

# PERSPECTIVA

## LIBROS CHILENOS: DE CHILE PARA EL MUNDO

Las editoriales chilenas trabajan a diversa escala en nuestro país y esa variedad se verifica en la existencia de diversos géneros, autores y formatos. Sin embargo, lo que aparece en los encuentros internacionales es bastante menos representativo. Es el momento de dar un salto cualitativo a través de políticas culturales sectoriales elaboradas para que acojan la diversidad.

Las ferias de libros internacionales se suceden vertiginosamente durante el año: el Salón del Libro de París y la Feria del Libro Infantil de Bolonia en marzo; las ferias de Buenos Aires y Bogotá en abril y mayo; Frankfurt en octubre y, para cerrar, Guadalajara en diciembre.

MARÍA ISABEL MOLINA VALENZUELA

Periodista UDP y Magíster en Ciencias Sociales mención Sociología UCH. Editora, investigadora en edición e ilustración y gestora cultural. Socia fundadora de PLOP! Galería y directora de Grafito Ediciones. Integrante del Núcleo de Arte y Prácticas Culturales de la Universidad de Chile.

“Si ya se manejan elementos esenciales para desplazarse por los circuitos feriales, el instalarse en ellos con un mayor despliegue de posibilidades de intercambios es sin duda la nueva meta a la que debiera llegar el sector en su conjunto”.

Todas ellas constituyen encuentros con distintos énfasis: algunas reúnen a autores, otras a editores y otras están abiertas al público general. Lo que tienen en común todas ellas –y otras más– es que se han convertido en lugares a los cuales los editores, distribuidores y autores chilenos han decidido ir no solo a conocer nuevas voces creativas, sino a generar intercambios productivos en ellas: ya sea venta de ejemplares, venta o compra de derechos, participación en fotos y charlas, entre otros.

Hasta hace algunos años las visitas a ferias eran bastante menos frecuentes para las editoriales. Sin duda que la presencia de Chile en Guadalajara en 1999 como país invitado sentó un precedente, pero el foco de ese evento estuvo puesto en el autor o escritor. Hoy la importancia de visitar las ferias ha calado fuerte en profesionales como los editores, ilustradores, diseñadores editoriales, entre otros.

Durante el 2014, la internacionalización fue parte del debate en torno a la nueva Política del Libro y la Lectura y se creó una mesa en particular para tratar el tema. La necesidad de fomentar este aspecto aparece incluso a ojos de especialistas extranjeros. Lynn Shirey, encargada del Área de Literatura Hispanoamericana de la Biblioteca de la Universidad de Harvard, invitada a la Feria del Libro de Santiago, señaló a un medio: “Yo veo que en América Latina no hay una buena política de distribución. A pesar de que hay muchos jóvenes a cargo, por ejemplo, de editoriales independientes que trabajan libros de calidad y que merecen ser difundidos”<sup>1</sup>.

¿Cómo se ha generado y sustentado este movimiento de internacionalización de libros chilenos? En gran medida gracias a iniciativas como la creación e implementación de la línea de apoyo para el desarrollo y difusión de autores, obras e industria editorial 2014, conocida también como “Ventanilla abierta”. Este nombre deriva de su funcionamiento, que permite concursar durante todo el año y con al menos 40 días hábiles de anticipación al evento al cual el postulante es invitado o se ha inscrito.

Gracias a este procedimiento se han realizado visitas a diversos eventos feriales, a los cuales los visitantes han ido a realizar charlas, exposiciones o a participar en stands propios o del país. Sin duda ha sido una herramienta fructífera y que ha contribuido a posicionar en otros espacios a profesionales del área editorial chilena, acción que podría abrir ciertas brechas para favorecer la presencia de otros agentes del gremio por parte de sus pares extranjeros.

Sin embargo, y aunque se puede vislumbrar este avance, se requiere generar una nueva etapa a través de políticas culturales que sirvan de plataforma para la internacionalización de libros y autores en forma sistemática y prolongada en el tiempo. Si ya se manejan elementos esenciales para desplazarse por los circuitos feriales, el instalarse en ellos con un mayor despliegue de posibilidades de intercambios es sin duda la nueva meta a la que debiera llegar el sector en su conjunto.

Para ello se requiere no solo la adquisición y puesta en práctica de nuevos conoci-

1

La Tercera, 2 de noviembre de 2014.



mientos como la venta y compra de derechos para edición, traducción, entre otros, que permitan a los profesionales asistir a los Salones de Derechos, sino y antes de todo eso, una articulación entre los actores y gremios asociados al libro. Esto quiere decir establecer lineamientos políticos que recojan, sintetizen o bien aúnen las múltiples formas de producción de publicaciones y las formas de pensar y concebir el libro que hay detrás de ellas. En cada editorial no solo hay un modelo de negocios diferente o un patrón estético; sobre todo hay visiones de mundo disímiles. Esa heterogeneidad no puede pasarse por alto al momento de planificar las políticas de internacionalización del libro.

En el corto plazo, las políticas culturales para la internacionalización del libro tendrán que crear espacios para ser representativas y mejorar sus canales para cumplir con ello. Y un segundo desafío es que permitan a las editoriales levantar el vuelo por sí mismas, para después generar un camino independiente y, en la mayor medida de lo posible, autosostenible en términos económicos. Editoriales que puedan, a su vez, crear y establecer sus propios modelos de trabajo de acuerdo a sus propios parámetros políticos. ■