

Glosario de la edición independiente





El Glosario de la edición

independiente es una construcción colectiva de editoras y editores de la red de lengua castellana de la Alianza Internacional de Editores

Independientes. Busca compartir sentidos en torno a palabras de uso común en el ámbito editorial. Es un proyecto en desarrollo, que se irá enriqueciendo en el tiempo, tanto en la cantidad de conceptos a considerar, como en las propuestas mismas de las definiciones. La idea no es fijar o petrificar conceptos, sino abrirlos, potenciar sus múltiples sentidos. Cada término viene firmado por quien trabajó la definición. La edición del glosario ha estado a cargo de Germán Gacio Baquiola (Corredor Sur Editorial, Ecuador / colectivo Editores independientes de Ecuador), Teresa Gottlieb, (Editorial Maitri, Chile), Paulo Slachevsky (Lom Ediciones, Chile) y Miguel Villafuerte, (Editorial Blanca, Ecuador).

La Alianza Internacional de Editores Independientes

es un colectivo integrado por más de 750 editoriales independientes de 55 países. Creada en el año 2002, está organizada en seis redes lingüísticas (de habla inglesa, árabe, francesa, castellana, portuguesa y persa) y en grupos temáticos. Sus miembros son editoriales o colectivos de editoriales.

Todas las actividades de la Alianza están orientadas a promover y darle vida a la bibliodiversidad (diversidad cultural aplicada al mundo del libro). En el marco de sus actividades, creó el Observatorio de la Bibliodiversidad, encargado de recopilar investigaciones, análisis y herramientas de medición producidas por sus integrantes y destinadas a profesionales y a instituciones públicas y privadas pertinentes. Los objetivos del Observatorio son evaluar y fortalecer la bibliodiversidad en todas las regiones del mundo.

La Alianza organiza y anima encuentros profesionales internacionales y talleres temáticos, que permiten a editores independientes de distintos continentes intercambiar ideas y establecer relaciones de colaboración. Por último, la Alianza da apoyo a proyectos editoriales internacionales, para incrementar la circulación de textos y dar a los lectores el acceso más equitativo posible a los libros.

**Fuente:*

Alianza Internacional de Editores Independientes.

Teresa Gottlieb, Editorial Maitri, Chile

Índice:

<i>Autoedición</i>	05
<i>Bibliodiversidad</i>	06
<i>Cadenas de librerías</i>	07
<i>Cadena de valor del libro</i>	08
<i>Coedición</i>	09
<i>Compras públicas de libros</i>	10
<i>Cultura/comercio</i>	11
<i>Democratización del libro</i>	12
<i>Diversidad cultural</i>	13
<i>Ecosistema del libro</i>	15
<i>Edición independiente</i>	18
<i>Edición universitaria</i>	19
<i>Editor/editora de libros</i>	20
<i>Editoriales alternativas</i>	20
<i>Editorial transnacional o multinacional</i>	21
<i>Ferias del libro</i>	22
<i>Grandes superficies (venta de libros en)</i>	23
<i>Impresión de libros bajo demanda</i> <i>(conocida como Print on demand, POD)</i>	24
<i>Industria nacional del libro y libro nacional</i>	25
<i>Iniciativa editorial</i>	26
<i>Librerías independientes</i>	27
<i>Libro</i>	28
<i>Libro electrónico</i>	29
<i>Libro en el ámbito digital</i>	30
<i>Movimiento de la edición independiente</i>	31
<i>Política Nacional del Libro y la Lectura</i>	32
<i>Políticas públicas para el libro y la lectura</i>	33
<i>Precio único -o fijo- del libro</i>	34
<i>Saldos de libros</i>	37
<i>Venta directa</i>	38

a

Autoedición

La autoedición es una producción editorial realizada por el autor o la autora de la obra; en ocasiones, la circulación, distribución, difusión y venta las ejecuta la misma persona. No hay que perder de vista que la alternativa limita el alcance de la obra y en especial cuando es la primera publicación; sin embargo, es un camino sumamente válido mientras la obra y el autor o la autora encuentren canales de circulación idóneos: librerías, distribuidora, editorial y, sobre todo, lectores.

Es posible autoeditar fotografías, ilustraciones, textos, libros, pinturas, esculturas, canciones, películas, etc. Es probable que la terminología específica de cada disciplina proponga un nuevo nombre; no obstante, el fundamento del proceso es el mismo. En el caso particular de los libros, razón de ser de este glosario, la autoedición opera como un proceso de búsqueda de voz propia, no del autor, sino de la obra de la que este es responsable; es, desde luego, un acto político y muchas veces de resistencia, que aboga por la bibliodiversidad.

Después del acto creativo, muchas veces visceral, intuitivo y caótico, el o la responsable de la obra opta por ordenar, administrar y constelar el trabajo en función de los atributos que considera cruciales para su entendimiento y socialización. Estos pueden variar e ignorar convencionalismos; sin embargo, la práctica de la autoedición es peligrosa porque puede ahogarse en la mismidad del autor. Siempre se recomienda un asesoramiento externo, a fin de someter a prueba si la propuesta funciona; también se sugiere que el autor permanezca un pie adentro y otro pie afuera del proceso, sin pretender explicar lo que no existe en su obra.

**Fuentes:*

Borges Jorge Luis, Borges oral. Alianza Editorial.

<http://www.laserpblanca.com/borges-el-libro>

Compagnon Antoine, ¿Para qué sirve la literatura?, Traducción de Manuel Arranz, Acantilado.

<http://www.acantilado.es/catalogo/para-que-sirve-la-literatura/>

Miguel Villafuerte, Editorial Blanca, Ecuador.



Bibliodiversidad

El término “bibliodiversidad” proviene del griego biblio (βιβλίον): libro. Bajo cualquier soporte en que puedan existir, los libros tienen una índole a la vez económica y cultural, porque son portadores de identidades, valores y significados y, por consiguiente, no deben tratarse como si solo tuviesen un valor comercial. La diversidad cultural se refiere a la multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y las sociedades.

La bibliodiversidad remite a la necesaria diversidad de voces que se difunden a través de las producciones editoriales y que se ponen a disposición de los lectores, al acceso libre a las obras.

La diversidad no se reduce a un gran número de títulos publicados, sino que debe apreciarse desde varias dimensiones: variedad, es decir gran número de títulos ofrecidos; diferencia entre ellos –a mayor diferencia entre los contenidos mayor la diversidad de expresiones culturales representada y, por lo tanto, menos uniformización– y que exista un equilibrio (particular a cada sociedad y época) entre esas expresiones, de modo que aun las minoritarias puedan manifestarse.

La bibliodiversidad implica que la población tenga libre acceso a información sobre las obras y a las obras en sí (amplia presencia de libros en medios de comunicación, en librerías a precios accesibles, en bibliotecas, etc.) y está en oposición a la censura de carácter político, ideológico, religioso o ejercida por el mercado.

