

EDITORIALES INDEPENDIENTES EN CHILE: ACERCAMIENTOS HACIA UNA POSIBLE DEFINICIÓN

Pablo Lacroix¹

Resumen/Abstract

El presente documento elabora un campo de reflexión en torno a los significados involucrados en la acción simbólica, económica y sociocultural de las empresas editoriales independientes en la industria del libro en Chile. Se analiza la presencia de estos sellos desde una mirada crítica e histórica, desde la profundización de conceptos clave dentro del proceso de desarrollo editorial y su impacto en el medio cultural, la reflexión en torno a la acción y presencia de estos agentes editoriales en la industria, y la formulación de una propuesta que permita una definición que sostenga las particularidades, individuales y colectivas, que caracteriza a las editoriales independientes del país en la actualidad.

Palabras clave: edición independiente, industria del libro, mercado editorial, edición literaria, Chile

INDEPENDENT EDITORIALS IN CHILE: APPROACHES TO A POSSIBLE DEFINITION

This current document develops a field of reflection around the meanings involved in symbolic, economic and sociocultural actions of the independent publishing houses in the Chilean book industry. The presence of these publishing imprints is analyzed from a critical and historical view, from detailing of key concepts within the editorial development process and their impact on the cultural milieu. The action and presence of these editorial agents in the industry is considered and a formulation of a proposal that allows a definition which upholds the distinctive features, individual and collective, that characterize to the independent publishing houses of our country nowadays is formulated.

Keywords: independent publishing houses, book industry, publishing market, literary edition, Chile

¹ Chileno, Universidad Academia de Humanismo Cristiano / Universidad Alberto Hurtado. E-mail: pablo.lacroix@uacademia.cl



Introducción

La aparición de los sellos independientes en la industria nacional del libro nos permite repensar las condiciones actuales del mercado. Son empresas con un modelo de negocio alternativo que dan cuenta de la diversificación de expresiones, territorios, y desarrollos culturales que recodifican el circuito de producción, transformando así el ecosistema de la industria desde el plano económico hasta el simbólico-cultural. Su presencia intensifica un espacio en disputa que reestructura y tensiona la bibliodiversidad local y nacional, ofreciendo al lector un cuerpo nuevo de artefactos y bienes de consumo que dinamizan y desequilibran la hegemonía editorial. Su presencia se puede entender como un espacio de apertura, que durante las últimas décadas ha establecido un territorio que sostiene voces y necesidades particulares dentro del mapa general de la producción cultural chilena. Si bien en un principio los sellos independientes eran minoría, en la actualidad representan un territorio heterogéneo y mayoritario que los diferencia sustancialmente de los grandes conglomerados. Estudiar este fenómeno se torna urgente cuando se reflexiona en base a los cambios sistemáticos y procedimentales de la industria del libro en Chile durante el siglo XXI.

La Cámara Chilena del Libro, desde 1950 hasta finales de los noventa, fue la única asociación gremial que reunió a editores, librerías y distribuidores de Chile. Sin embargo, con el surgimiento de la Asociación de Editores Independientes, Universitarios y Autónomos (EDIN), la Cooperativa de Editores de la Furia (CEF), la Corporación del Libro y la Lectura, la Unión de Editoras Experimentales, la Asociación de Editores de la Frontera, y la Cooperativa de Editoriales Fío Fío, por nombrar algunas, aparecen espacios nuevos y políticas de producción y organización gremial que disputan y reformulan la dimensión artística, social y cultural del libro, además de fortalecer la diversidad de géneros, temáticas y autores que se publican en la actualidad (Fuentes, Ferretti, Castro y Ortega 2015). La aparición de sellos independientes sugiere entonces, además de un aumento masivo de editoriales en el rubro, la presencia de discursos biopolíticos que configuran su catálogo en base a lo *no presente* en el mercado, o en base a libros *necesarios* y que deben estar en las librerías, bibliotecas, y, sobre todo, en manos de los lectores. Bajo esta lógica los sellos independientes se preocupan prioritariamente de la “necesidad de cooperatividad y rescate de las ideas locales y universales en pos de una mejora social” (González 2012: 6), situación que sucede tanto en la Región Metropolitana como en otras regiones del país.

Bajo estas nociones preliminares, y en momentos de fuerte bibliodiversidad y relevante brote de autores y empresas editoriales, se justifica la importancia de presentar este documento. El propósito de este artículo es analizar el desarrollo de las empresas editoriales independientes en Chile, desde una exposición de contenidos provenientes desde el material crítico que actualmente existe sobre el tema, desde los medios de prensa y desde la voz de los propios editores, para así generar un intento de definición sobre lo que significa ser un editor independiente en Chile, en base a las diversas circunstancias y características que particularizan a cada sello estudiado, y que también uniforman una posible definición.

Para el cumplimiento de este propósito se estudiará el modelo de trabajo independiente desde una mirada crítica e histórica. Primero se realizará un breve recorrido por el origen del primer espacio de exposición corporativa de estas empresas, LA FURIA DEL LIBRO, evento que contribuye notablemente en la aparición e inserción efectiva de estos sellos en el mercado chileno. Luego se presentarán los conceptos clave que, sumado a los fenómenos y circunstancias que inciden en la comprensión de este modelo, permiten una serie de reflexiones en torno a su acción y desarrollo simbólico, económico y cultural. Por último, se sostendrá una posible definición en base a la misión y los objetivos que determinan a la edición independiente en Chile.

De qué hablamos cuando hablamos de edición independiente

Año 2009, Santiago de Chile. El evento LA FURIA DEL LIBRO —feria de editoriales independientes y/o microeditoriales— opera por primera vez como centro expositivo que privilegia a un grupo emergente de la industria nacional. Es un espacio que aglomera a editoriales cuya tendencia o lugar común consiste en publicar Literatura. Algunas incluso construyen su catálogo por medio de títulos y discursos subalternos que se escapan del canon, o lo desestabilizan. Son sellos que se diferencian de las medianas y grandes empresas, tanto por su nivel de producción y grado de profesionalismo, como por su política editorial.

Los expositores de LA FURIA DEL LIBRO promocionan a un grupo diverso de escritores, en su mayoría dedicados a la producción de poesía, novela y cuento, y gran parte de las editoriales que los publican destinan su labor exclusivamente a la producción de la nueva literatura chilena y latinoamericana. Sin embargo, junto con ellos también existe un grupo pequeño que trabaja otros géneros como la novela gráfica, el ensayo, el testimonio, la crónica, la entrevista y otras variantes de la *no ficción*.

El primer espacio de exposición de dicha feria fue el Centro Cultural Villavicencio 323, ubicado en pleno Barrio Lastarria, comuna de Santiago; posteriormente los acogió el Centro Cultural de España —en el marco del Festival de Ediciones (2010)— y luego el Centro Cultural Gabriela Mistral (GAM), institución que hasta la actualidad es sede oficial. Durante el año 2020, producto de la pandemia del Covid-19, LA FURIA DEL LIBRO se realizó de forma digital. En su MANIFIESTO (El Mostrador, 2013), en un intento por explicitar qué es una editorial independiente, LA FURIA DEL LIBRO expresó lo siguiente:

Una editorial independiente se hace cargo de las necesidades locales. En sus catálogos se privilegia la expresión de su país de origen: poesía, narrativa, ensayo, crónica, testimonio, y todos los géneros que conforman la memoria [...]. Así como los recursos de una editorial provienen de sus creadores, una casa independiente mantiene la autonomía de su catálogo: no responde a una perspectiva comercial o económica, o de difusión de credos, religiones y líderes espirituales, sino a la necesidad de poner en circulación géneros, temas, estilos y formatos que son menospreciados por otros proyectos editoriales por no resultar rentables. (párr. 1-5).

Al analizar lo expresado en la cita anterior, en el paradigma independiente la producción de un catálogo no está subordinada por una fijación económica, pero es consciente de la rentabilidad. Una editorial independiente sostiene la materialización de un discurso cultural y a veces político —o al menos lo intenta—, retomando de esta forma los principios básicos de la edición moderna, aquella que, ajena aún al capitalismo o a las corrientes neoliberales del mercado, se preocupaba enfáticamente de un proceso fundamental que todo agente editorial debiese articular y conocer: la triangulación entre AUTOR, LIBRO y LECTOR, inmersa en un CAMPO CULTURAL. De este modo el editor opera en pos de la cultura y con el propósito y esperanza de entregar un producto de calidad (tanto en su materialidad como en su contenido) sin que por ello se olvide de la solvencia y el crecimiento económico de su empresa.

