

Editoriales independientes: los retos que enfrentan las editoriales independientes en la actualidad y las medidas llevadas a cabo para contrarrestarlos

Andrea Aboytes Rocha¹

¹Estudiante de la Licenciatura en Letras Hispánicas, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Campus Guanajuato, Universidad de Guanajuato, Exconvento de Valenciana, s/n, Mineral de Valenciana, Gto., C.P. 36240
a.aboytesrocha@ugto.mx¹

Resumen

Las editoriales independientes representan un valor cultural dentro del mercado editorial mexicano al ser partícipes de la diversidad literaria, destacando por la calidad de sus trabajos y lo novedoso que pueden ser. En comparación con los grandes sellos a los que enfrentan en el mercado, las editoriales independientes han encontrado una multiplicidad de situaciones que ponen en peligro su vigencia dentro del mercado, el objetivo del presente trabajo es desglosar cuales son algunos de estos conflictos y que estrategias se han desarrollado con la intención de amortiguar los daños.

Palabras clave: editorial, independiente, problemáticas, centralización, difusión.

Introducción

Tras la pandemia del covid-19, la industria editorial mexicana entró en una fuerte crisis económica que obligó a muchas empresas a cambiar su forma de trabajar, con el objetivo de mantenerse vigentes. Así, el escenario editorial tuvo una transformación, y con ello llegó el nacimiento de diversas editoriales independientes que, al encontrar huecos inexplorados en el mercado, vieron una oportunidad de negocio.

En México, las editoriales independientes han desarrollado un papel crucial al ampliar el panorama editorial actual, ya que a través del compromiso que se ha construido con el público lector, diversas voces emergentes en el cosmos literario han tenido la oportunidad de ver sus obras publicadas. No obstante, a pesar del valor cultural que representan dentro del mercado, existe una diversidad de conflictos que obstaculizan su divulgación y distribución.

Este artículo tiene el objetivo de desglosar algunos de los conflictos diarios a los que se enfrentan estas organizaciones y qué estrategias se llevan a cabo para tratar de erradicar dichas situaciones, tomando en cuenta que, aunque existen problemáticas que enfrenta el mundo editorial de forma general, sin hacer distinción entre empresas grandes, medianas o pequeñas; longevas o jóvenes, este modelo alternativo supone otros enfrentamientos que conduce a la búsqueda de recursos para aminorarlos.

Desarrollo

Al hablar de editoriales, es importante mencionar dos tipos: editoriales comerciales y editoriales independientes. Las primeras están posicionadas dentro del mercado global y poseen un capital que les permite moverse con mayor fluidez dentro del escenario literario. Las segundas están luchando por obtener un espacio y, a diferencia del modelo comercial, su capital es limitado, lo que dificulta su producción y distribución.

César Tejada, editor de Ediciones Antílope, nos menciona: “Si tratáramos de competir con los grandes corporativos, perderíamos siempre; las editoriales independientes hemos elegido nichos que nos distancien del ritmo mercantil” (2023).

Con lo anterior podemos inferir que las distinciones entre ambos modelos no se limitan únicamente al área financiera, sino que existen más características que ayudan a diferenciarlos: una de las más llamativas se encuentra en los catálogos que manejan y el público al que están dirigidos, pues mientras las editoriales comerciales se enfocan en un sector más general y ponen a la venta *bestsellers*, por lo general con fórmulas que saben que funcionan dentro del mercado y que tienen resultados positivos de venta, las editoriales

independientes deciden apostar por autores y lecturas más novedosas, dando espacio a escritores emergentes que ven en este modelo una oportunidad para publicar obras que antes han sido rechazadas por no encajar en el modelo comercial, que suelen responder a nichos inexplorados y con un público potencial ansioso de ampliar su biblioteca personal.

La calidad es otro de los rasgos a destacar, no sólo en el contenido ofrecido, también en el producto final que venden. Al ser negocios más pequeños, las editoriales independientes suelen prestar mayor atención a ciertos detalles, desde el análisis de las necesidades del texto para saber cómo se maquetará o qué elementos visuales serán necesarios hasta la selección meticulosa de materiales utilizados.

David Tolosa señala en su artículo *Crisis permanente. Cinco editoriales del sector independiente de la industria editorial mexicana frente a la crisis del covid-19*:

Asumirse bajo la etiqueta de *independiente* no implica la renuncia al carácter mercantil del quehacer editorial, sólo que este se encuentra determinado por la posición que ocupan las organizaciones respecto a las condiciones dominantes del mercado, y a la búsqueda de un estilo de publicación que distinga a su catálogo no solamente de las opciones que imperan en el mercado, sino también respecto a las otras organizaciones que se encuentran ocupando la misma posición (Bibliographica, 2022)

Después de esta breve descripción sobre el valor cultural que representan las editoriales independientes en el mercado, surge la duda: ¿por qué, a pesar de todas las fortalezas anteriormente mencionadas, tienen obstáculos para su divulgación? Una de las respuestas se encuentra dentro de la centralización que rige en el país y ve como centro de todo a la Ciudad de México, suceso que afecta a micro y macro empresas de distintos sectores. Antonio Ramos describe el problema de la siguiente manera:

Una de las muchas fuentes del centralismo radica en la incapacidad para crear espacios de diálogo y de construcción de plataformas en aquellos sitios considerados de la periferia. Sin opciones en el horizonte lo más sensato siempre es moverse hacia las ciudades donde se encuentra aquello de lo que se carece. Ésta es una verdad universal que soporta la migración: migrar es más fácil que construir ". (TIERRADENTRO, 2013)

Entonces nos encontramos en un territorio donde es complicado comenzar si eres parte de las periferias a menos que te mudes a la capital o seas parte de ella, aunque igualmente, construir un negocio en ella representa un conflicto por los gastos operacionales que surgen, repercute especialmente en el traslado de materiales y la distribución de la mercancía. Una estrategia por la que han optado varias editoriales independientes es migrar a otras ciudades y hacer bases operacionales en ellas: actualmente podemos encontrar en este listado a Oaxaca, Monterrey y Guadalajara que han visto la necesidad de ampliar el campo editorial y, además de ser ahora cunas de muchas de estas empresas, invierten en el fomento a eventos donde estas editoriales tienen la oportunidad de promoverse.