No se sabe a ciencia cierta a quién puede atribuirse la creación del término “bibliodiversidad”, pero este es indudablemente de origen español. Su creación es reivindicada por editores chilenos, que lo utilizaron cuando se fundó el colectivo Editores Independientes de Chile a fines de los años noventa. En ese contexto, RIL Editores habría desempeñado un papel fundamental, aunque su paternidad ha sido puesta en duda por editores españoles, especialmente por algunos miembros de la agrupación madrileña “Bibliodiversidad”, que aseguran haber creado el término. Sin embargo, no hay ningún documento impreso con fecha autenticada que permita confirmar una u otra hipótesis.

**Fuentes:*

Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales. UNESCO, 20 de octubre de 2005. Benhamou, Françoise.

La légitimité et la méthodologie de la mesure de la diversité des expressions culturelles. 1997.

Teresa Gottlieb, Editorial Maitri, Chile.

Cadenas de librerías

Serie de librerías del mismo nombre, ubicadas en distintos puntos geográficos generalmente dentro de un mismo territorio. Las cadenas de librerías mantienen un diseño interior, una estructura, una política y un funcionamiento homogéneos que les permite ser fácilmente identificables. Es bastante común que repitan los mismos títulos en vitrina y mesones en sus diferentes locales, basándose sobre todo en criterios comerciales. Expresan en el sector librero el fenómeno de concentración que se ha dado en el mundo del libro.

Lucía Moscoso Rivera, Editorial Mecánica Giratoria, Ecuador.



Cadena de valor del libro

La cadena de valor del libro se refiere a actividades creativas y económicas específicas de la industria en las que se puede generar valor para el lector, los autores y la sociedad en su conjunto, mediante las estrategias apropiadas a cada actor de la cadena que a su vez tiene su propia cadena de valor interior y en las que cada actor debe trabajar para generar el mayor valor en sus propósitos culturales, sociales y/o económicos. Desde este punto de vista, estas actividades generan valor agregado y forman parte del ecosistema del libro.

1 La cadena de valor empresarial, también conocida como “cadena de valor”, es un modelo teórico que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial que aportan valor al producto final, descrito y popularizado por Michael Porter en su obra *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance* (1985). Algunos autores, especialmente europeos, piden no confundir este concepto con el de “hilera de producción”, reservando el de cadena de valor al nivel de la empresa. Sin embargo, nosotros preferimos adherirnos a la tendencia anglosajona de ampliar el concepto más allá de la firma (o empresa) y hablar de las cadenas de valor globales de una industria, que permiten mostrar dónde están los valores agregados en esa industria y cómo podrían generar mayor competitividad en relación con otros países competidores.

Juan Carlos Sáez, JC Sáez Editor, Chile.





Coedición

La coedición es una modalidad de trabajo en la que dos o más editoriales se asocian con la finalidad de potenciarse para participar en la publicación de una obra. Su propósito es hacer una coproducción editorial destinada a compartir conocimientos y conceptos editoriales, además de lograr una cofinanciación que permita distribuir los costos y hacer contrapeso a las grandes ofertas de anticipos que hacen los monopolios para la adquisición de los derechos patrimoniales de autor.

Se trata de un ejercicio de intercambio y solidaridad entre editoriales que incluso pueden participar de manera justa y equilibrada, según sus propias condiciones y capacidades económicas y laborales y de acuerdo con el tamaño proyectado de sus mercados internos. Esta situación fomenta la visibilización y promoción nacional e internacional de las editoriales reunidas, mediante la exhibición de sus logos y nombres en las tapas de los libros coeditados, a la vez que promueve la bibliodiversidad, en tanto apoya la circulación de diferentes contenidos de autores difíciles de captar de manera aislada y solitaria, asegurándoles una mejor distribución “nacionalizada” y apropiada por cada una de las editoriales asociadas. Si la idea de coeditar una obra nace de una de las editoriales del grupo, se ampliaría la circulación de autores y contenidos que, al ser considerados como locales, no tienen mayor distribución fuera de sus países de origen.

La coedición puede convertirse en un paso previo a los procesos de adopción de una editorial por otra en cada uno de sus países, situación que posibilitaría una buena distribución fuera de las fronteras nacionales y que balancearía, al menos en parte, la situación privilegiada de los grandes grupos económicos que participan en el mercado editorial.

Gustavo Mauricio García Arenas, Red de editoriales independientes colombianas (REIC), Colombia.

Compras públicas de libros

Consiste en la adquisición de obras por parte de la administración pública a personas físicas o jurídicas que no estén relacionadas con esta. En el sector editorial las compras públicas suponen la participación de las editoriales, los distribuidores y las librerías en igualdad de condiciones, para ofrecer títulos de su catálogo o servicios editoriales a las entidades del sector público, generalmente relacionadas con la cultura y la educación y en el marco de programas de fomento de la lectura. Las exigencias para participar en este procedimiento varían de un país a otro, y lo mismo ocurre con la frecuencia con la que se realiza. Las demandas de mayor transparencia, presencia local y diversidad son bastante recurrentes. Las compras públicas de libros permiten alimentar las bibliotecas públicas, escolares y universitarias, como asimismo hacer entrega de los libros escolares a los estudiantes. Usualmente, es en este proceso donde se concentra la mayor parte de los presupuestos públicos para compra de libros.

Lucía Moscoso Rivera, Editorial Mecánica Giratoria, Ecuador.





Cultura/comercio

La tensión entre los sentidos culturales, sociales y políticos del libro y su carácter como mercancía marcan el quehacer editorial en tiempos de globalización. Bajo el dominio del neoliberalismo, los defensores de esta corriente económica han logrado imponer la liberalización de la economía y del libre comercio en amplios sectores de la sociedad, reduciendo asimismo el rol del Estado y de las políticas públicas en áreas fundamentales como son la educación, la salud, la cultura y las comunicaciones. Esto ha generado enormes procesos de concentración económica, que en el mundo de la cultura han acrecentado la dependencia y el colonialismo cultural, lo que agudiza una división internacional del trabajo en el ámbito cultural entre países productores y países consumidores. Como señaló el sociólogo Pierre Bourdieu en su artículo «Una revolución conservadora en la edición» al analizar el campo editorial francés, cada vez más se impone el “universal comercial” por sobre el “universal literario”, “transformando profundamente las prácticas, subordinándolas (...) a las normas comerciales”. El principio estructurante del campo cultural en general, y editorial en particular, según Bourdieu, es la oposición entre arte y dinero, y es en ese espacio donde se desenvuelven los actores del mundo del libro, situándose según sus características, historia y práctica. Los grandes grupos del mundo del libro son expresión del extremo del polo comercial. En resistencia a sus lógicas y en defensa de la necesaria producción cultural local -y su diversidad-, nace el movimiento de la edición independiente y la defensa de la bibliodiversidad, expresión del polo cultural.

Fuentes:

Bourdieu, Pierre (1999), «Une révolution conservatrice dans l'édition », en Actes de la recherche en sciences sociales, vol. 126, n.º1, pp. 3-28, Francia.

Noel, Sophie (2012), L'édition indépendante critique: engagements politiques et intellectuels. Presses de l'Enssib, Villeurbanne, Francia

Paulo Slachevsky, Lom Ediciones, Chile.