El establecimiento de editoriales en el sentido moderno implica que se configura el oficio de editor. La figura del editor reúne el conjunto de decisiones que deben hacerse para publicar un libro: elección del texto, elección del formato, elección en cierto sentido de un mercado a través de la publicidad y de la difusión, lo que significa que el editor desempeña un papel central para unificar todos los procesos que hacen de un texto un libro. Al crear colecciones, los editores crean también comunidades lectoras y géneros y subgéneros literarios (Subercaseaux 2016: 74).

Durante las últimas décadas resulta llamativa la multiplicación de sellos independientes en Chile, y a pesar de que con el paso de los años varios desaparecen, un grupo extenso sigue vigente. Estas empresas se hacen cargo de la transformación de un manuscrito en un producto cultural, y tal como sostuvo Subercaseaux (2016), algunas de ellas erigen voces, sentidos y lazos con la comunidad. La noción de independencia puede estar, en este contexto, en la autonomía, en la conciencia del territorio, y en la disputa de los espacios culturales.

Nociones sobre el libro y el rol del editor

El libro es un contenedor de ideas que dialoga con la imagen del autor y las características del mercado. Al entrar en contacto con los agentes de la industria, revela que su nomenclatura es la de ser un vehículo de doble rostro, que se percibe al momento de transformar un manuscrito en un producto comercial y cultural. Incluso, esa participación en el mercado es a su vez revelación, porque el libro deviene así en un objeto con cualidades particulares que se visibilizan cuando sale de imprenta e ingresa, por ejemplo, a librerías:

¿Qué es un libro? La pregunta no es nueva. Kant lo formuló en 1798 en la “Ciencia del derecho”, en la *Metafísica de las costumbres*. Su respuesta distingue entre el libro como objeto material, como *opus mechanicum*, que pertenece a quien lo ha comprado, y el libro como discurso dirigido al público, se remite al *mandatum* del escritor, es decir, al contrato explícito establecido entre el autor y su editor que actúa como su representante o mandatario (Chartier 2000: 7).

Tal como sostuvo Subercaseaux (2000), la relación entre el *objeto material* y el *discurso dirigido al público* permite hablar del libro como un objeto doble. Por un lado, es un vehículo del pensamiento y la creatividad —un bien cultural— y por otro, es un producto material —un bien económico—. “Puede afirmarse entonces, metafóricamente, que el libro tiene alma y cuerpo, y que ambos componentes están interrelacionados” (Subercaseaux 2000: 10). Precisamente, la metáfora mencionada ayuda bastante al momento de comprender las características del libro. Uno de los rostros es el *alma*, entendida como el discurso autoral y la otra cara es el *cuerpo*, la tecnología que contiene al discurso, esqueleto que materializa el soporte de lectura, un vehículo que ha mutado desde los tallados en piedra y pergaminos hasta la elaboración del libro como objeto moderno, y que en la actualidad vive procesos de

transformación —pensemos por ejemplo en el libro digital—, conservando, claro está, su esencia como herramienta tecnológica:

Aunque el libro se define como ese conjunto de hojas, con un volumen y un tamaño determinados, nosotros sabemos perfectamente que los libros anteceden en el tiempo al formato que hoy conocemos. Hubo, por supuesto, épocas en que hombres cultísimos y que forman la base de nuestra cultura nunca tuvieron en las manos un libro en el sentido moderno. Aristóteles no tuvo un libro, Séneca y otros autores no conocieron lo que es un libro en el sentido moderno del término, de modo que tampoco tenemos que escandalizarnos si futuros eruditos, si futuros escritores, si futuros creadores no tienen exactamente un libro como los que tenemos nosotros (Savater 2009: 328).

El desafío de toda empresa editorial consiste en producir un libro que cumpla con los niveles básicos de calidad determinados por la industria, ideal que se rige tanto por los expositores del mercado actual como por las referentes históricas que configuran los límites entre la edición profesional y la edición *aficionada*. Por lo tanto, una editorial que construye su catálogo con dedicación y profesionalismo es una empresa que logra con éxito el equilibrio entre *alma* y *cuerpo*, y esta relación armónica inserta a la empresa en el grupo de editoriales expertas y competitivas. Por el contrario, una edición desprolija o *desequilibrada* sitúa al editor en el grupo de agentes que no cumplen con los estándares básicos de excelencia, lo que a su vez provoca que dicha empresa se aleje del ideal profesional y pierda credibilidad en el circuito de editores, generando además una imagen negativa para el público lector, considerando que el público lector de este rubro está dominado por lectores que en su mayoría son escritores, editores o lectores especializados, interesados por la calidad del contenido y las cualidades del formato tecnológico que lo moviliza.

La edición profesional es equivalente a un pacto entre AUTOR y EDITOR, con el propósito de elaborar un producto de calidad para el LECTOR objetivo. Es una labor comprometida que debe evidenciar que cuando se obra con prestancia, se plasma la emulsión adecuada entre *alma* y *cuerpo* (Subercaseaux 2000). El editor debe comprender “la calidad de la obra, su contenido, estructura y estilo; pero también debe mirar hacia afuera: estudiar las singularidades o características que pueden diferenciar o ‘hermanar’ la obra con otras obras existentes” (Núñez: 39). Sumado a esto es relevante pensar el libro como un objeto inagotable, “un eje de innumerables relaciones” (Borges 1952: 193) que debiese ingresar al mercado con las

herramientas necesarias para soportar, con audacia y solidez, la multiplicidad de conexiones, lecturas críticas y discursos generados por el público.

El editor opera como productor cultural de una identidad que se inserta y compite en el mercado, por lo que su trabajo es elemental: es él quien propone —al definir su catálogo— un punto de equilibrio o desequilibrio entre lo mercantil y lo cultural, y, por ende, opta por si su perfil se ajusta mayoritariamente a la dimensión cultural o la dimensión económica:

Como el libro es un objeto con doble cara, económica y simbólica, mercancía y significación a la vez, el editor es también un *personaje doble*, que debe saber conciliar el arte y el dinero, inclinándose hacia uno u otro polo, realizando una combinación más o menos lograda de estos dos elementos tan irreconciliables, sociológicamente, como el agua y el fuego, el amor por el arte y el amor mercenario del dinero (Bourdieu 1999: 16).

Ricardo Mendoza (2021), editor de EDICIONES KULTRÚN, expresó que la labor profesional del editor se define por el cuidado y la consciencia de las herramientas con que circula el libro: “a mí no me gustan los diseños espectaculares, mi visión del diseño bibliográfico se orienta a lograr la máxima legibilidad de los textos. El intento de hacer libros bonitos es una errata cuando el texto queda oculto por el diseño. Se trata de honrar el texto que a uno le es encargado publicar” (párr. 17). La edición y publicación de textos, por tanto, es un trabajo que se preocupa del cuidado en el diseño y el contenido, pero también de los criterios de selección y la relación efectiva entre el cuerpo textual y el visual, ligado a los procesos creativos o investigativos del autor. El editor es el *primer lector* (Piccolini 2005), y su labor establece un antes y un después en la figura y construcción del sujeto publicado:

Yo siempre leo todo lo que diseño, tienes que conocer el material para el cual estás diseñando. No se puede diseñar libros en abstracto. Soy lector de siempre. No es un deber de honor profesional, es incluso por una cuestión práctica, se hace mucho más fácil cuando conoces el texto. Muchas decisiones de diseño, de portada, no son porque se me ilumina la ampollita, salen de las mismas lecturas, el texto me dice lo que tengo que hacer. Como leo, que es un deber de un editor, si uno piensa que hay algo con que pueda ser beneficiado el texto hay que decírselo al autor. Te parece, bien; no te parece, bien también. Es una ética mínima (Mendoza 2021: párr. 21).

