



UNIVERSIDAD DE LAS ARTES

Escuela de Literatura

Proyecto técnico o proyecto de investigación aplicada

**La edición independiente en Ecuador: proyecto para la creación
de un sello editorial independiente en la provincia de Santa
Elena**

Previo la obtención del Título de:

Licenciada en Literatura

Autor/a:

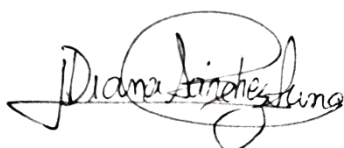
Diana Sánchez Luna

GUAYAQUIL - ECUADOR

2021-2022

Declaración de autoría y cesión de derechos de publicación del trabajo de titulación

Yo, Diana Damaris Sánchez Luna, declaro que el desarrollo de la presente obra es de mi exclusiva autoría y que ha sido elaborada para la obtención de la Licenciatura en Literatura. Declaro además conocer que el Reglamento de Titulación de Grado de la Universidad de las Artes en su artículo 34 menciona como falta muy grave el plagio total o parcial de obras intelectuales y que su sanción se realizará acorde al Código de Ética de la Universidad de las Artes. De acuerdo al art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad E Innovación* cedo a la Universidad de las Artes los derechos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, para que la universidad la publique en su repositorio institucional, siempre y cuando su uso sea con fines académicos.



Firma del estudiante

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

Miembros del Comité de defensa

María Paulina Briones

Tutora del Proyecto “La edición independiente en Ecuador: proyecto para la creación de un sello editorial independiente en la provincia de Santa Elena”

Camila Corral

Miembro del Comité de defensa

Fernando Montenegro

Miembro del Comité de defensa

Agradecimientos:

Mis agradecimientos sinceros a todos los involucrados en la investigación y gestión de este proyecto desde el inicio. A Paulina Briones, Germán Gacio y Félix Lavayen, editores y gestores del Ecuador que me aportaron con información de primera mano sobre sus trabajos para realizar mis diagnósticos.

A mi familia, especialmente a mis papás, Dionisio y Maritza, por su apoyo moral, por creer en mí y no dejarme desfallecer. A mis amigos: Paula, Antonio, Lali y Rogger, les agradezco infinitamente por estar siempre, y porque nuestro emprendimiento editorial será realidad algún día gracias al apoyo y conocimiento profesional de ustedes.

A mi gata Hoshi, cuya presencia dormida encima de mis apuntes me acompañó durante toda la escritura de este trabajo, y que, sin saberlo, me motivó a no rendirme.

Dedicatoria:

Dedicado siempre estuvo a mi angelito del cielo. Abuelita Lilia, realmente espero estar haciéndote sentir orgullosa: tu nieta se está convirtiendo en una editora profesional.

A todos los profesionales de las artes y la edición del país, que hacen un esfuerzo titánico en fortalecer nuestra cultura del libro en Ecuador, está dedicado a ustedes también por ese trabajo tan valioso.

Resumen

Dentro de la industria editorial ecuatoriana hay un fenómeno específico perteneciente a los últimos años, que es el auge de las editoriales independientes. Estas iniciativas tienen la característica de hacer una aproximación al libro u otros soportes culturales-literarios, que enriquecen la bibliodiversidad y transgreden la lógica del mercado tradicional en la que se formula el producto libro únicamente en miras de su éxito comercial. Ante estas nuevas propuestas en cuanto a producción literaria, se vuelve necesario ampliar el mercado y volver la mirada a los desatendidos autores santaelenenses, a partir de la creación de un sello editorial propio, con el fin de mejorar la calidad de las publicaciones que se dan en ese territorio, puesto que la edición se trata de un área profesional no explotada a nivel nacional ni regional.

Esta investigación aplicada se divide en: la investigación de campo, en la cual se recopila información sobre editoriales independientes, y se realizan los respectivos diagnósticos con enfoque para obtener un mapa de sectores estratégicos del mercado editorial independiente ecuatoriano; a su vez, se detectan falencias y aciertos en el mismo, sobre todo, en cuestiones de catálogo y marketing. En segundo lugar, se presenta una propuesta del que sería el primer sello editorial peninsular; constituido por su identidad visual, sus documentos fundacionales y el plan editorial a seguir para la publicación de sus primeros originales, lo que incluye criterios de selección de manuscritos, ficha descriptiva de la primera colección y presupuestos para futuras publicaciones en físico.

Palabras clave: edición, profesión, sello editorial, editoriales independientes, marketing editorial, gestión cultural.

Abstract

There's a specific phenomenon in the current era of the Ecuadorian publishing market, which is the rising of the independent publishing houses. These initiatives are characteristic for approaching books, or other cultural-literary products, in a way that enriches the bibliodiversity and transcends the traditional logic of the market, which revolves only around creating books that are going to be a commercial success. Given this opening to new proposals of the literary production, it becomes a necessity to also expand the market and redirect our regard to Santa Elena authors, with the objective of improving the quality of the editions that are produced in that territory, by creating our own independent publishing house, since publishing and editing are non-exploited professional fields in the country and the province.

This applied research job is divided in two blocks of content: first, the field research, which gathers information about independent publishing houses and the fellow diagnose, which maps a strategic sector of the independent Ecuadorian publishing market. At the same time, the diagnose permits to recognize failing areas in the editorial marketing and catalogue. In second place, there's an elaborated proposal for what the first independent publishing house in Santa Elena would be, with a visual identity, foundational data, and the editorial plan to follow to publish original manuscripts. This also includes criteria to select this manuscripts and budget for future printings.

Keywords: editing, profession, publishing imprint, independent publishing houses, editorial marketing, cultural affairs.

Índice general

Introducción	10
Objetivos.....	16
Justificación	17
Por qué la propuesta de un sello en la Península	20
La edición independiente en Ecuador	22
Metodología.....	24
Desarrollo de la investigación y el plan editorial	27
Capítulo 1: Investigación de campo.....	27
1.1 Editoriales independientes.....	27
1.1.1 Diagnóstico: La Caída Editorial (Cuenca-Azuay).....	27
1.1.2 Diagnóstico: Cadáver Exquisito Ediciones (Guayaquil-Guayas).....	35
1.2 Sobre las publicaciones hechas en la provincia de Santa Elena	42
1.2.1 Diagnóstico: Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión” núcleo Santa Elena	42
Capítulo 2: Propuesta sello editorial	50
2.1 Identidad del sello	50
2.2 Identidad visual del sello y línea gráfica.....	51
2.3 Presupuestos	54
2.4 Catálogo.....	55
Conclusiones.....	57
Bibliografía.....	60
Anexos.....	62
ENTREVISTA 1 – LA CAÍDA EDITORIAL	69
ENTREVISTA 2 – CADÁVER EXQUISITO EDICIONES.....	74
ENTREVISTA 3 – CASA DE LA CULTURA	78

Índice de imágenes

- Imagen 1. LA CAÍDA. Tres libros de la colección “cönyunta”.
- Imagen 2. LA CAÍDA. Contraportadas colección “cönyunta”.
- Imagen 3. LA CAÍDA. Ejemplo solapas y páginas de guarda de la colección “cönyunta”
- Imagen 4. LA CAÍDA. Diseño de colofón.
- Imagen 5. LA CAÍDA. Dos libros de la colección “región”.
- Imagen 6. LA CAÍDA. Contraportadas colección “región”
- Imagen 7. LA CAÍDA. Páginas preliminares con ilustración de la colección “región”.
- Imagen 8. LA CAÍDA. Dos libros de la colección “las alas del escorpión”.
- Imagen 9. CADÁVER EXQUISITO EDICIONES. Tres libros de la colección “Hora Cero”
- Imagen 10. CADÁVER EXQUISITO EDICIONES. Contraportadas de la colección “Hora Cero”
- Imagen 11. CADÁVER EXQUISITO EDICIONES. Arte gráfico de las páginas de guarda de la colección “Hora Cero”.
- Imagen 12. CADÁVER EXQUISITO EDICIONES. Dos libros de la colección “Cajas Chinas”.
- Imagen 13. CADÁVER EXQUISITO EDICIONES. Solapas de la colección “Cajas Chinas”.
- Imagen 14. CADÁVER EXQUISITO EDICIONES. Contraportadas de la colección “Cajas Chinas”.
- Imagen 15. Casa de la Cultura Ecuatoriana. Portada y contraportada de *Anclas de la ternura* (2005)
- Imagen 16. Casa de la Cultura Ecuatoriana. Error del armado de páginas.
- Imagen 17. Casa de la Cultura Ecuatoriana. Portada y contraportada de *Pensamiento poético peninsular* (2008)
- Imagen 18. Casa de la Cultura Ecuatoriana. *Pensamiento poético peninsular* (2008)
- Márgenes
- Imagen 19. Casa de la Cultura Ecuatoriana. Portadas de la colección “Marejada”.

Introducción

Dentro del marco de la edición y publicación literaria en Ecuador, nos encontramos con frecuencia enfrentando retos ante problemáticas de diversa índole. Por nombrar algunas: políticas estatales deficientes —en Ecuador, el sector editorial está únicamente amparado por la Ley del Libro, que se encuentra vigente desde 1987, pero por lo mismo, no se trata de una legislación actualizada ni adaptada a las necesidades de las últimas décadas¹—, costos elevados de la materia prima e imprenta —«Los insumos necesarios para la producción editorial se importan en su mayoría de otros países, con lo que están sometidos a las fluctuaciones de los precios internacionales»²—, imposibilidad de distribución de libros a otros países por no contar con un sistema de correos, y la centralización del mercado librero, como se evidencia en la siguiente cita:

No hay estadísticas sobre el número de librerías en el país, pero aproximadamente se calcula que pueden ser unas 200. La mayoría se concentran en las dos ciudades más importantes del país, Quito y Guayaquil, siendo un gran problema para el sector la ausencia de librerías en el resto del país lo que impide que llegue el producto a una gran parte de la población ecuatoriana, que en muchos casos para adquirir libros se tiene que desplazar a las grandes ciudades. En Quito podemos considerar importantes las siguientes librerías: Librería Científica, Librería Española, Librería Cima, LibriMundi, Librería Express, Mr.Books y Abya Yala. En Guayaquil las más importantes son: Librería Científica, Librería Cervantes, Librería Selecciones y Librería Española.³

¹ Ley 47/2006, de 24 de noviembre, del Ministerio de Cultura y Patrimonio. (LEXIS S.A. Silec, Sistema Integrado de Legislación Ecuatoriana. Registro Oficial 277) <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/1-LEY-DEL-LIBRO.pdf>

² Guillermo Arranz. *El mercado del libro en Ecuador*. (Quito: ICEX España Exportación e Inversiones, 2012), versión PDF, <https://www.scribd.com/document/219207521/El-mercado-del-libro-en-el-Ecuador-pdf>

³ Guillermo Arranz. *El mercado del libro...*

Pese a esto, es innegable que nuestra industria editorial se niega a morir, se rehúsa a dejarse absorber por gigantes de la producción en habla hispana y esto es un acto de resistencia importante para el desarrollo cultural de esta y las generaciones venideras. La decisión de editar desde el territorio nacional se hace cada vez más atractiva para diferentes actores de la cadena del Libro, lo que difiere con lo normado hace 20 años en Ecuador, cuando un gran porcentaje de autores nacionales preferían ser editados y publicados en el extranjero al no ser posible o rentable que sus libros se produjeran y distribuyeran en el mercado editorial ecuatoriano. Hasta el 2010-2012, funcionaban todavía en el país dos de las grandes concentraciones editoriales traídas desde España, como lo eran Planeta y Alfaguara⁴, y la salida de estas resultó un beneficio para las publicaciones de pequeñas editoriales locales, que desde entonces iniciaron una tasa de crecimiento en el mercado al tener mayor cabida y mejor recepción de sus títulos.

Hoy por hoy, el ecosistema del libro en Ecuador se sigue fortaleciendo y cada vez es más amplio en todas sus ramas. Según los datos más actualizados de la Cámara Ecuatoriana del Libro, existen alrededor de 652 editoriales (distribuidas en sellos y otras instituciones públicas o privadas) registradas en la Agencia ISBN, las cuales representan un 77,04% de la producción de títulos a nivel nacional.⁵ Solo entre los años 2020-2021 se crearon 83 nuevas editoriales: 40 en el 2020 y 53 en 2021⁶. Considerando que son los años que corresponden a la pandemia mundial de la COVID-19, es una hazaña aún más sorprendente el hecho de que se esté dando un crecimiento y cada vez haya más apertura de profesionales que se decantan a fortalecer el sector editorial y de publicaciones del país.

⁴ Guillermo Arranz. *El mercado...*

⁵ Mishel Sánchez. «Realidades a las que se enfrentan editoriales y autores al momento de publicar un libro en Ecuador», 30 de abril de 2021, acceso el 29 de noviembre de 2021, https://www.eluniverso.com/entretenimiento/libros/realidades-a-las-que-se-enfrentan-editoriales-y-autores-al-momento-de-publicar-un-libro-en-ecuador-nota/?fbclid=IwAR37xUbDuxTIq1IokYEjo_Z9LJR0s1hYnrXiQ7LpJ6TIAySKX50FZfJqP_8

⁶ Cámara Ecuatoriana del Libro. «El libro en Ecuador 2021. Estadísticas y datos ISBN». Acceso el 24 de febrero de 2022. <http://www.celibro.org.ec/pagina/wp-content/uploads/2022/02/El-libro-en-Ecuador-Estadisticas-ISBN-2021.pdf>

Sin embargo, también hay que considerar que un número significativo de la producción y distribución literaria nacional se concentró por mucho tiempo en las grandes casas editoriales españolas, las cuales comenzaron a expandirse por Latinoamérica hace ya más de dos décadas. Según un análisis hecho en el 2012 sobre el mercado del libro en Ecuador, se planteaba que en el país «solo se importan libros de consumo masivo, con poca diversidad de títulos, apostando los importadores por introducir en el mercado libros que garanticen unas ventas seguras, lo cual sin duda da la imagen del libro español como un libro predecible y con poca diversidad de títulos.»⁷

Estas editoriales se encasillarían en lo que Constantino Bértolo clasifica como el tipo de editor *capitalista salvaje*,⁸ cuyos factores decisivos al momento de editar y publicar suelen estar determinados por los beneficios económicos, mas no por la calidad o propuesta del libro. Como es evidente, la capacidad de venta puede ser un factor limitante y esto se ve reflejado en los catálogos cuando, por ejemplo, no se publican suficientes autores nacionales o emergentes, o no hay suficientes traducciones de obras literarias a las lenguas indígenas, entre otros casos.

Es aquí donde se puede reconocer el fenómeno de auge de las propuestas alternas, ya que muchas de ellas exceden la lógica del mercado estrictamente hablando y se dirigen más a pensar y a atender las necesidades culturales de nuestra sociedad. En otras palabras, surgen las llamadas editoriales independientes.

Las editoriales independientes, también llamadas editoriales emergentes o autogestionadas por discrepancias con el término, tienen una riqueza intrínseca en más de un sentido, entre los que se encuentra su decisión de priorizar una diversidad de contenidos y su apuesta ideológica/estética. No son, sin embargo, un llamado a deslindarse por completo del mercado, ya que continúan funcionando bajo la lógica de supervivencia y sustentabilidad de

⁷ Guillermo Arranz. *El mercado...*

⁸ Constantino Bértolo. *La cena de los notables*. (Buenos Aires: Mardulce, 2015).

un proyecto que busca mantenerse económicamente en el tiempo. Con respecto a esto, López Winne y Malumián recalcan:

No hay que confundir, entonces, “edición independiente” con proyectos que no persiguen un beneficio económico a partir de su actividad. Muchas veces el vocablo *independiente* remite (o pretende remitir) a cierta “pureza” en la que el editor no estaría implicado en ningún tipo de actividad “comercial”; la tentación de relacionar lo independiente con lo no rentable y lo puro, lo no “contagiado” por el mercado puede terminar lisa y llanamente con el desarrollo sostenido de un proyecto.⁹

Es por esto que se hace énfasis en que la definición de lo que es “ser independiente” es, en parte, una gran indefinición.

Por otro lado, es importante recalcar que las editoriales independientes, al ser iniciativas personales o de un grupo pequeño de personas con una idea y motivación específicas, son en su mayoría lideradas por profesionales del sector que en su momento tomaron la decisión de empezar un proyecto editorial en su país. Dichos profesionales se han formado en su labor editorial ya sea por capacitaciones constantes, especializaciones, diplomados, estudios de pregrado o posgrado o, incluso, parten desde la experiencia trabajando con otros profesionales y se van formando autónomamente desde ahí. En una encuesta que se realizó para esta investigación sobre la profesionalización del editor en Ecuador, se encontró que el cien por ciento de los encuestados ejercen como editores sin haber cursado una carrera en Edición o haber hecho estudios en el campo editorial en Ecuador. No obstante, algunos señalaron la opción de haber tomado un diplomado o cursos en el exterior, especialmente en España.

⁹ Hernán López Winne y Víctor Malumián. *Independientes, ¿de qué? Hablan los editores de América Latina*. (Ciudad de México: FCE, 2016), 27.

De un modo u otro, es este profesionalismo adquirido el que les permite no solo conocer cómo funciona el mercado, sino los aspectos más técnicos en los que se encasilla el libro visto como un objeto de transmisión cultural, un objeto cuyas necesidades deben ser cubiertas desde su creación hasta su llegada a manos del lector e, incluso, mucho después de eso.

Este proyecto de investigación aplicada está pensado de tal manera que comprende que es no solo posible, sino relevante, aportar al crecimiento de esta industria cultural y, al mismo tiempo, ampliar su alcance a las áreas descentralizadas del país, como las provincias no capitales, en las cuales no ha habido un aporte desde el sector editorial profesional o se tiene muy poca noción de este.

Además, la segunda parte de este proyecto pretende realizar una primera propuesta de un sello editorial que se sustenta con los conocimientos a nivel profesional necesarios. La elección de incursionar en el área técnica de la Literatura y proponer una posible solución a un problema que atañe al sector editorial y cultural de la provincia de Santa Elena se debe a la generación de nuevas propuestas que siembren una práctica que, hasta la fecha, no se ha realizado en el sector por falta de profesionales que trabajen en este campo. Se espera que la iniciativa sea el primer paso hacia un mercado del libro consolidado, ya que cuenta con las bases necesarias para serlo: un público lector desatendido (nicho viable) y autores locales que realizan todo el proceso intelectual/creativo, pero que no conocen el mundo editorial o los procesos llevados a cabo en la cadena del libro por la parte productiva/industrial, y esta es una falencia notoria.

Este trabajo se divide en dos bloques de contenido. En el primero se encuentra todo lo relacionado a la investigación de campo, para la cual se realizaron una serie de entrevistas a editores, diseñadores y gestores que contribuyeron al diagnóstico del caso de dos editoriales independientes del Ecuador: Cadáver Exquisito Ediciones y Editorial La Caída. A su vez,

está la investigación hecha acerca de las ediciones realizadas por la Casa de la Cultura núcleo Santa Elena, principal centro de publicaciones de la provincia. Asimismo, se encuentran los diagnósticos que se hicieron con base en visitas y evaluaciones del catálogo disponible de las dos editoriales independientes estudiadas, cuyos gestores cuentan con sus propias librerías, igualmente, independientes: La Casa Morada en Guayaquil y Palier Café Libro en Cuenca.