Democratización del libro

El acceso al libro y la lectura, componentes claves del sector de la cultura para asegurar una calidad de vida digna y una buena salud mental, es reconocido como un derecho fundamental en el numeral 1 del artículo 27° de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. En ese marco, la democratización del libro se entiende como la responsabilidad que tienen las autoridades de cada país para establecer los mecanismos que permitan garantizar el acceso de los ciudadanos al libro y a la lectura, como parte de sus derechos fundamentales.

Ruhuan Huarca, Aletheya Editorial, Perú.

Juan Pablo Mejía, Paracaídas Editorial, Perú.

Carlos Vela, Pesopluma Editorial, Perú.

d

d

Diversidad cultural

Como se señala en el primer artículo de la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural de la UNESCO del año 2001, “La cultura adquiere formas diversas a través del tiempo y del espacio. Esta diversidad se manifiesta en la originalidad y la pluralidad de las identidades que caracterizan a los grupos y las sociedades que componen la humanidad. Fuente de intercambios, de innovación y de creatividad, la diversidad cultural es tan necesaria para el género humano como la diversidad biológica para los organismos vivos. En este sentido, constituye el patrimonio común de la humanidad y debe ser reconocida y consolidada en beneficio de las generaciones presentes y futuras”.

Frente a la enorme concentración generada por la industria del entretenimiento, que marginaliza y excluye la producción cultural local, así como la firma de tratados de libre comercio que buscan inhibir las políticas públicas de los Estados en favor de sus propias expresiones culturales, la diversidad de las expresiones se ha visto amenazada en todo el mundo, lo que ha dado origen a un significativo movimiento en su defensa. Es así como nacieron la Declaración de la UNESCO y, más tarde, la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales, adoptada por su Conferencia General en octubre de 2005. Esta establece los derechos y obligaciones de los Estados en favor de las expresiones culturales de sus respectivos países y define los siguientes objetivos:

- a) proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales;
- b) crear las condiciones para que las culturas puedan prosperar y mantener interacciones libremente de forma mutuamente provechosa;
- c) fomentar el diálogo entre culturas a fin de garantizar intercambios culturales más amplios y equilibrados en el mundo en pro del respeto intercultural y una cultura de paz;

- d) fomentar la interculturalidad con el fin de desarrollar la interacción cultural, con el espíritu de construir puentes entre los pueblos;
- e) promover el respeto de la diversidad de las expresiones culturales y hacer cobrar conciencia de su valor en el plano local, nacional e internacional;
- f) reafirmar la importancia del vínculo existente entre la cultura y el desarrollo para todos los países, en especial los países en desarrollo, y apoyar las actividades realizadas en el plano nacional e internacional para que se reconozca el auténtico valor de ese vínculo;
- g) reconocer la índole específica de las actividades y los bienes y servicios culturales en su calidad de portadores de identidad, valores y significado;
- h) reiterar los derechos soberanos de los Estados a conservar, adoptar y aplicar las políticas y medidas que estimen necesarias para proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales en sus respectivos territorios;
- i) fortalecer la cooperación y solidaridad internacionales en un espíritu de colaboración, a fin de reforzar, en particular, las capacidades de los países en desarrollo con objeto de proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales”.

La Convención, apoyada y ratificada por más de 140 Estados, promueve la adopción de medidas por parte de los Estados para proteger su diversidad cultural y consagra en el derecho internacional el carácter específico de las actividades, los bienes y los servicios culturales, con el fin de evitar que los Estados limiten su capacidad reguladora sobre la materia en las negociaciones de libre comercio. La diversidad cultural en el mundo del libro se expresa en la bibliodiversidad.

Fuentes:

UNESCO (2005), Convención Internacional sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de Expresiones Culturales. UNESCO, París, Francia.

UNESCO (2001), Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural. UNESCO, París, Francia.

Silvia Aguilera, Lom Ediciones, Chile.



Ecosistema del libro

En analogía con las definiciones científicas del término “ecosistema⁽¹⁾”, diremos que el ecosistema del libro es un sistema social constituido por una comunidad de organizaciones civiles y públicas, mientras que al medio físico donde se relacionan lo llamaremos “sociedad”. Se trata de un sistema compuesto de organismos interdependientes, cuando es plural y variado, que posibilita la democratización de la lectura y fomenta la diversidad cultural de las sociedades a las que pertenece. Los ecosistemas suelen formar una serie de cadenas que muestran la interdependencia de los organismos dentro del sistema. Estos organismos son de distinta naturaleza: públicos, privados con o sin fines de lucro, con mayor o menor énfasis comercial y/o cultural e instituciones de la sociedad civil. Los más valiosos son aquellos cuya misión se centra principalmente en objetivos culturales y de fomento de la diversidad de sus expresiones.

A continuación, mostramos un ejemplo desarrollado en 2015 por Juan Carlos Sáez y Mardones para el Sistema Nacional de la Lectura y el Libro de Chile:

(1) El término “ecosistema” fue acuñado por Tansley en 1935 y definido como el “complejo de organismos junto con los factores físicos de su medio ambiente” existente en un lugar determinado. Desde entonces, el propio Tansley lo fue ampliando y en los siguientes 85 años ha sido perfeccionado, criticado por ambiguo y se han propuesto al menos 20 definiciones para un mismo concepto. Sin embargo, en mi opinión las personas no científicas logran identificar el sustantivo aplicado a distintos sistemas sociales, con una cierta percepción de “sistema con un propósito identificable” relacionado con flujos entre sus componentes sociales, económicos y políticos que le dan vida a una determinada actividad social orientada a ese propósito. Se suele afirmar que los sistemas se definen no por sus partes o componentes, sino que por su propósito.

e

En su notación, se distinguen simbologías propias: los cuadros azules representan actores o grupos de actores que forman específicamente parte de la cadena de generación de valor agregado económico, mientras que el verde corresponde a las actividades con las que se relacionan. Las flechas tienen una dirección que puede darse en uno o ambos sentidos. Cuando es punteada, refleja que la relación no es imprescindible para el funcionamiento de la siguiente. Finalmente, los terceros externos (también en azul), como proveedores y entidades de apoyo, se presentan en ambos costados separados por una línea punteada de las actividades principales de la cadena de valor, y no forman parte de la cadena de valor esencial o estrictamente del libro, como son las imprentas, el papel o la tinta. A veces, algunos de estos actores dejan de ser proveedores del proyecto editorial, como ocurre por ejemplo con un fotógrafo o un ilustrador, para convertirse en autores de la obra. Es por eso que estos diagramas se deben tomar de forma referencial y no estricta, tal como en un mapa nunca es el territorio.

Juan Carlos Sáez, JC Sáez Editor, Chile.