En nuestro país la labor de las editoriales independientes es un fenómeno cardinal dentro de las últimas décadas, a pesar de que la acción del editor independiente esté determinada por la imposibilidad de competir contra el mercado transnacional —que a pasos agigantados se adueña de los espacios de desarrollo y producción de la cultura—. Es más, la mayoría de estos editores son conscientes de que la batalla por el espacio no se sitúa en quitarle terreno a las editoriales transnacionales, sino más bien, en crear un espacio autónomo. Su rol como agente que instaura un catálogo especializado permite que el mercado o minimercado independiente aglomere a las nuevas voces intelectuales, tanto nacionales como internacionales, o rescate voces que en la actualidad no están presentes. Sin embargo, y a pesar de que la edición independiente se define a sí misma como un lugar en donde prima el interés por el bien cultural por sobre el rédito, se observa en la práctica, y en gran parte de estas empresas, la carencia de conocimientos técnicos y habilidades propias del oficio que impiden el éxito y/o perjudican su inserción efectiva.

Es el editor a quien el autor dirige la información, el entusiasmo, los conocimientos, las exigencias y emociones. La manera en que recibimos y manejamos todo eso es la razón por la cual el rol del editor es tan significativo. Algunos editores no comprenden cabalmente la importancia de su función y, en consecuencia, sus colegas de marketing y producción no siempre tienen de ellos una imagen tan positiva como deberían. No tiene por qué ser así. Un editor eficaz demuestra cotidianamente que es un punto de referencia indispensable para los demás, una fuente de información, energía y entusiasmo (Davies, 2005, p. XVIII).

La cita anterior no debe ser leída de manera inocente. Para el caso de las editoriales independientes, la mayoría de estas no cuenta en su equipo de trabajo con colegas de marketing, incluso, la mayoría de los editores son agentes multifacéticos: actúan como editores, gestores, diseñadores, publicistas, e incluso distribuidores.

Gallimard apostaba por autores sin importar su nivel de ventas, y algunos de esos escritores con el paso del tiempo se transformaron en el canon literario de Occidente (Herralde 2009). La responsabilidad del editor consiste en ser un referente de confianza para su equipo, si es que lo tiene, lo que se materializa en la toma de decisiones. Un catálogo editorial es justamente la evidencia de esa serie de decisiones, responsabilidades y compromisos.

Características generales del editor independiente

Resulta complejo definir al editor independiente. Es una construcción histórica y localizada, definida, en su mayoría, por los mismos agentes, y que depende de la zona de producción y los factores que inciden en ella. Quizás, lo único indiscutible es que no pertenecen a grandes conglomerados. Son empresas particulares, autónomas y sin afiliación institucional. Para propósitos de este apartado, es pertinente situar una definición tentativa en base a los testimonios de editores que territorialmente pertenecen al continente latinoamericano, y no considerar definiciones que se alejen por la zona geográfica, los aspectos culturales o las diferencias idiomáticas, pues esto la desviaría de nuestra realidad y contexto situacional.

Considerando la propuesta por López y Malumíán (2016) presentado en el libro *INDEPENDIENTES, ¿DE QUÉ?*, publicación que se focaliza en reflexionar en torno a los discursos de editores independientes de América Latina, lo primero es considerar al editor independiente como un agente cultural condicionado por factores que inciden directamente en su política de trabajo. Si bien dicho fenómeno se observa tanto en los sellos nacionales como latinoamericanos, las particularidades socioculturales, territoriales y económicas que enfrenta cada sello sostienen diferencias sustanciales.

El primero de estos factores corresponde a su PRESENCIA y POTENCIAL en el mercado: “pensar su catálogo ligado a la coherencia de su contenido y no a las modas temáticas” (5), junto a su nivel de AUTONOMÍA: “se juzga más al editor por lo que decide rechazar que por aquello que acepta publicar” (6), vale decir, la coherencia de un catálogo según sus expectativas, política editorial y limitaciones económicas. Le sigue el APORTE DE CAPITAL, es decir, ser autónomos en cuanto a sus recursos económicos, para de ese modo concretar su “apuesta ideológica, estética y cultural” (9), sin que instituciones estatales o gubernamentales, ni organismos privados intervengan en su producción y definición de catálogo. De este modo, una editorial independiente actúa como tal siempre y cuando tenga autonomía en los modos de invertir su capital, sin el sometimiento o restricción de una institución o grupo económico que coarte sus tiempos y procesos de producción. Otro factor es su acción como AGENTE CULTURAL, al “ser una agente de cambio, aporte y sustento de la cultura” (11) y finalmente el nivel de PROFESIONALISMO, que se mide según la experticia en el oficio y el nivel de subsistencia de una empresa a través del tiempo, “para así dejar una huella —una marca— en los lectores, [y junto a ello] (...) subsistir económicamente” (13). En palabras de Díaz (2016), citando a Peter Meyer, “editar buenos libros es muy fácil. Lo difícil es editar buenos libros y venderlos” (46).

Considerando los factores expuestos en el párrafo anterior, la noción de editor independiente es bastante lejana a la idealización romántica y tendenciosa que existe sobre este grupo. Sobre aquello es importante recalcar que a pesar de que la labor independiente se moviliza por medio de una decisión estético-ideológica que condiciona su catálogo, no por ello restan mérito y dedicación a los factores comerciales que son inseparables del contexto empresarial. Como sostuvieron López y Malumián (2016), “no hay que confundir, entonces, ‘edición independiente’ con proyectos que no persiguen un beneficio económico a partir de su actividad” (27). Esta percepción se origina en base a una construcción social que pretende alejar al editor independiente de los hábitos neoliberales y los procedimientos oscuros del sistema capitalista, y que los perfila como un grupo de gestores culturales ligados “a cierta ‘pureza’ en la que el editor no estaría implicado en ningún tipo de actividad comercial, [y que no ha sido] ‘contagiado’ por el mercado” (p. 27), consideraciones que si son tomadas en serio y, peor aún, si son aplicadas como modelo de negocio, provocarían irreductiblemente el quiebre de cualquier editorial, sin importar si es independiente o no, o cuáles sean sus convicciones o aportes culturales.

Otro factor relevante es que gran parte de las editoriales independientes se originan por un entusiasmo genuino por aportar al patrimonio letrado y elaborar un catálogo con publicaciones que cumplan con sus decisiones y orientaciones estéticas, y que como se ha dicho con anterioridad, dejen en segundo plano el régimen económico. Por un lado, se observa el deseo de ampliar el catastro de obras que se alejan, tensionan o complementan el canon literario, como es el caso de las colecciones de CUNETTA, LA POLLERA, GRAMAJE o CHANCACAZO cuya actividad —al menos en parte—, consiste en ser una propuesta destinada a difundir obras literarias contemporáneas, que en algunos casos se alejan del espíritu académico, y a rescatar autores del pasado, o reeditar títulos que ya no cuentan con presencia en librerías. Situación semejante ocurre con editoriales regionales como KULTRÚN, CINOSARGO, KINDBERG o LAR. Por otro lado, existe un sector —que no es menor— en donde su constitución surge por necesidades históricas y políticas, ya sea por la censura y violencia imperante (LOM se origina en pleno proceso posdictadura y LAR en el exilio) o intenciones culturales contrahegemónicas, como es el caso de Marcelo Montecinos, que su editorial CALABAZA DEL DIABLO inicia su actividad luego de terminar la Dictadura chilena, en 1997, concretando el deseo de su padre, recientemente fallecido.

Sumado a estos existe un grupo que surge para profesionalizar y perfeccionar su labor como editor, como Diego Mellado de NADAR, que trabaja también en EDICIONES ELEUTERIO, solo que en NADAR opera bajo los parámetros profesionales de la industria, y en cambio, en EDICIONES ELEUTERIO opera desde una trinchera más anarquista, sin que por ello se aleje demasiado de terreno comercial. Finalmente, existe un grupo muy amplio donde encajan todas las empresas editoriales que inician su actividad por su gusto por la literatura y el deseo de publicar a su círculo cercano (López y Malumián 2016).

