

ESTUDIO EXPLORATORIO  
DE CARACTERIZACIÓN  
DEL SECTOR EDITORIAL 2021

VALENTINA OSSES & GLADYS GONZÁLEZ



EN TRES ASPECTOS:  
GÉNERO, TERRITORIO Y PANDEMIA



PROYECTO FINANCIADO POR EL FONDO DEL LIBRO  
Y LA LECTURA. CONVOCATORIA 2020





# Estudio exploratorio de caracterización del sector editorial 2021

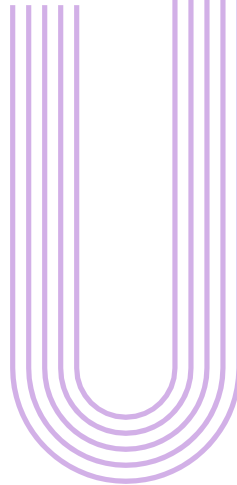
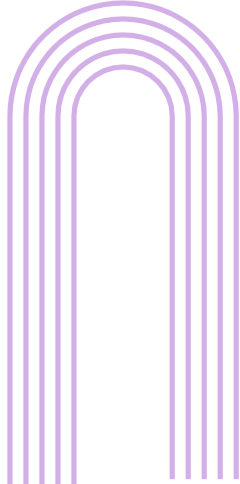
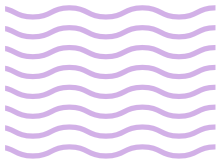
En tres dimensiones:  
Género, Territorio y Pandemia

Valentina Osses y Gladys González, autoras



Proyecto **NOSOTRAS TAMBIÉN. ETAPA 1**  
financiado por el Fondo del libro y la lectura, Convocatoria 2020

1







# Estudio exploratorio de caracterización del sector editorial 2021


En tres dimensiones:  
Género, Territorio y Pandemia

Valentina Osses y Gladys González, autoras



Red feminista del libro, Red Región de Valparaíso





© Informe a cargo de: **Valentina Osses & Gladys González**

© Ediciones libros del cardo, Primera edición, Valparaíso, 2021

Asistentes de visualización de datos: **Alan Núñez y Nicole Encina**

Diseño y Diagramación: **Macarena Ternicien Loma-Osorio**

© Registro de propiedad intelectual: 2022-A-275



## I. Introducción

Este estudio de corte exploratorio–descriptivo ha sido patrocinado por Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, Política Nacional de la Lectura y el Libro, Valparaíso Creativo de CORFO, PROCHILE, PRODEMU y Observatorio del Libro de Valparaíso. Su objetivo central es presentar una caracterización cuantitativa y cualitativa (mixta) del sector editorial, sin pretensiones de estadística inferencial, dicho de otro modo: explorar las dimensiones de género, territorio y pandemia en las editoriales operativas al 2021 con el propósito de caracterizarlas y cartografiarlas.

Los objetivos específicos que guiaron el estudio fueron los siguientes:

-Explorar la realidad organizacional interna de las editoriales en el presente año 2021 del ecosistema del libro (material) en nuestro país, considerando sus territorios de trabajo.

-Examinar la realidad organizacional con los stakeholders del ecosistema del libro (material) en nuestro país, considerando sus territorios de trabajo.

-Indagar sobre el eje de género en los componentes estructurales del ecosistema del libro (material) en nuestro país considerando sus territorios de trabajo.

Fueron invitadas a esta consulta abierta todas las organizaciones y personas naturales que tienen incidencia desde la edición en el ecosistema del libro, a quienes consideramos actores/as sociopolíticos relevantes para la mejora a corto plazo de políticas públicas sobre el libro, la lectura, la paridad y la inclusión.

La ficha técnica de este estudio es la siguiente:

### Ficha Técnica<sup>1</sup>

<b>Organización que levantó el estudio</b>	Red Feminista del Libro y Observatorio Redfem, Proyecto “Nosotras también”, Capacitaciones para la Industria Editorial con Enfoque de Género
<b>Patrocinantes</b>	Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, Política Nacional de la Lectura y el Libro, Valparaíso Creativo de CORFO, PROCHILE, PRODEMU y Observatorio del Libro de Valparaíso
<b>Fuente de financiamiento</b>	Fondo del libro y la lectura – MINCAP, Fondos concursables 2020
<b>Objetivo general</b>	Explorar las dimensiones de género, territorio y pandemia en las editoriales operativas al 2021 con el propósito de caracterizarlas y cartografiarlas
<b>Universo de estudio</b>	43 editoriales independientes
<b>Diseño de la muestra</b>	No probabilístico descriptivo
<b>Formato</b>	Autoaplicada
<b>Técnica de recolección</b>	Formulario Google
<b>Fecha de recolección</b>	Mayo – Julio 2021
<b>Distribución de la muestra</b>	Nivel nacional
<b>Unidades de observación</b>	Editoriales nacionales lideradas por mujeres y/o disidencias o mixtas operativas al 2021

Fuente: Elaboración propia.