Edición independiente

La edición independiente es aquella que, sin desligarse del rendimiento económico de su proyecto, apuesta por la calidad de su catálogo y lo entiende como un aporte a la diversidad literaria no supeditada a la demanda del mercado, a las tendencias lectoras del momento o a las necesidades de cualquier gobierno o institución. En este sentido, supone una visión del libro como objeto estético y cultural, pero también como un derecho básico y no como un bien de consumo. Este término ha ampliado y desplazado su significado a las editoriales pequeñas que trabajan con limitados recursos o asumen el proceso del libro de forma alternativa (mediante la autogestión, impresión y encuadernación artesanales, títulos libres de derechos, etc.). En la edición independiente, las editoras y los editores están a la cabeza de las editoriales y no dependen a nivel de la propiedad de otras empresas u organizaciones.

Lucía Moscoso Rivera, Editorial Mecánica Giratoria, Ecuador.





Edición universitaria

Las universidades que destinan gran parte de su quehacer a la investigación descubren que es indispensable generar una editorial al alero de sus casas de estudio, pues los resultados de esa labor, que muchas veces tardan años en decantar, se dan a conocer en formato de papers parcelados en revistas indexadas, con escasa llegada a un público más allá del estrictamente académico y especialista en distintas disciplinas y subáreas.

Además, las relaciones entre académicos, investigadores y profesionales con áreas de interés semejantes producen una sinergia que se vierte en la publicación de textos provenientes de otras universidades, de personas estudiosas de determinados temas y de traducciones de textos afines, lo que amplía y profundiza el catálogo. Esto permite que las editoriales universitarias cumplan el rol de crear un puente entre la investigación y los lectores, de modo que el conocimiento generado se divulgue y no quede enclaustrado entre pocas personas.

Editar textos universitarios implica no solo detectarlos y someterlos a comités científicos y lectores ciegos para velar por su exactitud, sino además lograr que el formato y la escritura tengan la fluidez necesaria para su lectura por parte de un público amplio y diverso.

Publicar es un modo de lograr que se hagan realidad fines y valores primordiales de toda universidad, como son la democracia, la diversidad cultural, el pluralismo, el respeto por las ideas divergentes, la creación y la divulgación del saber. Debe así la edición universitaria optar por un catálogo en el que confluyan todos estos elementos y sea parte dialogante de la sociedad.

Beatriz García-Huidobro, Ediciones Universidad Alberto Hurtado, Chile.

Editor/editora de libros

Persona que se dedica a hacer libros. Además de dotarlos de estructura cuando es necesario, participa en la determinación de la forma y el contenido de manera significativa, y convierte al libro en medio de difusión de la cultura y el conocimiento. Su labor principal consiste en establecer los criterios de la línea editorial que da forma a su catálogo. Elige qué material publicar y cómo hacerlo, trabaja estrechamente con el o los autores, y coordina y dirige el proceso creativo de producción. Un editor debe ser intuitivo, pero también debe tener conocimientos sólidos de todo el proceso de elaboración del libro.

(Pablo Moya, Ediciones El Milagro, México)

Editoriales alternativas

El término “editoriales alternativas” puede ser sinónimo de editoriales independientes, aunque, si bien es muy difícil arriesgar una definición que las distinga netamente, es posible establecer algunas características propias.

Las editoriales alternativas son editoriales independientes en el sentido de que -al decir de André Schiffrin- la decisión de qué editar la toman los editores y no el departamento comercial. Comparten el compromiso con el rol cultural de su oficio -ajeno al ánimo de lucro- y de ser agentes culturales y de intervención social y política.

Sin pretender agotar similitudes y diferencias y con el ánimo de acercarnos a ciertas características propias, podríamos decir que las editoriales alternativas tienden a organizarse como colectivos autogestionados; dan un especial acento al trabajo artesanal, lo que aporta un valor suplementario al libro; y comercializan sus obras independientemente a través de ferias y encuentros, más que por la red comercial tradicional.

Por citar un caso, es importante mencionar, por su originalidad, arraigo y expansión, a “Las editoriales cartoneras [que] son una tendencia dentro de algunas editoriales alternativas por sus temáticas y uso de materiales para la publicación. Surgieron en 2003 con la creación de Eloísa Cartonera en Buenos Aires (...)”. Existen editoriales cartoneras -con acuerdos de cooperación mutuos- en más de diez países de América Latina, España, Francia, Mozambique y Portugal, entre otros países.

Fuentes:

1 André Schiffrin, *La edición sin editores, coeditado por LOM ediciones, Santiago/Ediciones Trilce, Montevideo, 2001*

2. Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Elo%C3%ADsa_Cartonera

Pablo Harari, Ediciones Trilce, Uruguay.

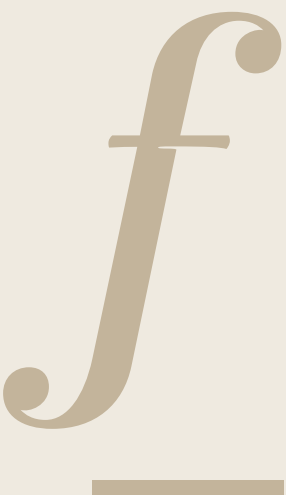




Editorial transnacional o multinacional

Empresa o grupo de empresas del ámbito editorial, con casa matriz en un país y sucursales o filiales en otros, propietaria de diversos sellos editoriales, muchas veces absorbidos en procesos de adquisiciones de otros grupos o de editoriales independientes. Con políticas que centralizan las operaciones, estas se rigen por criterios esencialmente comerciales y de lucro, aprovechando las economías de escala y retornando las ganancias a la casa matriz. En muchos casos, estas empresas invierten en otros sectores o son parte de grupos mayores con inversiones en otros sectores económicos, particularmente en el ámbito de las comunicaciones. Sus editores normalmente están subordinados a gerencias comerciales, con una forma de gestión en la que priman los criterios de rentabilidad. Son una clara expresión del polo comercial del campo editorial, en el que el libro se trata fundamentalmente como una mercancía que relega a segundo plano su carácter cultural. El auge y desarrollo de estas editoriales está muy vinculado al modelo neoliberal imperante.

Teresa Gottlieb, Editorial Maitri, Chile.



Ferias del libro

Estas ferias son eventos relacionados con el libro y la lectura enfocados, la mayoría de las veces, en la venta de libros y su presentación en sociedad. En algunos casos también incluyen jornadas de formación e intercambio para los profesionales del sector, la compra y venta de derechos, y otras actividades culturales y recreativas como conversatorios y conciertos, entre otros. En ese marco, dependiendo de su objetivo específico, las ferias suelen dividirse en tres tipos

- a) Aquellas centradas exclusivamente en concertar acuerdos de comercio, manufactura y prestación de servicios entre los profesionales del libro y otros profesionales de las industrias culturales y proveedores de nuevas tecnologías. Estas son, sobre todo, ferias internacionales dedicadas a público profesional y duran entre tres y seis días.
- b) Las organizadas para la venta de libros y que incluyen actividades propicias al intercambio comercial, como ruedas de negocios, ventas de derechos y ventas al por mayor y al por menor. Cuentan con programación académica y cultural, y duran entre una y tres semanas.
- c) Las ferias con venta de libros, en las que se facilita el encuentro de los lectores con los autores. La mayoría de ellas son nacionales-locales, y duran entre dos días y una semana.