Considerando lo anterior, una definición posible para edición independiente sería establecer este campo como una esfera voluble, mutable y diversa, con diferentes motivaciones iniciáticas y amplios caminos, motivos y sentidos para elaborar su catálogo. Sin embargo, si se piensa en edición independiente bajo un carácter profesional, se pueden mencionar dos criterios fundamentales. El primero consiste en que son empresas que, independiente de la motivación que las origina, generan aperturas en el mercado, promoviendo espacios ausentes en el campo literario, o nichos estéticos que son posibles gracias a la autonomía institucional y económica ante la toma de decisiones al sostener un catálogo. El segundo criterio consiste en que operan de manera tan profesional como las empresas transnacionales. Por medio de esto logran ser sustentables y perdurar en el tiempo, entregando así un producto de calidad e impacto cultural.

No conozco editor alguno que no se mueva en esa tensión y que no procure ambas cosas, que no busque la supervivencia económica y, al mismo tiempo, que no tome riesgos publicando a autores que no serán rentables en lo inmediato, pero detrás de los cuales hay un proyecto literario, un autor por el cual apostar (Esteves 2016: 77).

Finalmente, es importante considerar la realidad del editor independiente, que, generalmente, sugiere más exabruptos que aciertos. Para que una empresa independiente pueda competir o nivelarse con el modelo de las transnacionales, es necesario que domine del mismo modo —o con mayor astucia— los factores económicos y profesionales que rentabilizan a una empresa. Es fundamental aceptar que los procesos de solvencia son lentos, y que en un principio el nivel de ganancia es bajo y en muchos casos colindan con la supervivencia económica. Luego de superar ese muro —y que muy pocos derriban—, es innegable retomar, priorizar y hasta apostar por ese carácter romántico e idílico, como un agente patrocinador de una cultura de calidad, alternativa, y que en algunas ocasiones se torna canónica. Como ya se puede inferir, la minoría de estos sellos logra el objetivo, fenómeno que a continuación se explicará en detalle.

La edición independiente en Chile: un campo heterogéneo

El catálogo de un sello independiente representa una política editorial que dialoga con otras organizaciones y agentes de la industria, y es la misión de la empresa la que configura su posición al momento de ingresar al mapa global de la industria del libro. Dicho ingreso se tensiona al momento de pensar en la solvencia de un sello, y al evaluar sus limitantes y posibilidades dentro del mercado. Entendiendo su llegada como un “actuar en la vida social, política, económica y (...) cultural del mundo contemporáneo” (Maldonado 2018: 90), encontrar el equilibrio y la ecuación correcta para que la empresa resulte competitiva y rentable, es uno de los desafíos que se perfilan en el mundo de la edición independiente, y que aleja a estas organizaciones de las condiciones de ingreso que experimentan los grandes conglomerados.

Reflexionar en torno a las características particulares y diversas que se presentan en el mercado independiente en Chile sugiere ahondar y analizar la definición, descripción y sentido editorial que propician los mismos editores que pertenecen a este rubro. Bajo esta perspectiva, Gladys González (2012), directora de LOS LIBROS DEL CARDO, a modo de manifiesto político, lo presentó de la siguiente manera: [i]ndependiente es la libertad de crear un libro sensible en el cual hay un trabajo de corrección, respeto y amor por quien vaya a recibirlo, a palparlo, a disfrutarlo. Es hacer del lenguaje una forma cálida de respiración y de evocación de las letras, un pequeño regreso a la infancia de la imaginación (6).

Editoriales que optan por el riesgo y la publicación de autores contraculturales o que desestabilizan el canon tradicional, “buscan dar cabida a textos de autores que no son acogidos por los llamados *monstruos*” (Núñez 2013: 31), o, como sostuvo Subercaseaux (2000), son editoriales “pequeñas o más bien medianas que rescatan la concepción ilustrada del libro, empresas que, sin desatender el cuerpo, se ocupaban sobre todo de su alma, editoriales que casi siempre tienen una causa que va más allá del mero lucro” (261). Preocupadas por entregar al público una propuesta alternativa y necesaria, su catálogo atesora los paradigmas básicos que, como anteriormente se explicó, constituyen los parámetros tradicionales de la edición moderna, a saber, contribuir con el desarrollo de la cultura y entregar al lector un producto de calidad. Son empresas que dinamizan la industria al momento de insertar nuevas voces, tendencias y ofertas en el mercado:

Asimismo, Bourdieu muestra el continuo movimiento que se produce en el campo editorial, destacando el significativo rol de las editoriales nuevas en este dinamismo: estas editoriales «arrancan el orden literario establecido en la inmovilidad». Así, las editoriales nacientes son la vanguardia, las que toman riesgos y proponen lo nuevo, arrastrando a las establecidas hacia el pasado o hacia lo clásico, en una imagen que se asemeja al ángel de la historia de Walter Benjamin (Slachevsky 2016: 114-115).

Una editorial independiente, sin importar su prolijidad en el oficio —que de todos modos significa un factor crítico—, es un agente que contribuye con el crecimiento cultural, al menos cuando promueve nuevas voces o rescata voces olvidadas y fuera de mercado imperante. Una editorial independiente contribuye con el patrimonio de una nación. En palabras de Cristóbal Gaete (2012) “las editoriales independientes en Chile han crecido, a medida que la escena editorial transnacional continúa neutralizando escrituras y manteniendo propuestas conservadoras (133), lo que permite la apertura y el crecimiento del ecosistema cultural por medio de discursos políticos y estéticos innovadores. “Es dejar que las obras brillen y hablen por sí mismas buscando un nicho intelectual y afectivo que las contenga y haga crecer con otras lecturas y con las contingencias sociales y políticas” (6). Por lo tanto, bajo este contexto emergen proyectos editoriales con aspiraciones serias al momento de aportar en el fomento de la sensibilidad, entendimiento, apreciación cultural y crecimiento de la sociedad sin importar el número del tiraje o la cantidad de ejemplares por edición, sin importar incluso si la llegada del libro sea a todo el país o a una pequeña zona del mercado.

Si bien la edición independiente no se preocupa directamente de los réditos económicos y la utilidad generada por un título, dicho proceso puede acontecer en un síntoma grave de su relación efectiva entre la dimensión cultural y la económica, ya que a medida que la empresa vive —y se va adaptando o no a las exigencias del mercado—, debe superar esa trinchera que le permita transformarse en un sello rentable. No obstante, dicho síntoma también refleja el grado de heterogeneidad que caracteriza a este grupo.

El contexto heterogéneo se manifiesta al observar las distancias existentes en los grados de profesionalismo con que operan. Este fenómeno, que se vincula tanto con la formación de los editores —autodidacta o no—, y con la trayectoria de la editorial, se tensan cuando se estudian las condiciones iniciales de cada proyecto. Por ejemplo, el capital inicial de cada empresa, el tiempo de ejecución y dedicación que los editores pueden brindar a su sello —ya que la mayoría de estos trabajan en otros oficios,

y en muchos casos ajenos al de la edición—, la cantidad de integrantes y trabajadores que posee, la distribución interna de las tareas editoriales que deben cumplir dichos integrantes, o los niveles de producción, distribución y venta de cada editorial, son factores que inciden y manifiestan dicha heterogeneidad (Fuentes, Comunicación personal 2018).

El grado de profesionalismo también se evidencia en el modo de obrar de las editoriales independientes en las distintas etapas de producción de un libro. La mayoría de ellas se concentra casi exclusivamente en la edición del contenido y el diseño de cubiertas, pero descuida la distribución, difusión y plan de marketing, marco regulador y elemento fundamental para la recepción exitosa de un producto, y que determina, jerarquiza y posiciona a cada empresa en el campo cultural.

Un sello editorial pequeño y/o principiante, por ejemplo, comúnmente no aspira —o no puede aspirar— a un nivel de impacto y solvencia que no se aleja de su nicho en el mercado, porque sus recursos iniciales le impiden sostener un catálogo con títulos que establezcan un espacio de consumo expansionista, con un público fiel, con un crecimiento de lectores sostenido, y un nivel de ventas regular. Dicha situación no se produce por falta de interés, de aspiraciones o porque su política editorial no se lo permita, sino más bien porque su capital económico y cultural es limitado, de modo que no poseen el impacto necesario —principalmente simbólico— para integrar en su catálogo a autores consagrados o de renombre, como se evidencia en los sellos ASKASIS (Santiago), LA POLLA LITERARIA (Santiago), PRIMEROS PASOS EDICIONES (Rancagua), entre otros, por lo tanto, su capital cultural es estático. Sin embargo, otras editoriales, bajo el mismo contexto independiente, pueden adquirir autores de nivel e impacto en el medio, sin importar sus recursos iniciales ni características y materiales de producción, como se evidencia en el trabajo de GARCETA EDICIONES (Santiago), LOS LIBROS DEL CARDO (Valparaíso), NARRATIVA PUNTO APARTE (Valparaíso), CAMINO DEL CIEGO EDICIONES (Los ángeles) y DEL AIRE EDICIONES (Araucanía), por nombrar algunas, fenómeno que en muchos casos se comprende y limita por el prestigio del editor.