En la segunda parte se desarrolla la propuesta del nuevo sello independiente, la cual consiste en la creación de su identidad partiendo de sus políticas editoriales y línea gráfica. En este bloque, también se encuentra un plan presupuestario para publicaciones de acuerdo con el PVP de los libros que se publicarán y aspectos relacionados al marketing. Además, se realiza un sondeo de posibles autores y se propone un bosquejo de lo que sería un catálogo de lanzamiento.

Objetivos

Objetivo general:

Diseñar el plan editorial de un sello independiente destinado a la publicación de originales obtenidos en la provincia de Santa Elena.

Objetivos específicos:

- Analizar el aporte bibliodiverso que ofrecen las editoriales independientes y su rol en la sociedad actual.
- Diagnosticar el trabajo editorial independiente en dos editoriales de las provincias de Guayas y Azuay, y el estado de las redes de circulación del libro en Santa Elena.
- Realizar el proceso de preedición (toma de decisiones previamente a la edición) como parte del proceso creativo del futuro sello editorial.

Justificación

Este proyecto fue gestado desde la malla curricular del itinerario de Edición de la carrera de Literatura de la Universidad de las Artes, siendo este, hasta la fecha, el primero y único en territorio nacional que persigue el propósito de formar profesionales de la edición. Dicho itinerario fue el que permitió el acceso a una bibliografía preliminar de una suerte de teoría acerca de editoriales independientes y a los manuales técnicos, entre los que se encuentran algunos de los propuestos por la colección “Libros sobre Libros” de la editorial Fondo de Cultura Económica; se encontraron especialmente útiles para esta investigación el libro *Independientes, ¿de qué?* de Víctor Malumíán y Hernán López Winne, el manual de Patricia Piccolini *De la idea al libro, un manual para la gestión de proyectos editoriales* y, para consultas, el libro de Gill Davies: *Gestión de proyectos editoriales. Cómo encargar y contratar libros*. Otro estudio que se tomó en cuenta como base para este proyecto es el realizado como tesis para la obtención del título de Magíster en Literatura de la Universidad de los Andes: «Turbina y Vestigio, dos editoriales independientes: voces, líneas editoriales y formas de circulación del libro.» Esta tesis que se hizo en 2019 se dedica a hacer un análisis comparativo de los modelos de gestión que la autora encuentra en una editorial independiente de Colombia y otra en Ecuador; asimismo, se encuentra una caracterización muy completa de la industria editorial ecuatoriana, la cual fue base bibliográfica para la parte de investigación que se muestra a continuación.

El itinerario de Edición, además, adquiere relevancia para esta gestión porque se constituyó como ese espacio no solo de reflexión de nuestro entorno profesional, sino un verdadero acercamiento a las problemáticas que enfrentamos como industria editorial apenas incipiente en Ecuador. Los talleres de Producción y Gestión Editorial dieron la pauta para considerar los tecnicismos y las gestiones que un proyecto de este calibre requiere, sobre todo cuando de conjugar lo creativo con lo financiero se trata. En otras palabras, ser lo que Pierre Bourdieu describe como editor: un personaje que debe conciliar el arte y el dinero. «El editor

en su definición ideal debería ser, a la vez, un especulador inspirado, dispuesto a las apuestas más arriesgadas, y un contador riguroso, incluso un poco parsimonioso.»¹⁰

Si bien, las inquietudes que surgen entorno al sector editorial y, en específico, a las editoriales independientes, fueron los puntos de partida, pronto se convirtieron en un llamado a la acción, a poner en práctica la teoría impartida en el pónsum académico del itinerario y, para tal propósito, tomar en cuenta una problemática real que suscita en nuestro medio para proponer una posible solución. He ahí el porqué de la elección del formato de investigación aplicada, ya que este permitía el acercamiento necesario al estado de la cuestión en el sector editorial de la provincia de Santa Elena, de modo que su estudio no se quedase en un mero levantamiento bibliográfico, sino que además se pudiese pensar *qué hacer* al respecto de la ausencia histórica de editoriales en el territorio santaelenense.

No obstante, se mantuvo la idea de optar por una propuesta que respondiera a la teoría estudiada sobre edición independiente de Ecuador, y por este motivo se recurrió a la selección de una muestra de estas dinámicas para la investigación correspondiente. Dos editoriales del Ecuador, que se consideran autogestionadas o independientes, con una antigüedad de funcionamiento de alrededor de diez años. La idea de no hacer un estudio con editoriales más nuevas o jóvenes se debió a la necesidad de visualizar tanto una gestión como un catálogo más constituido y que estuviese ya un tiempo considerable en circulación y en el mercado.

Para evaluar la gestión de una editorial, la unidad temporal de medida nunca debe ser menor a tres años y no se debe esperar que el retorno de la inversión —si alguna vez se produce— ocurra antes. Convertirse en editor es fácil —sostiene

¹⁰ Pierre Bourdieu. «Una revolución conservadora en la edición», en *Intelectuales, política y poder*. (Buenos Aires: Eudeba, 1999). 243.

Stanley Unwin—, lo difícil es seguir siéndolo; la “mortalidad infantil” es mayor que en ningún otro negocio o profesión.¹¹

Cabe destacar que, de las tres entrevistas realizadas, dos de ellas se realizaron fuera de la península de Santa Elena, en otras dos provincias en las que existe tanto un mayor desarrollo del sector editorial como un circuito del libro más estable y constituido: Guayas y Azuay. La colaboración de los editores para la realización de este estudio fue clave para visualizar y evaluar una gestión editorial hecha desde lo profesional que, además, ha arrojado resultados favorables desde su origen hasta la actualidad, dado que las dos microempresas continúan funcionando y haciendo nuevos lanzamientos anualmente, incluso ante situaciones adversas para la economía, como ha sido la pandemia de la COVID-19.

Otra de las razones para la elección de estas dos editoriales fue la facilidad de acceso a la exploración de sus catálogos, dado que ambos directores son también gestores culturales y libreros, por lo que, en estos años, no solo se han dedicado a publicar y enriquecer su catálogo, sino que han abierto los espacios necesarios para exhibirlos y venderlos. Esta apertura de librerías independientes/espacios culturales, como son Palier Café Libro en Cuenca y La Casa Morada en Guayaquil es, entre otras cosas, la forma en que los editores encontraron para resolver sus problemáticas entorno a la distribución y comercialización de sus libros en Ecuador, dado que librerías grandes como Mr. Books o Librimundi manejan precios prácticamente inaccesibles para editoriales unipersonales y autofinanciadas, cuyos recursos son muy limitados para cubrir el valor que estas librerías de cadena se llevan del PVP del libro. «Dentro del Ecuador, tratamos de que los libros estén en todas las librerías, excepto Mr. Books, y esto porque no recibe los libros, además que se toma un porcentaje desde el 35, a veces hasta el 40% sobre el PVP, lo que es enorme.»¹² Al tener sus propios espacios, donde no solo se encuentra y se comercializa el catálogo de sus editoriales, sino de

¹¹ Fernando Esteves Fros y Jorge Vanzulli. «Administración de una empresa de cultura», en *El mundo de la edición de libros*. (Buenos Aires: Paidós, 2002). 42.

¹² María Paulina Briones, entrevista vía Zoom, 23 de diciembre del 2021.

una gran variedad de libros de otras editoriales independientes del Ecuador, tienen un mayor control sobre lo que Malumián y López Winne consideran «el problema más importante del negocio editorial, y por ende del que hay que ocuparse con mayor atención, es efectivamente la distribución y circulación del libro, con todo lo que ello implica (control de stocks, remitos de consignaciones, devoluciones, reclamos de pagos, etcétera).»¹³

Por qué la propuesta de un sello en la Península

Ninguno de estos escenarios del ecosistema del libro antes mencionados son comunes en la península de Santa Elena. Todo lo contrario: es un área en la que se ha observado siempre un déficit. No existen o son muy pocas (o no conocidas por falta de difusión) las iniciativas editoriales, y menos aquellas enfocadas en la edición literaria como un campo de desarrollo profesional como cualquier otro, que requiere de formación, capacitación y pensamiento crítico, además de, por supuesto, sensibilidad creativa y amor por el arte. No por esto significa que no exista producción literaria en la provincia; tanto autores jóvenes como adultos se han visto obligados a optar por la autopublicación a falta de servicios editoriales como la corrección de estilo, *editing*, diagramación, maquetación, diseño de línea gráfica, entre otros. Esto sin hablar de la poca circulación del libro santaelenense. La figura que suple un trabajo que se acerca al de las editoriales dentro de la provincia es la Casa de la Cultura, que lleva funcionando como núcleo en Santa Elena alrededor de catorce años; esta ofrece en la actualidad la opción de acompañamiento del autor en el proceso de convertir su manuscrito en un título, también hay apoyo con el financiamiento, publicación y distribución dentro de lo que cabe. Estos son procedimientos que realizan desde el conocimiento empírico en su mayoría, y que están abordados a mayor detalle en el diagnóstico realizado de las publicaciones de esta institución.

Por ende, al no existir otras entidades que provean estos aspectos necesarios para un desarrollo óptimo de proyectos editoriales, o bien, que estos sean ejecutados por no-

¹³ Hernán López Winne y Víctor Malumián. *Independientes...*

profesionales del sector, la cantidad y la calidad de los libros editados en la provincia que se publican y circulan decae significativamente. Esto quizá ocurriría en menor escala si se contara con la asesoría de profesionales de trayectoria involucrados en estos procesos o, en su defecto, hubiera un mayor énfasis en la formación editorial de aquellos que han dedicado sus carreras a ser parte de la cadena del libro, que usualmente se trata de literatos, sociólogos, egresados de Lengua y Literatura, entre otros afines.

La idea de hacer un sello independiente es también la apertura del espacio que se requiere para fomentar el buen manejo editorial y que, con el tiempo, se logren valorizar estos procesos que se ejecutan por profesionales del sector, cuyos trabajos deben sí o sí ser una actividad remunerada, algo que no se concibe aún en la provincia de Santa Elena. Estos literatos que suelen colaborar con las correcciones y ediciones de manuscritos que llegan a la CCE lo hacen prioritariamente porque «son miembros de la institución, por querer aportar y para entretenerse también un poco»¹⁴ pero no son parte de su ejercicio profesional ni están capacitados para hacerlo.

«Nosotros les pedimos de favor a nuestros miembros que tienen algo de conocimiento y experiencia para que nos ayuden, porque no hay cómo contratar a un editor, aquí no hay, sería de buscar en Guayaquil o en otros lados, porque aquí un editor profesional, experimentado académico, no.» Este fragmento es parte de la entrevista realizada al director provincial de la Casa de la Cultura, quien está consciente de que la labor que realizan para publicar libros desde la CCE quizá no es la óptima a nivel profesional, pero sí la que sabe aprovechar los recursos que estén a su alcance.

¹⁴ Félix Lavayen, entrevista vía Zoom, enero del 2022.

La edición independiente en Ecuador

Como se mencionó en un inicio, pese a factores como la ineficacia (o la inexistencia) de políticas públicas o entes que regulen la producción editorial (como una Cámara de la Edición de Libros, algo que por ejemplo sí se puede encontrar en México o Colombia), el sector editorial independiente presenta una maduración y un crecimiento favorable en Ecuador, cuyos estándares de calidad de los libros editados en este territorio tienen un nivel que cubre perfectamente o incluso supera estándares de calidad de otras editoriales de la región o de habla hispana. Actualmente, nos encontramos inmersos en un ecosistema del libro que se equilibra cada vez más con los catálogos-apuesta de nuestras editoriales, detrás de los cuales hay un notorio trabajo de profesionales del diseño y la edición, que cuidan no solo del contenido, sino de que el producto-libro contribuya a toda una experiencia de lectura no solo fluida, sino también satisfactoria. La gran mayoría se encarga, además, de armar un concepto novedoso detrás de los nombres que las representan y que se conecte con su imagen y propuesta visual, a la vez que proyecten la misión y visión a su público lector.

Si bien, no se dictamina un año exacto en el que hayan nacido los primeros proyectos, ya que por un lado hay que considerar aquellos que han estado activos desde los 80, como El Conejo, Imaginaria, Manglar, Báez y Eskeletra, que luego fueron muriendo o reformulándose más en negocio. Fuera de esto, podemos tomar en cuenta que las editoriales independientes más célebres de la última década son algunas de las surgidas en Quito, como Doble Rostro o Turbina, por ejemplo.

Es también importante mencionar que la EIE (Asociación de Editores Independientes del Ecuador) continúa funcionando, desde su aparición en 2017, y que su existencia representa varios pasos hacia adelante, hacia lo que tendría que ser y será en algún momento una cultura editorial sólida en Ecuador. Ya hemos establecido anteriormente que no basta con que existan las leyes, sino que hay que actuar al respecto y la EIE es de igual manera una manifestación de las políticas vigentes y las que faltan por incluir en la Ley del Libro. Entre

los principales objetivos y metas trazadas que tiene esta asociación se encuentran aquellos orientados tanto al fomento de la lectura como la democratización del libro, alegando el derecho de todo ciudadano a una vida cultural en comunidad y a gozar de las artes.¹⁵ Además, se centran en canalizar las iniciativas provenientes de editores independientes y/o autónomos «orientadas a preservar la condición de bien de interés público para el libro y los productos editoriales afines», lo que pone en valor e incentiva al crecimiento de la industria editorial independiente y, de algún modo, traza para esta un futuro ciertamente prometedor.

¹⁵ <http://www.uartes.edu.ec/sitio/librelibro/libre-libro-2019-3/editoriales/asociacion-de-editoriales-independientes-ecuador/#:~:text=La%20Asociaci%C3%B3n%20de%20Editores%20Independientes,sector%20desde%20un%20gremio%20unificado.>

Metodología

La primera fase de este proyecto se constituye en la investigación bibliográfica, la organización de referentes teóricos, el levantamiento de información y la elaboración de los diagnósticos previo a la aplicación para la solución del problema encontrado. Se propone estudiar bibliografía sobre el libro, el editor y la edición independiente en América Latina y Ecuador. Esto con el fin de sustentar y apoyar la idea del aporte a la bibliodiversidad y que sea consistente la elección de crear este espacio como alternativa para fortalecer este ecosistema desde iniciativas editoriales pequeñas.

Se conoce que el término bibliodiversidad fue acuñado por la Asociación de Editores Independientes de Chile, fundada alrededor de los años noventa; es decir, lleva existiendo en nuestro radar cultural-literario unos 30 años. Se define, en poquísimas palabras, como “la diversidad cultural aplicada al mundo del libro” y está estrechamente ligado a la edición independiente:

La noción de bibliodiversidad es esencial para entender la edición independiente porque su aparición pone en evidencia el hecho de que la consecuencia más nefasta de la industrialización de la producción editorial es la estrechez de la oferta de los productos culturales, su homogeneización.¹⁶

El diagnóstico se centrará en dos editoriales independientes surgidas en Guayas y Azuay (y cualquier tipo de iniciativa editorial surgida en Santa Elena), para el cual se propone la recolección de datos cualitativos mediante entrevistas a los editores u otros miembros de los respectivos comités editoriales, revisión de los catálogos disponibles de las editoriales, recorridos por las bibliotecas públicas y librerías independientes (principales redes de circulación de libros de estas editoriales) de dicho sector. Dado que la provincia de Santa Elena no cuenta con este último elemento, se acudirá a otros repositorios de libros

¹⁶ Margarita Valencia. «La edición independiente. Condiciones generales sobre el caso colombiano», *Trama & Texturas* 37 (2018), 47.

disponibles, además de consultar con la principal entidad cultural peninsular, como lo es la Casa de la Cultura.

Como referentes técnicos principales para esta metodología se encuentran los manuales de edición, específicamente el propuesto por Patricia Piccolini: *De la idea al libro. Un manual para la gestión de proyectos editoriales*, el cual nos provee las herramientas necesarias para la ejecución de este proyecto tanto en la primera como su segunda fase.

La segunda fase correspondería a la aplicación metodológica, para la cual se propone ejecutar la fase de preedición, que según Piccolini es «la primera etapa del proceso de edición. Es una etapa de trabajo creativo con las ideas».

En ella se toman decisiones respecto a cuestiones tan variadas como los soportes y las características físicas de los libros que se van a publicar, el tratamiento de los temas abordados, el perfil de los autores, los lectores a los que se desea llegar, los costos, el precio de venta al público, el cronograma de salida de los títulos, las estrategias de marketing, etc. Los productos que se obtienen como resultado de esta etapa son documentos que presentan el plan editorial, describen las nuevas colecciones -ficha descriptiva, maqueta- y ayudan al seguimiento del proceso de edición -cronograma, pauta para la presentación de originales, hoja de estilo, presupuesto del prototipo.¹⁷

Es decir, toma de decisiones previo a la publicación de un libro. Para esto, además de lo señalado por Piccolini, se creará toda una identidad editorial innovadora para el sello.

Línea gráfica: diseño del logo, elección de paleta de colores, diseño de identidad para las colecciones.

Aspectos de marketing: nombre llamativo, eslogan, creación de un plan de difusión por medios convencionales y digitales, cálculo de presupuestos y PVP.

¹⁷ Patricia Piccolini. *De la idea al libro. Un manual para la gestión de proyectos editoriales*. (Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 2019).

Documentos fundacionales: misión, visión, campo en el que se desarrolla y establecer un nicho de lectores al cual va dirigido, políticas editoriales, criterios de selección de originales, hoja de estilo, plan de publicaciones.

Desarrollo de la investigación y el plan editorial

Capítulo 1: Investigación de campo

1.1 Editoriales independientes

1.1.1 Diagnóstico: La Caída Editorial (Cuenca-Azuay)

Si bien, sus años de fundación se muestran como un camino vertiginoso marcado por esa transición de Argentina a Ecuador, sin duda la experiencia adquirida durante más de diez años es notoria según cómo se logró consolidar al final. A su director editorial, Germán Gacio Baquiola, le llegaron a preguntar sus colegas argentinos por qué se molestaba e insistía en editar libros en Ecuador, un país donde nadie lee. Y es que incluso antes de su asentamiento definitivo en el país, en el 2014, Germán Gacio ya había pasado cuatro años observando el comportamiento del ecosistema editorial en el país, e incluso llevando muestras de su literatura guardados en su maleta de viaje para vender en otras partes de Latinoamérica. Cuando para propósitos de llevar a cabo este estudio se le preguntó si había evaluado la existencia de un público/nicho lector antes de fundar La Caída, su respuesta fue que detectó un interés cuando llevaba los libros de editoriales independientes ecuatorianas — en ese entonces solo se conocían los de Ruido Blanco y Doble Rostro— a las Ferias del Libro latinoamericanas. «Por ejemplo, en Uruguay, a ese festival de poesía en el 2013 me llevé algunos libros de estas dos editoriales y la gente se tiró encima, porque nunca antes habían llegado. Entonces sí, efectivamente existía un público aquí adentro y un público afuera. Lo que no existía eran editoriales en Ecuador.»¹⁸ Y esa fue justamente su fijación para lanzarse en su emprendimiento literario, con sede en la ciudad de Cuenca: existían autores ecuatorianos, con demanda de lectores nacionales y en el exterior, cuyas opciones de publicación eran muy limitadas debido a la falta de editoriales en el país. Germán Gacio, quien es director editorial y actualmente, por la pandemia y la reducción de recursos, ha vuelto a cubrir otras funciones como la corrección y diagramación, se asocia con Alejo

¹⁸ Germán Gacio, entrevista en la Palier Café Libro, enero del 2022.