Las principales ferias a nivel mundial son las de Boloña (marzo), Londres (abril), Bogotá (abril), Buenos Aires (abril), Lima (julio), Barcelona (octubre), Fráncfort (octubre) y Guadalajara (diciembre). Las ferias internacionales suelen ser la única oportunidad anual de encuentro con los profesionales del libro y la lectura de un determinado país. En este marco, las ferias de editoriales independientes se han posicionado como un espacio privilegiado para dar a conocer la bibliodiversidad de la producción local y recuperar el sentido cultural del trabajo con el libro, mientras que las ferias que se definen como “grandes” son esencialmente de carácter comercial.

Fuente:

Richard Uribe Schroeder (2012). Las ferias del libro. Manual para expositores y visitantes profesionales. Cerlalc.

Ruhuan Huarca, Aletheya Editorial, Perú.

Juan Pablo Mejía, Paracaídas Editorial, Perú.

Carlos Vela, Pesopluma Editorial, Perú.

Grandes superficies (venta de libros en)

Áreas de venta de libros en cadenas de establecimientos comerciales o grandes tiendas que venden diferentes tipos de productos. Generalmente ocupan un edificio o establecimiento grande, de varios pisos divididos y organizados por el tipo de producto: alimentación, ropa, artículos del hogar, artículos electrónicos, libros, etc. En la selección de los libros que se venden priman los criterios comerciales y normalmente solo se exhiben libros de alta rotación, fundamentalmente de grandes grupos editoriales.

Lucía Moscoso Rivera, Editorial Mecánica Giratoria, Ecuador.





Impresión de libros bajo demanda (conocida como Print on demand, POD)

Método de impresión digital que permite realizar tiradas de pocos ejemplares (e incluso de uno solo) en corto tiempo y a costos inferiores que la impresión offset. La industria editorial produce “prototipos”, lo que significa que cada libro es distinto: es “el trabajo del creador (...) que hace del producto un bien singular de origen artesanal”. Por lo tanto, es incierta la cantidad de ejemplares que se venderán, dado que en general esos “prototipos” no han podido ser probados previamente. Por otro lado, es una industria basada en una economía de escala: cuanto más elevada la cantidad de ejemplares impresos es menor el costo unitario. Estos dos aspectos -ser un bien singular y la necesidad de escala- están en tensión constante, la que se hace evidente al momento de decidir la cantidad de ejemplares a imprimir.

La POD permite iniciar el proceso de manera digital o dar continuidad a una primera tirada en offset, más o menos limitada, y recurrir a la edición bajo demanda para reaprovisionarse a medida que hay nuevas ventas. Esta tiene también la ventaja para el editor y el distribuidor de no tener que manejar elevados stocks de libros.

Asimismo, la POD ha dado origen a empresas que facilitan la autopublicación, en general sin fines comerciales. Estas ofrecen a los autores la posibilidad de entregarles ejemplares a partir de archivos digitales editados por ellos mismos (autoedición). La POD es también un sistema de comercialización. Hay librerías que en lugar de tener ejemplares en stock imprimen al momento el libro elegido por el cliente (Espresso Book Machine) a partir de un ejemplar digital provisto por el editor a esos efectos. También permite la venta de ejemplares sin recurrir a su envío o a exportación física, dado que el distribuidor -que ha recibido una copia digital y la autorización del editor para reproducir- imprime bajo demanda los ejemplares necesarios para responder a los pedidos.

**Fuente:*

Françoise Benhamou, La economía de la cultura, Ediciones Trilce, Montevideo, 1997.

Pablo Harari, Ediciones Trilce, Uruguay.



Industria nacional del libro y libro nacional

Se considera “industria nacional del libro”, cuyo producto es el “libro nacional”, al sistema derivado de actividades económicas y creativas orientadas a editar⁽¹⁾ libros en un determinado territorio nacional. Para ello proponemos que tanto la función editorial de financiamiento del proyecto en más de un 50% corresponda al actor empresarial nacional (aunque su capital sea de origen extranjero), cuyo proceso editorial se realice en el país, pudiendo ser editado por empresas nacionales o de capitales extranjeros pero que cumpla con la condición que la mayor parte de los procesos (y por lo tanto de su valor agregado) sean realizados por profesionales residentes en el territorio nacional, especialmente la edición técnica, la corrección de estilo, la traducción, el diseño y la diagramación, al margen del lugar de impresión o transformación de documentos en libros digitales, ya que estas actividades son consideradas como servicios externos prestados fuera de la cadena de valor del libro nacional, como puede ser la provisión de tinta o de papel o de software y hardware⁽²⁾.

1. Se usa de forma consciente el verbo “editar” y no “producir” o “publicar”, pues la actividad de publicar o producir no la estamos considerando como parte de la cadena de valor del libro, por corresponder a proveedores de servicios de impresión o transformación de documentos en libros digitales que se pueden prestar fuera o dentro del territorio nacional con prescindencia de su financiamiento (función empresarial del editor) o del proceso técnico de edición local.

2. Esta definición, como toda definición, es arbitraria y nos sirve para perfeccionar la comprensión económica de la cadena de valor de la industria del libro. Difiere, por ejemplo en el caso chileno, de la consignada por la Ley 19.227(Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura), ya que esta considera como “libro chileno” a aquel editado e impreso en el país. Pero esta definición contiene a nuestro juicio un error conceptual de fondo. Hay libros impresos dentro de un determinado territorio nacional que solo se producen en el país, aprovechando oportunidades de costo o de calidad, aunque en realidad se trata de servicios de impresión para editores extranjeros de libros u otros productos editoriales que jamás estarán en el mercado del libro local. Se trata nada más y nada menos que de una exportación de servicios de impresión. Por el contrario, muchas veces, también por razones de costo, libros editados dentro del territorio nacional con ISBN local se imprimen en el extranjero para ser vendidos localmente. Estos últimos son mucho más un producto de la edición nacional de libros que los anteriormente mencionados. También se trata solo de importación de un servicio de impresión.

Juan Carlos Sáez, JC Sáez Editor, Chile.



Iniciativa editorial

La iniciativa editorial obedece a personas o grupos que, sin estar inscritos formalmente como empresas, realizan tareas de edición, diseño, impresión, divulgación e incluso comercialización de contenido impreso y digital bajo una marca o nombre que los identifica. Su producción consiste en obras individuales (plaquetas) o colectivas (revistas, fanzines, antologías), que no cuentan con un número de depósito legal, ISBN o ISSN, lo que les impide formar parte de bibliotecas, ser vendidas en librerías y ser objeto de compras estatales.

Los objetivos que animan a estas iniciativas son variados y pueden incluirse la difusión, el rescate literario y el libre acceso a la información. En muchos casos, se trata de emprendimientos autogestionados conformados por equipos multitareas de una o varias personas, que utilizan tanto técnicas artesanales (fotocopia láser, serigrafía) como industriales (offset, POD) para la reproducción, en tirajes no mayores a los cien ejemplares por tanda de impresión o mediante plataformas virtuales como páginas web, blogs, en formatos PDF o como libros electrónicos de libre descarga.