La diferencia entre el impacto y el modelo editorial de diversos sellos se relaciona, en estricto rigor, con el posicionamiento de la empresa en el campo cultural, la red de contactos que nutre o disminuye su posicionamiento y su valor como agente productor, estético y político dentro del tejido simbólico que se configura en el mercado. Dicha situación se observa, por ejemplo, en que muchas editoriales independientes publiquen mayoritariamente a sus cercanos —de hecho, muchos editores independientes

también son escritores—, por ejemplo, amigos o colegas del mundo literario, porque en primera instancia son el tipo de autores a los que pueden acceder, tanto por su nicho de trabajo y su capital económico, como por su relación con el medio y su capital simbólico. Sin embargo, una editorial independiente de mayor trayectoria, respetada en el circuito y que ha potenciado, validado su empresa —que se ha hecho un nombre— y que ha profesionalizado su labor, logrando utilidades y generando estrategias positivas al momento de promocionar sus títulos, paulatinamente sobrepasa el rango de editorial principiante y/o pequeña, debido a que podrá acceder a títulos rentables, autores con trayectoria y por lo tanto, podrá realizar apuestas seguras, o incluso apostar por autores totalmente desconocidos para el medio, pero que su catálogo respalda, valida y moviliza. Este accionar permite que la empresa genere utilidades y reciba ingresos, es decir, que se transforme en una editorial solvente del mismo modo que las medianas y grandes empresas (Fuentes, Comunicación personal 2018).

Un ejemplo de dicho fenómeno es la editorial KINDBERG de Valparaíso, que, a pesar de ser una editorial pequeña, su catálogo se conforma por autores de primer nivel, como Enrique Vila-Matas, Laia Jufresa y Sergio Chejfec, autores de trayectoria internacional, y que también cuenta con autores emergentes, como es el caso de Maivo Suárez, que en principio se autoeditó, y que ahora cuenta con un respaldo y prestigio como autora de la nueva narrativa chilena. Además, la autora cuenta con otro respaldo, los premios, como es el Premio Municipal Juegos Literarios Gabriela Mistral, año 2017, en categoría novela inédita.

Como [expresó] en su catálogo el editor alemán Klaus Wagenbach,

[...] las editoriales pequeñas no están repletas de expertos en marketing”. Las lleva gente que hace libros, animada por la pasión o por la fuerza de sus convicciones, y por cierto no por la perspectiva de ganancias (...). Si los libros de tiradas pequeñas desaparecen queda comprometido el porvenir. El primer libro de Kafka tiró 800 ejemplares, y el de Brecht 600. ¿Qué habría pasado si alguien hubiera decidido que no valía la pena publicarlos?” (Schiffrin 2001: 94).

La cita anterior es tan entusiasta como reveladora. Primero presenta la normalización de la falta de experticia en los editores al tratar asuntos comerciales, y segundo, entrega una visión romántica del oficio, dominada por lo pasional, nublando así el juicio crítico. Que las editoriales pequeñas no estén repletas de expertos en marketing es una condición, pero nunca una justificación de su gestión —negativa o positiva. Bajo un plano profesional, un sello editorial debe ser consciente de que para posicionar un libro en el

mercado se necesita de una preocupación total por el contenido y la movilización de este. Por lo tanto, la pasión y la fuerza de sus convicciones son componentes relevantes en la producción de libros, pero no los únicos para que la empresa sea exitosa.

Continuando con la pasión del editor y la fuerza de sus convicciones, Tania Encina (2012), directora de DAS KAPITAL, expresó que los editores independientes “son actores que plantean y proponen al público panoramas, análisis del estado de la industria y propuestas diferentes a las ya tradicionales editoriales instaladas en el mercado” (82), apelando de esta manera a la diversidad cultural por sobre las trincheras económicas que coordinan el mercado. La EDITORIAL CUNETETA, por su parte (2012), propone la labor editorial como un acto necesario a pesar de los conflictos: “hoy casi nadie lee, pero hay quienes insisten en que ciertas escrituras deben publicarse, difundirse, leerse” (82). Claramente, el caballo de batalla de EDITORIAL CUNETETA es una apuesta por la literatura de calidad, por “libros que consideramos indispensables” (76), vale decir, que el público necesita leer y que aportan al capital cultural de una nación.

Lo anterior se perfila desde la óptica política, desde la misión editorial, desde el *pathos* del editor y desde el poder de sus convicciones, pero para que aquello se materialice y se solvete con el paso de los años se necesita de un plan económico eficiente. De este modo, las editoriales independientes se representan a sí mismas como armas sociales, como gestores de una identidad que encamina el mejoramiento social y, por añadidura, la crítica, tanto de nuestro pasado cultural como de nuestro frágil presente, pero no se debe olvidar que, ante todo, son empresas cuya pugna es la permanencia y continuidad por medio de la inversión y el rédito:

En Chile posdictadura no existió voluntad para generar políticas públicas en relación con la edición. Claramente hoy se paga el costo: una masa mal educada, avanzando sin piedad al mal. Así, frente a un panorama desalentador en el plano cultural es que diferentes personas o colectivos han ido fundando sellos editoriales independientes. Poetas, narradores, egresados de edición, etcétera, dan origen a una escena reconocible. Son capaces de publicar y sostener lo más nutritivo del mundo de la escritura en el Chile actual (Montecinos 2012: 29).

En la cita anterior Montecinos critica el sistema de políticas públicas que impera en nuestro país, y de manera implícita también al ciudadano y su nivel de educación y compromiso con la lectura; sin embargo,

no existe una crítica al mercado editorial al que pertenece, que en varios casos evidencia falta de oficio y gestión profesional. Frente a esto, la editorial LA CALABAZA DEL DIABLO (cuyo director es Marcelo Montecinos) pertenece al grupo de editoriales independientes que, a pesar de contener un catálogo sólido y autores de alto valor cultural, su nivel de distribución y marketing provocan —arbitrariamente, o no— que su impacto en el medio se reduzca a pertenecer únicamente a un pequeño nicho comercial, conformado por los mismos editores, escritores e intelectuales que protagonizan el mercado independiente. También se puede hablar de una política editorial dedicada a centralizar su trabajo en la preocupación por ser un catálogo de nicho, reconociendo, y evaluando de esta manera, sus capacidades, potencialidades y limitaciones. Dejo abierto el caso.

Sin embargo, tales condiciones y procesos no se deben analizar desde una perspectiva inocente. La mayoría de estos factores negativos son síntomas del sistema social y económico chileno que padece de una educación e interés por la cultura empobrecido insistentemente a través de los años, en especial desde el inicio de la Dictadura y el cambio radical en la Constitución y el desarrollo de políticas públicas, que mermó y aniquiló todo intento de desarrollo cultural. El desarrollo solapado del oficio editor no solo se produce por la falta de interés y conocimientos, es también debido a la carencia sistemática, que el capitalismo salvaje sostiene y elimina casi toda posibilidad de que una empresa cultural perdure en el tiempo, o crezca.

Continuando con esta perspectiva, las editoriales “independientes alimentan su “alternativismo”, privilegiando la expresividad estética y social, situándose en las antípodas de la concepción comercial del libro” (Subercaseaux 2000: 86), propuesta que se observa incluso en algunos nombres de los sellos que conforman este mercado —para nada formales—, como por ejemplo “NUTRICIÓN PARA EL ALMA; SIMPLEMENTE EDITORES; AJIACO, LA POLLA LITERARIA; RABIOSAMENTE INDEPENDIENTES; CHANCACAZO y PANTALÓN CORTO” (86). *Alternativismo* que también se evidencia en su plan comercial, donde la mayoría se escapa de la cadena natural del libro, para aplicar un modelo de negocio rudimentario —no es extraño, por ejemplo, observar libros sin ISBN—, ajustándose a la realidad de su producción, sus límites, intereses y condiciones, asumiendo que, en muchos casos, esto también se debe a una posición política en contra del sistema industrial y comercial del libro en Chile, sea justificable, comprensible, o no.