Hernández, quien participa con un perfil más bajo desde Argentina, sobre todo con el diseño editorial a su cargo. Así nace La Caída Editorial.

A la primera fundación, en 2012, Gacio la denomina como “falsa”, en el sentido de que se hizo el lanzamiento de un libro, sí, pero originalmente este no tenía intenciones de fundar un sello, sino que era parte de una colección de la antigua editorial argentina de Germán, Nulú Bonsái. «La Caída iba a ser la colección de autores latinoamericanos», por eso, el primer libro que se edita es uno de Santiago Vizcaíno, *Matar a mamá*, en julio de 2012. «Por ciertos problemas con uno de mis socios antiguos terminó saliendo el libro, pero no bajo el sello de Nulú Bonsái, sino bajo el sello de La Caída.» Poco más de un año después, en octubre de 2013, el escenario ha cambiado y La Caída tiene, finalmente, su verdadera fundación, con los lanzamientos de tres libros, uno por cada colección que presentan, de dos autores ecuatorianos y una venezolana: Ernesto Carrión, Gabriel Paz y Ely Rosa Zamora, respectivamente. Actualmente, Germán cuenta la historia de las dos fundaciones y las compara con las de Quito y Buenos Aires, porque le parece curiosa la coincidencia.

Víctor Malumián y Hernán López Winne consideran que uno de los aspectos que permitirían evaluar y distinguir a un editor independiente es conocer las bases económicas de su editorial y/o de dónde proviene su capital.

Una editorial independiente no puede ser parte de un grupo económico, ni tomar sus decisiones editoriales con base en las presiones de los accionistas. Sus publicaciones no pueden estar reducidas solamente a alcanzar sus objetivos de venta. Sus decisiones tienen que estar marcadas por una apuesta ideológica, estética y cultural.¹⁹

Es una definición importante dado que ahí radica la respuesta de Germán Gacio cuando se le pregunta si La Caída Editorial se considera independiente, aunque él mismo no

¹⁹ Hernán López Winne y Víctor Malumián. *Independientes...* Pág. 9

esté del todo de acuerdo con el término. Para él, toma relevancia el aspecto de la apuesta sin depender de lógicas mercantiles, las cuales no le interesan a la hora de publicar un libro. Es importante para su microempresa el tener el control absoluto por sobre su catálogo y no depender de instituciones públicas o privadas, además de no recibir dinero de nadie, sino que su sustentabilidad se dé por las mismas ventas que va generando con los nuevos lanzamientos. «La editorial se sostiene en medida que todo dinero que entre de la venta de un libro se va para hacer otro libro», y con esta estrategia se han mantenido en el mercado desde el 2012, consiguiendo así que se genere una autonomía tanto editorial como económica.

La tendencia entre los editores se orienta a pensar en el libro como producto (cultural, pero producto al fin) particular, diferente a cualquier otro, pero que entra en una cadena de valor y que, para que una editorial subsista, debe venderse. [...] Como empresa de cultura, el término empresa obliga a pensar en un negocio, en una actividad en la que se apunta a ganar dinero, en la escala que sea, y en consecuencia a calcular costos, a prever ventas y a proyectar posibles ganancias.²⁰

A grandes rasgos, se hicieron preguntas acerca del aparato de marketing en el que se sustenta La Caída. En primer lugar, en esta editorial no resalta o no es primordial la noción de competencia; es decir, no se detiene a mirar a su entorno u otras editoriales como una amenaza para sus ventas, sino que las considera un complemento al aporte bibliodiverso del ecosistema sano del libro del que son parte, o bien, que pretenden ayudar a construir.

[...] por ejemplo, yo publico el primer libro de Mariuxi Balladares y después, a los cuatro años, publica otra editorial otro libro de Mariuxi Balladares. Yo no voy a decir “qué vergüenza, me está robando un autor”, no, para nada. Al contrario, voy a decir “qué maravilla que existe otra editorial con otro aparato de marketing,

²⁰ Hernán López Winne y Víctor Malumián. *Independientes...* Pág 17

con otra fuerza para darle vida a este libro nuevo, pero que de algún modo está complementando mi libro anterior”. Eso no es competir, al contrario, es complementarse.

De igual forma, se preguntó qué se consideraba, entonces, para los nuevos lanzamientos, en términos de que con cada uno estarían apostando por un nuevo autor o una nueva idea, y a modo de reducir el margen de incertidumbre en el que se encasillan la mayoría de editoriales pequeñas, ¿qué se hacía? Su respuesta fue que, justamente, al no tener los recursos de otras editoriales “con mucha plata” o personas que se especialicen en el área de prensa y marketing, se apoyan mucho en la polifuncionalidad y el ingenio del editor, Germán, quien propuso hacer una prueba con la modalidad de preventa en una FIL de Quito, en octubre de 2019, justo antes de la pandemia. Cuenta que ese libro, *Formas de incendiar el día*, de Juan Carlos Cabezas, no se presentó como tal en la feria por una serie de discrepancias políticas, pero por parte de la Asociación de Editores, ellos sí tenían un stand en la FIL. Un mes o quince días antes se realizó una preventa, y al autor se le pidió que fuese al stand a firmar esos libros que se iban a entregar ese día en la feria. A esta estrategia, Germán Gacio la describió como un éxito, ya que solo en preventa se vendieron 90 libros y el autor estuvo tres días firmando esos ejemplares más otros que se vendieron, con lo que se cubrieron todos los gastos del libro.

Después, vino la pandemia y empezamos a adaptar ese mismo sistema, excepto que ya no había presencialidad, pero sí adaptamos el poner a preventa el libro durante un mes antes de mandarlo a las librerías o al circuito de distribución tradicional. Entonces, durante un mes, hacemos una preventa en la que el libro se envía a domicilio y el costo de envío lo asumimos nosotros, lo cual es absurdo,

pero genial para el lector. En algunos casos también lo mandamos autografiados por el autor. Así es como nos manejamos ahora en pandemia.²¹

En esta estrategia, se demuestran no solamente las convenciones que se toman en cuenta para la venta de nuevos libros, sino que también denota lo presente que tiene esta editorial a su público lector, lo cercanos que son a ellos; una cercanía que no se logra en editoriales comerciales debido a un interés a vender masivamente, no personalizadamente. Otro aspecto importante que resaltar es que sus precios se ajustan a un rango bastante accesible, ya que se mantienen entre los \$10 y \$15 dólares, lo que a un lector le resulta cómodo al ser un valor que estaría dispuesto a pagar sin demasiado rodeo.

Así, se evidencia que la labor editorial de Germán Gacio los últimos diez años, con 60 títulos editados y publicados por La Caída, ha dado cuenta de sus objetivos iniciales con su proyecto cuando empezaba a imaginarlo: crear un catálogo de literatura ecuatoriana contemporánea joven y visibilizar la literatura ecuatoriana en el exterior. La idea era brindar ese espacio que no existía para los autores ecuatorianos, y por esto sus políticas editoriales y criterios de publicación se mantienen en esta línea; cuando piensan en autores jóvenes, se refieren a escritores de menos de 40 o 50 años, pero también les interesa publicar autores con trayectoria. Otra de sus políticas es «recibir manuscritos constantemente. Tenemos dos momentos en el año en los que se hace la selección de estos manuscritos». Esto nos indica que esta editorial maneja convocatorias anuales y que se recepta literatura de diversos géneros, desde distintas áreas del país. Una de las interrogantes importantes de la entrevista fue si contaban con un comité editorial, a lo que se respondió que al inicio hubo lectores ciegos, amigos en quienes confiaba con un criterio de selección. Más adelante, se empezó a hacer un trabajo con estudiantes de Literatura de la Universidad de las Artes que hasta la actualidad se mantiene, bajo la modalidad de pasantías temporales.

²¹ Germán Gacio. Entrevista...

En cuanto a los tirajes que manejan, dicen que siempre hubo un mínimo de 500, máximo 1000, pero con la pandemia se vio reducido a 300 o 400, al no tener los canales de distribución de antes. «La mitad de nuestros tirajes se iban a las redes de distribución latinoamericana. 250 se quedaban en Ecuador y 250 se iban a estos otros países.» Su método de distribución a otros países fue por muchos años llevar libros en las maletas, ya que de otro modo no era rentable en lo absoluto. Enviar un solo libro a Brasil tiene un costo de \$60. Ni hablar de cuánto sería el costo de envío de 50 libros. En ese sentido, el problema está en la falta de políticas públicas que permita esta exportación editorial, que apoye la distribución de libros editados en Ecuador hacia el resto de Latinoamérica y el mundo.

1.1.1.1 **Identidad de marca**

El nombre de La Caída se propuso para algo que, inicialmente, iba a ser completamente diferente. La idea al principio no era solo hacer libros, sino hacer una cerveza por cada libro, teniendo en cuenta la filosofía de que nadie lee, pero todo el mundo toma cerveza. «Entonces comprabas una y te venía un libro de regalo»; aunque nunca utilizaron este método, se quedó el nombre por la conexión que se hacía con el concepto de la cerveza “tirada”, además de tener sus connotaciones filosóficas/metafísicas. «También nació de un libro de Albert Camus, que se llama *La Chute*, o *La Caída* en francés» y, por último, se dice que les atraía el concepto de Martin Heidegger del “ser caído”, un momento metafísico del trauma o experiencia negativa donde el ser se da cuenta del ser en sí mismo, y cae. «Esa era un poco la idea: caer, publicar y darte cuenta que “sos”.»

Por la parte de la identidad gráfica, Germán Gacio comenta que eso fue el trabajo de Alejo Hernández, quien moldeó el diseño de las tres colecciones desde el inicio. «Yo le iba diciendo cómo era la idea de la identidad gráfica y él la iba plasmando en la computadora. Ahí creamos las tres líneas gráficas, los tres formatos, las tres características de las colecciones, que son las tres bastante distintas». Como son las colecciones que se

establecieron en un inicio y hoy se mantienen, su catálogo es reconocible y organizado, además que su línea gráfica resalta en el mercado por su consistencia y coherencia, un punto a favor a niveles de marketing.

1.1.1.2 Las tres colecciones del catálogo

Como se ha mencionado anteriormente, la identidad de la editorial está intrínsecamente vinculada al diseño de sus colecciones; tanto en concepto como en términos visuales, a cada una se le destinó un propósito que cumple a cabalidad y cuyo diseño permite que tanto la editorial como las colecciones sean reconocibles para el público lector.

En términos prácticos, suele señalarse que agrupar los títulos en colecciones permite que los títulos se sostengan mutuamente y que los autores consagrados abran las puertas del público a los menos conocidos. El diseño, que da características gráficas similares a los títulos de una misma colección, ayuda a que en las librerías se les reconozca como parte de un mismo conjunto.²²

Las tres colecciones de La Caída son las que se definieron desde su origen y las que se mantienen en la actualidad. Primero está la colección “cönyunta” (Imagen 1), a la que mandan los libros de literatura, ya sea poesía o narrativa, ecuatoriana. Sin embargo, la particularidad de esta colección es que la destinan para aquellos autores que hayan marcado ya una trayectoria, cuyo nombre tenga ya cierto reconocimiento en el medio. El cuidado que se le da a la edición, entonces, es distinto, y ahora veremos cómo.

En aspectos técnicos, esta colección mantiene un diseño bastante sobrio: el logo, los títulos y los nombres de los autores en las portadas (Imagen 1) están centrados, se utiliza mayormente la misma tipografía para estos. La posición de las ilustraciones recae justo en el punto medio de la portada. Bajo el logo, se coloca siempre el género al que pertenece el libro, en minúsculas. En las contraportadas (Imagen 2) se mantiene la caja de texto estable y la misma organización de elementos, como el código de barras y los datos de la editorial y de

²² Patricia Piccolini. *De la idea al libro...* Pág. 166.

autor. Los libros de esta colección incluyen solapa, en la cual se incluye el logo y una pequeña biografía del autor (Imagen 3). Las páginas de guarda se hacen con un papel de mayor calidad y del color que vaya acorde o juegue con los colores de la paleta de la portada. A la vez, se puede ver que es una edición más cuidada por estos detalles, más la decisión de hacer un diseño de colofón. Al respecto de estas elecciones del editor, Patricia Piccolini acota:

Para ciertas ediciones muy cuidadas, sobre todo de arte o diseño, y en especial para libros fuera de colección, el colofón representa una magnífica oportunidad para el lucimiento de editores y diseñadores, por lo que en esos casos difícilmente se deja de lado.²³

En el colofón (Imagen 4) o pie de imprenta, se tiene un detalle extra para con el lector, ya que en él no solo se proveen los detalles de la impresión y las tipografías utilizadas, como tradicionalmente se haría, sino que este propone cuatro citas que aportan al concepto de La Caída, entre las que se encuentran las de Albert Camus y Martin Heidegger. Adicional a esto, se encuentra una ilustración en blanco y negro.

Con la segunda colección, “región”, inauguraron este espacio para escritores que nunca habían sido publicados. Está dedicada únicamente a primeras obras, nuevas voces, ya sea que provengan de escritores jóvenes o no, pero la condición es que sea su primera experiencia publicando.

Los primeros libros de esta colección se caracterizaron por utilizar en sus portadas grafitis de distintos artistas latinoamericanos, a los que se fotografiaba y se intervenía con el texto, es decir, los datos del título y el nombre del autor.²⁴ Sin embargo, su diseño ahora se define como algo más libre, ya no necesariamente haciendo las portadas con fotografías de

²³ Patricia Piccolini. *De la idea al libro...* Pág. 131

²⁴ Las portadas de los tres primeros títulos se pueden observar en su sitio web: <https://lacaidaeditorial.wixsite.com/home/regin>

grafiti, sino acorde a la temática del libro (Imagen 5). Estos libros no cuentan con solapas; las contraportadas (Imagen 6) se mantienen en una alineación similar a la de la colección pasada, con la particularidad de que aquí se incluye el logo de la colección. La ilustración del logo, que son unas raíces de árbol, se presenta también en dos de las páginas preliminares: la página de créditos y la portadilla, a modo de fondo, lo que además de ser visualmente atractivo, hace que parezca que los datos de los créditos, el título y el nombre del autor son parte de estas raíces (Imagen 7).

La tercera y última colección se titula “las alas del escorpión” y está dedicada a antología y ensayo. «Esta es una colección un poco menos definida; es decir, sí estaba definido que iban a ser antologías, pero sí era un poco más latinoamericano al principio y no ecuatoriano.»

En cuestión de formato, Germán Gacio comenta que son libros más grandes y alargados por parte de los márgenes, a los que se les añadió 1 cm (Imagen 8), por cuestiones de que se requería un espacio más amplio para el ensayo; es una decisión pensada para las necesidades de los textos a publicar. Las ediciones se mantienen dentro de lo sencillo, sin uso de solapas; los diseños de portada varían y no necesariamente siguen un patrón, ya que algunas incluyen fotografía y otras no²⁵, y más bien se distinguen como parte de una misma colección por su tamaño. A esta colección no se le asignó un logo.

1.1.2 Diagnóstico: Cadáver Exquisito Ediciones (Guayaquil-Guayas)

“Letras deliciosas que se comen con los ojos” es el slogan de la editorial que ha estado ya diez años en el mercado y que da cuenta de un trabajo con el humor como medio para hacer un llamado a la lectura, a que los lectores se devoren la propuesta que les hace su editora. María Paulina Briones es la cabeza de esta editorial que se funda en 2012, tres años después de la apertura de la Casa Morada, un proyecto librero independiente y de iniciativas

²⁵ Aquí se puede ver la portada del primer libro de la colección: [https://lacaidaeditorial.wixsite.com/home/las-alas-del-escorpin](https://lacaidaeditorial.wixsite.com/home/las-<u>alas-del-escorpin</u>)

culturales en la ciudad de Guayaquil con sede en Urdesa, que apunta desde sus inicios a ser una estrategia de revalorización, intercambio y comercialización de libros que contribuya al desarrollo de la incipiente industria editorial independiente del Ecuador²⁶. La apuesta que hace Cadáver Exquisito se resume en la calidad, tanto de sus ediciones como de sus autores, que son mayormente ecuatorianos de todas las edades. «Pronto nos fuimos configurando como una editorial que publicaba autores ecuatorianos, y no necesariamente autores conocidos, sino que eran autores que estaban empezando en ese tiempo.»²⁷ En Cadáver Exquisito hay un trabajo con el gusto por la literatura “inútil”, en el sentido de que quizá muchos no verán el valor del autor hasta que indaguen en su contenido y se den cuenta por qué se tomó la decisión de publicarlos.

Gill Davies, en su libro *Gestión de proyectos editoriales. Cómo encargar y contratar libros*, hace una reflexión sobre el trabajo del editor, y comenta que «los editores honestos también confesarán que no siempre reconocieron desde el comienzo que un libro iba a resultar trascendente»²⁸. Con Cadáver Exquisito ocurre un poco lo contrario: les atrapa y causa interés un manuscrito justamente por su potencial de ser trascendente en la literatura ecuatoriana y latinoamericana, y lo publican con toda la seguridad de que merece la pena. Revisando su catálogo y sus ventas, se puede decir que, hasta ahora y en todos los casos, han acertado con sus intuiciones.

Uno de los puntos fuertes de esta editorial es el profesionalismo con el que están articulados desde sus inicios. Para el tiempo en que se empezó a gestar la editorial, Paulina Briones cuenta que había terminado ya su maestría en Edición de textos de la Universidad de Salamanca, en España. Como proyecto final, estuvo involucrada en la publicación de una novela gráfica, por parte de su sello de ese entonces, que compartía con personas de Perú,

²⁶ <http://www.uartes.edu.ec/sitio/librelibro/libre-libro-2019-3/editoriales/cadaver-exquisito-ecuador/>

²⁷ María Paulina Briones, entrevista vía Zoom, 23 de diciembre del 2021.

²⁸ Gill Davies. *Gestión de proyectos editoriales. Cómo encargar y contratar libros*. Traducción de Gabriela Ubaldini. (México: Fondo de Cultura Económica, 2005)

Colombia y México: Plop Ediciones. «Ese fue el primer libro en el que colaboré. Después, yo creo esta idea de Cadáver Exquisito, y siempre la concibo como una editorial de la que sé, o por lo menos tengo la intuición, de que va a ser muy disímil en cuanto a las publicaciones, en cuanto a los tipos de textos que publica.» La editorial se construye con base en el bagaje de experiencias profesionales de la editora, quien ya se había especializado en el manejo de estos procesos al comenzar su emprendimiento. Sin embargo, dice que su principal motivación fue siempre su gran amor por la literatura, ya que previo a su maestría, cursó esta carrera en pregrado.

