trabajan los cómics publicados.

El análisis de los formatos de publicación más utilizados en el sistema del cómic en Chile revela un ecosistema marcado por la diversidad creativa y, al mismo tiempo, por fuertes dinámicas de autogestión. Los cómics cortos o de mediano aliento (51,1%) lideran las preferencias, lo que sugiere una inclinación hacia formatos más ágiles, de menor costo y con capacidad de circular en ferias y redes sociales. En segundo lugar, los fanzines y micropublicaciones (42,4%) se consolidan como un vehículo esencial de expresión independiente y comunitaria, favorecido por su bajo costo de producción, su potencial de inmediatez y su cercanía con públicos jóvenes. La novela gráfica (42,2%), en tercera posición, refleja una apuesta por narrativas más extensas y elaboradas, que requieren mayor inversión de tiempo y recursos, pero que también otorgan prestigio y visibilidad a los autores. En contraposición, formatos alternativos como la risografía (4,9%) y los libros cartoneros (3,8%) aparecen con una presencia marginal, probablemente debido a los altos costos técnicos, la escasa disponibilidad de talleres especializados y la naturaleza artesanal de estos soportes, que limita su escalabilidad. No obstante, la presencia de estos formatos, aunque minoritaria, aporta diversidad y abre nichos de innovación en el sector.

El desglose por género muestra contrastes importantes que ayudan a comprender las dinámicas internas del sector. Las mujeres y creadores jóvenes (menores de 35 años) se inclinan en mayor medida por los fanzines y micropublicaciones (55,5% vs. 34,5% en hombres), lo que puede interpretarse como una estrategia de inserción en un espacio cultural donde persisten barreras de acceso a canales editoriales más consolidados. Estos formatos alternativos permiten a las creadoras desarrollar obras sin depender de estructuras formales, visibilizar temáticas vinculadas a lo social, lo político y lo comunitario, y generar redes de circulación más inclusivas. En cambio, los hombres concentran mayor producción en formatos editoriales tradicionales: libros impresos (37,5% vs. 27,0% en mujeres), revistas de número único (27,6% vs. 16,8% en mujeres) y revistas seriadas (15,5% vs. 8,8% en mujeres). Esta diferencia refleja tanto la permanencia histórica de los hombres en roles editoriales y de mayor trayectoria en el sector, como la dificultad de las mujeres para acceder a estos canales de legitimación y comercialización. El contraste sugiere que la diversificación de formatos es también un espacio de disputa por la equidad de género en la producción cultural.

Gráfica 15. Formato con el que se trabajan los cómics publicados



Pregunta ¿En qué formatos trabajan usualmente tú, el colectivo o la empresa? (Respuesta múltiple)

En el análisis de la opción "Otro", que fue seleccionada por un 6,2% de los encuestados, se observa que la gran mayoría de las menciones se concentran en el formato Manga, lo que confirma la fuerte penetración de esta corriente en el ecosistema del cómic en Chile. Aunque en términos estadísticos representa una minoría respecto a los formatos más tradicionales como los cómics de mediano aliento, fanzines o novelas gráficas, su presencia resulta muy significativa porque da cuenta de un cambio cultural en las prácticas de producción y consumo.

Este hallazgo, además, dialoga con lo señalado en las entrevistas en profundidad, donde distintos agentes enfatizaron que el manga no solo ha transformado el público lector —con una marcada preferencia en adolescentes y jóvenes—, sino que también ha redefinido las trayectorias creativas de nuevos autores y autoras, quienes se inician en el cómic influenciados directamente por este estilo. La opción "Otro" como espacio para declarar Manga pone en evidencia que, aunque no siempre se lo reconozca en las categorías formales de publicación, este formato es ya un motor central del campo, actuando como puente entre la producción local y las tendencias globales.



Diagrama. Nube de palabras Opción Otro de pregunta
Formato de cómic publicados

- Formato de publicación de los cómics mencionados.

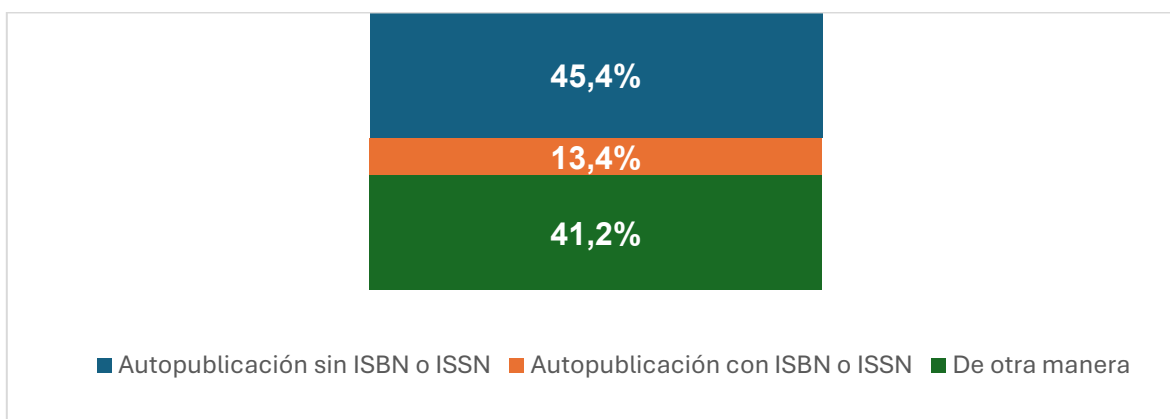
En cuanto a los mecanismos de publicación, predomina la autopublicación sin ISBN/ISSN (45,4%), lo que reafirma el carácter autogestionado del sector y la limitada integración a circuitos editoriales formales. Le sigue la categoría “otros mecanismos” (41,2%), que probablemente incluye ediciones artesanales, impresiones en talleres locales y publicaciones digitales, mientras que la autopublicación con ISBN/ISSN (13,4%) alcanza un porcentaje bajo, indicando que solo una minoría logra ingresar al sistema de registro oficial.

La diferencia por género también se hace notar, ya que los hombres tienen mayor acceso a autopublicaciones con ISBN/ISSN, lo que puede estar asociado a un mayor conocimiento de los procesos formales o a una trayectoria más larga en el sector editorial. Las mujeres, en contraste, reportan más publicaciones a través de vías editoriales alternativas o comunitarias, lo que reafirma su protagonismo en espacios de experimentación y creación de redes colectivas.

Estos resultados reflejan un sector altamente creativo y resiliente, pero también evidencian la precariedad estructural en su cadena de valor: la mayoría publica en circuitos no formalizados, con escasa visibilidad en catálogos oficiales y limitada capacidad de internacionalización. La centralidad del fanzine y de los cómics cortos/micropublicaciones, junto con el bajo registro en ISBN, sugiere que gran parte de la producción circula en espacios informales y de proximidad, más vinculados a la experimentación cultural que a la sostenibilidad económica.

En definitiva, la combinación de formatos tradicionales (novela gráfica, libro impreso) con formatos alternativos (fanzines, risografía, cartoneros) muestra la riqueza del ecosistema chileno del cómic, pero también plantea un desafío claro: profesionalizar los canales de publicación sin perder la diversidad creativa que caracteriza al sector. Una política pública que fomente la formalización facilite el acceso a registros ISBN, subsidie la impresión de tirajes pequeños y fortalezca la distribución digital podría contribuir a equilibrar la balanza entre autogestión y sostenibilidad.

Gráfica 16. Formato de publicación de los cómics previamente mencionados



Pregunta De la cantidad de publicaciones de cómic mencionadas en la pregunta anterior, ¿cuántas fueron publicadas de las siguientes maneras?

Los relatos recogidos en las entrevistas en profundidad muestran que en el ecosistema del cómic en Chile coexisten diversas modalidades de publicación que determinan, en gran medida, la forma en que circulan y se difunden las obras. Las experiencias de creadores y creadoras revelan tres caminos principales: la autopublicación, la publicación en editoriales independientes y la publicación en editoriales consolidadas, tanto nacionales como internacionales. Cada modalidad no solo responde a decisiones individuales o a etapas de carrera, sino también a las condiciones estructurales del sector, las posibilidades de financiamiento y los vínculos con las comunidades lectoras.

La autopublicación aparece como la vía más frecuente y accesible. Para muchos agentes constituye la puerta de entrada al sistema del cómic, pero también una elección consciente por la libertad creativa que otorga. Este modelo implica que los autores gestionen íntegramente el proceso, desde la creación de la obra hasta la impresión, distribución y venta. Redes sociales como Instagram, Facebook o TikTok se han convertido en vitrinas fundamentales, mientras que ferias y eventos especializados permiten establecer contacto directo con el público. Aunque este camino potencia la autonomía y la diversidad de propuestas, también acarrea un fuerte desgaste: la sobrecarga de tareas compite con el tiempo destinado a la creación y el alcance geográfico suele ser limitado, sobre todo para quienes trabajan fuera de Santiago. El cansancio acumulado y la dificultad para sostener un ritmo de producción constante se mencionan como tensiones recurrentes.

Las editoriales independientes ocupan un lugar intermedio y cumplen un rol fundamental en la dinamización del sector. Según los entrevistados, son las que más publican autores nacionales y han abierto espacio a propuestas diversas en estilos, temáticas y formatos que difícilmente encontrarían cabida en grandes sellos. Estas editoriales suelen estar gestionadas por agentes vinculados directamente al cómic —creadores, gestores culturales o divulgadores— y se mueven en lógicas de compromiso cultural más que de rentabilidad comercial. Su acción se sostiene en redes de confianza, colaboración y cercanía, aunque arrastran importantes limitaciones: la distribución es frágil y costosa, especialmente en regiones, y el financiamiento depende muchas veces de fondos concursables o de sistemas de consignación en librerías que restringen la liquidez. Además, la sobrecarga para los editores es evidente, pues deben asumir múltiples funciones sin contar con estructuras consolidadas. Los relatos también revelan que en algunos casos las relaciones con los creadores no se formalizan en contratos, lo que genera vacíos en la transparencia y en la protección de derechos.