Otro reto a enfrentar es la difusión, pues una gran parte de la población lectora recurre generalmente a editoriales grandes por ser las que más tratos tienen con las librerías y, por lo tanto, es más fácil acceder a ellas, dificultando la publicidad de las editoriales independientes. Ante esto, se ha recurrido al acercamiento de ferias literarias donde se les da la oportunidad a personas dentro de estos sellos para platicar más sobre el emprendimiento, cuál es su enfoque y lo que ofrecen al público; también se han formado vínculos con librerías locales para crear una red de apoyo entre ellos.

La visibilidad en redes sociales ha tenido un impacto positivo en las ventas y ha sido la forma de entrar en el radar del público. Las plataformas más usadas han sido Instagram gracias a su formato, pues al ser las fotografías su herramienta principal, favorece la visibilidad de los productos y fragmentos de los textos que se quieren vender; otra plataforma es X, antes conocido como Twitter, ya que esta red social es la cuna donde muchos autores emergentes se han dado a conocer con los usuarios por medio de dinámicas, además de ser una aplicación donde la comunicación entre autores-editoriales y lectores es muy ágil y sencilla. Además, estas editoriales tienen una particularidad que incrementa su visibilidad y es que, desde hace un tiempo, han visto en los productos, más allá de los libros, una manera para generar dinero y publicitarse al mismo tiempo, la venta de *totebag*, agendas, libretas, playeras han sido un mecanismo para darse a conocer y tener publicidad sin realmente pagar por ella, por lo que estas editoriales también representan una oportunidad de trabajo para artistas visuales.

Otra alternativa al problema de la difusión que se está trabajando es la alianza de editoriales independientes para ampliar el fomento a ellas, como producto de esta alianzas se han creado algunos directorios donde incluyen a las participantes de estos proyectos: ejemplos de estos listados los podemos encontrar en páginas como ESTEPAÍS que hace mención de estas editoriales, su historia y fecha de creación, enfoques, visión. O también ECOEDIT, un proyecto de la Universidad de Granada que tiene el propósito de un rescate literario junto a editoriales independientes que estén ubicadas en América y Europa, cuentan con un amplio catálogo de editoriales donde podemos encontrar a empresas mexicanas como: Verso DestierrO, La tinta del silencio,

Tabaquería Libros, entre otras y que además, invitan a editoriales que aún no tienen registro en esta página lo hagan para aumentar la comunidad.

Conclusión

El mercado editorial deambula en dinámicas que lo mantienen en una constante crisis, desde situaciones generales que requiere la ayuda del gobierno para sus posibles soluciones, como es el caso de los bajos índices de lectura que existen en el país o problemáticas más individuales que se manejan dentro de cada empresa y lleva a diferentes reflexiones y diferentes medios para resolver esas necesidades. En la actualidad se ha optado por varias estrategias para que diversos públicos se acerquen a librerías y se forme un grupo lector mayor, con la meta de crecer las ventas dentro de las editoriales. El panorama sigue siendo turbulento pero ha medida que pasa el tiempo, cada vez es más sencillo identificar los errores o puntos a trabajar, se espera que en unos años estos problemas puedan erradicarse casi en su totalidad con éstas y más medidas que se han tomado. Así que, como parte del público lector invito a que aquellas personas que leen esto, se acerquen a estos directorios y vean los catálogos editoriales que se están trabajando ya que estoy segura que más de uno puede ser de su interés.

Referencias

- EL MOSTRADOR. [2013]. Opinión: ¿Qué es una editorial independiente? Recuperado el 4 de junio de 2024, de <https://www.elmostrador.cl/cultura/2013/12/04/opinion-que-es-una-editorial-independiente/>.
- ESPINASA, José María. [2019] "Las editoriales independientes: una resistencia cultural". *Casa del Tiempo*, núm. IV, época IV, núms. 50-51, pp. 8-12.
- GONZÁLEZ TOLOSA, David. [2022]. *Crisis permanente. Cinco editoriales del sector independiente de la industria editorial mexicana frente a la crisis del covid-19*. Recuperado el 23 de mayo de 2024, de <https://www.redalyc.org/journal/6881/688172685008/html/>.
- HERNÁNDEZ QUIÑONES, Lourdes. [2016]. *La globalización del mercado editorial: un imperio de las palabras*. México: Universidad Pedagógica Veracruzana
- KREMER, Donovan. [2024, 24 de febrero]. *Editoriales independientes: canteras literarias*. Recuperado el 28 de mayo de 2024, de <https://confabulario.eluniversal.com.mx/editoriales-independientes-canteras-literarias/>
- MALDONADO, S. Carlos. [2022, 31 de octubre]. *La editorial independiente en México: tozudez por la pasión al libro*. Recuperado el 27 de mayo del 2024 de <https://elpais.com/cultura/2022-10-31/la-editorial-independiente-en-mexico-tozudez-por-la-pasion-al-libro.html>
- RAMOS REVILLAS, Antonio. [2013]. *Editoriales en el desierto*. Recuperado el 27 de mayo de 2024, de <https://tierraadentro.fondodeculturaeconomica.com/editoriales-en-el-desierto/>