En cuanto a qué tanto se relacionaban sus propias políticas con el término “independiente”, María Paulina Briones comenta que se la considera, ante todo, como una editorial autogestionada por ella misma, ya que «no es independiente de mí ni de los otros trabajos que yo hago»; sin embargo, no recibe fondos públicos y, por ende, no está sujeta a editar con fines prácticos y funcionales, por así decirlo. La sustentabilidad de su proyecto ha sido una labor que se ha llevado a cabo a través de distintas estrategias, pero siempre manteniendo la autonomía, lo que, según Malumián y López Winne, es lo que permite ese equilibrio entre la apuesta cultural y la venta. «Es casi imposible mantener la autonomía editorial si no se tiene autonomía económica»²⁹.

Al considerar el entorno en que se inserta, fue inevitable cuestionar si había algún rasgo distintivo que permitiese que Cadáver Exquisito resaltara entre la competencia, en el sentido de que la labor editorial también comparte vínculos con el marketing y esto es ineludible:

[...] en realidad nadie es independiente del mercado. Cada editorial marca un nicho o un público objetivo que tiene en mente. A medida que se construye el

²⁹ Hernán López Winne y Víctor Malumián. *Independientes...* Pág. 9

catálogo y la editorial suma títulos, esta relación se hace más estrecha y definida, sea de forma consciente o inconsciente.³⁰

La respuesta de su editora en jefe es que Cadáver Exquisito se aleja de la idea de hacer distinciones entre los grupos de edad de los autores; no quisiera especializarse de ningún modo en edades específicas, ya que creen que un buen texto puede provenir tanto de escritores importantes y con muchos años de trayectoria como de alguien que no ha publicado nunca.

Creo que hay escritores importantes que tienen ya un recorrido hecho, una carrera literaria y muchos años cumplidos, y también creo que hay escritores jóvenes que nunca han publicado y que también podrían estar en Cadáver Exquisito. Eso creo que es distinto. Y no me importan tampoco las modas, sino que me gusta ir descubriendo cosas.³¹

El equipo de trabajo de esta editorial ha pasado por algunos cambios, siendo la única constante el rol de su editora en jefe; por este motivo, otra de sus definiciones para su editorial, más que independiente, es que se trata de una editorial unipersonal. No obstante, se ha trabajado por casi diez años con una diseñadora, aunque este rol lo cumplía antes Andrea Fernández, quien fue la que hizo la imagen de la Casa Morada. A partir de que aparece Lina Meruane en el catálogo, comienzan a trabajar con la diseñadora editorial María Mercedes Salgado. Al respecto de incorporar al diseñador en las etapas tempranas del proyecto, Patricia Piccolini describe esta decisión como clave para que «el proyecto tenga unidad conceptual»³².

En efecto, la ida y vuelta entre diseñador y editor que caracteriza las aproximaciones a la maqueta definitiva ayuda a que el proyecto, en su conjunto,

³⁰ Hernán López Winne y Víctor Malumián. *Independientes...* Pág. 5

³¹ María Paulina Briones. Entrevista...

³² Patricia Piccolini. *De la idea al libro...* Pág. 241

vaya tomando forma, y es así porque el diseñador aporta una mirada considerablemente distinta de la del editor.

Se puede decir que esto ha tenido un impacto positivo en el carácter visual y la identidad de *Cadáver Exquisito*. Su editora comenta que trabaja en conjunto con su diseñadora, pero antes es absolutamente necesario que ella haya leído el libro. «Ella no crea ninguna portada sin antes haber leído los textos. Los lee y de ahí presenta las ideas, y tiene absoluta libertad para hacer las portadas, la verdad, porque creo que algo fundamental es respetar el trabajo de las diferentes instancias que colaboran en un proceso editorial.» Esta labor entre profesionales resulta fructífera en medida que haya un reconocimiento por el trabajo del otro; en ese sentido, se puede evidenciar que se ha logrado una complementariedad idónea para el trabajo editorial, y eso se evidencia en el catálogo descrito a continuación.

1.1.2.1 La primera publicación y las cuatro colecciones

El lanzamiento de la editorial se dio con un primer título, *Álbum de familia* de Gabriela Alemán. La obtención de ese manuscrito, para su editora, fue un poco un golpe de suerte, ya que se dio en un encuentro con la autora en una feria del libro y fue ella quien le ofreció el material para publicar.

Los buenos editores no solo determinan el éxito de una casa editora, sino que también suscitan mucho interés fuera de ella, en términos de relaciones públicas.

Pueden atraer a los autores con facilidad en razón de su reputación.³³

Adicional a esto, detrás de esa publicación también había una necesidad por difundir la literatura de Gabriela Alemán dentro de su territorio. En ese entonces, 2012, *Álbum de familia* había sido publicado en una editorial de Colombia; sin embargo, esta era una edición que no circulaba prácticamente nada dentro del país. «Me parece que Mr. Books tenía una importación de estos libros, pero no hacía nada con ellos, es decir, no los promocionaba ni

³³ Gill Davies. *Gestión de proyectos...*

nada». Entonces se embarcaron en ese proyecto, que tiene también un carácter anecdótico de cómo se realizó la portada de ese libro en interacción directa con sus lectores. A través del uso del blog de la editorial, que hace diez años eran bastante más transitados, se subieron propuestas para que el público votara por su favorita, y esa se escogería al final. «Y ganó una portada³⁴, que es la que diseñó Nuno Acosta, un diseñador súper interesante de Guayaquil.» Esta dinámica habla de cómo desde el inicio hubo un interés por involucrar a los lectores, en hacerlos parte de. El trato personalizado que se le da a los públicos continúa siendo una ventaja de las editoriales independientes por sobre las comerciales. Según Margarita Valencia:

La edición independiente ha prosperado en todo el mundo en la medida en que abandonó la idea de público anónimo que sostuvo a la industria editorial en el siglo XX y pudo restablecer [...] la asociación entre un lector específico y un producto editorial específico. Dicho de otra manera: la edición industrial trabaja para un público anónimo consumidor de productos estandarizados, mientras que la edición independiente trabaja en productos que apelan a grupos específicos de consumidores.³⁵

Las colecciones o sellos de la editorial son cuatro, empezando por “Hora Cero” (Imagen 9) al que pertenece esta primera publicación de la que se hablaba anteriormente. Esta es una colección en la que se encasillan los exponentes del relato o cuento, entre los que se encuentran, por ejemplo, las escritoras Marcela Ribadeneira con *Matrioskas* y Solange Rodríguez con *La Bondad de los Extraños*.

En cuanto a las portadas se puede apreciar que no necesariamente siguen un patrón: ni los títulos ni el logo se ubican en el mismo sitio o utilizan la misma tipografía; sin embargo,

³⁴ La portada se puede ver aún en dicho blog: <http://cadaverexquisitoediciones.blogspot.com/2013/06/post-1.html>

³⁵ Margarita Valencia. «La edición independiente. Condiciones generales sobre el caso colombiano», *Trama & Texturas* 37 (2018), 49.

los libros de la colección son similares y distinguibles por la gran presencia del trabajo gráfico, que predomina y llama la atención a primera vista. Las ilustraciones abarcan casi toda la dimensión de portada, sin quitar importancia al texto; el uso de una paleta de colores viva y brillante que contrasta con la dureza de los trazos negros y algo perturbadores de las ilustraciones. La elección de las tipografías se hace como un elemento gráfico más, que complementa a la composición lograda con el resto del diseño.

En las contraportadas (Imagen 10) se sigue haciendo énfasis al arte visual, con ilustraciones más conceptuales en comparación con las de la portada, predominando el uso de siluetas o sombras, en negro o en un solo color como el rojo. Sigue habiendo una jerarquía en la que la ilustración irrumpe con la caja de texto, para la cual se utiliza una técnica de ceñido, como se puede apreciar en la primera contraportada (Imagen 10). Aquí también se muestra el logo del sello/colección, siempre junto al código de barras. Otro aspecto para destacar es el diseño de las páginas de guarda (Imagen 11) que se hacen en blanco y negro, y cuya gráfica también se relaciona con el diseño de portada.

La siguiente colección es “Cajas Chinas”. En esta, se ubican los autores de narrativa o novela, y entre los que figuran nombres que hoy cuentan con un gran prestigio dentro de la literatura ecuatoriana, como son Ernesto Carrión, Mónica Ojeda y Salvador Izquierdo, entre otros.

Para esta colección (Imagen 12) hay un distintivo, y es que visualmente, las portadas denotan mayor “seriedad” comparadas con la de la colección pasada, en la que se apreciaban diseños más libres e incluso, rebeldes. Continúa habiendo una presencia importante de la ilustración, pero también se le da un mejor encuadre al texto. Al ser un sello de novela, el formato y la extensión de los libros requiere de otras características, como de un material más duro de cubierta y el uso de solapas (Imagen 13).

En las contraportadas (Imagen 14) se ve que a la derecha se ubica una parte de la ilustración de portada, su continuación, por así decirlo. Mantiene la coherencia con la paleta de colores elegida y la alineación de las cajas de texto son similares y ordenadas.

Luego, está el sello de literatura infantil, “Circo”, que de momento solo cuenta con una publicación: *Paula, Hija de la Luna* de Ivette Ruiz Lacoste.

Por último, se encuentra la colección “Cría Cuervos”, dedicado exclusivamente a poesía.

1.2 Sobre las publicaciones hechas en la provincia de Santa Elena

1.2.1 Diagnóstico: Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión” núcleo Santa Elena

Al tratarse de una investigación para la instauración de un sello editorial en la provincia de Santa Elena era ineludible indagar acerca del que podría llamarse el único centro de publicaciones conocido y activo en la zona. Se le denominó así por encontrar un término que se aproximara más a la labor que se ha estado realizando desde alrededor del 2008, ya que, en una entrevista con su actual director provincial, Félix Lavayen (2017-actualidad) se dictaminó que, pese a que sí publican libros de autores peninsulares, no se consideran ni se promocionan como un sello editorial.

La CCE núcleo Santa Elena ha funcionado como institución provincial desde el 2008; sin embargo, en 1998 ya se había instaurado una extensión de la Casa de la Cultura núcleo del Guayas, y a través de este nexo, se realizaron publicaciones de autores santaelenenses como el caso de Nicanor de J. Alejandro R., con su poemario *Anclas de la ternura*, cuya edición se analizará más adelante.

Se puede decir que el interés por conocer de estos procesos que se llevaban a cabo para la publicación de un libro en esta institución fue el motor que suscitó esta investigación. Cuando hablamos de la edición como uno de los eslabones importantes de la cadena del libro,

y según el manual Patricia Piccolini, tenemos entre manos lo que se conoce también como un proceso de gestión del error³⁶. Por tanto, se entiende que disminuir el margen de error con los que pueda salir un libro es directamente proporcional al trabajo de los profesionales detrás de esa publicación. Si bien es cierto que, para los lectores, el trabajo del editor, el corrector y el diseñador debe ser relativamente “invisible”, en el sentido de que un libro que no llame la atención porque esté mal escrito o diagramado pobremente, ya es un libro que cumplió bien con su propósito base; sin embargo, no hay que tomar estos procesos a la ligera: sigue siendo una labor profesional que debe, idealmente, ser ejecutada por profesionales.

A diferencia de otros campos, donde los procedimientos están mucho más estandarizados y se revisan periódicamente, la actividad editorial es de procedimientos laxos, sobre todo en los países donde no está del todo profesionalizada. La idea de que se trata de una actividad creativa, del campo cultural, la no distinción entre -en términos de Chartier- la puesta en texto y la puesta en libro, o en el trabajo del autor y el trabajo del editor, y la invisibilidad del buen trabajo contribuyen a este desdibujamiento de los procedimientos.³⁷

Bajo la gestión actual de la Casa de la Cultura se ha hecho un esfuerzo por cumplir estos roles y llevar de una mejor manera el proceso del libro, ya que, en gestiones pasadas, este había sido un proceso bastante lento y precario. Como diría Piccolini, en los libros «los errores son especialmente reveladores»; en este caso, nos marcan una pauta de evolución entre las publicaciones del 2008 de la CCE Santa Elena y las que ven la luz en la actualidad: ha habido un cambio positivo, sí; sin embargo, se sigue evidenciando un déficit dado el manejo improvisado que se le da a los formatos, las portadas, las correcciones, la elección del arte gráfico, entre otros. Es decir, no hay profesionales del libro involucrados en los procesos y es notorio cuando se tiene el producto final entre manos.

³⁶ Patricia Piccolini. *De la idea al libro...* Pág. 211

³⁷ Patricia Piccolini. *De la idea al libro...* Pág. 211

Félix Lavayen, director provincial y oriundo de la provincia de Santa Elena, cuenta que su propia trayectoria como autor estuvo marcada desde sus inicios por la dificultad de no saber cómo ni dónde publicar. En ese entonces tenía 24 años y quiso publicar su primer libro de poesía. «Lo hice con mis propios recursos: busqué una imprenta simplemente, pedí que me imprimaran, me cobraron un valor y apenas imprimí 100 libros. Comencé a venderlos y no me fue muy bien, apenas vendí unos 25 o 30 libros y los otros 70 los terminé regalando.»³⁸ Comenta además que, a lo largo de los años, este ha sido un caso que ha visto que sucede con otros autores de la provincia: tiene un manuscrito original entre manos pero, al no haber profesionales del área editorial en la Península, simplemente se dirigen a una imprenta, pagan un valor y obtienen su libro en físico para la venta, el cual distribuyen y promocionan por sí mismos, ya que tampoco existe esa figura del editor/gestor/agente literario que haga esto por ellos. En la página de créditos, la imprenta suele figurar como editorial.

Esto es algo que Lavayen ha buscado cambiar, en la medida de lo posible, con su dirección en la CCE. Dada su trayectoria y experiencia en el manejo de los procesos del libro que ha ido adquiriendo de manera autónoma, él dice que hace el intento por que un libro cumpla con las características necesarias para su publicación y venta. Cuando se le preguntó acerca de cómo se receptaban los manuscritos, qué se hacía con ellos y, sobre todo, si contaban con la asesoría de profesionales de la edición, contaba que él es el primer filtro por el que pasa un manuscrito original, con el que realiza una primera revisión. «Si considero que la temática de ese libro es importante, que tiene buenas características de redacción, yo hago ese primer filtro y digo “esto vale la pena”.»³⁹ Posterior a esta primera selección, el director convoca a un comité académico conformado por profesionales de la Lengua y Literatura, que además se especialicen en la temática o género del que será el futuro libro. Cada uno realiza

³⁸ Félix Lavayen, entrevista vía Zoom, enero del 2022.

³⁹ Félix Lavayen, entrevista...

su revisión individual, previo a la reunión en la que se decide si les parece que el libro puede publicarse o no con el sello de la CCE.

Ahora bien, lo que sucede con esos manuscritos es que los procesos de gestión del error por los que necesariamente debería pasar un libro antes de imprimir no son llevados a cabo por correctores de estilo, de texto o cualquiera de sus ramas. Patricia Piccolini, en su manual, señala por lo menos tres instancias por las que debería pasar el texto, que son el *macroediting*, *microediting* y la corrección de estilo. «Tres lecturas que atienden, cada vez, a cuestiones diferentes, primero las más globales y luego las particulares.»⁴⁰ Es en esta etapa en la que deberían hacerse distintas revisiones por personas capacitadas para ello para solucionar no solo los errores ortográficos, sino de estructura, de sentido, de adecuación, entre otros que van de lo macro a lo micro. En la Casa de la Cultura, la labor que más se acerca a la corrección se da por parte del mismo comité académico, ya que, una vez aprobado, estos comparten sus aportes y se reúnen a trabajar con el autor para mejorar su texto, siempre y cuando, este se encuentre dispuesto a hacerlo.

Ha habido veces en las que el comité se reúne con el escritor y les dicen qué tienen que cambiar, y el escritor cambia y lo mejora. Hay libros que, por otra parte, están listos para publicar, sin necesidad de mayor cambio. Esa es la primera fase, con este comité, que como te digo, revisan ortografía, sintaxis, redacción y un sinnúmero de cosas.

Esto quiere decir que personas ajenas a la profesión editorial, pero cuya experiencia en la Literatura les “acredita” en cierta manera para realizar este trabajo —al menos según el criterio de esta institución—, son las que intervienen en las etapas de *editing* y corrección de un libro de la CCE. Y aquí es donde ocurre un problema muy grave: al haber este desconocimiento y pensar equivocadamente que un lector regular puede suplir las funciones

⁴⁰ Patricia Piccolini. *De la idea al libro...* 338

de un lector profesional, como son los editores y correctores, ocurre que por consecuencia un producto libro vaya perdiendo calidad, y que vayan apareciendo los inevitables errores.

No obstante, y como se mencionó anteriormente, se hace un esfuerzo por establecer estos filtros; el comité se encarga de seleccionar aquellos manuscritos cuya estructura no sea algo demasiado visto, que su redacción sea prolija y que maneje un tema de interés. Además, verifican que no se trate de un plagio, ya que ha habido casos en los que, cuenta Félix Lavayen, les llegan escritos que aparecen hasta con el 60% de coincidencia con otros libros.

En el área del diseño, maquetación y diagramación sucede un escenario similar: no se contratan diseñadores editoriales, sino que se buscan artistas, pintores o dibujantes de la misma Casa de la Cultura para que realicen las ilustraciones de portada o las que se incluyen en el cuerpo del libro. También ha habido casos en que los mismos autores ya tienen un borrador de cómo quieren que se vea su portada; otros que no saben qué quieren, por lo que acuden a quien dirige la imprenta con la que trabajan, la imprenta Coronel, y allí les elaboran su diseño.

El caso de esta imprenta es que la gran mayoría de publicaciones de los últimos años, de la CCE u otros, en Santa Elena han salido de allí. Félix Lavayen relata que esta es la imprenta con la que trabajan directamente para sus nuevos lanzamientos, y que con ellos realizan el “trabajo técnico” del que se encarga quien asume el rol del editor, en este caso, Gonzalo Coronel. En su imprenta se hacen las correcciones a través de un programa informático, él maqueta el libro y diseña de tres a cuatro borradores de portada para elegir una junto con el autor. Cuando está listo el libro en digital, él se encarga de la tirada y el armado, y con eso ya lo tiene listo para su distribución y venta.

La pregunta que cabe hacerse aquí no es si es posible autopublicar o autoeditar un libro de texto o cualquier otro libro de similar complejidad —con la tecnología disponible, reitero, para hacer un libro no se necesita de ningún proceso editorial

ni del concurso de ningún editor—, sino si esta publicación va a alcanzar un estándar mínimo de calidad, por no decir un estándar internacional de calidad, al que deberíamos necesariamente apuntar.⁴¹

1.2.1.1 La evolución del catálogo

En términos de catálogo, y como se mencionó anteriormente, se ha denotado una cierta evolución con el paso de los años y con los cambios en la dirección de la CCE núcleo Santa Elena. Los primeros ejemplares que se hallaron para su análisis fueron obtenidos del repositorio de la Biblioteca Municipal; el primero y más antiguo data del año 2005, y se detalla en su pie de imprenta que fue realizado en los talleres gráficos de la CCE núcleo del Guayas, que en ese entonces estaba bajo la dirección del Dr. Luis Félix López. *Anclas de la ternura*, un poemario de Nicanor J. Alejandro Reyes (Imagen 15) no pertenece a ninguna colección o sello; en la página legal no mencionan a ningún profesional que haya estado involucrado en el proceso de edición. Sí cuenta con ISBN, sin embargo.