Por su parte, la publicación con editoriales consolidadas ofrece a los autores una visibilidad y un alcance significativamente mayores, llegando incluso a mercados internacionales. Este camino, sin embargo, suele estar reservado a creadores con mayor trayectoria y reconocimiento. Los beneficios de este modelo se concentran en el acceso a librerías de gran escala, la formalización de contratos, la estabilidad en los procesos y la posibilidad de trabajar con equipos profesionales que asumen la corrección, distribución y marketing. No obstante, los testimonios señalan también ciertas pérdidas: la autonomía creativa se ve limitada por las decisiones editoriales y muchos autores perciben una desconexión con el ecosistema comunitario del cómic, pues al delegar la difusión a la editorial disminuye la interacción directa con los lectores y la participación en ferias locales.

En conjunto, las entrevistas muestran que las modalidades de publicación no son excluyentes, sino que suelen articularse en trayectorias mixtas. Varios autores transitan entre la autogestión y las editoriales independientes, o alternan contratos con sellos

consolidados y autoediciones para mantener contacto con sus públicos más cercanos. Esta flexibilidad refleja tanto la creatividad como la precariedad del sector: mientras amplía oportunidades de circulación, también impone sobrecargas y expone las debilidades estructurales en financiamiento y distribución. La conclusión es clara: la publicación en Chile está marcada por la diversidad de caminos, pero también por la necesidad urgente de fortalecer mecanismos que equilibren libertad creativa, sostenibilidad económica y alcance cultural.

- Canales que generan las mayores ventas.

El análisis de los canales de comercialización de cómics en Chile evidencia un ecosistema donde la relación directa con el público se convierte en la principal vía de sostenibilidad económica. Las ferias y eventos concentran el 53,2% de las menciones, posicionándose como el canal más efectivo. Esto refleja no solo la relevancia de la venta presencial, sino también la importancia de la interacción directa entre creadores y lectores, un espacio donde el cómic se difunde, se comparte y se convierte en experiencia cultural. La venta en redes sociales (32,7%) ocupa el segundo lugar, consolidándose como un mecanismo ágil y de bajo costo que facilita la difusión y el contacto directo con audiencias más amplias, aunque no siempre garantiza la formalización de la transacción. En contraste, canales más institucionalizados como páginas web (15,4%) y librerías físicas (13,5%) tienen una participación moderada, lo que evidencia tanto la falta de estructuras de distribución sólidas como la dificultad de los autores para insertarse en los circuitos formales. Más crítico aún resulta el bajo rendimiento de canales especializados como tiendas físicas (7,0%), plataformas digitales como Webtoon (6,8%), ventas públicas (6,8%), distribuidores (6,5%), librerías digitales (4,3%) y marketplaces (2,2%), lo que indica que la diversificación de mercados aún es incipiente. El hecho de que un 29,5% declare no generar ventas o no aplicar reafirma que existen barreras estructurales de acceso a los mercados y una dependencia excesiva de espacios ocasionales, intermitentes y muchas veces autogestionados.

Las diferencias entre hombres y mujeres se concentran únicamente en el canal distribuidor, donde los hombres reportan mayores ventas (8,6% vs. 2,9%). Esta diferencia podría reflejar la persistencia de redes de contacto masculinizadas en los circuitos de distribución, así como distintos obstáculos de acceso para las mujeres.

En términos etarios, los jóvenes de hasta 34 años muestran un mayor aprovechamiento de las plataformas digitales (12,8%), en comparación con las personas mayores de 35 años. Esto sugiere un cambio generacional hacia la digitalización, en línea con el consumo de cómic en plataformas globales como Webtoon.

En la dimensión territorial, se observan diferencias significativas. Los residentes de la Región Metropolitana presentan mayores ventas en páginas web (23,4% vs. 9,9%), librerías físicas

(17,5% vs. 9,4%) y librerías digitales (7,1% vs. 2,5%) en comparación con quienes residen en otras regiones. Este hallazgo pone en evidencia la centralización del sistema cultural chileno, donde los que residen en la capital concentran la infraestructura editorial, librerías independientes y plataformas de venta digital, dejando a las regiones en situación de desventaja.

Estos resultados reflejan una fuerte dependencia de los canales presenciales, principalmente ferias y eventos, lo que genera ingresos puntuales, pero no garantiza continuidad. La baja participación en circuitos digitales y editoriales tradicionales limita la sostenibilidad económica y la proyección internacional del sector. Las brechas por género, edad y territorio subrayan que la exclusión estructural también atraviesa la dimensión comercial del cómic, en donde las mujeres enfrentan mayores dificultades para acceder a redes de distribución, los jóvenes logran insertarse en plataformas digitales, pero con escasa monetización, y las regiones quedan rezagadas frente al centralismo editorial de la capital.

Gráfica 17. Canales que generan las mayores ventas



Pregunta ¿Cuáles son los tres canales que mejores ventas les generan a ti, al colectivo o a la empresa? (Respuesta múltiple)

- Productos complementarios que generan ventas.

El 58,9% de los participantes declara desarrollar productos adicionales a la obra de cómic propiamente tal, lo que refleja una estrategia de diversificación para generar ingresos y fortalecer la conexión con sus públicos. Los productos más frecuentes son separadores (45,0%), seguidos por exposiciones (39,9%), cursos (38,1%), charlas (37,6%) e investigación (22,0%). Estos datos evidencian que los agentes no solo se limitan a la creación de cómics, sino que amplían su espectro hacia actividades educativas, culturales y de mediación, consolidando al cómic como un espacio integral de producción cultural.

La categoría "otros" (30,3%) incluye stickers, afiches, ilustraciones y papelería, productos de bajo costo de producción, pero con alto potencial de circulación en ferias, eventos y

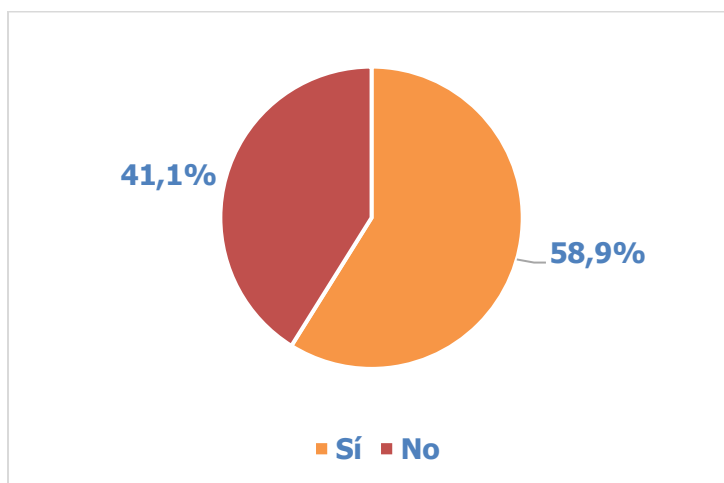
plataformas digitales. Este tipo de artículos no solo funcionan como complemento económico, sino que también actúan como objetos de identidad y fidelización con los públicos, extendiendo la marca personal o colectiva de los creadores.

La presencia significativa de productos complementarios refleja tanto la creatividad del sector como la necesidad de compensar la falta de canales de distribución estables. La diversificación permite:

1. Ampliar ingresos mediante la venta de productos derivados de bajo costo.
2. Construir comunidad, ya que los talleres, charlas y exposiciones generan vínculos más allá de la obra escrita o dibujada.
3. Posicionar al cómic en otros espacios culturales y educativos, integrando su valor en museos, universidades, bibliotecas y centros culturales.

Sin embargo, este modelo también expone una vulnerabilidad: el riesgo de que los creadores dependan de ingresos complementarios y no del cómic como actividad central.

Gráfica 18. Productos complementarios



Pregunta ¿Desarrollan otros productos complementarios a la producción del cómic?
(Respuesta única)

- Mecanismos para financiar las actividades en el sistema del cómic.

El 91,6% de los agentes del cómic declara financiar sus actividades con recursos propios, lo que confirma que la autogestión sigue siendo la base del ecosistema. Esta fuerte dependencia de aportes individuales refleja tanto el compromiso y la resiliencia de los creadores, como la precariedad estructural del sector, dado que los proyectos dependen del esfuerzo personal y no de mecanismos estables de apoyo institucional o privado. En segundo lugar, se encuentran los recursos públicos (24,9%) y las convocatorias (16,8%) como fuentes de apoyo. Estas cifras muestran que, aunque el Estado tiene un rol importante en el financiamiento del sector cultural, su cobertura es limitada y no alcanza a garantizar sostenibilidad generalizada. La entrega de información y el acceso a fondos públicos suele concentrarse en quienes cuentan con mayor experiencia en postulaciones y redes institucionales, lo que abre una brecha frente a creadores emergentes o independientes con menor capital social. El micromecenazgo (9,7%) y el apoyo de familiares y amigos (7,6%) funcionan como mecanismos complementarios, útiles para proyectos puntuales, pero de baja capacidad para sostener carreras a largo plazo. Finalmente, donaciones de empresas (5,1%) y créditos financieros (1,6%) aparecen casi inexistentes, lo que indica que el cómic no ha logrado aún insertarse en estrategias de responsabilidad social empresarial ni en circuitos formales de financiamiento bancario.

El análisis revela que no existen diferencias significativas entre hombres y mujeres en el uso de mecanismos de financiamiento, lo que sugiere que la precariedad es un fenómeno transversal en el sector, independiente del género. Sin embargo, sí se observan diferencias por edad, en donde las personas mayores de 35 años utilizan en mayor medida los recursos públicos para financiar sus actividades. Esto podría explicarse porque cuentan con más experiencia, trayectoria y redes institucionales que facilitan el acceso a estos fondos, en contraste con los agentes jóvenes, quienes tienden a depender más de la autogestión y de recursos informales.

El panorama refleja un sistema altamente vulnerable, en el que la mayoría de los proyectos se sostienen por la autogestión, mientras que las fuentes institucionales y privadas son insuficientes o inaccesibles para gran parte de los agentes.

Gráfica 19. Mecanismos para financiar las actividades en el sistema del cómic



Pregunta ¿Cuáles son los mecanismos que utilizan tú, el colectivo o la empresa para financiar sus actividades en el sistema del cómic? (Respuesta múltiple)

En el cierre del análisis, resulta relevante observar la categoría “Otros” que concentra un 8,6% de las menciones en torno a mecanismos de financiamiento. A partir de la nube de palabras elaborada con estas respuestas abiertas, destaca de manera particular la alusión a las editoriales como un canal significativo. Este hallazgo no solo refleja la cercanía de los creadores con dichas instituciones, sino también la importancia que estas adquieren en el proceso creativo y en la sostenibilidad del cómic en Chile.