Aunque no podamos afirmar que su estatus no formal obedezca a una razón particular, responde principalmente al temor de adquirir las obligaciones tributarias que conlleva la formalización y a un rechazo al sistema. Lo que sí estamos en condiciones de decir es que las iniciativas editoriales no solo representan el paso previo al nacimiento de las micro y pequeñas empresas editoriales, sino que también garantizan la bibliodiversidad de contenidos que todo ecosistema del libro saludable debería sostener.

Ruhuan Huarca, Aletheya Editorial, Perú.

Juan Pablo Mejía, Paracaídas Editorial, Perú.

Carlos Vela, Pesopluma Editorial, Perú.

Librerías independientes

Emprendimientos comerciales de carácter local y capital único, participativo o familiar, cuya actividad principal es la venta de libros impresos. “Independiente” alude en este caso a que no dependen directamente de grupos empresariales, políticos, religiosos ni de ninguna otra institución.

Por lo general, son los mismos propietarios o libreros profesionales quienes atienden estas librerías, además de hacer una cuidadosa selección de los títulos que ponen al alcance de su comunidad, con la que mantienen un diálogo constante. Con ello, le dan una identidad propia a su espacio.

En un mundo donde la producción de libros ha crecido en forma desmedida y estandarizada, las librerías independientes se suman a la bibliodiversidad, ofreciendo títulos que no se encuentran disponibles en las grandes superficies comerciales o cadenas de librerías y privilegiando el aspecto cultural frente al comercial.

Las librerías independientes se proponen formar más lectores de manera activa y muchas de ellas dedican esfuerzos específicos a la ardua labor de fomentar la lectura entre públicos variados, mediante actividades que dinamizan la cultura del entorno.

Pablo Moya, Ediciones El Milagro, México.





Libro

Compendio de hojas impresas con tintas u otros materiales, debidamente encuadradas, muchas veces en forma rectangular. No obstante, cuando el objeto descrito entra en contacto con su lector o lectora y ocurre el ejercicio estético de la lectura y las cajas de texto impresas (y a veces ilustraciones) cobran sentido y empiezan a significar algo para quien las lee, el objeto muta y, pese a que conserva su materialidad, se vuelve un instrumento para la memoria y la imaginación que no debe ser entendido sino interpretado, estudiado, analizado.

En 1966 el código ISBN (International Standard Book Number) fue adoptado como código oficial; desde entonces se exige que cada libro tenga un número específico e incluso se lo imprima en el libro, con el propósito de certificar las publicaciones como libros. No obstante, existe un amplio número de obras publicadas sin el código y aun así son libros en el sentido esencial de la palabra. Un libro con dicho código puede acceder a cierto tipo de ferias e incluso librerías. En muchos casos el código es un dispositivo regulador y de exclusión, por lo que su omisión puede llegar a convertirse en una acción política.

Para que el libro sea libro, debe ir más allá de la intención de su autor. Algunos especialistas en literatura y filosofía afirman que, durante la lectura, el libro deja de ser objeto y se transforma en artefacto cultural. No existe un manual que ilustre sobre su buen uso o correcta aplicación; sin embargo, las utilidades del libro abarcan un amplio abanico de posibilidades, entre otras la alegría, el conocimiento y la transmisión de sabiduría.

Miguel Villafuerte, Editorial Blanca, Ecuador.



Libro electrónico

Este formato de lectura, propio de la era digital en la que vivimos, replantea el concepto de libro previamente descrito. Es un compendio de bytes codificados a través de ceros y unos en un programa de computación, que mediante una interfaz emula la experiencia convencional de lectura y ofrece al lector contenidos textuales y a veces visuales. El ejercicio estético de lectura y significación del contenido ocurre igual que en la definición previa, aunque la materialidad del objeto electrónico implica desventajas para quienes prefieren el papel a cualquier otro soporte.

Entre sus ventajas se destacan el ahorro en papel y tinta, el nulo espacio necesario en las bibliotecas particulares, su portabilidad, y la simplicidad de su forma de adquisición. En el mercado se ofrecen libros electrónicos con interacciones de video y audio, lo que genera una experiencia de lectura más inmersiva que la de su predecesor en papel.

Es posible que la diferencia sustancial entre el libro impreso y el libro digital radique en la relación que el artefacto tiene con su lector y viceversa. En el primer caso, el libro como objeto puede regalarse, heredarse, usarse libre y deliberadamente, y mantenerse a través del tiempo de modo que hasta puede superar la vida de su propietario.

Aunque el libro digital también es regalable, heredable y transferible, su componente esencial (el byte) carece de espacio tridimensional, por lo que la relación con el lector y con el plano de realidad en el que los lectores existimos tiene una correspondencia distinta a la relación entre lector y objeto impreso. Para concluir, podríamos decir que el libro en el ámbito digital está más próximo a la posesión de un servicio que a la de un objeto. En cada definición de libro entendemos que su esencia no está en su materialidad, sino en el ejercicio que posibilita. Como tercera alternativa de definición en este glosario, nos gustaría proponer al cuerpo como libro y simultáneamente como texto, que vive, interactúa y se relaciona con otros cuerpos y espacios, y está en constante decodificación y búsqueda de significado. No es descabellado concluir que vivimos en permanente estado de lectura.

Miguel Villafuerte, Editorial Blanca, Ecuador.

Libro en el ámbito digital

El libro en el ámbito digital hace referencia a una serie de mecanismos y herramientas que, por un lado, facilitan la promoción y circulación de los libros físicos a través del Internet y el comercio electrónico (páginas web y redes sociales, entre otros) y, por otro, permiten que los contenidos de los libros se pongan a disposición del público interesado en formatos distintos al impreso, como los libros electrónicos y los audiolibros.

Ruhuan Huarca, Aletheya Editorial, Perú.

Juan Pablo Mejía, Paracaídas Editorial, Perú.

Carlos Vela, Pesopluma Editorial, Perú.