En términos de diseño, su portada carece de mayor identidad y la elección de elementos gráficos no favorece en absoluto la presentación del libro: su fondo no se distingue por la baja calidad de la imagen, y la que está superpuesta es una fotografía sin editar, que parece que fue colocada de manera aleatoria. La tipografía del título no tiene mayor relevancia visual, se siente muy común y el sombreado no contribuye demasiado a la estética que podría lograrse, lo mismo que sucede con el color. La paleta de colores en general no es distinguible ni identificable. El nombre del autor aparece en letras muy pequeñas en la esquina superior derecha, igualmente, con una tipografía aleatoria. Uno de los errores encontrados en esta edición, en cuanto al armado del libro, fue el desfase de las páginas (Imagen 16) las cuales posiblemente se movieron en la impresión, y cuyo resultado fue esta

⁴¹ Patricia Piccolini. *De la idea al libro...* Pág. 215

superposición desigual que hace que parezca “mal cortado”; en general, baja la calidad de la presentación.

Otro de los ejemplares encontrados fue una de las antologías de poesía santaelenense, y este señala que fue editada en el 2008, es decir, cuando la CCE ya tenía una sede en la provincia. Este libro, *Pensamiento poético peninsular* (Imagen 17) sí pertenece a una colección, “Guasango”, y sus ilustraciones tanto de portada como del cuerpo del libro fueron hechas por un artista gráfico de la CCE, bajo el pseudónimo “Camilos”. Aquí ya se empieza a notar un intento por realizar una ubicación de elementos más ordenada, al utilizar los bordes superior e inferior para los títulos y los datos de la CCE, respectivamente. Sin embargo, el espacio predominante lo ocupa la ilustración, la cual da la impresión de haber sido hecha a mano y escaneada, ya que sus trazos de coloreado son muy duros y notorios. Nuevamente, una elección de tipografía en el título que no favorece, y más bien se trata de un tipo de letra en desuso. En la contraportada se puede observar que se le han plasmado los datos que corresponderían a la página legal dentro del libro, pero que se encuentran en esta disposición en el exterior. Nada favorecedor ni práctico en cuestiones de diseño. En el interior, también se pueden observar unos márgenes (Imagen 18) demasiado cortos, lo cual es un problema sobre todo para las etapas de pre prensa, ya que se corre el riesgo de que en el guillotinado se corten partes del texto si este se encuentra demasiado cerca de la unión de las páginas.

Por otro lado, el actual director afirma que se han realizado alrededor de 20 publicaciones desde que comenzó su gestión, con un presupuesto anual de \$6000, aproximadamente, destinados a la edición de libros. Por tiraje, se calcula que se utiliza un presupuesto de entre \$800 a \$1000, lo que, dependiendo del grosor del libro, alcanza para 500 a 1000 libros. Al autor se le entrega siempre el 33% del tiraje, y los trámites tanto del ISBN como del registro de Propiedad Intelectual son llevados a cabo por la institución; no obstante,

todo se le entrega al autor a su nombre en caso de que quiera utilizar sus derechos de autor a futuro en otra edición de su libro.

Las colecciones que maneja actualmente la CCE núcleo Santa Elena son dos: “Marejada” y “Huancavilca”.

En “Marejada” se agrupan aquellos libros de escritura creativa, ya sean novela, poesía, cuento u otros géneros. En cuanto a diseño de colección, podemos decir que está mejor pensado: tiene más uniformidad y sus portadas empiezan a comunicar más asertivamente el contenido del libro. El punto débil es, más bien, la composición de las imágenes. Para la portada de la derecha (Imagen 19) evidentemente se han elegido los elementos correctos: un título en la parte superior, lo que le da jerarquía, los datos de autor visibles en la esquina inferior izquierda. Pero los elementos gráficos en conjunto no logran el cometido de que todo funcione en armonía, sino que, por el contrario, impera el desorden y da la impresión de que algunos fueron colocados de manera aleatoria. Las imágenes de la mariposa y la ballena, por ejemplo, no logran dar la ilusión de perspectiva, por lo que se ven como si estuvieran al mismo nivel. Esto hace incoherente sus tamaños, que la mariposa sea más grande que la ballena no es posible. Además, la resolución de la imagen de la ballena es muy baja y contrasta con el resto de los elementos que tienen la calidad adecuada: esto se debe a la falta de cuidado en el diseño en digital, ya que la calidad recomendada para la impresión de gráficos se debe mantener entre 200 a 300 dpi.

En “Huancavilca” publican libros de historia, investigación y temas de estudio, en general. A cada colección se le destina anualmente \$3000 de presupuesto.

Capítulo 2: Propuesta sello editorial

A partir de esta investigación, en la que se ha mostrado una necesidad por atender desde el área de la edición profesional en la provincia de Santa Elena, surge el sello editorial Martini Ediciones, como parte de un proyecto macro de edición independiente del Ecuador, como es Editorial Sangría. El eje de acción de Martini Ediciones es la publicación en físico de literatura producida en la península de la Costa ecuatoriana, y cuyos géneros de interés son especialmente la narrativa, la poesía y la no ficción.

2.1 Identidad del sello

Logo



Misión

Inaugurar un espacio de servicios editoriales y asesorías a precios accesibles para autores peninsulares, nóveles o de trayectoria, en el que se prioriza la calidad y el cuidado de las ediciones a publicar.

Visión

Ser parte de la apuesta por nuevas voces de la periferia, brindar la oportunidad a autores peninsulares de acceder a un equipo profesional de edición y diseño para sus publicaciones y poner en circulación sus libros a nivel provincial y nacional.

Políticas editoriales

Martini Ediciones se caracteriza por hacer de los procesos editoriales profesionales una prioridad, al tiempo que se atreve a ser aquello que representará una nueva etapa para todo lo que abarque producción literaria dentro de la provincia de Santa Elena. Este sello editorial se concibe como un organismo vivo apenas naciente que busca generar un cambio y hacer de la literatura producida junto al Mar, que se incluye en su nombre, un referente nacional de

calidad y que transgrede fronteras, ya que creemos que la concentración del mercado editorial en las capitales es lo que deviene en una carencia para las demás ubicaciones geográficas.

En Martini Ediciones se parte del criterio profesional de un comité que evalúa los manuscritos con particular respeto por el autor y su obra; nos interesa primordialmente la variedad y los nuevos acercamientos al género: poesía contemporánea, narrativas que trascienden el molde y en cuanto a no ficción, hacemos hincapié en la divulgación cultural, el arte y la tradición, la investigación y cualquier escritura de lo real que aporte al conocimiento de las culturas ancestrales de nuestra región.

Partimos de la intención de tener un catálogo selecto, en el cual, los autores que pertenecen a este tendrán cubiertas todas las necesidades que demanda la cadena del libro, para el cual proponemos una financiación mixta, en la que se aprovechen los recursos que nos provean y con los que aportaremos, con el fin de lanzar al mercado una publicación en físico de calidad y que puedan ser reconocidas a nivel nacional por este motivo.

Público objetivo

El catálogo de Martini Ediciones está pensado para un público lector adulto, sobre todo aquellos afines a la literatura ecuatoriana/latinoamericana; sin embargo, también está pensado para un acercamiento a lectores más jóvenes, estudiantes e investigadores.

2.2 Identidad visual del sello y línea gráfica

Para los elementos visuales que compondrán la identidad de este sello, se propone, en primer lugar, un logo que representa gráficamente el concepto artístico que se maneja en la editorial, la cual, al ser parte del proyecto Editorial Sangría, está relacionado con el juego de palabras del alcohol y el texto. La particularidad y la elección del uso de la figura del Martini tiene que ver con un uso lúdico de sus elementos, con los ingredientes que componen esta bebida en sí. En el logo se puede observar un degradado de colores en donde se encontraría el líquido

dentro de la copa; esto se debe a que se trata de un Martini que cambia de color cuando ocurre una reacción al añadir un nuevo ingrediente, que puede ser limón, y que transforma completamente su presentación y lo convierte en algo nuevo. Se puede decir que esto funciona a manera de metáfora: la literatura que existe en la provincia de Santa Elena es la bebida “base”, a la cual se le añade el “ingrediente” de la calidad y el profesionalismo para hacer de las publicaciones algo fuera de lo ordinario.

Para lograr tal objetivo, se hace la siguiente propuesta visual para los diseños:

LOGOTIPO



VERSIÓN MONOCROMA



Versión en blanco.



Versión en negro.

PALETA DE COLORES



HEXADECIMAL:
#1E1749

RGB:
R=30 G=23 B=73

CMYK:
C=100 M=100
Y=39 K=39



HEXADECIMAL:
#573682

RGB:
R=87 G=54 B=130

CMYK:
C=81 M=90
Y=10 K=1



HEXADECIMAL:
#8C6CA8

RGB:
R=140 G=108
B=168

CMYK:
C=53 M=63
Y=4 K=0



HEXADECIMAL:
#D1A7C2

RGB:
R=209 G=167
B=194

CMYK:
C=20 M=41
Y=10 K=0

TIPOGRAFÍAS LOGOTIPO

**ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ**

Fuente: *Onyx*
Aplicación: Logotipo

*ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ*

Fuente: *Basic Sans Light SF Italic*
Aplicación: Logotipo

TIPOGRAFÍAS

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

Fuente: *LEMON MILK LIGHT ITALIC*
Aplicación: Nombre del autor/a

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

Fuente: **LEMON MILK REGULAR**
Aplicación: Títulos, portada

TIPOGRAFÍAS

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

Fuente: Rockwell Regular
Aplicación: Cuerpo del texto

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

Fuente: **Rockwell Bold**
Aplicación: Capítulos

2.3 Presupuestos

Dado que se trata de un sello editorial autogestionado, la consideración tanto de los costes de producción como distribución es importante para un buen manejo tanto de la empresa como de los derechos de autor. Martini Ediciones propone la elaboración de un escandallo

editorial⁴² que apremie las necesidades de cada publicación y cubra tanto con el pago de los servicios editoriales de un pequeño equipo (diseño y corrección), más un porcentaje para el autor y otro que corresponda a la distribución en ferias y librerías independientes a nivel nacional.

En resumen, del PVP del libro se desglosarán los siguientes gastos:

- 15% para el autor
- 30% gastos de edición e impresión
- 30% distribuidor
- 30% librereros

De tal manera que, si se maneja un PVP accesible de alrededor de \$10 (esto variaría dependiendo de la complejidad de la edición y/o el género del libro), para un tiraje de 300 ejemplares tendríamos idealmente el siguiente desglose:

PVP	Autor	Editor	Distribuidor	Librero
\$10	15%	30%	30%	25%
300 ejemplares vendidos	\$150	\$300	\$300	\$250

2.4 Catálogo

El sello editorial Martini no se centrará en la composición de colecciones, pero sí agrupará las publicaciones de acuerdo con su género literario, siendo la primera categoría: poesía.

La propuesta de la primera publicación de poesía es realizar una edición de poesía completa o selecta de un poeta contemporáneo santaelenense, el cual ya ha sido reconocido por premios

⁴² Se refiere a un desglose de los gastos de creación de un objeto, en este caso, el producto libro. Aquí un ejemplo/modelo de referencia: https://drive.google.com/file/d/1RKD_8WmRXnywqVXwHXZ1-uIFwZ9QaGBC/view

internacionales y ha sido publicado en coedición con Cadáver Exquisito dentro del país: Luis Franco Gonzáles.

La segunda publicación se dirigiría al género narrativo, y para este, la propuesta es publicar a otro autor de trayectoria como es Félix Lavayen, quien ha manifestado que se centra actualmente en la escritura de narrativa. Específicamente, vendría a formar parte del catálogo de Martini con su novela *Ángeles somos, del cielo venimos, pan pedimos*, título que mencionó en la entrevista de esta investigación que tiene interés en publicar.

Para la no ficción, se publicaría un título que ha sido el resultado, de igual manera, de una tesis de grado, de la mano de una autora santaelenense emergente, Génesis Pilay Vera. Con sus crónicas acerca de la comuna Las Balsas ha realizado un acercamiento sensible, pero real a la vida y costumbres de los habitantes de esta zona, y de igual manera ha logrado relatar la historia del lugar y su conexión intrínseca con las familias. Este título formaría parte del catálogo de Martini como su tercera publicación.

Conclusiones

A modo de cierre, en este apartado se ubicarán las reflexiones finales y los logros tanto de la investigación de campo como la aplicación técnica, y se definirá si es equivalente o, en su defecto, de qué modo difiere de los resultados que se esperaban al inicio de este trabajo.

A lo largo de este proceso se propuso realizar, en primer lugar, un acercamiento a modo de análisis del funcionamiento de las editoriales independientes y, específicamente, qué tan desarrollado se encuentra en la actualidad este ámbito de la edición/actividad en nuestro país. Se han logrado reunir los aspectos más relevantes de los conceptos de lo independiente, lo bibliodiverso; en ese sentido, se cumple con realizar una base teórica sólida que fue necesaria para la posterior aplicación a la parte técnica, ya que permitió comprender mejor el panorama en el que se inserta la propuesta que se está creando. Antes de iniciar dicho recorrido bibliográfico, las incertidumbres conceptuales eran mucho más predominantes, he ahí la importancia del proceso de aprendizaje que se realizó en el camino de una amplia búsqueda de referencias que otros profesionales de la edición y dedicados a los estudios editoriales han dejado a su paso, y que fueron ciertamente de mucha ayuda. Fue especialmente revelador el material encontrado proveniente de otros países de Latinoamérica, cuyo sector editorial se encuentra más desarrollado y sus caminos de la profesionalización están mejor trazados. Hablamos, por supuesto, de países como México, Colombia y Argentina, cuyos profesionales del libro y sus criterios son algunos de los principales referentes teóricos y técnicos de esta investigación aplicada.

Fue ciertamente un logro de la investigación de campo el ampliar los estudios ya realizados sobre territorio ecuatoriano acerca de edición independiente; en cierta manera, se pensaba inicialmente en los diagnósticos como una forma de abarcar aspectos de mercado, creación y evaluación de los productos libro que se producen desde estas editoriales. Se puede decir que esto se ha cumplido en su mayoría, y las muestras que se recogieron de cada

uno de los catálogos fueron las suficientes para mostrar el trabajo profesional que se ha realizado, o bien, detectar aquellos libros a los que les ha faltado poner atención en el área técnica, y discernir las causas por las que han ocurrido ciertos errores específicos en cada una de las ediciones.

Con la aplicación de entrevistas se consiguió realizar un análisis más directo, una vista desde el interior de estas editoriales con conceptos y políticas más bien disímiles, y que, sin embargo, esto termina siendo un punto positivo para el ecosistema del libro en el país porque inyecta constantemente una variedad de nuevos autores y literatura en potencia. Por otro lado, el diagnóstico realizado a la Casa de la Cultura núcleo Santa Elena fue un terreno fértil para ahondar en la problemática propuesta al inicio de este trabajo, además de haber sido la oportunidad de aplicar un análisis con conceptos teóricos que respaldaron en todo momento las premisas o falencias que se iban encontrando.

Ahora bien, cabe mencionar que se partió de una problemática que atañe al sector editorial principalmente, pero no se cree que este sea el único sector de la industria cultural al que deba dirigirse nuestra atención. Un punto importante que concluyo es que la elaboración de un sello editorial para la publicación de autores peninsulares no será sustentable si antes no se fortalece la formación de públicos lectores, si no se genera un verdadero interés por la literatura producida en la provincia y en Ecuador. La editorial como proyecto de industria cultural es apenas incipiente en Santa Elena porque antes se tiene que fortalecer otra: la formación de público lector, la mediación lectora.

Por último, se conoce que la edición, especialmente en Ecuador, es un campo en el que todo está por hacerse. La iniciativa de realizar un sello que sea funcional dependerá también de un trabajo de equipo que irá creciendo sobre la marcha, ya que, como recomendación final, se hace hincapié en que este tipo de proyectos requieren de una adquisición de experiencia, de competencias específicas, y muchas de ellas se logran uniendo

fuerzas entre varias personas; por eso los editores independientes suelen asociarse con al menos una o dos personas más, formar pequeños equipos de diseño y corrección, para sacar adelante un proyecto de este calibre.

Bibliografía

- Arranz, Guillermo. *El mercado del libro en Ecuador*. Quito: ICEX España Exportación e Inversiones, 2012. Versión PDF. Acceso el 27 de noviembre de 2021. <https://www.scribd.com/document/219207521/El-mercado-del-libro-en-el-Ecuador-pdf>
- Benalcázar Jácome, Deysi. «Turbina y Vestigio, dos editoriales independientes: voces, líneas editoriales y formas de circulación del libro.» Tesis de maestría. Universidad de los Andes, 2019.
- Bértolo, Constantino. *La cena de los notables*. Buenos Aires: Mardulce, 2015.
- Bourdieu, Pierre. «Una revolución conservadora en la edición», en *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires: Eudeba, 1999.
- Davies, Gill. *Gestión de proyectos editoriales. Cómo encargar y contratar libros*. Traducción de Gabriela Ubaldini. México: Fondo de Cultura Económica, 2005.
- Esteves Fros, Fernando y Jorge Vanzulli. «Administración de una empresa de cultura», en *El mundo de la edición de libros*. Buenos Aires: Paidós, 2002.
- Hawthorne, Susan. *Bibliodiversity. A manifesto for independent publishing*. North Melbourne: Spinifex Press, 2014. Acceso el 3 de diciembre de 2021. ProQuest Ebook Central.
- Maradei, Pablo. *Administración editorial: herramientas útiles*. Buenos Aires: Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Buenos Aires, 2013. Versión PDF. Acceso el 6 de noviembre de 2021. <http://repositorio.filo.uba.ar/bitstream/handle/filodigital/4171/Administracio%CC%81n%20de%20la%20empresa%20editorial%20-Maradei.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- López Winne, Hernán y Víctor Malumián. *Independientes, ¿de qué? Hablan los editores de América Latina*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 2016.

Piccolini, Patricia. *De la idea al libro. Un manual para la gestión de proyectos editoriales.*

Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 2019. Versión en PDF.

Sánchez, Mishel. «Realidades a las que se enfrentan editoriales y autores al momento de publicar un libro en Ecuador», *El Universo*, 30 de abril de 2021. Acceso el 29 de noviembre de 2021. https://www.eluniverso.com/entretenimiento/libros/realidades-a-las-que-se-enfrentan-editoriales-y-autores-al-momento-de-publicar-un-libro-en-ecuador-nota/?fbclid=IwAR37xUbDuxTIq1IokYEjo_Z9LJR0s1hYnrXiQ7LpJ6T1AySKX50FZfJqP_8

Valencia, Margarita. «La edición independiente. Condiciones generales sobre el caso colombiano», *Trama & Texturas* 37 (2018)

«El libro ecuatoriano en cifras» *El Universo*, 20 de octubre de 2019, acceso el 29 de noviembre de 2021. <https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2019/10/20/nota/7566374/libro-ecuatoriano-cifras/>

Anexos

Imagen 1. LA CAÍDA. Tres libros de la colección “cönyunta”.