La preferencia por las editoriales, incluso cuando aparece en un espacio abierto de “otros”, subraya cómo los agentes perciben a estas entidades no únicamente como un medio de publicación, sino como un apoyo integral que otorga legitimidad, acompañamiento y cierta estabilidad al desarrollo de proyectos. De alguna manera, las editoriales son vistas como

La mención recurrente de las editoriales en esta categoría evidencia que, pese al predominio de la autogestión y a las limitaciones de las editoriales independientes, la dimensión institucional continúa ocupando un lugar central en el imaginario de los creadores. Esto abre una reflexión sobre la urgencia de fortalecer el ecosistema editorial nacional, especialmente en términos de financiamiento, distribución y acompañamiento profesional, para que la creación no dependa exclusivamente del esfuerzo individual, sino que pueda descansar también en alianzas sostenibles que respalden el desarrollo del cómic como sector cultural estratégico.



40

Dimensión 2: Sobre la red del cómic

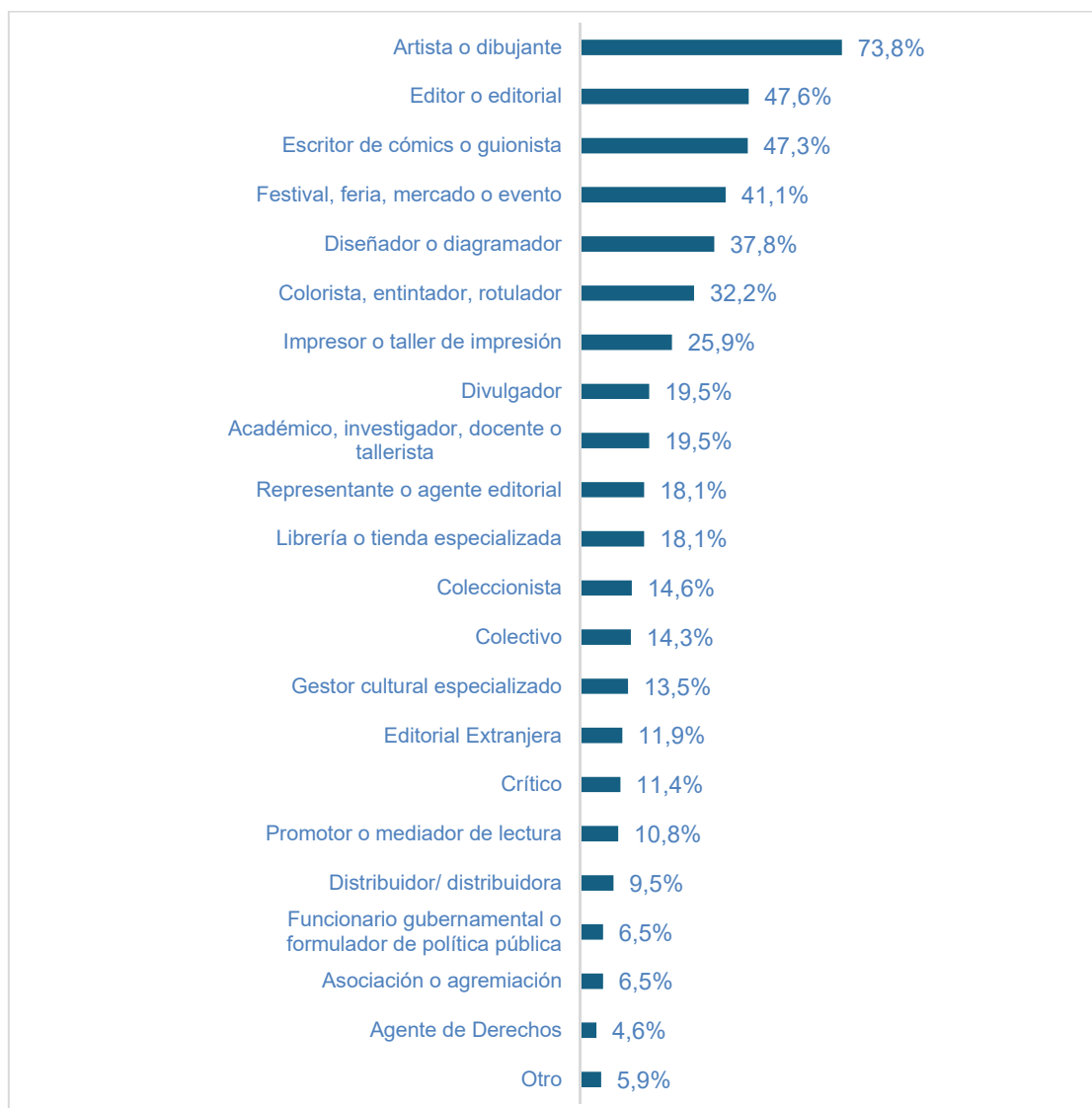
- Análisis de las redes.

Los datos muestran que los agentes más relevantes en la red de relaciones de los encuestados son aquellos directamente vinculados al proceso creativo y a la circulación de las obras. En primer lugar, aparecen los artistas o dibujantes (73,8%), seguidos por los editores o editoriales (47,6%), los escritores o guionistas (47,3%), los agentes de festivales, ferias y mercados (41,1%), los diseñadores y diagramadores (37,8%) y los coloristas, entintadores y rotuladores (32,2%). Esta distribución evidencia que el cómic en Chile se desarrolla principalmente en torno a un núcleo creativo-artístico, donde la producción y la circulación en espacios de venta y encuentro cultural son los pilares de sostenibilidad.

En una segunda línea, aparecen los impresores o talleres de impresión (25,9%), los divulgadores (19,5%), los académicos, investigadores, docentes o talleristas (19,5%), y los representantes o agentes editoriales (18,1%). Si bien su presencia es menor, estos actores cumplen un rol clave en la materialización profesional del cómic, en su difusión crítica y académica, y en la conexión con circuitos de legitimación cultural. Su menor frecuencia puede interpretarse como una señal de que el sector todavía depende de la autogestión y no ha consolidado una estructura de apoyo profesionalizada que garantice una cadena de valor más robusta. En la parte baja del gráfico se sitúan agentes como los gestores de derechos, los funcionarios gubernamentales o formuladores de políticas públicas, los promotores o mediadores de lectura, los distribuidores o empresas de distribución y las asociaciones o agremiaciones. Esta baja interacción pone en evidencia un déficit estructural: el sector no logra articularse de manera efectiva con instancias institucionales, políticas o gremiales, lo que limita su capacidad de incidencia en políticas públicas, acceso a financiamiento, formalización de derechos de autor y fortalecimiento de la distribución.

En síntesis, el cómic en Chile se construye sobre una red sólida de vínculos creativos, pero con brechas significativas en las dimensiones institucionales, gremiales y de distribución. Esta situación refleja tanto la fuerza de la autogestión como la fragilidad estructural de un sector que opera al margen de políticas públicas, con escasa formalización gremial y con poca articulación hacia cadenas de distribución masiva.

Gráfica 20. Análisis de redes



Pregunta ¿Con cuáles agentes del sistema del cómic se relacionan tú, el colectivo o la empresa para desarrollar e intermediar proyectos del cómic? (Respuesta múltiple)

Uno de los puntos que emergió con fuerza en las entrevistas individuales fue la importancia del rol de los agentes de derechos o agentes literarios en el ecosistema del cómic, especialmente en relación con la posibilidad de proyectar las obras más allá del mercado local. Tanto editores como autores consolidados coincidieron en que la presencia de estos profesionales resulta clave para impulsar la internacionalización del sector. En efecto, los agentes de derechos cumplen una doble función: visibilizan el trabajo creativo en ferias y mercados internacionales y, al mismo tiempo, negocian con editoriales y cadenas extranjeras las condiciones para la venta y producción de las obras en nuevos contextos.

La necesidad de contar con estas figuras aparece asociada, además, a la escasez de oportunidades de prospección y a la dificultad de participar regularmente en ferias de gran escala, donde se establecen los contactos que determinan la apertura hacia otros mercados. Sin la mediación de un agente de derechos, muchos creadores y editoriales deben asumir este rol de manera personal, combinando la labor creativa con la gestión comercial, lo que genera sobrecarga y limita el alcance de sus propuestas.

En este sentido, el testimonio de los entrevistados refleja un consenso: el cómic chileno necesita fortalecer los mecanismos que faciliten la presencia de agentes especializados en derechos y circulación internacional. Su incorporación no solo abriría la puerta a un mayor reconocimiento en el extranjero, sino que también aliviaría a autores y editoriales de una función que, aunque necesaria, los desvía de su tarea principal: la creación artística y la consolidación de un catálogo sólido.

- Colaboración en el proceso creativo, productivo e intermediación.