Otra dimensión fundamental de la caracterización de estas editoriales es la distribución y venta de su producción, la gran mayoría de las editoriales (65%) no hace uso de empresas distribuidoras externas para comercializar sus libros, asumiendo ellos mismos la desgastante tarea de llevar sus títulos a los puntos de venta. Asimismo, respecto de los principales canales de comercialización de los libros, se constata que, dentro de los canales de venta directa ocupados por las editoriales, los más importantes son ferias y lanzamientos, utilizados por un 92% del total de editoriales estudiadas. En relación con los principales canales de venta externa, se aprecia que el punto de venta fundamental son las librerías pequeñas y medianas, medios en los cuales un 85% de las editoriales comercializa sus libros. Además, es interesante constatar que solo un 42% utiliza grandes cadenas de librerías, como Antártica o Feria Chilena del Libro. Estos datos permiten plantear algunas hipótesis. Por ejemplo, que muchas veces estas editoriales se dirigen a un público más especializado que el que frecuenta las grandes cadenas. También que estas editoriales no cumplen con las exigencias mínimas de entrada a librerías de cadena, o que la situación desfavorable para las pequeñas editoriales y microeditoriales, en lucha por los espacios en exhibición en estos negocios, no las hace atractivas como puntos de venta (Ferreti y Fuentes 2016: 97- 98).

Si bien un grupo de editoriales independientes no cumple con los estándares mínimos de calidad y profesionalismo, es innegable que el impacto cultural y el capital económico de otras editoriales que pertenecen a la misma categoría, el de las empresas independientes que, por medio de un *alto oficio*, y que se acercan bastante al nivel y funcionamiento de sellos como PLANETA, EDICIONES B o PENGUIN RANDOM HOUSE, evidencian que el crecimiento de una empresa independiente es efectivo y posible. Sellos destacados como OVEROL, CUADRO DE TIZA, CUNETAS, OXÍMORON, KINDBERG, LA POLLERA, MONTACERDO, entre otros, ejemplifican que dentro de esta dimensión de la industria existen empresas que por su aporte cultural y habilidad empresarial adquieren prestigio y reconocimiento. Son sellos que contribuyen al patrimonio y la cultura contemporánea por medio de títulos de calidad, prolija manufactura, una distribución eficiente y un plan de marketing exitoso.

Hoy es posible hablar de una realidad editorial muy diferente a la de hace 15 años atrás. El medio ha constatado la llegada y construcción de un mundo editorial diverso al representado por las transnacionales. El llamado mundo de la edición independiente se las ha ingeniado para dar realidad a nuevas voces. Gran parte de la poesía y de la narrativa actual fluyen a través de la sangre de editoriales independientes. [...]

Se está en presencia de una práctica diferente en relación con el mundo del libro transnacional (Montecinos 2013, párrafo 3).

La mayoría de las editoriales independientes prioriza la publicación de *obras necesarias* por sobre el rédito económico, fenómeno que, tan peligroso como destacable, va acompañado de prácticas comunitarias que, a modo de vías cooperativas, optan por el trabajo entre editores —en vez de obrar en soledad— para así enfrentar al imperio de las empresas multinacionales, situación parecida a lo que se refirió Montecinos como *el ingeniárselas para dar realidad a nuevas voces*. Ejemplo de esto es la COOPERATIVA DE EDITORES DE LA FURIA, que reúne tanto a editores independientes de la Región Metropolitana como de diversas regiones del país, con el propósito de generar instancias de apoyo comunitario que solucionen la entrada de estas editoriales a eventos, exposiciones y espacios para la venta de sus catálogos, como la presencia de estas en la feria LA PRIMAVERA DEL LIBRO y LA FURIA DEL LIBRO, o espacios donde comparten y compiten contra medianas y grandes empresas, como FILSA o ferias internacionales:

Ahora bien, si dentro de esta gran proliferación de editoriales independientes lo que aparece con mayor énfasis es la política colectiva del “editor”, lo que no puede pasarse por alto es que la mayoría de estas editoriales está conformada por “escritores”. Han sido en gran parte poetas, narradores, ensayistas, etc., quienes han decidido producir sus propias obras y espacios de producción y difusión haciendo frente al desinterés de las grandes industrias editoriales. Esto último, no sólo las ha llevado a colectivizar sus esfuerzos para tener una mayor influencia y visibilidad dentro de la sociedad, sino que les ha dado la posibilidad de aventurarse hacia nuevas formas de sensibilidad, ya sea, por la incorporación en sus catálogos de la escritura de autores emergentes, o bien, por el rescate de obras y autores que históricamente han tenido una escasa difusión; ya sea, por los riesgos estéticos —e incluso económicos— que estas editoriales han asumido al volver a transformar al libro en un “objeto” estético, o bien, por salir en la búsqueda de nuevos formatos de producción y difusión que acerque distintos tipos de escritura a variados tipos de público (Farías 2017, párrafo 11).

La edición independiente chilena está pasando por un momento particular, puesto que en los últimos años se ha manifestado un incremento notorio en la constitución de nuevas empresas. Sin embargo, y como se ha mencionado con anterioridad, dicho fenómeno acarrea un problema sustancial, que se refleja en el hecho de que la aparición constante de nuevas editoriales no promueve necesariamente el aumento en la

calidad del oficio. Sumado a lo anterior, en la mayoría de los casos las nuevas editoriales no operan con mayor profesionalismo que los sellos de inicios de los 90, por lo que el mercado independiente es sinónimo de heterogeneidad tanto por las diferencias en la profesionalización del oficio como por el capital económico y cultural que define a cada editorial y las diferencia de otras.

Son varios los factores que permiten observar el carácter heterogéneo de este grupo, y junto a ello, que varios de estos sellos se encaminan o se estancan en el desarrollo profesional del oficio. Sobre este punto, en muchas ocasiones no se firman contratos editoriales, no existen regalías para el autor y muy pocas veces surgen reimpressiones, de modo que varios de los autores consagrados no se interesan por ser parte del mercado independiente, salvo ciertas excepciones, como autores que por amistad o ideales personales deciden publicar en estos sellos, o que aceptan la invitación de editores independientes de prestigio y reconocimiento social. Que confían en su trabajo.

Otro ejemplo esclarecedor es la nula o ineficiente distribución en librerías. Esto genera que las editoriales y sus libros no ingresen a los campos de exhibición habituales y por ende se anulen u opaquen ante libros que —al amparo de empresas con una capacidad económica mayor— poseen los recursos necesarios para generar estrategias de prensa, contar con un equipo de marketing que potencie el impacto del libro y sostener un nivel de difusión que los posicione por sobre otros títulos, tanto del medio transnacional como del medio independiente.

Esta situación también se evidencia cuando se evalúa la actividad del sector independiente en el mundo digital. Muchas editoriales no cuentan con página web o el catálogo presente en la página no está actualizado. La mayoría de los autores no son publicados en formato *e-book* —fenómeno que también ocurre en la mayoría de las medianas y grandes empresas—. Los editores no se preocupan o no se esfuerzan por que todo su catálogo aparezca en medios digitales (ni físicos), y no interactúan con sus seguidores en Redes Sociales, lo cual resta impacto en el medio y les quita visibilidad. Esta situación, sin embargo, ha cambiado luego de la crisis observada en el ecosistema del libro durante la pandemia, que debió adecuarse y formular un nuevo modelo: ventas por internet, producción de libros digitales, eventos y lanzamientos de libros por medio de un encuentro en línea, etc.