Imagen 2. LA CAÍDA. Contraportadas colección “cönyunta”.

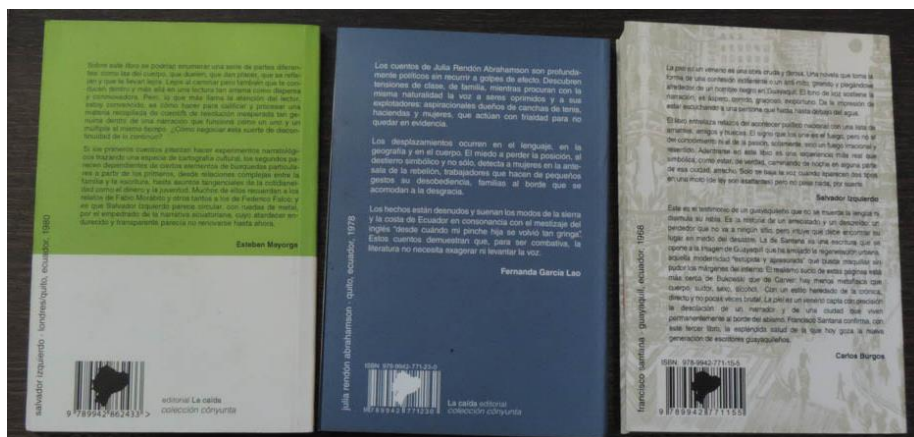


Imagen 3. LA CAÍDA. Ejemplo solapas y páginas de guarda de la colección “cönyunta”



Imagen 4. LA CAÍDA. Diseño de colofón.

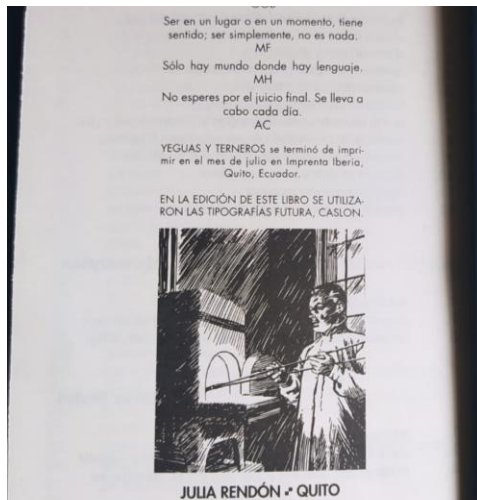


Imagen 5. LA CAÍDA. Dos libros de la colección “región”.



Imagen 6. LA CAÍDA. Contraportadas colección “región”.



Imagen 7. LA CAÍDA. Páginas preliminares con ilustración de la colección “región”.

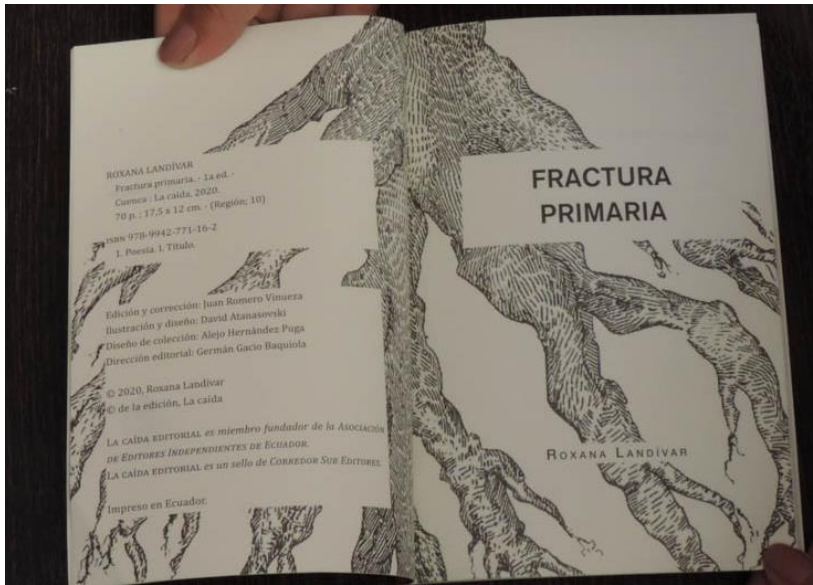


Imagen 8. LA CAÍDA. Dos libros de la colección “las alas del escorpión”.



Imagen 9. CADÁVER EXQUISITO EDICIONES. Tres libros de la colección “Hora Cero”



Imagen 10. CADÁVER EXQUISITO EDICIONES. Contraportadas de la colección “Hora Cero”



Imagen 11. CADÁVER EXQUISITO EDICIONES. Arte gráfico de las páginas de guarda de la colección “Hora Cero”.



Imagen 12. CADÁVER EXQUISITO EDICIONES. Dos libros de la colección “Cajas Chinas”.



Imagen 13. CADÁVER EXQUISITO EDICIONES. Solapas de la colección “Cajas Chinas”.



Imagen 14. CADÁVER EXQUISITO EDICIONES. Contraportadas de la colección “Cajas Chinas”.



Imagen 15. Casa de la Cultura Ecuatoriana. Portada y contraportada de *Anclas de la ternura* (2005)



Imagen 16. Casa de la Cultura Ecuatoriana. Error del armado de páginas.

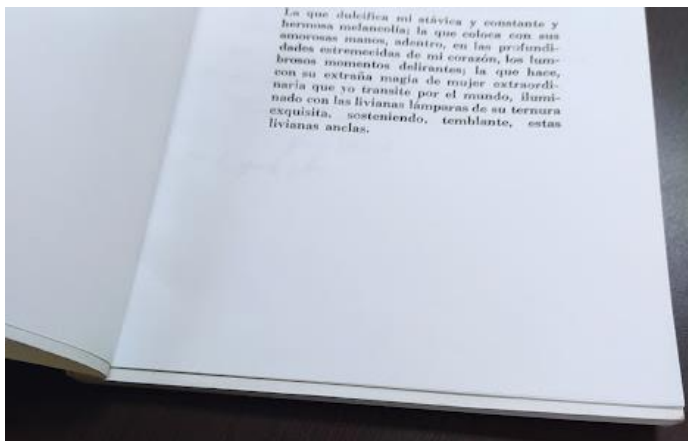


Imagen 17. Casa de la Cultura Ecuatoriana. Portada y contraportada de *Pensamiento poético peninsular* (2008)

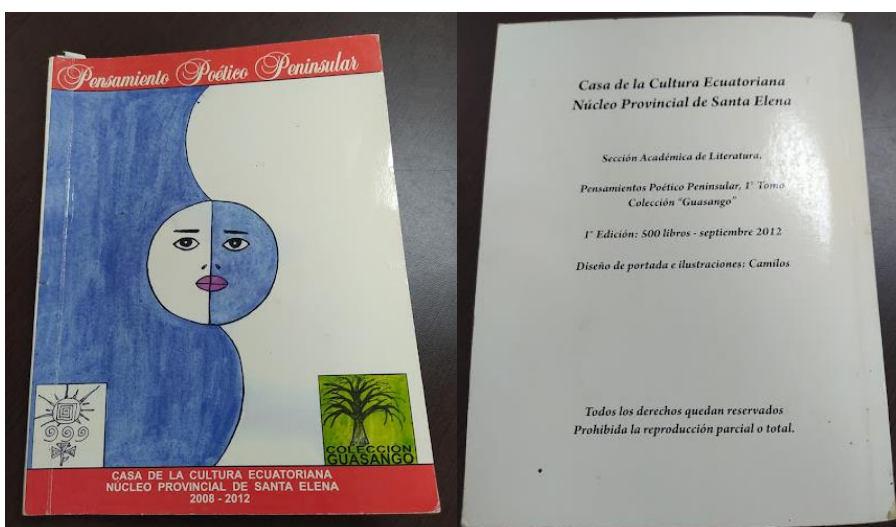


Imagen 18. Casa de la Cultura Ecuatoriana. *Pensamiento poético peninsular* (2008)

Márgenes



Imagen 19. Casa de la Cultura Ecuatoriana. Portadas de la colección “Marejada”.



ENTREVISTA 1 – LA CAÍDA EDITORIAL

¿Cómo y cuándo se funda su editorial?

Bueno, La Caída tiene dos fundaciones, así como Quito y la ciudad de Buenos Aires, curiosamente. El primer libro que sale es el de *Matar a mamá*, un libro de Santiago Vizcaíno, en julio del 2012, para la Feria del Libro de Lima. Esa es como la primera fundación, pero es una fundación falsa, en el sentido de que La Caída originalmente iba a ser una colección dentro de mi otra editorial argentina, Nulú Bonsái, entonces La Caída iba a ser la colección de autores latinoamericanos. Por ciertos problemas con uno de mis socios antiguos terminó saliendo el libro, pero no bajo el sello de Nulú Bonsái, sino bajo el sello de La Caída. La segunda y verdadera fundación es en octubre del 2013, cuando salen tres libros juntos de Ernesto Carrión, Gabriel Paz y Ely Rosa Zamora. Los tres libros se presentan en el festival de poesía de Montevideo, en Uruguay. En febrero del 2014, yo me mudo a Ecuador definitivamente. Ahí es la verdadera fundación de la editorial.

¿Se considera La Caída una editorial independiente?

Depende de lo que consideres independiente, pero yo diría que sí. Desde mi punto de vista, por muchas cosas, más allá de que yo no esté del todo de acuerdo con el término independiente. En mi caso creo que lógicamente somos independientes, ya que no dependemos de dinámicas o lógicas mercantiles, no dependemos de ningún tipo de institución sea pública o privada, no recibimos dinero de absolutamente nadie. En ese sentido sí seríamos independientes.

¿Cuáles fueron las motivaciones detrás del comienzo del proyecto o la idea inicial?

La idea inicial, en la primera fundación, era crear una colección de autores latinoamericanos, tanto de poesía como narrativa. La idea original en la segunda fundación fue centrarnos en la literatura ecuatoriana fundamentalmente, ya no solamente Latinoamérica. Pero como todavía estaba esta idea inicial, los tres primeros títulos son dos de autores ecuatorianos y una de una autora venezolana/neoyorquina. Evidentemente, seguía estando esa idea de lo latinoamericano. Sin embargo, el motor fundamental de esta segunda fundación se dio con mi asentamiento acá en Ecuador, que fue crear un catálogo de literatura ecuatoriana contemporánea joven, por lo general siempre con autores de menos de 40 años. Hay algunos casos especiales. Básicamente la idea era visibilizar la literatura ecuatoriana en el exterior.

¿Cuántos años les tomó construir su catálogo? ¿Qué géneros publican? ¿Se dividen en colecciones?

La línea editorial se definió desde el inicio. Definimos que íbamos a ser una editorial de literatura ecuatoriana de autores jóvenes o de hasta 50 años. También se definió desde el comienzo la idea de las tres colecciones; de hecho, los tres primeros libros salieron uno por colección. Está la colección “cönyunta” para literatura, sea poesía o narrativa, ecuatoriana,

pero para autores que ya han tenido cierto proceso editorial, una trayectoria. Después está la colección “región”, dedicada únicamente a primeras obras, para escritores jóvenes o no jóvenes que sea su primer libro, su primera experiencia publicando. Y está la colección “las alas del escorpión” dedicada a antologías. Esta es una colección un poco menos definida; es decir, sí estaba definido que iban a ser antologías, pero sí era un poco más latinoamericano al principio y no ecuatoriano. Pero desde el principio estaban definidas las tres colecciones, y esas siguen siendo las colecciones de ahora.

¿Qué es lo que diría que les distingue de la competencia u otras editoriales?

Primero, en competencia no creemos. Al menos yo no creo. Yo no creo que una editorial compita con otra, sino que una editorial se complementa con otra para crear un ecosistema del libro sano. Para lograr esto se necesitan muchas cosas, una de ellas es la bibliodiversidad, otra es la idea de pensar que no existe competencia, sino que existe complementación. Digo esto porque, por ejemplo, yo publico el primer libro de Mariuxi Balladares y después, a los cuatro años, publica otra editorial otro libro de Mariuxi Balladares. Yo no voy a decir “qué vergüenza, me está robando un autor”, no, para nada. Al contrario, voy a decir “qué maravilla que existe otra editorial con otro aparato de marketing, con otra fuerza para darle vida a este libro nuevo, pero que de algún modo está complementando mi libro anterior”. Eso no es competir, al contrario, es complementarse.

¿Cuáles son sus criterios de publicación/políticas editoriales?

Un poco eso, trabajar con autores ecuatorianos jóvenes, menores de 50 años, y luego también con autores que tengan trayectoria. Recibir manuscritos constantemente, tenemos dos momentos en el año en los que se hace la selección de estos manuscritos. Las políticas editoriales serían dar un espacio a los autores, una posibilidad más, digamos, para que puedan ver su obra publicada. Anteriormente, hace unos 20 años, antes del 2010 que fue cuando yo llegué acá, existían Ruido Blanco y Doble Rostro que nacieron en el 2008, 2009. Después existían El Conejo, Eskeletra, El Ángel Editor, que son tres editoriales, pero que hacen servicio editorial; es decir, no existe una construcción de catálogo en esas editoriales, lo que quiere decir que reciben una cantidad de dinero y publican tu libro, sin importar la calidad ni el contenido. Otra opción que tenían los autores antes del 2010 era ganar algún premio literario para ser publicado; por ejemplo, el premio Pólit de la PUCE, algún premio en la Casa de la Cultura o el Encuentro de Literatura en Cuenca, etc. Esas eran las oportunidades que tenían de publicar. Las otras opciones eran publicar con las sedes de la Casa de la Cultura, que eso siempre se supo que era una publicación “de amigos”. Es decir, si uno tenía un amigo de turno en la presidencia de la Casa de la Cultura, te iba a publicar. Si no era tu amigo, no te publicaba. No había ningún tipo de criterio en estas instituciones. Sigue sin haberlo. Entonces, esas eran las opciones. O bien, publicar en Perú, México o España, como hacían los autores como Ernesto Carrión, porque aquí no había editoriales, no había posibilidades. Entonces también fue un poco eso, nuestra idea: brindar esa posibilidad a los autores ecuatorianos de que sí tengan una editorial ecuatoriana que esté construyendo un catálogo, que confíen en una editorial ecuatoriana y no confíen solamente en España, que

empiecen a mirar que para crear un ecosistema del libro se necesita no solo de librerías, editoriales y políticas públicas, sino que se necesita que los autores confíen en ese ecosistema, en su propio territorio. Que se den cuenta de que una editorial ecuatoriana puede ser mejor que una multinacional, como Random House.

¿Cuál era el nicho/público lector que tenía en mente al momento de fundar la editorial?

Bueno, yo venía a trabajar desde el 2010 en las ferias del libro. Venía con el proyecto Corredor Sur, que era básicamente una unión de editoriales de toda Sudamérica. Entonces, existía un público que leía los libros que yo traía, que no eran de Ecuador, justamente. Traía libros de otros países. Después, los libros de Ecuador, los poquitos que existían, como los de Ruido Blanco y Doble Rostro, yo los llevaba a otros países y sí existía ese interés. Por ejemplo, en Uruguay, en ese festival de poesía en el 2013 me llevé algunos libros de estas dos editoriales y la gente se tiró encima, porque nunca antes habían llegado. Entonces sí, efectivamente existía un público aquí adentro y un público afuera. Lo que no existía eran editoriales en Ecuador. Pero no, digamos que nunca pensé profundamente en ese tema, solo sabía que existía.

¿No se pensaba, por ejemplo, en la dificultad que causaría que hubiera un nivel tan bajo de lectura en Ecuador?

Sí, por supuesto, eso lo supe desde el año 2010 que llegué a Ecuador. El nunca ver una persona en un bus con un libro, el poco interés que había en las ferias del libro por cierto tipo de libros, pero sí había gran interés por otros como de autoayuda o *Padre rico, padre pobre*, esos. Después de eso, ya cuando me vinculé más acá, ya viviendo acá en el 2014, con el CERLALC que vino a hacer esa asesoría para el Ministerio de Cultura, que es de donde salieron esos datos alarmantes. Un gran editor argentino, que fue una especie de mentor, Leandro de Sagastizábal, que fue director de Planeta, FCE y el sistema de bibliotecas argentino, una vez en el 2014 estaba contándole de este dato, que es que se lee medio libro al año. Y él me dice: “Germán, ¿por qué sigues insistiendo y publicando libros en Ecuador? ¿Por qué no solo publicas medios libros?” Y claro, si se lee medio libro, ¿para qué voy a publicar un libro entero? Tenía toda la razón. Lo pensé, pensé en empezar a publicar medios libros y dejar las últimas cien páginas vacías a ver qué pasaba, a ver si alguien se daba cuenta.

¿Cómo está conformado su equipo de trabajo? ¿Tienen comité editorial y/o equipo técnico?

Eso ha ido cambiando con los años. Lo único fijo que existe es mi persona y un compañero en argentina que es socio y amigo, Alejo Hernández. Él se dedica un poco más a la parte de diseño, pero no siempre porque no tiene tiempo. La editorial nació entre los dos. Se llama La Caída porque en ese momento, yo le llevo a Alejo unas máquinas que tenía mi hermano para producción de cerveza artesanal porque él quería ponerse a hacer cerveza. La idea nació porque íbamos a empezar a hacer cerveza y se quería que la editorial, llamada La Caída, que es como la cerveza “tirada”, hiciera una cerveza por cada libro que saliera. Íbamos a hacer

una tirada de cervezas al mismo tiempo que hacíamos el libro, con la filosofía de que todo el mundo toma cerveza, pero nadie lee, entonces comprabas una y te venía un libro de regalo. Esa era una de las ideas originales. Nunca lo hicimos, pero era central. Entonces el equipo siempre fueron esas dos personas, o persona y media, y después según los años, según la posibilidad de la vida, se iba agregando gente. Lectores siempre hubo, pero eran lectores ciegos; mis amigos, en los que confiaba. Después trabajamos varios años con estudiantes, actualmente también lo hacemos. También, en algún momento, hemos tenido algún diseñador fijo en el staff, cuando teníamos la posibilidad de contratar gente, pero ahora con la pandemia volvió a ser todo de cero. A ser esta persona y media que se ocupa de todo. Ahora, yo volví a corregir, diagramar, editar, diseñar la tapa, hacer los contratos, hacer absolutamente todo. Como volver a los 20 años. Entonces, no, eso varía. La editorial se sostiene en medida que todo dinero que entre de la venta de un libro se va para hacer otro libro, entonces no es que yo ni Alejo tengamos un sueldo, nosotros nunca vimos un dólar de la editorial y nunca lo vamos a ver, supongo.

¿Cuál es el tiraje que manejan con sus publicaciones? ¿De qué depende que este sea mayor o menor?