m

Movimiento de la edición independiente

El movimiento de la edición independiente es la acción mancomunada de editoriales independientes en resistencia a la concentración del sector editorial y al dominio del sentido comercial por sobre el carácter cultural y social del libro. A fines de los años noventa, la alianza de editoriales constituida por ediciones Era de México, Trilce de Uruguay, Txalaparta del País Vasco y Lom de Chile toma la iniciativa de organizar el Primer Encuentro de Editores Independientes de América Latina en el Salón Iberoamericano del Libro de Gijón, que se realizó en el año 2000. Confluyen también en este movimiento la publicación de textos críticos sobre la materia como *La edición sin editores* de André Schiffrin, en 1999 en francés y al año siguiente en castellano. Posteriormente al encuentro de Gijón, nace la Alianza Internacional de Editores Independientes (2002) que reúne a editoriales de 55 países en seis redes lingüísticas y cuyos objetivos son promover y darle vida a la bibliodiversidad (la diversidad cultural aplicada al mundo del libro). Se constituyen también asociaciones nacionales de editores independientes como Editores Independientes de Chile, hoy Editores de Chile; Libre de Brasil; Alianza Mexicana de Editoriales Independientes (AEMI) y otras. Han sido constantes del movimiento el fomentar las políticas públicas para el libro y la lectura, el fortalecimiento de la creación y producción local, y el promover un intercambio equilibrado entre los países, así como la defensa de la diversidad cultural y la colaboración entre editoriales de diversos países y lenguas en coediciones, traducciones conjuntas, ferias y encuentros. Existen una serie de declaraciones y manifiestos, como la Declaración de Gijón del año 2000, que expresan claramente los desafíos del movimiento. Una vez instalado el término en el sector editorial, son numerosas las editoriales que se autodefinen como independientes sin suscribir a los postulados y sentidos que dan origen al movimiento ni ser partícipes de una acción conjunta en el sector del libro. Esto ha generado cierta tensión en cuanto a los sentidos del término, ya que el uso de un concepto cargado de un sentido político-cultural y en favor de la democratización del libro en nuestras sociedades se ha visto usado como rótulo de una moda, que se inserta sin mayor cuestionamiento en el circuito comercial dominante. Existen significativos trabajos académicos y publicaciones como *L'édition indépendante critique: engagements politiques et intellectuels* de Sophie Noel (2012) y *L'édition indépendante dans un contexte de transition politique au Chili (1990-2010)* de Constanza Symmes (2018), que dan cuenta del rol que este movimiento ha tenido en el ámbito del libro y la cultura.

*Fuente:

<https://www.alliance-editeurs.org/?lang=es>

Paulo Slachevsky, Lom Ediciones, Chile.

Política Nacional del Libro y la Lectura

Esta política consiste en una serie de lineamientos, enfoques, ejes y objetivos estratégicos que definen las rutas a seguir por las diferentes instancias públicas de cada país, para el desarrollo del libro y la lectura a mediano y largo plazo. En la mayoría de los casos incluye el acceso democrático de los ciudadanos al libro y la lectura, la generación de bibliotecas públicas y otros espacios de lectura, el fortalecimiento de la industria editorial, la circulación del libro y el fomento de la creación literaria, artística y científica.

Por tratarse de una política, exige la articulación y participación de todas las instancias del Estado para que su cumplimiento sea efectivo. Asimismo, para tener mayor impacto y legitimidad, debe ser liderada por una autoridad responsable de fomentar el libro y la lectura en cada país, y construirse y ejecutarse de manera participativa por distintas instituciones públicas, privadas, organizaciones del sector y representantes de la sociedad civil como escritores, traductores, editores, librerías, distribuidores, bibliotecarios y gestores culturales, entre otros profesionales del sector.

Ruhuan Huarca, Aletheya Editorial, Perú.

Juan Pablo Mejía, Paracaídas Editorial, Perú.

Carlos Vela, Pesopluma Editorial, Perú.



Políticas públicas para el libro y la lectura

Estas políticas son herramientas definidas por cada país, destinadas a promover y garantizar el acceso al libro y la lectura como parte fundamental de los derechos universales de los ciudadanos.

Para que estas políticas sean efectivas deben ser asumidas por el Estado en su conjunto con una mirada de corto, mediano y largo plazo, a fin de que se ejecuten de forma continua y su aplicación trascienda a los gobiernos de turno.

La Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales de la UNESCO define las políticas y medidas culturales como aquellas que están “centradas en la cultura como tal, o cuya finalidad es ejercer un efecto directo en las expresiones culturales de las personas, grupos o sociedades, en particular la creación, producción, difusión y distribución de las actividades, bienes y servicios culturales, y el acceso a ellos”.

Respecto del libro como bien cultural, Álvaro Garzón sostiene que la política del libro y la lectura “es la suma de acciones que buscan lograr que todos los niveles de la sociedad puedan acceder más fácilmente a los libros. Para ello, es necesario trabajar con la compleja estructura cultural, industrial y comercial que media entre el autor y el lector”.

**Fuentes:*

UNESCO (2005), *Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales*, París, Francia.

Álvaro Garzón (2005). *La política nacional del libro, guía para el trabajo de campo*. UNESCO, París, Francia.

Ruhuan Huarca, *Aletheya Editorial*, Perú.

Juan Pablo Mejía, *Paracaídas Editorial*, Perú.

Carlos Vela, *Pesopluma Editorial*, Perú.



Precio único -o fijo- del libro

Régimen en el cual el editor establece el precio de venta de los libros que edita o importa, en lugar de que este sea determinado por la oferta y la demanda del mercado. La razón de esta limitación a la libertad de precios se encuentra en las características particulares del libro, que “es ante todo un bien cultural portador de valores, conocimientos, informaciones y expresiones artísticas. El libro es un producto que aporta efectos positivos decisivos en la formación del capital humano de una sociedad. Esta última cualidad es la que ha hecho que en todo el mundo se considere al libro como un bien público que es, además, lugar de la memoria colectiva y soporte principal de las ideas de una determinada comunidad lingüística.”

Su objetivo es “influir en los mecanismos del mercado, para garantizar que se tenga en cuenta su naturaleza como un bien cultural que no puede estar sujeto únicamente a los requisitos de una rentabilidad inmediata. El precio único del libro debe permitir la igualdad de los ciudadanos ante el libro, que se venderá al mismo precio en todo el territorio de un país; mantener una red de distribución descentralizada y muy densa, particularmente en las zonas menos favorecidas, y apoyar al pluralismo en la creación y publicación, en particular de obras difíciles”. Este precio puede ser establecido por un acuerdo formal entre profesionales (por ejemplo: Dinamarca, 1837; Alemania, 1888; Gran Bretaña e Irlanda, 1899), por acuerdo tácito (por ejemplo: Uruguay) o por regulación del Estado (por ejemplo: España, 1975; Grecia, 1997; Francia, 1981; Argentina, 2001; México, 2008).

El efecto inmediato es evitar las guerras de precios causadas por los descuentos importantes por parte de grandes superficies o supermercados, con lo que se protege a las librerías tradicionales y de barrios. A la competencia por el precio se la sustituye por la competencia por la calidad del servicio. Las reglamentaciones establecen límites a los descuentos al precio de venta en casos específicos.

Las corrientes económicas y políticas dominantes se han resistido a los proyectos de ley sobre precio único, argumentando que constituye una restricción a la libertad y una traba al libre juego de oferta y demanda.

Finlandia eliminó en 1970 el acuerdo interprofesional de precio único por ir contra la Ley de libre competencia. Por las mismas razones, en Gran Bretaña se anuló en 1997 el Net Book Agreement (NBA) que regía desde 1899 y se liberó el precio del libro. En México (2006), la iniciativa de ley de precio único fue vetada después de que la Comisión Federal de Competencia declarara que favorecía la creación de

P

monopolios. Más adelante, se logró superar ese veto y se aprobó la ley. Cinco años después, la Suprema Corte de Justicia de la Nación confirmó como constitucional la fijación de un precio único para los libros.