Si bien es preocupante que varios de estos sellos evidencien un trabajo de producción y difusión dudoso, los factores son diversos y en algunos casos inevitables. Factores que además varían caso a caso. Para una editorial instalada en Aysén, por ejemplo, invertir en distribución a nivel nacional puede significar un gasto excesivo de esfuerzo y dinero, o también un sinsentido si su catálogo está dirigido al público sureño y los lectores de su región. Para otros, distribuir sus libros por todo el país puede ser la clave necesaria para que el proyecto sea rentable, ya que su catálogo tiene un carácter abierto, nacional y hasta latinoamericano. Algunos simplemente no pueden distribuir a gran escala porque su tiraje no supera los doscientos ejemplares, situación que puede darse tanto por una decisión editorial como por las condiciones económicas de la empresa. Otros, en cambio, operan de manera tan profesional como los grandes conglomerados, tanto en su distribución y rentabilidad económica como en otras áreas del oficio. Otro factor es que la mayoría de las librerías de Chile están concentradas en la Región Metropolitana, por lo que las editoriales de regiones optan por distribuir su catálogo en ferias regionales, librerías locales o venta directa.

La diferencia de condiciones, sumado a las diversas propuestas políticas e ideológicas al momento de perfilar un catálogo, establecen las características básicas de la industria independiente en Chile; un campo heterogéneo, en disputa, que se compone por editoriales aficionadas y profesionales que se ajustan a las condiciones geográficas, económicas y culturales de su espacio de producción: territorio material e inmaterial que lucha por una distribución e impacto efectivo en el campo cultural chileno.

Conclusiones: La edición independiente como un desafío

La escritura de este documento es un acercamiento e intento de definición de lo que es y lo que no es una editorial independiente en Chile. Para cumplir con lo anteriormente mencionado fue necesario desarrollar un viaje que inicia con la inserción de estos sellos en el mercado, hasta su presencia y acción en la actualidad. Tratar de definir a este sector, por lo tanto, está sujeto a condiciones variables y procesos de análisis y reflexión sobre las voces que los propios agentes manifiestan en entrevistas, medios de prensa, documentos académicos y contactos personales con el investigador. Desarrollar una definición, entonces, es un proceso arduo e impredecible, básicamente porque no existen certezas de qué ocurrirá en el futuro, ni de cuáles empresas se están constituyendo en estos momentos o cuáles dejarán de operar. Tampoco hay certezas de los cambios que a futuro se puedan observar, como, por ejemplo, el surgimiento de nuevas

políticas y modelos de negocio alternativos que sumen o generen nuevos ángulos de análisis sobre las vías de desarrollo que sostienen las empresas independientes en Chile.

De este modo, tratar de uniformar a estos sellos en un solo discurso se transforma en un proceso lleno de ambigüedades, que tensiona y eleva las características del fenómeno a un diálogo abierto, y necesario de articular desde las condiciones y características editoriales particulares de cada caso, situación que tal como sostuvo López y Malumíán (2016), la industria editorial independiente es una zona dentro del campo de la edición en donde el sentido de lo independiente se ramifica, apareciendo propuestas tan diversas como anómalas dentro del marco general de la industria del libro. Posiblemente, el único sentido que pueda unificar a estos sellos es su notoria heterogeneidad, la constitución de modelos de negocios alternativos, y su valor cultural como empresas de carácter autónomo, lejanas a la hegemonía del saber y los monopolios comerciales.

A modo general, la industria del libro en Chile es actualmente precaria y desde sus inicios lo ha sido. Este factor se produce tanto por la falta de conocimientos y herramientas que profesionalicen el oficio, como porque el mercado es pequeño y el nivel de lectores es muy bajo. Pero también es precaria por la perspectiva que la misma sociedad construye sobre la industria, ya que, tanto en el mercado independiente como en el contexto de las medianas y grandes empresas, para la sociedad chilena la labor del editor sigue siendo un ACTO RECREATIVO y no un trabajo PROFESIONAL y VALORADO. Se comprende como una afición y no como un estilo de vida sustentable, en donde el editor pueda vivir de esto, y vivir bien. La mayoría de los editores, de hecho, reciben ingresos de otras fuentes laborales y de ese modo cubren sus gastos básicos, dedicándose a la editorialidad en tiempos libres (Fuentes, Ferretti, Castro y Ortega 2015), lo que en muchas ocasiones conlleva a cometer equivocaciones y tomar decisiones erradas debido a la falta de tiempo, experiencia y la ignorancia sobre el funcionamiento global de la industria del libro. Las editoriales independientes, claramente, no quedan fuera de este contexto.

Es un trabajo difícil de sostener y económicamente muy arriesgado en donde los errores de planificación y producción pueden conducir a la quiebra de la empresa. Sin embargo, cuando un editor se acerca al trabajo profesional —tanto por la experiencia práctica del oficio como por el conocimiento teórico—, se asume un nuevo rol, enfocado en la corrección del pasado y la sustentabilidad en el presente. Se toma consciencia de varios factores que profesionalizan el oficio, como el rol del lector, la importancia de una

buena edición y la conciencia de que el catálogo debe tener impacto en el mercado, todo ello en concordancia con los códigos operacionales del marketing, la presencia en prensa y el valor agregado que genera para el público una imagen saludable de la editorial, percepción construida por la concordancia del catálogo, el impacto del diseño, la distribución adecuada del producto a ofrecer, y los niveles de difusión. Sin embargo, son pocos los editores que dan ese salto.

Frente a ello se puede establecer que editar es difícil, que la experiencia del oficio se produce por medio de altos y bajos, caídas y crecimientos importantes. Situación que se genera por la toma de conciencia del editor al asumir su labor y contacto con el mundo. Sobre esto se puede indicar que todos pueden publicar libros, pero pocos pueden ser editores. Y ser editor independiente, especialmente en la lógica de mercado que impera en Chile, es un verdadero desafío.

Si bien el presente documento registra las variantes discursivas y prácticas que se evidencian en la industria independiente en Chile, también registra los errores y carencias del oficio. Resulta necesario, al momento de pensar en una posible definición, exponer críticamente las características del mercado, exponiendo las virtudes y desaciertos de las editoriales analizadas, agregando un juicio crítico en pos del mejoramiento y el profesionalismo. Por lo tanto, presentar las características de este mercado y generar un mapa heterogéneo significa evidenciar las fisuras que entorpecen el camino hacia la edición profesional, y los aciertos editoriales que se traducen finalmente en legado y enseñanza.

Para finalizar, y considerando lo expuesto en los apartados anteriores, una posible definición de lo que es, y en su defecto, lo que no es una editorial independiente, se puede sostener en base a los siguientes puntos. Lo primero es evidenciar su importancia como agentes industriales de valor simbólico, empresas que, independiente de los motivos por los que constituyen su empresa, su misión y práctica genera aperturas y espacios ausentes en el mercado y el campo letrado, o como se mencionó en apartados anteriores, generan nichos estéticos que logran su conformación por medio de la autonomía, condición que no es modelada por las coordenadas políticas y socioculturales del estado o instituciones privadas, del mismo modo que también son empresas autónomas en el plano económico, vale decir, estos factores no interfieren en la construcción de su catálogo, que por sobre todo, aporta al patrimonio de la nación. Lo segundo consiste en que, si bien operan de manera tan profesional como las empresas transnacionales, su desempeño industrial se rige por la presencia de modelos de negocio alternativos, fijados y construidos en base a las

características particulares que definen a la empresa, y las circunstancias que dificultan o agilizan su presencia y continuidad en el mercado. Por medio de estos modelos de negocio, alternativos y particulares —y en muchos casos absolutamente distantes unos con otros—, estas empresas definen una estrategia para ser sustentables y perdurar en el tiempo, de modo que puedan cumplir con su objetivo base: insertar en el mercado un catálogo autónomo y de impacto cultural. Por último, es necesario destacar el carácter heterogéneo de este grupo, que evidencia tanto aciertos como falencias en el modo de operar, fenómeno que se detallará a continuación.