Por lo general, siempre fue mínimo de 500, en una ocasión se hizo de 800 o de 1000. 500 por una cuestión del tipo de impresión, que es en offset, en la que hacer menos de 500 no es muy conveniente. Si se hace menos, convendría más hacer la impresión digital. Después, en el 2018, comenzamos a hacer 400 en offset de algunos títulos; por ejemplo, lo que era poesía y narrativa hacíamos 500. Actualmente, en la pandemia, empezamos a hacer 300 o 400, porque no tenemos los canales que teníamos. La mitad de nuestros tirajes se iban a las redes de distribución latinoamericana. 250 se quedaban en Ecuador y 250 se iban a estos otros países. Ahora con la pandemia que no hubo posibilidad de hacer envíos al exterior o llevar los libros en las maletas en nuestros viajes, que era más o menos el método de distribución que teníamos, el más económico, porque enviar un libro de acá a Brasil sale a \$60, imagínate a cuánto sale enviar 50. Sería inviable, así que lo que hacíamos nosotros era ir directamente a la feria de México, de Bogotá, de Santiago de Chile, y en nuestras maletas llevar los libros, dejárselos al distribuidor y que él se encargue de distribuir. Eso, los últimos dos años fue imposible, por lo que empezamos a acortar las tiradas, primero porque acá el mercado también se achicó; si ya era chico, aún más en pandemia. Si bien, nuestros libros pueden ser baratos (van de \$10 a \$15), realmente uno duda si gasta \$10 en un libro o si se los ahorra para comprar leche. Al tiempo que se achicó el mercado, se achicaron las posibilidades de distribuir libros a otros países, ya que no hay cómo viajar, no hay cómo enviar libros, así que estos últimos años pasamos a hacer tiradas de 300 o 400.

Hablemos de la distribución de sus libros. ¿Cómo distribuyen su catálogo a nivel nacional?

El catálogo se distribuye solamente con librerías independientes. No utilizamos cadenas, lógicamente jamás vamos a trabajar con Mr. Books o Librimundi. Actualmente llegamos a un acuerdo con la librería Española, después de varios años de conversar, entonces a partir de

este año vamos a distribuir en la Española. Luego está la presencia en ferias. Esos serían nuestros canales, justamente un poco para reforzar el falso ecosistema del libro que acá no hay, además de apoyar al librero independiente y no darle el beneficio o apoyar a los monopolios libreros. Tenemos una visión clara y coherente de lo que decimos que somos.

¿Qué aspectos de marketing consideran para sus nuevos lanzamientos?

No tenemos la suerte que tienen otras editoriales con mucha plata de tener una persona encargada del área de prensa y marketing. Todo lo hacemos... yo (risas). Entonces, justo antes de la pandemia, probamos por primera vez en la feria de diciembre del 2019 en Quito el método de preventa. Fue buenísimo probarlo porque poco después vino la pandemia, y en la pandemia adoptamos esa prueba que habíamos hecho; lo hicimos con *Formas de incendiar el día*, de la colección región, un libro de cuentos de Juan Carlos Cabezas. Lo hicimos porque no se iba a presentar el libro en la feria; nosotros estábamos en desacuerdo con la organización de la feria debido a lo que había pasado en octubre del 2019, así que decidimos no hacer ninguna actividad de la editorial en la feria. Por supuesto, participamos de la feria porque era coorganizada por la Asociación de Editores. Nosotros teníamos nuestro stand. Pero decidimos no hacer ninguna actividad oficial. Entonces este libro iba a aparecer en la época de la feria, pero lo que hicimos fue hacer que el autor en lugar de presentarse venga a firmar libros en nuestro stand. Para eso, hicimos una primera preventa de un mes o quince días, donde se vendieron aproximadamente 90 ejemplares, y entonces esos 90 ejemplares iban a ser entregados en la feria. Eso fue un éxito porque el autor estuvo como tres días firmando los 90 ejemplares, más otros que se vendieron, y con eso ya habíamos cubierto todos los gastos del libro. Después, vino la pandemia y empezamos a adaptar ese mismo sistema, excepto que ya no había presencialidad, pero sí adaptamos el poner a preventa el libro durante un mes antes de mandarlo a las librerías o al circuito de distribución tradicional. Entonces, durante un mes, hacemos una preventa en la que el libro se envía a domicilio y el costo de envío lo asumimos nosotros, lo cual es absurdo, pero genial para el lector. En algunos casos también lo mandamos autografiados por el autor. Así es como nos manejamos ahora en pandemia.

En cuanto al proceso creativo de su editorial. ¿Cómo está relacionado el nombre, el logo, el slogan, la línea gráfica de las colecciones y los diseños de sus portadas?

Bueno, eso fue creado con Alejo, por eso se le hizo socio, sin estar presente continuamente. Él es profesor de edición en la Universidad de Buenos Aires, un tipo multifacético que puede editar, corregir, diagramar, diseñar, hacer lo que quieras. Yo en ese entonces, hace 10 años, ni siquiera había abierto Photoshop e Illustrator. Así que le pedí ayuda a Alejo para que moldee un poco el diseño de las tres colecciones. Yo le iba diciendo cómo era la idea de la identidad gráfica y él la iba plasmando en la computadora. Ahí creamos las tres líneas gráficas, los tres formatos, las tres características de las colecciones, que son las tres bastante distintas. Con el nombre, como te digo, iba a ser una colección de otra editorial. Tiene varias aristas: una de ella es la de la cerveza, que te contaba, porque nosotros hacíamos eventos con esa editorial donde vendíamos cerveza y hacíamos la promoción de que comprabas una, o te costaba un

poquito más, pero te llevabas un libro, chiquito. Nació de eso, también nació de un libro de Albert Camus, que se llama *La Chute*, o La Caída en francés. También por un concepto de Heidegger de la filosofía metafísica que es “la caída” o el “ser caído” que tiene que ver con ese momento metafísico del trauma o una experiencia negativa donde el ser se da cuenta del ser en sí mismo, y cae, y en ese momento se da cuenta que es “ser”. Esa era un poco la idea: caer, publicar y darte cuenta que “sos”.

ENTREVISTA 2 – CADÁVER EXQUISITO EDICIONES

¿Cómo y cuándo se funda su editorial?

La editorial se funda en el año 2012. Eso significa que se funda tres años después de que nace La Casa Morada, ya que esta nace en 2009. En 2012 yo creo la editorial; para esta época yo ya he terminado mi maestría en Edición de textos de la Universidad de Salamanca, y mi proyecto final fue un proyecto grupal donde creamos un sello editorial que se llamaba Plop Ediciones. Estaba conformado por personas de Perú, Colombia, México, y bueno, ese fue nuestro trabajo final. Publicamos un libro que se llamaba *La lavandería*, una novela gráfica, construida con textos de personas con distintas discapacidades que trabajaban en una lavandería en Barcelona. Ese fue el primer libro en el que colaboré. Después, yo creo esta idea de Cadáver Exquisito, y siempre la concibo como una editorial de la que sé, o por lo menos tengo la intuición, de que va a ser muy disímil en cuanto a las publicaciones, en cuanto a los tipos de textos que publica. Así, registro el nombre, encuentro un estudio jurídico (me parece que era Urbanos y asociados, que se dedicaban a este tipo de trabajos), con el que hacemos toda la búsqueda en el IEPI, y finalmente inscribimos los logos y todo, cosa que no había hecho con La Casa Morada, con esta no tengo ninguna cosa inscrita, pero sí con Cadáver Exquisito.

¿Qué géneros publican? ¿Se dividen en colecciones?

Concibo inicialmente cuatro sellos, o cuatro colecciones diría, que son una colección para Narrativa o Novela, que es “Cajas Chinas”, otra para Relato o Cuentos que se llama “Hora Cero”, y también creo el sello infantil que es “Circo” y el de poesía que es “Cría Cuervos”. El primer libro que publico es en Hora Cero, que es el sello de cuentos, y es el de *Álbum de familia* de Gabriela Alemán. Ocurre todo de manera muy casual: Gabriela Alemán está en una feria de libros en Quito, nos encontramos, le cuento mi proyecto de la editorial y me dice: “Yo tengo un libro, si quieres, para publicar”, entonces le digo que por supuesto, sin pensar; son esas cosas de suerte que ocurren. Y así ella me entrega su *Álbum de familia*, que había sido publicado antes en Colombia, pero que no había venido el libro a Ecuador como tal; me parece que Mr. Books tenía una importación de estos libros, pero no hacía nada con ellos, es decir, no los promocionaba ni nada. Yo me meto en esta historia de querer publicar estos cuentos de Gabriela en una mecánica de trabajo que era muy interesante porque en esa época todavía había un desarrollo y mucha lectura de blogs, y yo tenía en un blog en el que iba

colocando las portadas de los libros que creábamos para Gabriela, y la idea era que el público escogiera la portada del libro, para hacerlo más interactivo. Y ganó una portada, que es la que diseñó Nuno Acosta, un diseñador súper interesante de Guayaquil. Luego empezamos con las correcciones, yo imprimía, corregía en papel y se las mandaba a Quito a ella para que revisara; a veces no entendía muy bien la letra de Gabriela y entonces yo le decía: “Gabriela, aquí no se entiende, yo no entiendo bien qué dice” y ella me decía: “No importa, pon lo que tú quieras”, y yo no sabía qué hacer en ese momento; era la primera vez que estaba editando algo o que iba a hacer un trabajo cercano a la edición.

Pero bueno, esa fue la primera publicación. Y como toda primera publicación tiene errores de procedimiento. Yo no había calculado que Gabriela Alemán es una escritora que vende, conocida en todo el Ecuador. Y entonces yo solo saqué 250 libros, y eso fue un error, tuve que haber sacado por lo menos 500. De hecho, en la primera presentación en Guayaquil se vendieron casi la mitad de los libros, y en Quito se acabaron en la presentación. Pero gracias a ese libro yo pude financiar otros. Después de ese, publicamos *Historia sucia de Guayaquil*, de Francisco Santana, y después de ese, publicamos *L.A. monstruo* de Andrea Crespo. Y el cuarto libro fue otro de relatos de Marcela Ribadeneira, *Matrioskas*. Esos fueron los cuatro primeros títulos de Cadáver Exquisito; los cuatro se vendieron muy bien.

Pronto nos fuimos configurando como una editorial que publicaba autores ecuatorianos, y no necesariamente autores conocidos, sino que eran autores que estaban empezando en ese tiempo.

¿Se considera Cadáver Exquisito una editorial independiente? ¿Por qué?

Yo siempre digo que más que una editorial independiente es una editorial autogestionada, sobre todo. Porque no es independiente de mí ni de los otros trabajos que yo hago. Pero es autogestionada. Lo que sí ocurre en Cadáver Exquisito es que no hemos tenido el apoyo a través de fondos públicos para la editorial. Entonces eso es importante en alguna medida porque nos ocupamos de intentar vender los libros que hacemos. Yo no puedo tener los libros en cartones ni tener simplemente un título hecho porque sea “prestigioso” y porque es suficiente con que el libro se diagrame, se diseñe y esté listo, sino que me gusta trabajar en toda la cadena. Desde la edición hasta la distribución del libro. Entonces yo digo que es una editorial autogestionada por mí misma, y por diferentes estrategias que hemos hecho. Algunas veces hemos hecho estrategias de preventa que han funcionado, diría, bastante bien.

¿Qué es lo que diría que les distingue de la competencia u otras editoriales?

Yo creo que lo que nos distingue es que publicamos persona de todo tipo de edades. Yo, en lo particular, veo que ha habido una tendencia en publicar grupos específicos y personas jóvenes, entonces yo no quiero que eso le pase a mi editorial. Creo que hay escritores importantes que tienen ya un recorrido hecho, una carrera literaria y muchos años cumplidos, y también creo que hay escritores jóvenes que nunca han publicado y que también podrían estar en Cadáver Exquisito. Eso creo que es distinto. Y no me importan tampoco las modas, sino que me gusta ir descubriendo cosas. Por ejemplo, uno de los escritores que voy a publicar no ha escrito antes otro texto, es la primera vez que va a escribir y va a estar publicado. Entonces nadie lo conoce, es una total apuesta.

¿Cuáles son sus criterios de publicación/políticas editoriales? ¿En qué piensan cuando deciden apostar por un libro o por un autor nuevo? ¿Publican autores emergentes?

Mi criterio de publicación siempre es la calidad de las obras. A veces hay cosas que trascienden lo literario, que tienen que ver por ejemplo con un activismo como en el caso de Sara Arana. Eso también pesó mucho en su momento, ya que yo no tenía ningún libro como el de ella, y quise tener uno como ese en la editorial. Pero sobre todo es eso, una apuesta estética. Hay mucha gente que dirá que la apuesta estética es una apuesta política. Sin duda. Pero es una apuesta política/estética que está relacionada con la literatura en sí, y eso para mucha gente podría resultar descorazonador porque está un poco desvinculado de la “utilidad”, y entonces a mí me gustan las cosas inútiles.

¿Cuál es el tiraje que manejan con sus publicaciones? ¿De qué depende que este sea mayor o menor?

Son tirajes cortos, de 300 ejemplares. No todos, porque por ejemplo los de poesía son de 150 ejemplares, los libros de narrativa de 300. Solamente en el caso de escritores como Francisco Santana o Gabriela Alemán hemos hecho tirajes mayores. Si no me equivoco, en el caso de Gabriela hemos hecho entre 500 a 600 libros, me parece que con tres reimpresiones de *Álbum de familia*. En el caso de Francisco Santana hemos hecho tal vez 500, y él mismo ha hecho de su libro otras ediciones, por lo que él ha vendido alrededor de 1500 a 2000 libros de *Historia sucia de Guayaquil*, no necesariamente en relación de dependencia con la editorial, pero sí de él. También se hizo un tiraje mayor con *La desfiguración Silva*, con el que se hizo un total de 450 libros; 300 inicialmente y 150 después. Este año he pensado recoger algunos títulos y reimprimirlos, por primera vez en diez años.

¿Cómo está conformado su equipo de trabajo? ¿Tienen comité editorial y/o equipo técnico?

Siempre ha sido una editorial, yo diría, unipersonal, pese a que he trabajado en estos casi diez años con una diseñadora, que en una primera parte del trabajo editorial fue Andrea Fernández, que además se encarga de hacer la imagen de la Casa Morada. Y desde que aparece en el catálogo el libro de Lina Meruane comenzamos a trabajar con María Mercedes Salgado. Solo ha habido dos personas en esa responsabilidad, y hemos funcionado muy bien mientras ha durado esta unión. Durante los últimos tiempos, sí hay diferentes personas que hacen lecturas de los textos que nos llegan y personas externas que trabajan en la organización, por ejemplo, con los dossiers de prensa.

Entre otras, cuando hicimos el libro de Gilda Holst, sabía que este era un trabajo abarcador. Para la producción de este libro trabajamos con Carlos Burgos que finalmente hace el prólogo, es el editor del prólogo de este libro. También se une María Fernanda Pasaguay, que es una escritora; Evelyn Pacheco, una estudiante de Literatura de la Universidad Católica, ella hizo muchísimas de las correcciones. Luego también Sofía Bernal y Diego Cevallos hicieron el levantamiento de textos. Ahí ya son cinco o seis personas trabajando en un libro. En sí, sí hay colaboraciones de otras personas, cuando lo necesitamos.

Hablemos de la distribución de sus libros. ¿Cómo distribuyen su catálogo a nivel nacional e internacional?

Dentro del Ecuador, tratamos de que los libros estén en todas las librerías, excepto Mr. Books, y esto porque no recibe los libros, además que se toma un porcentaje desde el 35, a veces hasta el 40% sobre el PVP, lo que es enorme. Y también porque yo he encontrado una librería que también es grande, como la Española, que me parece que hace el papel de Mr. Books mucho mejor, y en donde los libros sí están colocados en mesas adelante o están en las vitrinas, y eso para los escritores ecuatorianos es súper importante y para las editoriales también. Esa diría que es como mi librería grande, pero también está la librería de Fondo de Cultura Económica, que también recibe todos nuestros libros y que nos trata muy bien. Asimismo, tenemos los libros en Rayuela. Esas son tres librerías importantes. Y luego tenemos unas un poco más pequeñas, tal vez, pero con un servicio más personalizado, como por ejemplo lo que hace Cosmonauta Librería, Tólstoi, el Café Librería Tres Gatos o Mediagua en Quito. En Napo, tenemos esta librería que se llama 31/12 que es de un escritor y que también les hemos entregado nuestros libros.

Pero obviamente para mí el canal principal de distribución es este, la Casa Morada. Mucha gente nos escribe y compra los libros directamente acá, hacemos servicio a domicilio, utilizamos Servientrega porque yo prefiero asegurarme de que los libros lleguen bien cuidados. A veces el cliente paga el envío o a veces lo pago yo, eso depende del acuerdo con el cliente.

Fuera de Ecuador, los libros han estado en el Fondo de Cultura en Bogotá, y también han estado en la Vaca Mariposa que queda en Buenos Aires. Algunos de nuestros libros también están en la Lata Peinada, en Barcelona.

¿Qué aspectos de marketing consideran para sus nuevos lanzamientos?

En realidad, quien dicta eso es el libro. Por ejemplo, con el de Gilda Holst, yo sabía que podíamos hacer una preventa porque hay una confianza sobre el nombre de la escritora que garantiza ese trabajo. Eso funcionó muy bien para financiar la publicación, ya que fue costosa. También hicimos preventa para *Un hombre futuro* y funcionó. Hemos tenido buena acogida con el tema de las preventas. El resto los colocamos de una forma tradicional. También intentamos estar en las ferias. Para mí sí es muy importante estar en la FIL de Guayaquil, la de Quito; me encantaría también que hubiera un circuito más grande. También tenemos los garajes de libros con las mesas específicas de Cadáver Exquisito, hasta en Libre Libro.

En cuanto al proceso creativo de su editorial. ¿Cómo está relacionado el nombre, el logo, el slogan, la línea gráfica de las colecciones y los diseños de sus portadas?

El nombre de la editorial lo creo yo, pero los primeros diseños y el logo los crea Andrea Fernández, y luego este trabajo lo retoma María Mercedes. Ese cambio fue un momento para repensar los libros y los materiales con los que los hacíamos, los formatos que utilizábamos. Decidimos cambiar a un libro de bolsillo que fuera más económico y que nos permitiera que el libro fuera más portable. Creo que el tamaño es portable; los puedes meter en una cartera, una mochila, es liviano, generalmente. María Mercedes tuvo libertad total para las propuestas de portada, que por supuesto ocurre una vez que ella ha leído el texto. Ella no crea ninguna portada sin antes haber leído los textos. Los lee y de ahí presenta las ideas, y tiene absoluta

libertad para hacerlas portadas, la verdad, porque creo que algo fundamental es respetar el trabajo de las diferentes instancias que colaboran en un proceso editorial.

A mí me interesa mucho el tema estético, a otras editoriales quizá no les importa tanto. Para mí la portada del libro tiene que ser algo que a mí me mata, de alguna forma. Cada libro que va saliendo, para mí, es el mejor. Si me preguntas cuál es el mejor libro te diré que el lanzamiento más reciente, y no hay nada mejor.

ENTREVISTA 3 – CASA DE LA CULTURA

Primero hablemos de su trayectoria como autor y gestor cultural. ¿Cuándo publicó su primer libro y cómo realizó la gestión de este?