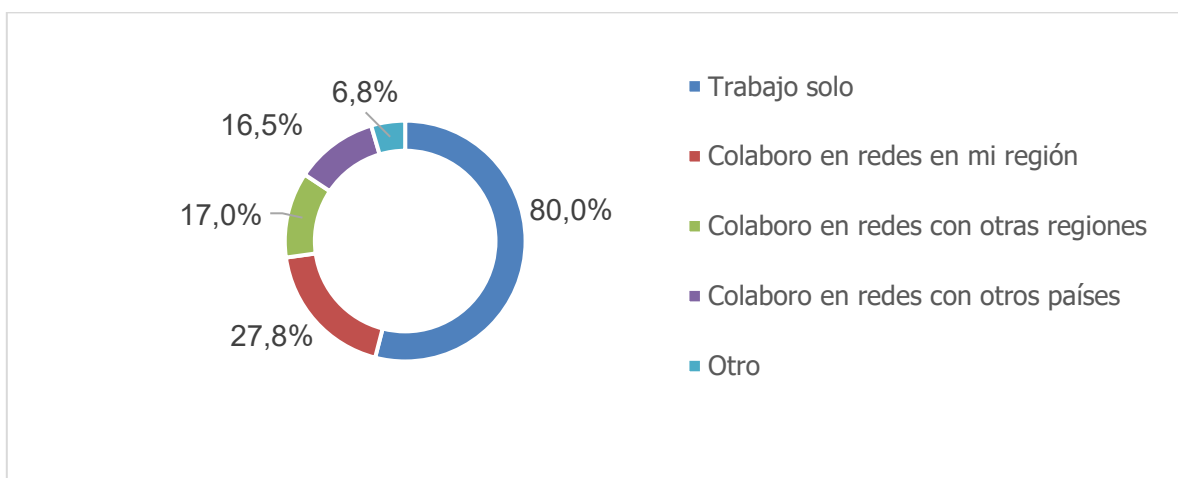
El dato más significativo es que la mayoría de los participantes trabaja de manera solitaria, tanto en la producción (70,0%) como en la fase creativa (80,0%). Este hallazgo sugiere que el cómic en Chile se desarrolla principalmente desde la autogestión, con dinámicas centradas en el creador individual más que en estructuras colectivas o empresariales. La alta concentración de trabajo en solitario evidencia no solo la autonomía y flexibilidad de los agentes, sino también las limitaciones estructurales: falta de equipos de apoyo, ausencia de redes consolidadas y precariedad de financiamiento para sostener proyectos colaborativos de mayor escala. Si bien existen formas de colaboración, estas se presentan con densidad variable. Las redes locales y regionales son más frecuentes, aunque fragmentadas, mientras que las relaciones internacionales son débiles, con apenas un 15–16% de menciones en procesos creativos y productivos. Esta baja internacionalización contrasta con la creciente globalización del cómic como industria cultural y refleja la dificultad de los creadores chilenos para acceder a circuitos de difusión y distribución fuera del país. Los datos muestran brechas importantes: el 84,7% de mujeres trabaja sola en el proceso creativo, frente al 77,2% de los hombres. Esto puede interpretarse como un indicador de aislamiento o de menores oportunidades de acceso a redes colaborativas, lo que refuerza las desigualdades estructurales de género en el sector. Mientras que los hombres, tienden a participar más en redes interregionales (22,4% vs. 16,1% en mujeres) y en redes internacionales durante la producción (17,7% vs. 10,2%), lo que sugiere que cuentan con mayores contactos o capital social para integrarse en espacios colaborativos más amplios.

En términos etarios, también se observan diferencias claras. Los jóvenes (18 a 34 años) presentan una tendencia significativamente mayor a trabajar en solitario, lo que podría estar vinculado a sus primeras etapas de inserción en el sector y a la falta de redes consolidadas. Los mayores de 35 años, en cambio, muestran una mayor capacidad de articulación con

redes locales y extranjeras, probablemente asociada a su experiencia acumulada, contactos previos y trayectoria más extensa.

Este panorama revela un sector altamente atomizado, donde el trabajo solitario predomina por sobre el colectivo, lo que limita la innovación, la circulación y la sostenibilidad de los proyectos. Las diferencias por género y edad amplían las brechas de acceso a redes, consolidando desigualdades en la proyección profesional de mujeres y jóvenes. En conclusión, los datos ponen en evidencia que la falta de redes sólidas es uno de los principales cuellos de botella del sistema del cómic en Chile. Superar esta fragmentación mediante políticas públicas, iniciativas de cooperación y articulación internacional es esencial para transformar al sector en un ecosistema sostenible y competitivo.

Gráfica 21. Relacionamiento proceso creativo e inspiración



Pregunta ¿Con quienes te relacionas en tu proceso creativo y de inspiración? (previo a iniciar la materialización de la idea) (Respuesta múltiple)

Dentro de las respuestas, un 6,8% de los encuestados seleccionó la opción Otro al referirse a los vínculos que sostienen en su proceso creativo. Al profundizar en estas menciones y representarlas en una nube de palabras, se distingue con claridad la centralidad del editor como figura clave en esta etapa. Este hallazgo no es menor, pues pone de relieve que, más allá de los roles tradicionalmente asociados al inicio de la creación —como el dibujante o el guionista—, la presencia del editor es reconocida como un apoyo fundamental en la construcción de una obra.

La referencia recurrente al editor en este espacio de respuestas abiertas evidencia la cercanía que los creadores establecen con este rol y la confianza depositada en él como

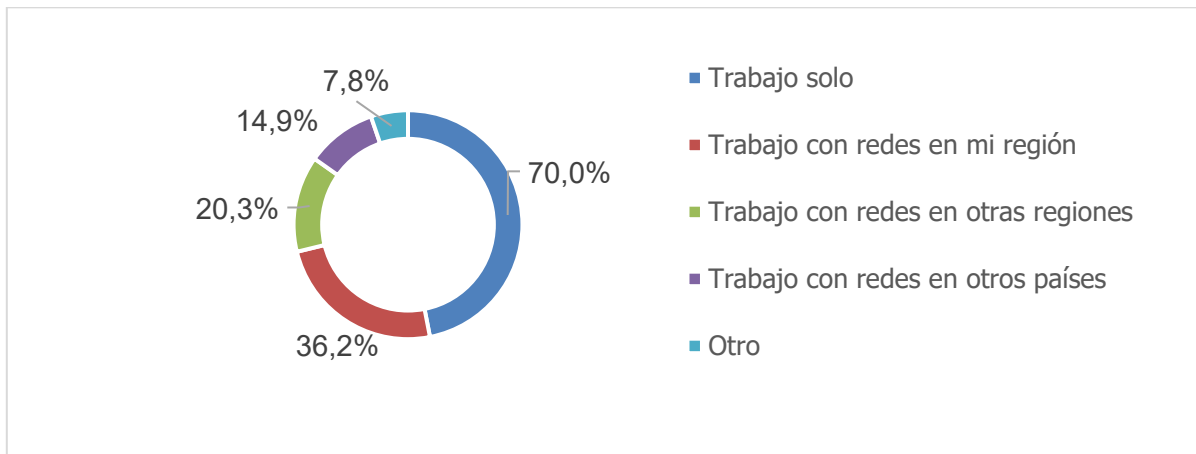
guía y mediador del proceso creativo. El editor aparece no solo como un revisor técnico, sino también como un acompañante que orienta, retroalimenta y en muchos casos ayuda a consolidar la propuesta narrativa y estética de los proyectos. Esto sugiere que, aun cuando el cómic chileno se caracteriza por un alto grado de autogestión y autoedición, la figura editorial sigue siendo percibida como estratégica y valiosa en términos de profesionalización y calidad de las obras.

Al relevar esta información, los resultados refuerzan la necesidad de fortalecer la formación y disponibilidad de editores especializados en cómic dentro del ecosistema cultural chileno. Más allá de ser un agente de cierre en la cadena productiva, el editor es comprendido por los propios creadores como parte integral del proceso creativo, aportando legitimidad y cohesión a un campo que todavía enfrenta desafíos en materia de distribución, financiamiento y sostenibilidad.



Diagrama. Nube de palabras Opción Otro de pregunta
Relacionamiento proceso creativo e inspiración

Gráfica 22. Relacionamiento proceso de producción e intermediación



Pregunta ¿Con quienes te relacionas en el proceso de producción e intermediación de una publicación de cómic o referida al cómic?
(Respuesta múltiple)

En el análisis de la opción Otro, que alcanzó un 7,8% de las respuestas, se observa nuevamente la relevancia del editor como figura clave, esta vez en el proceso de producción e intermediación de las obras. Al representar estas menciones en una nube de palabras, el editor aparece con fuerza, evidenciando que su papel no se limita al acompañamiento creativo inicial, sino que se extiende también a las fases posteriores de materialización y circulación del cómic. De esta forma, la cercanía con el editor se convierte en un factor decisivo para que los proyectos logren salir del espacio individual de creación y lleguen efectivamente a los lectores.

Esta reiterada centralidad del rol editorial, tanto en la dimensión creativa como en la productiva e intermediadora, refleja que el editor constituye un eje articulador dentro del ecosistema del cómic en Chile. Aun cuando gran parte de los autores y colectivos funcionan bajo lógicas de autogestión, la evidencia recopilada sugiere que la profesionalización y sostenibilidad del sector dependen, en buena medida, de fortalecer este vínculo y de ampliar la formación de editores especializados que puedan responder a las particularidades del medio.

más allá de las fronteras nacionales, aunque de manera acotada.

La presencia de imprentas locales también se menciona como parte de estas redes de colaboración, pues facilitan tirajes pequeños y un trato más personalizado, lo que resulta fundamental en un sector que depende en gran medida de la autogestión. En conjunto, estas experiencias evidencian que, aunque el cómic en Chile se sostiene muchas veces en la soledad del trabajo creativo, su desarrollo y circulación se nutren de una densa trama de relaciones, tanto formales como informales, que articulan el ecosistema cultural y aseguran su vitalidad.

- Otros sectores económicos en los que se han utilizado habilidades adquiridas en el desarrollo del cómic.