La heterogeneidad se puede analizar desde diversos factores, los que evidencian si estos sellos ejercen su oficio de manera profesional, o no, marcando de este modo las diferencias que también definen las características internas del ecosistema editorial independiente. Uno de estos factores es que en muchas ocasiones no se firman contratos editoriales, no existen regalías para el autor y muy pocas veces acuden a reimpressiones, fenómeno que limita la llegada de autores de renombre, y en caso contrario, cuando se cumple profesionalmente con estos procesos comerciales, el sello editorial ingresa a un campo dentro de la industria que le permite la llegada de otras voces intelectuales del medio, de mayor prestigio y en algunos casos de mayor calidad. Caso particular es cuando autores consagrados por amistad o ideales personales deciden publicar en estos sellos, o que aceptan la invitación de editores independientes de prestigio y reconocimiento social. Vale decir, que aceptan y firman un contrato con un sello independiente porque confían en el trabajo del editor o editora a cargo.

Otro de los factores es que en muchos casos se evidencia la nula o ineficiente distribución en librerías, lo que limita su presencia en espacios de difusión convencionales, como grandes cadenas o librerías independientes de renombre. Misma situación ocurre cuando se observa que los sellos independientes no difunden efectivamente su catálogo en el mundo digital, ya sea la transformación de sus libros en el formato *e-book*, o la despreocupación de estas empresas por mover sus redes de contactos y generar contenido crítico —entrevistas, reseñas, comentarios de libros, etc.—, tanto en medios oficiales, alternativos o independientes. A este último punto también se le suma que no interactúen con sus seguidores en Redes Sociales, o simplemente que no usen las Redes Sociales como herramientas de difusión, gratuitas y autónomas, restando así visibilidad. Es importante agregar que, si bien en el mercado independiente se observa un déficit en el uso del mundo digital para la promoción de sus libros, esta situación ha cambiado luego de la crisis observada en el ecosistema del libro durante la pandemia,

aumentando así las ventas por internet, la producción de libros digitales, los eventos y lanzamientos de libros por medio de un encuentro en línea, etc., actualizando así su modelo de trabajo. Obviamente, existe un abanico amplio de editoriales independientes que operan profesionalmente y su nivel de impacto y llegada a su público objetivo es notoria y efectiva.

Finalmente, solo queda sintetizar lo expuesto y tratar de abordar este campo amplio de empresas editoriales en una sola definición, lo que se sostiene en los siguientes puntos: una empresa editorial es un cuerpo discursivo, político y estético, que por medio de la autonomía comercial e ideológica genera contenidos, por medios de libros impresos o digitales, que aportan al desarrollo cultural y el legado patrimonial de una nación. Su mecanismo de desarrollo se rige por modelos de negocio alternativos, coordinados por las condiciones comerciales de la industria, las características particulares de los agentes involucrados, y la misión y política editorial que sostienen en su desarrollo como empresa. Por último, que una editorial independiente se sitúa dentro de un campo heterogéneo que se sostiene en base a sus particularidades y las diferencias existentes, y que se observan al momento de enfrentar el desarrollo comercial y simbólico de cada sello dentro del campo editorial en Chile. Es así como se puede sostener un primer acercamiento sobre los significados que conforman una definición sobre lo que significa ser una editorial independiente en Chile.

Referencias bibliográficas

Bourdieu, P. (1999). Una revolución conservadora de la edición [traducción personal]. *Actes de la recherche en sciences sociales*. 126(1), (pp. 3-28). Recuperado de http://www.persee.fr/doc/arss_0335-5322_1999_num_126_1_3278

Borges, J. L. (1952). *Otras Inquisiciones*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

Chartier, R. (2000) *¿La muerte del libro?* Santiago: Lom ediciones.

Davies, G. (2005). *Gestión de proyectos editoriales. Como encargar y contratar libros. Introducción*. [traducción de Gabriela Ubaldini]. Ciudad de México: FCE.

El Mostrador (4 de diciembre de 2013). Opinión: ¿Qué es una editorial independiente? *El Mostrador*. Recuperado de <http://www.elmostrador.cl/cultura/2013/12/04/opinion-que-es-una-editorial-independiente/>

Encina, T. (2012). Das Kapital Ediciones. En González, G. y Moncada, F. (eds). *Encuentro chileno de editoriales independientes* (pp. 80-85). Valparaíso: Los libros del cardo/Ediciones Inubicalistas.

Esteves, F. (2016). Los editores de toda la vida tendremos que reinventarnos. En de Sagastizábal, L. & Quevedo, L (eds.), *Optimistas seriales – Conversación con editores* (pp. 75-80). Buenos Aires: Eudeba.

Fariás, R. (2017). Editoriales independientes en Chile: una política “literaria” del escritor-editor. *IdeAs*, 9. Recuperado de <http://ideas.revues.org/1885>

Ferreti, P. y Fuentes, L. (2016). La pequeña edición en Chile (2009-2014). Un análisis de sus principales características y de su lugar en el campo editorial contemporáneo. En Moya, C. y Fuentes, L. (coords.), *Un lugar para los libros — Reflexiones del Encuentro Nacional sobre Cultura Escrita y Prácticas Lectoras* (pp. 89-100). Santiago: Lom ediciones.

Fuentes, L. (2018). Entrevista personal. Inédita.

Gaete, C. (2012). Ediciones Perro de puerto. En González, G. y Moncada, F. (eds). *Encuentro chileno de editoriales independientes* (pp. 132-138). Valparaíso: Los libros del cardo/Ediciones Inubicalistas.

Ghigliotto, G. (2012). Editorial Cuneta. En González, G. y Moncada, F. (eds). *Encuentro chileno de editoriales independientes* (pp. 74-79). Valparaíso: Los libros del cardo/Ediciones Inubicalistas.

González, G. y Moncada, F. (eds). (2012). *Encuentro chileno de editoriales independientes*. Valparaíso: Los libros del cardo/Ediciones Inubicalistas.

Herralde, J. (2009). Alegrías y percances de las “política del autor”. En Granados, S. (coord.), *Congreso internacional del Mundo del Libro*. (pp. 211- 219). Ciudad de México. FCE.

López, H. y Malumián, V. (2016). *Independientes, ¿de qué?* Ciudad de México: FCE.

Maldonado, C. (2018). Economía, políticas y bibliodiversidad: percepciones desde el sector editorial independiente del sur de Chile. En Maldonado, C. (comp.), *Libros de la lluvia — Estado actual de las editoriales independientes y universitarias del sur de Chile*. (pp. 85-120). Temuco: Universidad Católica de Temuco.

Mendoza, R. (1 de febrero de 2021). La llamada al editor perdido: Ricardo Mendoza. *La palabra quebrada*. 8. Recuperado de <http://lapalabraquebrada.cl/la-llamada-al-editor-perdido-ricardo-mendoza/>

Montecinos, M. (2012). Ediciones Perro de puerto. En González, G. y Moncada, F. (eds). *Encuentro chileno de editoriales independientes* (pp. 28-33). Valparaíso: Los libros del cardo/Ediciones Inubicalistas.

Núñez P. (2013). *De una idea del libro*. Santiago: Editorial Universidad Finis Terrae.

Piccolini, P. (2005). La edición técnica. En Esteves, F. y de Sagastizábal, L. (Coords.), *El mundo de la edición de libros: Un libro de divulgación sobre la actividad editorial para autores, profesionales del sector y lectores en general* (pp. 119-137). Barcelona: Paidós.

Savater, F. (2016). Agonía y Resurrección del libro. En Granados, S. (coord.), *Congreso internacional del Mundo del Libro* (pp. 327-341). Ciudad de México: FCE.

Schiffrin, A. (2001). *La edición sin editores. Las grandes corporaciones y la cultura* [traducción de Eduardo Gonzalo]. Santiago de Chile: Lom ediciones-Trilce.

Slachevsky, P. (2016). La edición independiente entre tensiones y desafíos. Aproximaciones al campo editorial en Chile. En Moya, C. y Fuentes, L. (coords.), *Un lugar para los libros — Reflexiones del Encuentro Nacional sobre Cultura Escrita y Prácticas Lectoras* (pp. 113-130). Santiago: Lom ediciones.

Subercaseaux, B. (2010). *Historia del libro en Chile. Desde la colonia hasta el bicentenario*. Santiago: Lom ediciones.

Subercaseaux, B. (2016). El libro y la lectura: tres momentos. En Moya, C. y Fuentes, L. (coords.), *Un lugar para los libros — Reflexiones del Encuentro Nacional sobre Cultura Escrita y Prácticas Lectoras* (pp. 69-88). Santiago: Lom ediciones.