Mi primer libro lo publiqué, más o menos, a los 24 años, y en realidad fue, más que una publicación formal, una iniciativa de en ese momento publicar un libro de poesía. Lo hice con mis propios recursos: busqué una imprenta simplemente, pedí que me imprimaran, me cobraron un valor y apenas imprimí 100 libros. Comencé a venderlos y no me fue muy bien, apenas vendí unos 25 o 30 libros y los otros 70 los terminé regalando. Eso pasó más o menos por el año 2000. Posterior a ello, ahí por el 2003, hice un proyecto que reunía a más escritores jóvenes para recibir talleres de escritores ya más tradicionales. Una vez que hicimos ese taller, cada uno aportó con varios libros. A este proyecto le denominé “Semillas, la poesía vive”. De allí salieron varios escritores. Publicamos 500 libros, asimismo, buscando una imprenta. Con esos ya nos fue un poco mejor porque éramos 10 escritores y a cada uno se le dio 50 libros para que los regalen o los vendan y sé que la mayoría los vendió. Pero me di cuenta de que la provincia no estaba preparada para recibir nuevos poetas o no se valoraban los libros de poesía. Entonces decidí hacer una pausa a mi escritura lírica y me fui por la narrativa. Es así como después, en el año 2008, hago ese cambio. Yo venía ya investigando temas identitarios, culturales e históricos de Santa Elena, y me atreví a publicar narrativa, con todas las circunstancias en contra. Al libro lo denominé *Mochica Sumpa: la historia continúa* en el que recolectaba relatos históricos, y me fue mucho mejor. Publiqué primero 1000 libros, buscando ya una imprenta que tenía ya conocimientos de lo editorial, acá en La Libertad, la imprenta Coronel. Vendí los 1000 libros, y como la gente me seguía pidiendo imprimí 1000 libros más, que se vendieron en tres meses más. Hasta ahora hay gente que me pide ese libro, pero ya dejé de publicarlo, pero se vendió bastante bien en su momento. Creo que *Mochica Sumpa* me abrió las puertas en el campo literario. Ahí la gente recién empezó a conocerme como escritor y como gestor cultural; me comenzaron a contratar para dar charlas y conferencias a profesores de escuelas y colegios acerca del tema de mi libro. Mi libro ahora, podría decirte, que se encuentra en alrededor de 20 países porque había personas que se enteraban de mi libro y me compraban ejemplares para llevar a esos países, para conocer más de la historia de las culturas ancestrales de Ecuador y, sobre todo, de Santa Elena. Después, en el 2016, publiqué una colección de cuentos. Eran cuatro cuentos: de la Venus de Valdivia, los Amantes de Sumpa, San Biritute y Quitumbe. Me fue bastante bien. Al final vendí 6000 de estos cuentos. Esto me llevó a participar en uno de los premios más importantes de Latinoamérica, que es el Premio Hispanoamericano de Cuento Gabriel García Márquez. Llegué a estar entre los diez finalistas. Este libro se leyó en su momento en Colombia,

México, donde llegaron estos cuentos, y yo calculo que este cuentario también se encuentra en unos 30 países, ya que me pidieron ventas tanto de manera digital como física. Con este libro también gané un concurso de la FIL de Quito, y así tuve la oportunidad de hacer una presentación y una exposición de mi libro en 2017. Asimismo, gané en 2018 otro premio en una feria del libro en Argentina, pero no tuve los recursos para asistir a esa invitación que me hicieron.

Ahora mismo tengo tres libros que no están publicados aún. Aspiro, en los siguientes meses, ya publicarlos: uno es sobre la historia de la provincialización de Santa Elena, el otro es de mitos y leyendas que tiene Santa Elena y el tercero es una novela costumbrista, llamada *Ángeles somos, del cielo venimos, pan pedimos*. Son estas obras que ya tengo listas para ser publicadas en cualquier momento.

Todas mis obras, a excepción de los libros de poesía, han sido publicados en imprenta Coronel, que si bien es una imprenta, ellos ya tienen el formato de manejarse como una editorial. Ellos buscan a escritores de trayectoria para que revisen el libro y hagan las correcciones necesarias, sacan el ISBN y me inscriben en la Cámara Nacional del Libro. Además hacen un lanzamiento chévere. Entonces, ellos están manejando un poco ese proceso de una editorial sin ser una editorial formal, sino más una imprenta.

¿Piensa que en la provincia existen más autores como usted, a los que les interesa publicar, pero no saben cómo ni disponen de los recursos técnicos o la asesoría?

Sí, de hecho el llegar acá a la Casa de la Cultura fue una oportunidad para trabajar en ese aspecto. Cuando llegué acá, en el 2017 había publicado libros desde su creación, en el año 2008. Había publicado unos 15 libros. Y son libros que no están registrados en la Cámara del Libro, ninguno tiene propiedad intelectual o código de barras, ISBN ni nada. Y eran publicados por una institución formal, como es la Casa de la Cultura. Comencé a investigar y averiguar, y ninguno de los escritores, hasta hace poco, tenía estas características. Yo comencé a dar talleres y les decía a los escritores: “si alguien simplemente va con su encuadernado y busca una imprenta, a lo morocho, y le imprimen 100, 200 libros, y los empiezas a vender, podrás decir que eres un escritor, pero no serás reconocido ante la Cámara Nacional del Libro, no tendrá registrado tu libro, tus libros no existirán.” Les ponía el ejemplo: es como cuando nace un niño; si tú no lo llevas al Registro Civil a que lo inscriban, ese niño crecerá y vivirá sin identidad, no tiene un nombre, y cuando ese niño quiera ir a la escuela no podrá porque no tiene partida de nacimiento.

Desde que yo estoy, hemos publicado alrededor de unos 20 libros y todos cumplen con estas características. Sin nosotros manejanlos como editorial, con el conocimiento que tengo, tratamos de que cumplan los parámetros de una editorial. Nosotros, antes de mandar a la imprenta, hacemos un libro pulido en el que previamente ha habido escritores que han revisado en la parte semántica, ortográfica, redacción, diagramación, de todo. Cuando vemos que ese libro ya está mejor que cuando nos lo entrega el escritor, ahí comenzamos a hacer los trámites como Casa de la Cultura para que ese libro tenga ISBN, etc., y le entregamos esos documentos al autor para que este sepa que su libro lo puede vender en cualquier parte del mundo. Hacemos también un bonito lanzamiento. Así hemos estado orientando a muchos escritores acá en la provincia, para hacerles saber qué necesitan para que su libro esté

producido de una mejor manera y esté publicado con todas las características necesarias que requiere un libro.

¿Se considera la Casa de la Cultura sede Santa Elena una editorial? ¿Cuentan con la asesoría de profesionales para publicar un libro?

No nos consideramos o nos promocionamos como un sello editorial. Sin embargo, lo que tenemos son dos tipos de colecciones: Marejada, en la que entran todos los libros que provengan de la escritura creativa, poesía, cuento, novela, etc. Luego está la colección Huancavilca, en la que van libros de historia, investigación, temas de estudio.

Ahora, sin ser una editorial, en lo poco que conozco de un manejo del libro, trato de cumplir con esas características. Cuando me llega un machote a la CCE, yo como director y conecedor de literatura, hago una revisión primera. Si considero que la temática de ese libro es importante, que tiene buenas características de redacción, yo hago ese primer filtro y digo “esto vale la pena”. Luego, creo un comité académico de acuerdo con el tema del libro. Por ejemplo, si es un libro de poesía, busco a tres escritores que tienen licenciatura en Literatura para que constituyan el comité. Cada uno de ellos revisa por su cuenta. Luego ellos se reúnen acá en la CCE y dan su criterio, si les parece que el libro puede publicarse con el sello de la CCE o le falta corregir muchas cosas. Ha habido veces en las que el comité se reúne con el escritor y les dicen qué tienen que cambiar, y el escritor cambia y lo mejora. Hay libros que, por otra parte, están listos para publicar, sin necesidad de mayor cambio. Esa es la primera fase, con este comité, que como te digo, revisan ortografía, sintaxis, redacción y un sinnúmero de cosas. Luego de esas revisiones, en la imprenta ya viene el trabajo técnico. La imprenta con la que trabajamos, que es la imprenta Coronel, tiene un programa de revisión de ortografía y sintaxis, me parece. Ellos lo meten a este escáner y este arroja también unos posibles errores que se les pudieron haber escapado al comité técnico. Cuando ya hemos pasado estas correcciones, el editor, que en este caso es un compañero, Gonzalo Coronel, se encarga de trabajar con el escritor para hacer una posible portada y para diagramar el libro en sí. Pasado este proceso, me vuelven a entregar a mí la obra ya pulida. Y entonces yo ya mando a hacer el trámite de inscribirlo en el registro de Propiedad Intelectual, en la Cámara Nacional del Libro y de tramitar el ISBN. Ese es más o menos el proceso que llevamos para la publicación de una obra.

¿A los autores que publican con la Casa de la Cultura se los respalda con ayuda financiera para que ellos manejen los gastos? ¿O son ustedes quienes se encargan de los aspectos técnicos?

Nosotros tenemos un presupuesto de entre \$800 a \$1000 por tiraje. Dependiendo del grosor del libro, porque hay unos más finos, otros más gruesos, lo que sí pedimos es que cumplan con las características necesarias de un libro: que pasen de 100 hojas. Hay veces en las que nosotros cubrimos todo el tiraje y todo el proceso, y nos alcanza desde 500 hasta 1000 libros. Si por ejemplo financiamos la publicación de 1000 libros, al autor le entregamos el 33% del tiraje, y de ese porcentaje, el autor podrá venderlo o regalarlo. Ese es el apoyo que hace la CCE. A la mayoría les pedimos que los vendan, porque el cerca del 70% que nos queda, nosotros nos encargamos de obsequiar a las bibliotecas de la escuelas y colegios, a las autoridades, a las instituciones públicas, a los escritores y miembros de la CCE. Ese

porcentaje también lo distribuimos de manera gratuita a los medios de comunicación. Entonces, ese 33% que le toca al autor es parte de su ayuda económica para que él haga una “semilla” y, si desea, con ese dinero puede volver a publicar. Por ejemplo, si le damos 300 libros para que el autor venda a \$10 cada uno, tendrá una ganancia de \$3000, y les pedimos que, de ese dinero, \$1000 sean por su trabajo y con el resto, imprima otros 1000 libros, para que así tenga un fondo semilla, y con ese recurso pueda mandar a la misma imprenta, que ya le costaría menos, y él pueda seguir allí publicando más y vendiendo más. Eso es lo que recomendamos, pero si te soy sincero, me he dado cuenta que el autor vende sus libros, se gasta el dinero y ya no imprime más. Eso ya es criterio del autor y ya no nos compete, lo que sí es que le publicamos su libro y haberle entregado una parte a él como su utilidad.

¿Hay profesionales a cargo del diseño de los libros de la CCE?

Hay artistas plásticos, pintores, dibujantes de la Casa de la Cultura, que han dibujado/diseñado la portada. En otros casos, el mismo autor ya tiene un borrador de cómo quiere que sea su portada. Lo que hacemos es, simplemente, diagramar y digitalizar. Hay otros autores que no tienen ni idea de cómo iría su portada, así que de eso se encarga la imprenta, el editor, el señor Coronel, quien le muestra tres o cuatro borradores al autor, y de acuerdo a cuál le guste más al autor, ya van trabajando con ese, en cambiar ciertos detalles o poner o quitar cosas que el autor quisiera.

Cuando deciden publicar un libro desde la Casa de la Cultura, ¿cómo manejan los derechos de autor?

Nosotros como institución hacemos el trámite de registro de Propiedad Intelectual, pero sale a nombre del autor. Nosotros publicamos, pero no nos reservamos el derecho de autor, ya que así el escritor puede seguir publicando su obra. Lo que nosotros hacemos es darle un impulso para publicar su primera obra. La mayoría de los escritos que hemos publicado siempre han sido las primeras obras de ese autor. Los derechos quedan con él.

¿Qué otros autores santaelenenses conoce que se hayan autopublicado o se hayan publicado con el apoyo estatal o con otros patrocinios?

Nosotros asesoramos a los autores cuando llegan acá. Hay autores que hacen caso y siguen nuestras recomendaciones, hay otros que solo quieren conocer, pero igual hacen lo que crean conveniente. Lo que sí creo que es un logro de nuestra administración, porque como te digo, llegamos hace cuatro años, es que los autores que publicaban antes en Santa Elena no lo hacían con estas características; solo escribían en una computadora y llevaban en digital a una imprenta, allá no le hacían revisiones ni nada, solo imprimían tal cual el autor lo llevaba. Ahí es donde teníamos libros con muchas falencias, errores ortográficos, mal diagramados, etc. Ahora, muchos autores han publicado de manera independiente, pero ya con la asesoría para que su libro tenga las características necesarias para un libro.

Hablemos de la distribución del libro en Santa Elena. ¿Considera que en la provincia existen puntos de venta a los que se pueda llevar una nueva publicación/un nuevo lanzamiento?

No, definitivamente no los hay. Lo que he visto, y que a mí también me ha tocado, es que cuando un escritor publica su obra de manera independiente, él sale con su libro bajo el brazo a buscar amigos, empresas, instituciones, para él, personalmente, vender su libro. No hay una

editorial que se encargue de la distribución y venta de los libros, no hay empresas o puntos de venta de libros. He visto que en el Buenaventura hay una pequeña empresa, Edibel creo que se llama, que se dedica a vender libros, y hay autores que han dejado sus libros ahí para que los vendan. Pero no es un proceso formal. Hay un señor en el malecón de Libertad, al que le dicen “El Chavito” que por ahí también se encarga de vender libros viejos, y asimismo he visto a escritores que le dejan sus libros por si a alguien le interesa, él los ofrezca. Pero de ahí, puntos de venta exclusivos para libros, no hay. En el Supermaxi y Comisariato a veces también hay puntos de ventas pequeños de libros, pero estos tienen la particularidad que para vender exigen que el libro tenga el código de barras, y ahí está la falencia que tienen nuestros escritores, que a veces sus libros no lo tienen.

Nosotros también como institución ponemos aquí mismo nuestro punto de venta para los escritores que vamos publicando, y anunciamos que en la CCE están de venta ciertos libros, pero la gente no nos busca. No nos ven como un ente de venta de libros, sino que nos buscan más por nuestros servicios artísticos.

¿Qué piensa acerca de la falta de librerías o espacios culturales literarios, como bibliotecas no municipales?

Sí es una falencia que una provincia entera no tenga un lugar a donde la gente pueda ir y deleitarse viendo cientos o miles de libros y luego buscar uno a su elección, como lo hemos visto en Guayaquil, Quito, Cuenca u otras ciudades grandes.

Desde que inició su gestión, ¿se han publicado libros con el apoyo de la Casa de la Cultura? ¿Cómo proceden cuando les llegan manuscritos (si los reciben)?

Desde que yo estoy, hemos publicado alrededor de unos 20 libros. Tenemos un recurso de unos \$6000, que son divididos para seis libros, \$1000 para cada publicación. Eso nos sirve para publicar obras de nuestras colecciones: \$3000 para la colección Marejada y \$3000 para la Huancavilca. Los escritores nos entregan sus machotes y se les dice que va a pasar por un proceso de revisión. Hay algunos que sí se han quedado porque el comité me dice: “Félix, este escrito está muy básico, parece escrito por un niño de escuela” o “esta investigación está plagada, la mayoría de los temas que toca ya han salido en otros libros, por lo que sale más del 60% de coincidencia con otros libros”. Todo eso verificamos antes de la publicación de un libro, y ha habido unos que han salido como no aprobados porque han incumplido estos parámetros.

Hay otros libros en los que el comité me dice “aquí hay potencial, solo hay que mejorar ciertas cosas, se puede publicar, siempre y cuando el autor quiera seguir un asesoramiento para mejora”. Ese viene de parte de los académicos que revisan y hacen sesiones de trabajo con el autor.

El comité académico es nuestro filtro para ver si un libro es aprobado o no. Lo que yo hago es recibir toda propuesta que llega a la CCE de alguien que quiere ser publicado. Tengo que recibirlas. Hago una lectura previa antes que pase al comité académico, y así nos hemos venido manejando. Ahora, dentro de la provincia solemos tener entre 10 a 12 peticiones anuales. No nos alcanza para todos, sino solo para seis, entonces esos otros seis tendrán que esperar hasta el siguiente año.

¿Considera que la falta de editoriales en Santa Elena podría ser una posible causa de los fallos técnicos a la hora de publicar un libro en este territorio?

Sí, definitivamente no hay una cultura de manejo de una editorial acá. En otros países, las editoriales andan cazando escritores, y donde ven un buen libro, la editorial le imprime, lo distribuye, lo vende, y el autor gana sus regalías. No tiene que andar buscando quién le corrija, o la plata, o alguna institución para publicar. Lamentablemente acá no tenemos una editorial que se encargue de esos procesos. Te puedo decir que, hasta ahora, los escritores se están manejando de una manera muy “morocha”, muy básica en cuanto a todo el proceso. Algunos escritores sí se toman “la molestia” de que, si no hay una editorial, buscan a alguien que sepa. Han buscado a una Amelia Pinargote, a un Gabriel Cabezas, Zulema Albán, para que les revise su libro, les pagan algo, y estos escritores/literatos les dan una revisión y ya por lo menos el libro va a la imprenta en mejores estructuras. Pero hay otros que no lo hacen, simplemente escribieron algo, tienen los recursos, van a una imprenta, publican, pero luego a su libro se le ven los errores o que no tiene una buena temática y sus libros no se venden, tantos problemas. Creo que al no existir en la provincia la cultura de un manejo editorial, es que tampoco se ve reflejado que Santa Elena tenga grandes escritores, de trayectoria, acá. Uno de los poquísimos escritores es Luis Franco Gonzáles, quien ha ganado premios nacionales e internacionales, pero es uno de cien escritores que más o menos tendría la provincia.

Yo creo que en el momento en que haya una editorial y hay un punto fuerte de venta de libros, ya se estará iniciando un cambio de cultura en el ámbito literario dentro de la provincia de Santa Elena.

Comentario adicional:

El recurso para el ámbito cultural es tan limitado que nos toca estar siempre pidiendo favores. Dentro de la línea editorial y literaria, el corrector y el editor forman una parte importante de esta cadena para la publicación de un libro y deben ser bien pagados, para que puedan hacer su trabajo de manera excelente. Pero, a veces, los autores evitan esto por buscar otros escritores como Gabriel Cabezas, quien le dice “yo te cobro \$500 por hacerte la edición del libro, la revisión”. Y entonces el autor dice “no, es que no tengo plata”. Y no lo hace, y pasa directo a imprenta. La CCE tiene la ventaja que dentro de sus miembros están importantes literatos como Gloria Paz, Amelia Pinargote, Luis Franco, que son las personas que nos han ayudado en su momento a hacer estas correcciones, y lo hacen porque son miembros de la institución, por querer aportar y para entretenerse también un poco.

Pero yo estoy plenamente consciente de que las personas que se profesionalizan y se especializan en corrección y edición deben ser bien remunerados, para que el libro tenga éxito y menos crítica en la parte gramática. Es importante. Nosotros les pedimos de favor a nuestros miembros que tienen algo de conocimiento y experiencia para que nos ayuden, porque no hay cómo contratar a un editor, aquí no hay, sería de buscar en Guayaquil o en otros lados, porque aquí un editor profesional, experimentado académico, no.