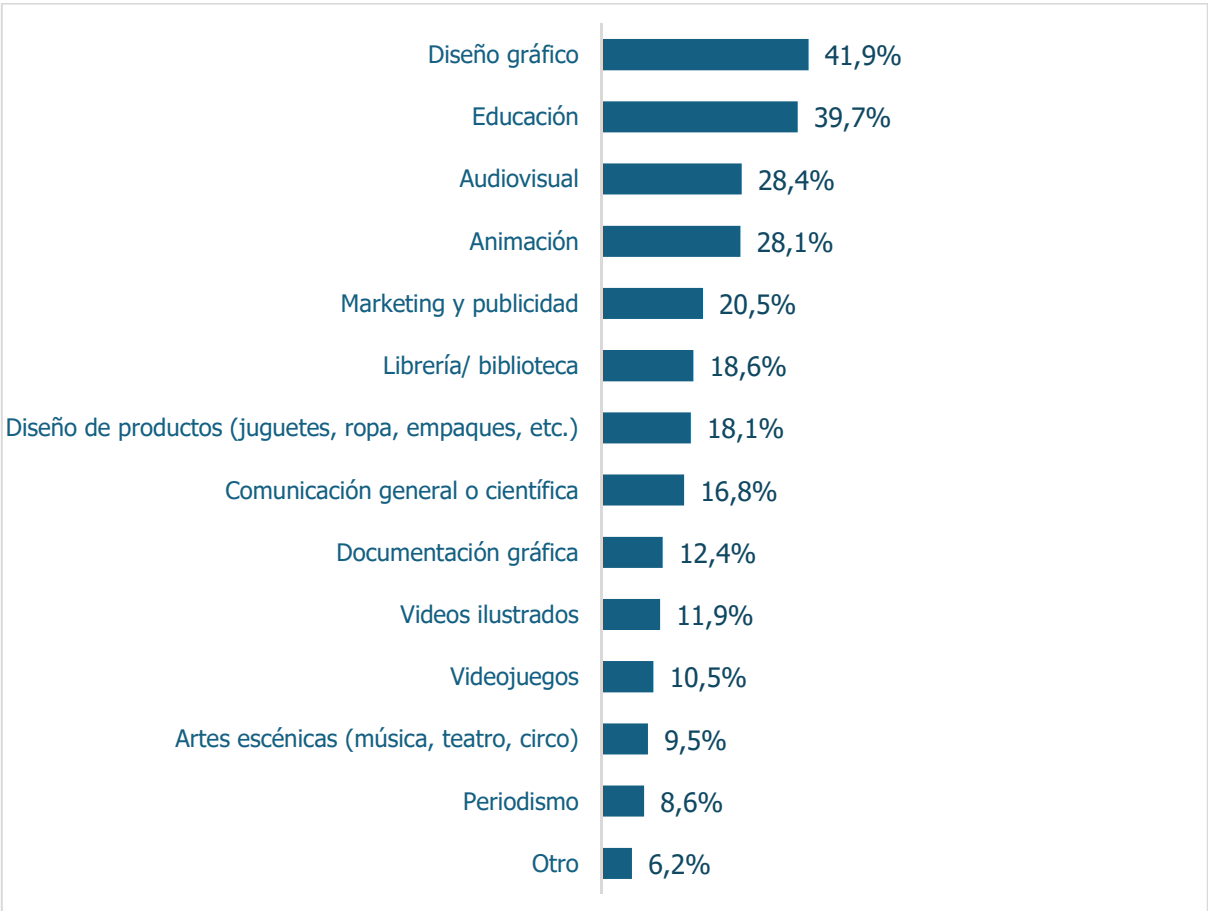
El análisis confirma que las habilidades desarrolladas en el sistema del cómic trascienden su propia industria, insertándose de manera significativa en otros sectores culturales, educativos y creativos. Destacan el diseño gráfico (41,9%) y la educación (39,7%) como los espacios de mayor aplicabilidad, lo que evidencia una conexión directa entre las competencias narrativas y visuales propias del cómic y la producción de materiales pedagógicos y comunicacionales. El audiovisual (28,4%) y la animación (28,1%) también emergen como áreas de alta demanda, consolidando al cómic como una cantera de talentos para industrias creativas de gran dinamismo y proyección internacional.

Otros sectores de relevancia incluyen el marketing y la publicidad (20,5%), donde las narrativas gráficas funcionan como herramientas potentes para la construcción de marcas y campañas visuales; y el ámbito de librerías y bibliotecas (18,6%), que reconoce el valor del cómic como recurso cultural y educativo. Asimismo, el diseño de productos (18,1%), que abarca juguetes, ropa y empaques, muestra cómo la estética del cómic se convierte en un insumo para la innovación en industrias de consumo masivo.

El uso de las habilidades gráficas para la comunicación científica (16,8%), la documentación visual (12,4%), los videos ilustrados (11,9%) y los videojuegos (10,5%) evidencia cómo el lenguaje del cómic se adapta a la transmisión de conocimiento complejo, a la creación de contenidos digitales y a la interacción con audiencias en entornos virtuales. Incluso sectores más especializados, como las artes escénicas (9,5%) y el periodismo (8,6%), han encontrado en el cómic un recurso valioso. En las artes escénicas, se incorporan elementos de ilustración y narrativa gráfica en montajes teatrales, musicales y circenses, mientras que en el periodismo, el cómic documental y el periodismo gráfico se consolidan como formatos innovadores para narrar historias con alto impacto visual. Aunque un 6,2% de los participantes mencionó otras áreas no especificadas, esta cifra demuestra que la aplicabilidad de estas competencias aún se está expandiendo y diversificando.

Estos hallazgos sugieren que el cómic debería ser considerado como un sector transversal en las políticas de industrias creativas, potenciando programas que conecten a sus agentes con el diseño gráfico, la animación, el audiovisual y la comunicación científica. Al mismo tiempo, se hace evidente la necesidad de profesionalizar y visibilizar estas competencias para que los agentes del cómic logren acceder a oportunidades laborales en distintos ámbitos, contribuyendo tanto al fortalecimiento del ecosistema del cómic como al desarrollo de la economía creativa nacional.

Gráfica 23. Otros sectores económicos afines a las habilidades adquiridas en el cómic



Pregunta ¿En qué otros sectores económicos afines han utilizado tú, el colectivo o la empresa las habilidades adquiridas en el desarrollo de proyectos de cómic? (Respuesta múltiple)

Dimensión 3: Sobre el bienestar en el cómic

- Porcentaje mensual de los ingresos derivados de actividades del sistema del cómic y otros.

El análisis muestra que, en promedio, solo un 30,0% de los ingresos de los encuestados proviene directamente del cómic, mientras que la mayoría de los recursos se obtiene de otros sectores económicos (57,8%), seguido por actividades culturales y artísticas distintas al cómic (37,8%) y un 44,9% de ingresos "otros" (rentas, apoyos familiares, etc.). Esta distribución confirma que el cómic, aunque constituye una vocación central para sus agentes, aún no logra consolidarse como la principal fuente de sustento económico, lo que evidencia la necesidad de fortalecer su integración como sector cultural sostenible y equitativo.

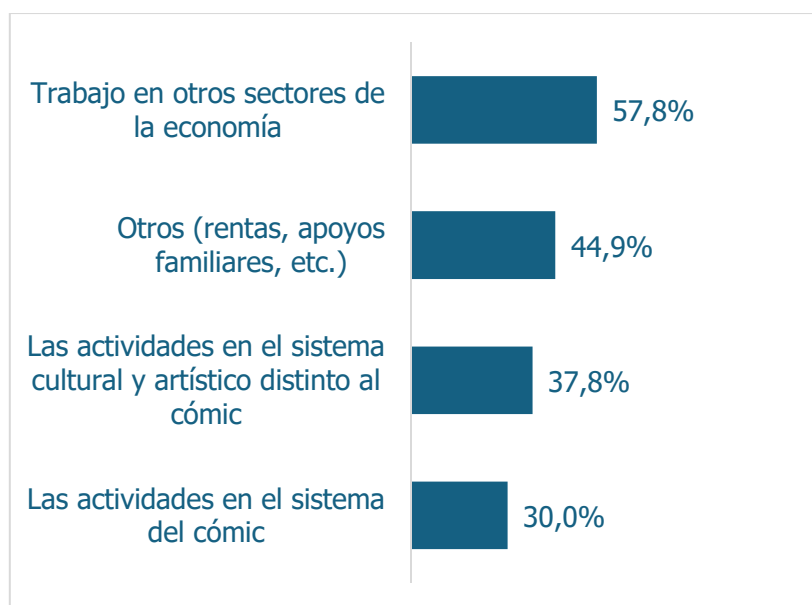
Si bien las brechas no son extremadamente marcadas, sí se observan patrones diferenciados, por un lado, los hombres reportan mayores ingresos en el ámbito de otros sectores económicos (59,1% vs 55,5%), así como en rentas y apoyos familiares (50,0% vs 36,3%). También presentan una ligera ventaja en ingresos derivados directamente del cómic, aunque esta diferencia es marginal. Estos resultados sugieren que los hombres acceden con más facilidad a ingresos estables o complementarios, lo que podría estar asociado a redes laborales más consolidadas fuera del ámbito cultural. En cambio, las mujeres perciben más ingresos desde actividades culturales y artísticas distintas al cómic (41,7% vs 34,5%), aunque la diferencia no es estadísticamente significativa. Esto podría vincularse a su mayor presencia en roles de mediación, docencia, talleres o proyectos culturales complementarios, espacios donde se reconoce su participación creciente.

En términos de edad, las diferencias son en general marginales, lo que refleja que la precariedad es transversal a todos los grupos etarios. Sin embargo, existe un matiz importante: los jóvenes (18 a 34 años) obtienen más ingresos desde actividades culturales/artísticas distintas al cómic (43,7%), en comparación con los grupos mayores. Este hallazgo podría relacionarse con la inserción de nuevas generaciones en proyectos culturales interdisciplinarios, donde el cómic funciona como un lenguaje híbrido que dialoga con artes visuales, audiovisuales y digitales.

Los datos confirman que el cómic, como actividad principal, no logra sostener económicamente a la mayoría de sus agentes, quienes dependen de ingresos complementarios para mantener sus proyectos. Esta dependencia de otros sectores y de fuentes externas (rentas, apoyos, etc.) refleja un sector con alto nivel de precariedad y vulnerabilidad económica. En definitiva, los resultados subrayan la urgencia de consolidar un ecosistema económico para el cómic en Chile, que permita transformar la vocación y la

creatividad de sus agentes en una actividad cultural viable y reconocida como parte esencial de la economía creativa del país.

Gráfica 24. Porcentaje mensual de los ingresos derivados de actividades del sistema del cómic y otros



Pregunta Aproximadamente, cuál es el porcentaje mensual de los ingresos que perciben tú, el colectivo o la empresa derivados de lo siguiente: (el encuestado ingresa un porcentaje para cada alternativa)

- Fuentes de ingreso dentro del sistema del cómic.

El análisis revela que las colaboraciones y trabajos por encargo (35,9%) junto con las publicaciones (33,2%) son las dos principales fuentes de ingresos dentro del sistema del cómic para los agentes. Esta combinación muestra cómo la economía del sector se sostiene en dos pilares: encargos y colaboraciones: trabajos personalizados, muchas veces relacionados con ilustración, diseño o proyectos específicos, que reflejan la adaptabilidad del cómic como lenguaje gráfico y creativo en distintos contextos y publicaciones: circulación directa de obras en distintos formatos (impresos, digitales, fanzines, novelas gráficas), lo que confirma que, a pesar de la precariedad estructural, la producción editorial sigue siendo un eje central de monetización.

Ambos mecanismos, sin embargo, suelen depender de redes personales, ferias, eventos o plataformas autogestionadas, lo que limita su capacidad de escalar hacia un modelo más

estable y sostenible. En un segundo plano, se sitúa la formación (23,5%), que incluye talleres, cursos y clases. Esta área demuestra la capacidad del cómic para convertirse en una herramienta pedagógica y de mediación cultural, generando ingresos a partir de la transferencia de conocimientos y de la enseñanza de técnicas gráficas y narrativas. La venta de merchandising (16,5%) aparece como otra fuente relevante, vinculada principalmente a ferias y eventos. Productos como afiches, stickers, camisetas o impresiones permiten ampliar los ingresos, pero siguen siendo esporádicos y altamente dependientes de la participación en instancias presenciales.