Los resultados de este sistema han quedado comprobados en algunos países. En Francia, más de 25 años después de promulgada la norma se realizó una evaluación oficial en la que se señala que “la ley del 10 de agosto de 1981 sigue siendo relevante, incluso en tiempo de Internet. Es una ley de desarrollo sostenible, a la vez cultural, económica y territorial, cuya valoración es indiscutiblemente positiva.

Parece que se ha cumplido el objetivo principal de la ley, permitir a los ciudadanos la igualdad de acceso a los libros. Esta legislación ha permitido legalmente mantener una red de difusión y distribución de libros diversificada en todo el país sin ser un obstáculo para el surgimiento de nuevos actores. Finalmente ha permitido la vitalidad y diversidad de la edición, con la creación de nuevas empresas innovadoras y activas, esenciales para el panorama editorial francés y el mantenimiento de una amplia y diversificada gama de libros”.

Por otro lado, en Gran Bretaña “desde que el Net Book Agreement finalizara en 1995 cerca de 500 librerías independientes han debido cerrar. No pueden competir con los precios ni realizar compras en grandes cantidades como los supermercados y otros grandes puestos de venta”.

Sigue siendo tema de debate la conveniencia o no de establecer un precio único, pero la enorme mayoría de editores y libreros, asociaciones gremiales y organismos de apoyo al libro y la lectura impulsan el precio único y su reivindicación forma parte de sus plataformas.

La Alianza Internacional de Editores Independientes ya en 2003 abogó por la necesidad de “otras regulaciones, no solo las que dicta el mercado” y en 2005 impulsó el encuentro “Los editores independientes del mundo latino y la bibliodiversidad”, organizado conjuntamente con la Unión Latina y el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC), donde 70 editores independientes declararon: “Es fundamental que sean aprobadas en los países leyes que protejan el libro (...). Estas leyes deben en particular establecer el precio único del libro”.

El precio único para el libro digital no fue previsto en la mayor parte de las leyes promulgadas antes de que la versión electrónica de los libros tuviese presencia notoria en los mercados. El libro, en papel o digital, tiene las mismas características particulares en cuanto ser vehículo de cultura y bien público, lo que justifica ser apoyado y protegido por la sociedad; pero la comercialización de libros en papel y digitales difiere notablemente, por lo cual el precio único tiene diferente incidencia en estos dos formatos. En la actualidad se discute la necesidad de nuevas leyes o la aplicación de las existentes. Francia (2011) y Alemania (2016) promulgaron una Ley de precio único para el libro digital.

*Fuentes:

1. *Política nacional del libro y la lectura, Consejo de la Cultura y las Artes, Chile 2006.* <<https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2012/03/Pol%C3%ADtica-Nacional-del-Libro-y-la-Lectura-2006.pdf>>.
2. *Jack Lang, Ministro de Cultura, fundamentación ante la Asamblea Nacional de la Ley de precio único del libro, 1981. Prix du livre, Mode d'emploi, Direction du livre et de la lecture, Ministère de la culture et de la communication,* <<http://www2.culture.gouv.fr/culture/dll/prix-livre/prix-1.htm#historiq>>.
3. *Expansión, 23.04.2013,* <<https://expansion.mx/entretenimiento/2013/04/23/el-precio-unico-de-los-libros-es-constitucional-determina-la-corte>>.
4. *Situation du livre. Évaluation de la loi relative au prix du livre et questions prospectives. Rapport à la Ministre de la Culture et de la Communication, marzo de 2009.* <http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/30643/251202/file/Gaymard_Rapport_Annexes1-3.pdf>.
5. *Media revolution: title fight, Sarah Murch, BBC News, 12.02.2009,* <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/7886420.stm>>.
6. *Declaración de los editores independientes y solidarios, Alianza de Editores Independientes, Dakar, 4 de diciembre de 2003.*
7. *Declaración de los editores independientes del mundo latino, Guadalajara, México, 29 de noviembre de 2005.*

Pablo Harari, Ediciones Trilce, Uruguay.

Saldos de libros

Podría entenderse que, de manera similar a otros productos, el libro tiene un período de vigencia y novedad. Esto se aplica en casos tales como la investigación periodística sobre un tema de moda o la novela policial de un narrador actual. Luego de cierto tiempo y de haberse publicado una o varias tiradas, algunos títulos son descatalogados por las propias editoriales, que los ofrecen a un 30% ó 40% menos que su precio de mercado. Para las editoriales, mantener en depósito millares de ejemplares no vendidos muchas veces es más costoso que rematarlos a un precio irrisorio o destruirlos.

En cambio, para las editoriales independientes el concepto de libros de saldo no existe en el sentido estricto, por considerarlos una suerte de banco bibliográfico que acompaña al catálogo mientras queden ejemplares disponibles. La lógica económica de las editoriales independientes entiende un modo de habitar el mercado más respetuoso del medio cultural, la producción local y los beneficios económicos sostenibles, a mediano y largo plazo. De acuerdo con el proyecto ECOEDIT de la Universidad de Granada (España), estas también se denominan “prácticas editoriales ecológicas debido a que no descartan sus producciones, sino que por ese respeto del medio cultural su trabajo se mantiene a través del tiempo y garantiza la vida de los objetos culturales que son los libros, sin llegar a descartarlos como simples bienes de consumo”.

Ruhuan Huarca, Aletheya Editorial, Perú.

Juan Pablo Mejía, Paracaídas Editorial, Perú.

Carlos Vela, Pesopluma Editorial, Perú.



Venta directa

Transacción comercial entre productor y consumidor en la que un sistema monetario basado en costo y beneficio está de por medio. En términos editoriales, la venta directa sería la transacción comercial entre autor(a)/ editorial y lector. Muchas veces puede hacerse un intercambio comercial entre un libro X y dinero, pero al tratarse de una relación cercana entre el creador o la creadora del objeto y su lector se puede negociar una modalidad en la que no participe el dinero, pacto que pueden convenir ambas partes de acuerdo a sus intereses y recursos. La venta directa puede tener lugar en instancias como ferias, presentaciones de libros o escenarios virtuales tales como las tiendas online. La particularidad de este mecanismo radica en que no participan intermediarios como librerías, distribuidores y agentes de venta, entre otros; de esta forma, quien o quienes producen y ofertan el libro aseguran el rédito total de su producto, ya que no se destina nada de la ganancia a pagar comisiones de venta.

La desventaja de la venta directa es que al eliminar intermediarios se limita la circulación de la obra y es complejo para el autor o la autora y la editorial estar constantemente pendientes de vender sus productos. También debilita los circuitos culturales y los puntos de venta, que no se abastecen de obras para exhibir y vender. Lo idóneo para los autores y las editoriales sería encargarse de la venta directa de sus obras y también destinar una cantidad de ejemplares a librerías y distribuidores, a fin de que existan más canales comunicacionales por los cuales los lectores se enteren de la existencia de su obra y la puedan adquirir.

Miguel Villafuerte, Editorial Blanca, Ecuador.



www.alliance-editeurs.org

*Para hacer propuestas de contribución a este proyecto se puede contactar a:
equipe@alliance-editeurs.org*

EDICIÓN / 2021