Uno de los aspectos más llamativos del análisis es la baja presencia de mecanismos de formalización en el trabajo del cómic. Los resultados muestran porcentajes reducidos en actividades directamente vinculadas a la institucionalización de las relaciones laborales y comerciales: adaptaciones y derechos de autor apenas alcanzan un 11,1%, la venta de derechos de adaptación un 1,9%, mientras que los contratos nacionales y en el extranjero llegan solo a un 7,8% y 8,9% respectivamente. Estos datos reflejan un sector que, en gran medida, se sostiene en la informalidad y que encuentra dificultades para consolidar estructuras de trabajo estables y seguras.

Los testimonios recogidos en las entrevistas en profundidad profundizan en esta problemática. Varios creadores señalaron que en muchas ocasiones los acuerdos con editoriales no se formalizan por escrito, sino que dependen de la confianza entre las partes. Aunque este contexto de cercanía y colaboración resulta positivo en términos de relaciones interpersonales, también deja a los autores desprotegidos ante posibles incumplimientos. A esto se suma la percepción de falta de transparencia en torno a porcentajes, tiempos de pago o rendición de cuentas sobre las ventas, lo que genera un escenario de vulnerabilidad estructural.

En este contexto, se distinguen distintos perfiles laborales. Por un lado, se encuentran los autores que cuentan con contratos editoriales vigentes, ya sea con sellos multinacionales, independientes o internacionales, quienes logran mayores niveles de estabilidad y profesionalización. En un segundo grupo, aparecen los trabajadores culturales multifuncionales, que combinan el cómic con labores como la docencia, la promoción literaria o la gestión cultural. Finalmente, un tercer perfil corresponde a quienes desarrollan actividades fuera del campo cultural, obteniendo sus ingresos principales de trabajos administrativos, asesorías u otras ocupaciones, mientras mantienen el cómic como una actividad complementaria o secundaria.

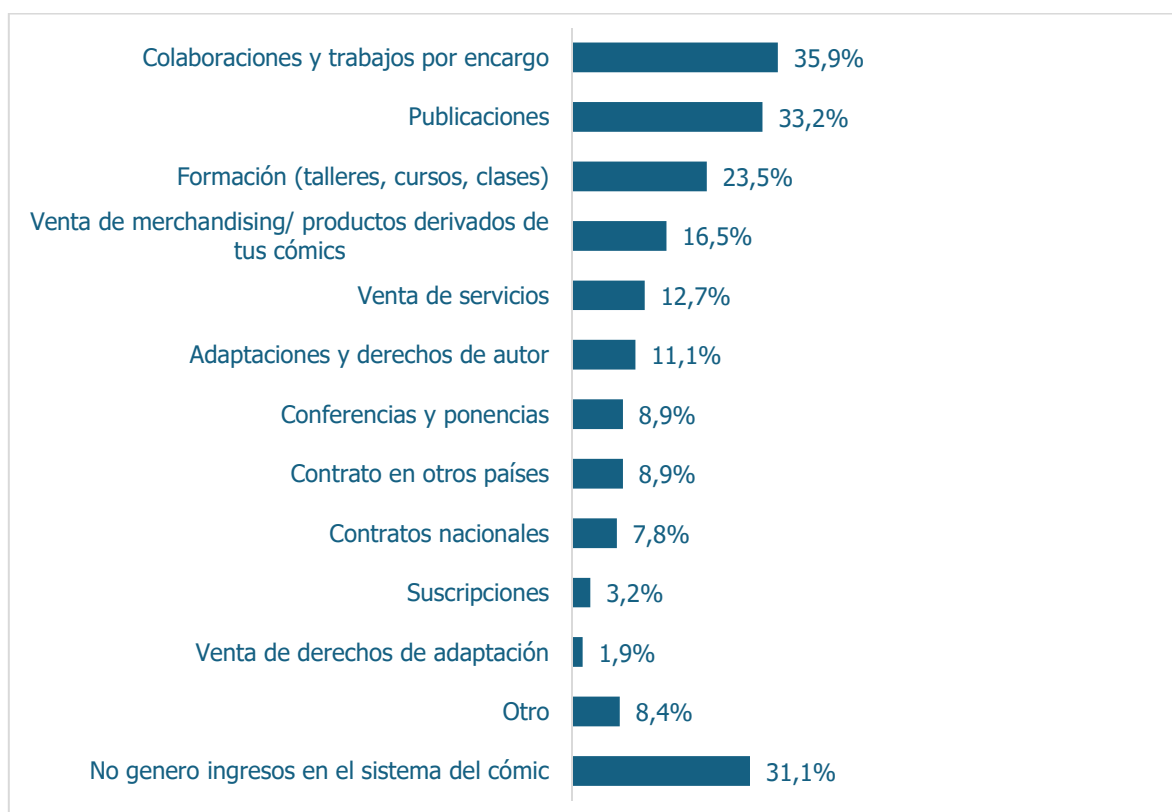
Los entrevistados que alcanzan mayor grado de formalización y éxito profesional son precisamente aquellos que logran establecer contratos editoriales o bolear por proyectos, lo que les permite vivir de su trabajo creativo y sostenerse en el tiempo. En contraste, un número importante de agentes se mantiene en la autogestión, sin personalidad jurídica, publicando y circulando sus obras de manera independiente, lo que se traduce en ingresos esporádicos, bajos y difíciles de proyectar. Esta dualidad evidencia la precariedad estructural

del sector, donde coexisten experiencias de profesionalización y autonomía con un panorama general marcado por la inestabilidad económica y la falta de respaldo institucional.

Un dato crítico es que el 31,1% de los participantes declara no generar ingresos en el sistema del cómic, lo que confirma que una parte importante de los agentes desarrolla su trabajo más como vocación artística y cultural que como fuente de sustento. Esto pone de relieve la fragilidad económica del sector y la necesidad de diseñar estrategias de profesionalización, visibilización y acceso a mercados.

El panorama general muestra un sector que se sostiene en el trabajo creativo directo (publicaciones) y en la flexibilidad de los encargos y colaboraciones, con ingresos complementarios en docencia y merchandising. Sin embargo, la baja explotación de derechos de autor, suscripciones y adaptaciones evidencia que el cómic chileno aún no logra integrarse plenamente a las cadenas de valor internacionales de la industria cultural.

Gráfica 25. Fuentes de ingreso dentro del sistema del cómic



Pregunta ¿Cuáles son las fuentes de ingreso que tienen tú, el colectivo o la empresa en el sistema del cómic? (Respuesta múltiple)

- Sostenibilidad de los proyectos del cómic.

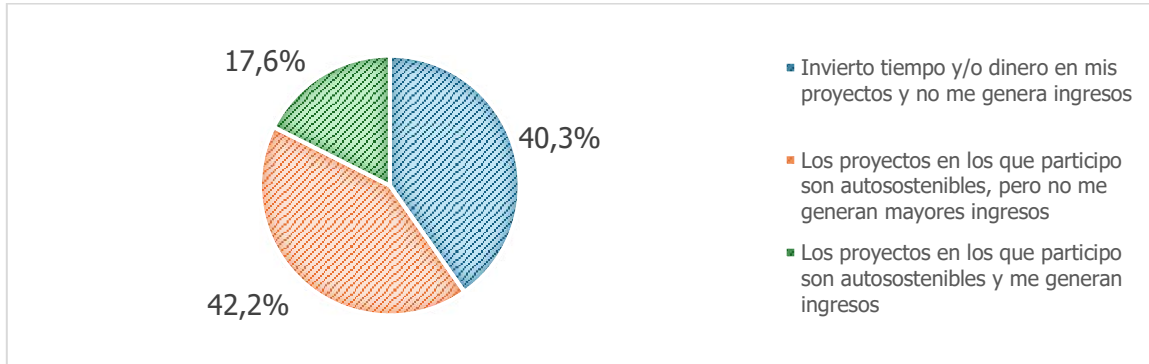
El panorama de la sostenibilidad económica en el cómic chileno refleja un sector que se sostiene con mucho esfuerzo, pero que todavía carece de la solidez necesaria para consolidarse como una actividad rentable y estable. Apenas un 17,6% de los encuestados considera que sus proyectos son autosostenibles y generan ingresos que impactan positivamente en su calidad de vida. La mayoría se encuentra en situaciones más precarias: un 42,2% declara que logra mantener sus proyectos en pie, pero sin beneficios económicos adicionales, mientras que un 40,3% afirma que invierte tiempo y dinero sin recibir retorno alguno. Esto dibuja un escenario en el que la pasión y el compromiso cultural son el motor principal, más que condiciones de mercado favorables.

Cuando se observa la variable de sexo, aunque no se identifican diferencias estadísticamente significativas, sí aparecen brechas que reflejan desigualdades persistentes. El 44,5% de las mujeres declara destinar recursos a proyectos que no les generan ingresos, frente al 37,9% de los hombres. Este contraste sugiere que ellas enfrentan más dificultades para acceder a financiamiento o a canales de comercialización, lo que las obliga a sostener proyectos en condiciones de mayor vulnerabilidad.

Las diferencias etarias son aún más marcadas. Entre los más jóvenes de 18 a 34 años, un 56,8% reporta invertir en proyectos sin retorno económico, lo que refleja tanto su entusiasmo por insertarse en el sector como la falta de estructuras que permitan rentabilizar sus esfuerzos iniciales. En cambio, entre los participantes mayores de 55 años, un 25,0% declara contar con proyectos autosostenibles que generan ingresos, una cifra que, aunque no es elevada, supera significativamente a los grupos más jóvenes. Este hallazgo probablemente se relaciona con la experiencia acumulada, las redes de apoyo y un capital cultural más robusto que facilita el acceso a oportunidades de mercado.

En conjunto, los resultados revelan un ecosistema económico vulnerable, donde la autosostenibilidad sin rentabilidad (42,2%) funciona como una especie de trampa estructural: mantiene a los proyectos en funcionamiento, pero no les permite crecer ni mejorar las condiciones de vida de sus creadores. La precariedad afecta especialmente a los jóvenes y a las mujeres, dos grupos cuya presencia es clave para el futuro del sector. Este escenario pone en evidencia la urgencia de implementar estrategias que fortalezcan la viabilidad económica del cómic en Chile, integrando apoyos financieros, formación en gestión y articulación con otros sectores culturales y creativos.

Gráfica 26. Sostenibilidad de los proyectos del cómic



Pregunta Hablemos de la sostenibilidad de los proyectos de cómic que tienen tú, el colectivo o la empresa. Con respecto a su inversión de tiempo y dinero, hoy en día, crees que: (Respuesta única)

- Medidas que implementan los agentes del cómic para el cuidado.

El impacto de la actividad en el cómic sobre la salud física y emocional de sus agentes constituye un tema que no puede pasar desapercibido. Aunque un 38% de los participantes indique que no ha sentido que la actividad del cómic afecte su salud, según los resultados de la encuesta, un 32,4% de los participantes reporta haber experimentado dificultades físicas derivadas de su trabajo, mientras que un 29,2% señala problemas emocionales, mentales o psicológicos asociados a esta actividad. Estas cifras muestran que, aunque la mayoría no declara afectaciones directas, existe una proporción significativa que sí percibe un costo en su bienestar al dedicarse al cómic.

Las diferencias entre hombres y mujeres son particularmente relevantes. Las mujeres manifiestan con mayor frecuencia tanto dificultades físicas como emocionales en comparación con los hombres. Aun así, son también quienes reportan en mayor medida la práctica de actividades de autocuidado y bienestar integral. Esto sugiere que, a pesar de enfrentarse a mayores niveles de desgaste, las mujeres buscan más activamente mecanismos de protección para su salud. Los hombres, en cambio, tienden a declarar menor impacto percibido en su bienestar y, de manera consistente, reportan menos actividades relacionadas con el autocuidado. Esta brecha de género es significativa y pone de manifiesto que las experiencias en torno al trabajo creativo en el cómic no se viven de la misma manera para todos los grupos. El hallazgo también abre una reflexión más amplia: la actividad en el cómic, lejos de ser solo un espacio de creación artística, conlleva exigencias físicas y emocionales que pueden volverse problemáticas si no existen condiciones adecuadas de apoyo. Talleres, ferias y espacios de producción suelen carecer de protocolos específicos

para el cuidado de la salud mental y física de quienes participan en ellos, lo que incrementa la exposición a situaciones de sobrecarga y precariedad.

En este sentido, los resultados de la encuesta revelan la necesidad urgente de desarrollar políticas y protocolos de resguardo, incorporar prácticas de autocuidado como parte de la cultura organizacional y promover instancias de apoyo psicológico o emocional son pasos fundamentales para que el cómic se consolide no solo como un sector creativo, sino también como un espacio laboral sano, sostenible y humano.

Gráfica 27. Respecto a tu salud y la actividad en el cómic

He experimentado alguna dificultad en mi bienestar físico como resultado de mis actividades en el cómic	32,4%
He experimentado alguna dificultad en mi bienestar emocional, mental y psicológico como resultados de mis actividades en el cómic	29,2%
Pongo en práctica formas de cuidar mi bienestar físico. Por ejemplo: tomar pausas activas, estirar, revisiones médicas habituales, entre otras.	32,2%
Pongo en práctica formas de cuidar mi bienestar emocional, mental y psicológico. Por ejemplo: meditar, ir a terapia, respetar tu tiempo libre, entre otras.	28,9%
No he sentido que la actividad de comic afecte mi salud.	38,4%

Pregunta Respecto a tu salud y la actividad de comic. Si la actividad de comic puede restarte tiempo de ocio y las medidas que implementas para tu cuidado: (Respuesta múltiple)

- Discriminación o rechazo en el sistema del cómic.

El análisis sobre la percepción de discriminación en el sector del cómic en Chile muestra una realidad compleja, marcada por contrastes. Una amplia mayoría de los encuestados, un 65,7%, declara no haber experimentado situaciones de discriminación, lo que refleja que, en general, los espacios de creación y participación han logrado mantener una dinámica relativamente inclusiva. Sin embargo, el restante porcentaje que sí reporta experiencias de exclusión pone en evidencia factores de gran relevancia para comprender las barreras que persisten en el ecosistema.

Entre quienes mencionan haber vivido discriminación, la experiencia en el campo del cómic aparece como el motivo más recurrente, con un 20,8%. Esto sugiere que los niveles de trayectoria y visibilidad en el sector pueden generar desigualdades en el acceso a oportunidades, reconocimiento y legitimidad. En segundo lugar, bajo la categoría de “otro” —que incluye situaciones vinculadas principalmente al hecho de ser mujer o al género en general— un 10,3% reconoce haber experimentado discriminación. Estos datos confirman

que, aunque el cómic es un espacio de creatividad y apertura, todavía reproduce dinámicas de exclusión basadas en identidades de género. Otros factores mencionados refuerzan esta interpretación: la edad (9,5%) y el nivel educativo (8,4%) aparecen también como elementos que marcan diferencias, probablemente vinculadas a prejuicios respecto a la capacidad profesional o a la validación de saberes formales frente a trayectorias autodidactas. De manera más específica, persisten barreras relacionadas con el género (5,4%), el origen social (4,3%), la orientación sexual (3,8%) y la discapacidad (2,2%). Aunque los porcentajes son menores, su sola existencia revela que aún hay sectores de la población que enfrentan dificultades para participar en igualdad de condiciones en este ámbito cultural.

Estos hallazgos evidencian que el sistema del cómic, si bien se percibe mayoritariamente inclusivo, no está libre de dinámicas de exclusión. La trayectoria profesional funciona como un filtro que restringe el acceso a espacios de mayor relevancia, y las desigualdades de género, origen social y condiciones personales refuerzan estas limitaciones.

- Principales oportunidades en el mundo del cómic.

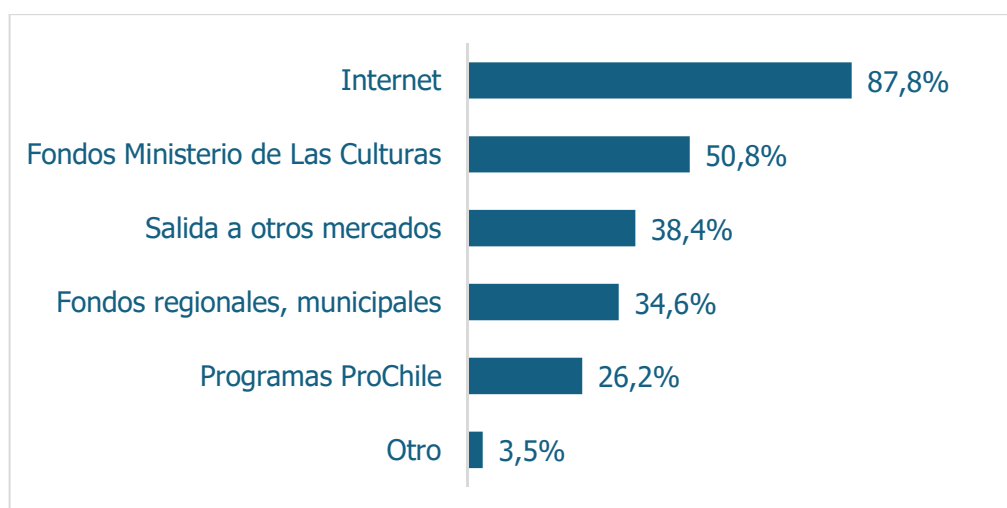
El análisis de las oportunidades para el sector del cómic en Chile muestra un panorama en el que la digitalización se consolida como un pilar estratégico. El 87,8% de los encuestados identifica a Internet como la principal fuente de proyección, confirmando su centralidad en la creación, circulación y comercialización de obras. Este hallazgo no solo refleja la relevancia de las plataformas digitales para conectar con audiencias amplias y diversificadas, sino también la creciente importancia de los entornos virtuales como espacio de legitimación cultural y profesional. En segundo lugar, aparecen los fondos públicos, especialmente los del Ministerio de las Culturas, mencionados por un 50,8%, lo que evidencia la dependencia del sector respecto de los apoyos estatales para financiar proyectos y sostener la producción. A estos se suman otras alternativas como la internacionalización (38,4%), los fondos regionales y municipales (34,6%) y los programas de ProChile (26,2%), que son percibidos como vías de desarrollo complementarias para diversificar ingresos y consolidar la presencia del cómic en distintos mercados.

Al observar las diferencias etarias, se aprecia un contraste significativo. Los más jóvenes, especialmente aquellos entre 18 y 34 años, consideran de manera casi unánime al Internet como la gran oportunidad para el cómic (96,0%), lo que pone de relieve su mayor afinidad con los entornos digitales y con la lógica de circulación inmediata que ofrecen las redes y las plataformas en línea. En cambio, los participantes mayores de 35 años valoran en mayor medida otras estrategias, como la salida a mercados internacionales, los fondos regionales y municipales, o los programas de apoyo como ProChile. Esta diferencia puede interpretarse como una brecha generacional en la manera de concebir el desarrollo del sector: mientras los jóvenes privilegian el acceso directo y masivo a través de Internet, los más adultos

parecen confiar en mecanismos institucionales o en la expansión hacia mercados extranjeros más estructurados.

En conjunto, estos resultados muestran que el cómic en Chile se encuentra en un punto de cruce entre lo digital y lo institucional. Por un lado, Internet representa una herramienta inmediata, democrática y de bajo costo para difundir obras, construir comunidades y generar oportunidades de visibilización. Por otro, los fondos públicos y las instancias de internacionalización ofrecen alternativas más formales y estructuradas para quienes buscan consolidar carreras a largo plazo. El reto, por tanto, es diseñar estrategias que combinen ambas dimensiones, permitiendo aprovechar el dinamismo de lo digital sin descuidar las oportunidades de financiamiento y proyección internacional que fortalecen al sector en el mediano y largo plazo.

Gráfica 28. Principales oportunidades en el mundo del cómic



Pregunta ¿Cuáles son las principales oportunidades que evidencian para su desarrollo en el mundo del cómic? (Respuesta múltiple)

- Principales amenazas en el mundo del cómic.

El panorama de amenazas que enfrenta el sector del cómic en Chile revela una serie de barreras estructurales que limitan su desarrollo y sostenibilidad. Entre los obstáculos más mencionados destacan los altos costos de impresión (54,1%), que constituyen una traba decisiva en un ecosistema en el que la mayoría de los agentes son independientes y carecen de grandes recursos financieros. A este problema se suma el peso de la inscripción en ferias (49,5%), que, si bien son espacios fundamentales para la visibilización y comercialización, se convierten en un filtro económico que restringe la participación a quienes tienen mayor

capacidad de inversión. El tercer gran desafío lo constituyen los costos de distribución (45,1%), un eslabón crítico en la cadena de valor que muchas veces queda subdesarrollado, reduciendo las posibilidades de que las obras lleguen efectivamente a los públicos.

En un nivel intermedio aparecen otras preocupaciones de gran impacto: el IVA del libro (43,8%), que continúa siendo un factor que encarece la producción y reduce la competitividad de las publicaciones, y el aislamiento regional (43,0%), que refleja las dificultades de los creadores fuera de la Región Metropolitana para acceder a circuitos de circulación, redes de colaboración y oportunidades de financiamiento. Estas cifras muestran que las brechas territoriales se mantienen como una de las problemáticas estructurales del sector cultural chileno, y el cómic no es la excepción.

Finalmente, un 13,8% de los encuestados señala “otras” amenazas, que incluyen cuestiones como la falta de lectores, el escaso trabajo colaborativo, la baja difusión o la poca valoración cultural del cómic en ciertos sectores. Aunque su porcentaje sea menor en comparación con los grandes problemas de costos, estos factores complementan el diagnóstico de un ecosistema que enfrenta limitaciones tanto económicas como culturales.

En conjunto, los resultados ponen en evidencia que las principales amenazas no provienen de la falta de creatividad o talento, sino de condiciones estructurales que dificultan la sostenibilidad del sector. La política pública y las estrategias sectoriales deben orientarse hacia un mix de medidas que combinen el alivio de costos (particularmente en impresión y distribución), la creación de incentivos para la circulación y participación en ferias, y el fortalecimiento de la mediación lectora, de modo de ampliar la base de públicos.

Gráfica 29. Principales amenazas en el mundo del cómic



Pregunta ¿Cuáles son las principales amenazas que evidencian para su desarrollo en el mundo del cómic? (Respuesta múltiple)

Consideraciones finales: reflexiones de los agentes del sistema del cómic

El análisis integral de los resultados de la encuesta sobre el sistema del cómic en Chile permite comprender que este sector, aunque diverso y vibrante, se encuentra en una encrucijada que combina potencial creativo con importantes desafíos estructurales. La voz de los agentes que participaron en este levantamiento revela tanto las fortalezas como las vulnerabilidades de un ecosistema cultural que, pese a su dinamismo, sigue operando bajo condiciones precarias y con un bajo nivel de institucionalización.

Por un lado, los datos muestran un ecosistema altamente creativo, con una producción marcada por la diversidad de géneros narrativos y estilos artísticos que reflejan la riqueza cultural del país. La preferencia por la fantasía, la aventura y la ciencia ficción, junto con la irrupción del manga y las narrativas urbanas y políticas, hablan de un campo que se nutre de influencias globales y, al mismo tiempo, de la necesidad de reinterpretar la historia y la realidad chilena. La participación creciente de mujeres y la presencia —aunque aún reducida— de diversidades sexuales, pueblos originarios y personas en situación de discapacidad, subrayan la importancia de seguir avanzando en la construcción de un espacio inclusivo, donde las narrativas y las oportunidades estén disponibles para todas y todos. Sin embargo, la misma encuesta deja en evidencia que este potencial creativo no se traduce en sostenibilidad económica. La mayoría de los proyectos de cómic no logra generar ingresos significativos: apenas un 17,6% de los encuestados declara que sus iniciativas son autosostenibles y contribuyen a su calidad de vida, mientras que un 40,3% invierte tiempo y recursos sin obtener ningún retorno. La dependencia casi absoluta de los recursos propios (más del 90%) como mecanismo de financiamiento refleja la fragilidad del sector y la ausencia de políticas públicas o privadas que garanticen un crecimiento sostenible. A ello se suma el peso de barreras económicas estructurales, como los altos costos de impresión, distribución y participación en ferias, lo que limita la profesionalización y la expansión del cómic hacia nuevos públicos.

Las brechas de género también emergen como un elemento clave. Aunque las mujeres participan activamente, tienden a reportar mayores dificultades físicas y emocionales asociadas al trabajo en el cómic, además de una menor permanencia histórica en el sector en comparación con los hombres. Sin embargo, también se distinguen por su búsqueda de formación académica y por la incorporación de prácticas de autocuidado, lo que sugiere que las mujeres están liderando transformaciones que podrían abrir nuevas formas de concebir la práctica artística y profesional del cómic en Chile.

Otro hallazgo relevante tiene que ver con el aislamiento regional. Si bien la Región Metropolitana concentra gran parte de la actividad, existe un número importante de creadores en regiones que enfrentan limitaciones de circulación, distribución y acceso a redes de colaboración. La dependencia de ferias y eventos presenciales como canal principal de comercialización (53,2%) muestra la importancia de lo local y lo comunitario, pero también evidencia una dependencia riesgosa de circuitos intermitentes y poco diversificados. En contraste, el uso del Internet como oportunidad —mencionado por casi un 88% de los participantes— revela que el sector reconoce en lo digital una vía estratégica para superar estas barreras, aunque aún persiste una brecha de acceso y de capitalización efectiva de estas plataformas.

Finalmente, los resultados reflejan que, pese a las dificultades, los agentes del sistema del cómic mantienen una fuerte vocación por la colaboración y la comunidad. La mayoría trabaja de manera independiente, pero reconoce la importancia de establecer redes con dibujantes, guionistas, editoriales y festivales para dar forma a sus proyectos. Sin embargo, la escasa relación con instituciones gubernamentales, gremios y actores de distribución profesional pone en evidencia un déficit en la articulación estructural del sector. Este vacío institucional limita el desarrollo de políticas públicas específicas y dificulta la construcción de un marco regulatorio y de apoyo que permita al cómic posicionarse como un sector cultural y económico de relevancia nacional.

En consideración a lo comentado, el sistema del cómic en Chile se caracteriza por su vitalidad creativa y su diversidad interna, pero enfrenta retos profundos en materia de sostenibilidad económica, equidad de género, descentralización y articulación institucional. Las reflexiones de los propios agentes encuestados apuntan hacia la urgencia de diseñar políticas públicas que alivien los costos de producción y distribución, fomenten la profesionalización, fortalezcan la internacionalización y generen condiciones laborales dignas. Solo a través de una estrategia que combine el impulso creativo con mecanismos de apoyo estructural será posible consolidar un ecosistema del cómic que no solo sobreviva, sino que florezca como un componente central del patrimonio cultural y creativo del país.

Recomendaciones

Posibles caminos a seguir para mejorar las condiciones de creación, producción y circulación del cómic en Chile

A. Desarrollar mecanismos de profesionalización y formalización laboral

- Programas de mentoría y formación técnica para creadores, editores.
- Fortalecimiento de roles de agentes profesionales del cómic y gremios o asociaciones que representen al sector.

B. Descentralizar los recursos y la circulación del cómic

- Ampliar el financiamiento para ferias, talleres y publicaciones en regiones.
- Programas de residencia artística o formación territorial (nacional e internacional).

C. Desarrollar canales de distribución y comercialización accesibles para micro editoriales del cómic que aseguren retorno

- Canales de distribución nacionales que integren plataformas digitales, librerías, bibliotecas, centros comunitarios a nivel nacional.
- Facilitar el acceso a compras públicas para colegios y bibliotecas
- Sumar mecanismos de apoyo financiero a las editoriales para un uso efectivo del canal librería (por ejemplo, mediante la creación de un seguro estatal a la consignación).

D. Desarrollo de una política con miras hacia los mercados internacionales.

El comic chileno tiene el potencial de internacionalizarse, pero requiere estrategias y planes de apoyo específicos.

- Proyectos que contemplen asimilar buenas prácticas de otros países incluyendo posibilidades de prospectar mercados, invitar expertos, capacitaciones con recorridos en distintas comunas y regiones.
- Proyectos que contemplen asimilar casos de éxito de autores, editores nacionales que han logrado publicar obras en otros países para traspasar experiencias en comunas y regiones.
- Establecer canales de distribución a ferias internacionales con compra de muestras de parte del estado.

E. Desarrollo de una política de promoción del cómic chileno con financiamiento de empresas

- Flexibilización de ley de donaciones culturales que permita acceder a un mayor rango de empresas y establecimiento de apoyos a creadores y editores para postular a programas.

F. Incluir el cómic en el sistema educativo como herramienta pedagógica

- Programas de fomento lector y mediación lectora con autores/as.
- Formación docente en lectura de narrativa gráfica.
- Ampliar la presencia del cómic en planes lectores y bibliotecas escolares.

G. Promover espacios de visibilidad, archivo y crítica especializada

El campo necesita plataformas que den legitimidad, memoria y circulación a las obras. Algunas acciones posibles:

- Fomentar la crítica y la investigación académica en torno al cómic.
- Apoyar revistas, exposiciones y premios que reconozcan su diversidad.

H. Fortalecer la paridad, la diversidad y la inclusión en todos los niveles del sistema

- Continuar promoviendo convocatorias paritarias y con enfoque de género.
- Apoyar la formación y publicación de mujeres, disidencias y creadores de territorios periféricos (no metropolitanos).

La caracterización de agentes culturales del sistema del cómic en Chile constituye un esfuerzo pionero por ofrecer una radiografía detallada del ecosistema del cómic en el país y ha sido desarrollado por Cooperativa Gráfica Chilena en el marco del proyecto binacional Chile-Colombia **Horizonte entre Manos**.

Este proyecto no hubiese sido posible sin el desinteresado apoyo de la *Fundación SURA* que desde Colombia lanzó la convocatoria *Cultura Latinoamericana*. Y tampoco podría haber llegado a buen puerto sin el apoyo decidido de nuestros socios la *Corporación Entreviñetas* que desde Colombia ha liderado el desarrollo de la historieta en ese país, y que además nos invitaron en el hoy lejano comienzo del año 2024 a postular juntos. Nuestra misión con este proyecto común ha sido fortalecer el talento del cómic en Colombia y Chile a través de una investigación de mapeo cultural para la promoción de iniciativas que promuevan el intercambio y potencien el sector en ambas naciones.

Juntos todos, guiados por el brazo experto de *Latimpacto*, desarrollamos algo que parecía un sueño: un estudio completo, participativo y fundamentado del estado del cómic en Chile.