---


<sup>1</sup> Estudio elaborado por la Red feminista del libro, mediante proyecto Capacitaciones para la industria editorial con enfoque de género "Nosotras también", Observatorio Redfem y Observatorio del Libro de Valparaíso. Patrocinado por Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, Política Nacional de la Lectura y el Libro, Valparaíso Creativo de CORFO, PROCHILE, PRODEMU y Observatorio del Libro de Valparaíso.

A final del informe, encontrarán el listado de editoriales que conformaron la muestra de este estudio.

Para entregar los resultados conclusivos de los estudios de forma cooperativa se hará un evento de carácter nacional e internacional el año 2022 con quienes hayan respondido las encuestas. La información será pública y alojada en distintas plataformas WEB para su uso técnico y difusión gratuita, de esta manera queremos aportar a los estudios de género y la toma de decisiones en las políticas públicas en torno a la bibliodiversidad e igualdad de oportunidades a nivel nacional.

**Esta consulta nacional busca constituirse como una herramienta que sienta un precedente inédito al investigar el cruce entre: género, territorios y tiempos de pandemia.**

Nuestro siguiente trabajo en curso, para ser entregado el año 2022, es la generación de una Cartografía de mujeres y disidencias del libro WEB, centrándonos en el territorio, prácticas y colectivos feministas.



Ante cualquier inquietud o sugerencia puede comunicarse directamente con las coordinadoras a cargo de este estudio al correo: [redfemobservatorio@gmail.com](mailto:redfemobservatorio@gmail.com)

También pueden consultar las WEB:  
[www.observatorioridfem.cl](http://www.observatorioridfem.cl)  
[www.observatoriolibroalparaiso.cl](http://www.observatoriolibroalparaiso.cl)





## II. Metodología

### II.I Operacionalización conceptual

Tomando en cuenta estudios recientes sobre el sector editorial independiente en Chile<sup>1</sup>. Esta investigación en particular consideró las siguientes dimensiones:

1. Definición de misión editorial: entendiendo la misión como eje constitutivo valórico-práctico que potencia su contribución al ecosistema del libro.
2. Definición de criterio editorial: establecimiento de parámetros editoriales que le permiten discernir decisiones y acciones en su trabajo editorial.
3. Diseño editorial: las ideas que le permiten diseñar desde la transversalidad como organización, y atender a criterios particularistas acordes a la singularidad de cada uno de los proyectos que acogen.
4. Éticas y prácticas de producción editorial: conjunto de postulados axiológicos que guían su lógica editorial, impactando hasta en su catálogo.
- 4.1 Ética editorial desde perspectiva feminista: subconjunto de postulados axiológicos-políticos que guían su lógica editorial, impactando hasta en su catálogo.

---

<sup>1</sup> Caracterización de la microedición y la edición artesanal en Chile: estructura, discursos y disputas al interior del campo de la edición independiente (2009-2013)", Financiado por el Fondo Nacional del Libro y la Lectura 2014, Línea Investigación, Folio 41664. Liderado Pierina Ferreti. Libro Encuentro Chileno de Editoriales Independientes, Gladys González 2012. Catálogo de editoriales (por regiones) Plan Regional de Lectura MINCAP, 2019

- 4.2 Incorporación de perspectiva de género / feminista en nuestro trabajo editorial: subconjunto de acciones axiológicos- políticos que guían su lógica editorial, impactando hasta en su catálogo.
5. Principales estrategias de difusión editorial a lo largo del tiempo: estrategias de transmisión de su trabajo editorial consistentes y perdurables a lo largo de su trayectoria.
6. Principales estrategias de vinculación con los aparatos críticos literarios: competencias, habilidades y/o destrezas reconocidas para relacionarse con los aparatos que ejecutan crítica literaria de libros materiales.
7. El año de fundación de su editorial: Año que marca el hito de emergencia y/o nacimiento de la editorial como organización operativa.
- 7.1 Hito fundacional de la misma editorial: Acontecimiento significativo que inicia la actividad editorial hasta hoy.
8. Región de ubicación: coordenadas espaciales en clave regional de la editorial.
- 8.1 Comuna de ubicación coordenadas espaciales en clave comunal de la editorial.
9. Tipo de organización jurídica de su editorial o tipo de sociedad empresarial: sostén jurídico /empresarial de la editorial que de- limitan el ámbito de relación de sus miembros y las actividades económicas que llevan a cabo.
10. Integrantes de la editorial según género: se entiende el género fuera del sistema sexo género binario hegemónico, quienes

responden generan sus propias categorías de identificación.

11. Organigrama editorial: estructura de la organización editorial según roles y funciones que cumplen sus integrantes.

12. Tipos de contratos vigentes: acuerdos que pactan las relaciones laborales al interior de la editorial (planta, honorarios, etc.).

13. Modos y prácticas de producción editorial: refiere a los elementos técnicos y sistemas de impresión utilizados en la editorial.

14. Modos de financiamiento editorial (distinguiendo tres etapas temporales inicio, hoy y el más frecuente): son las formas de sostener económicamente la editorial, es decir, las estrategias de obtención y gestión de recursos económicos.

14.1 Principales estrategias de vinculación con los fondos concursables estatales y/o privados: planificaciones económicas legítimas de la editorial, es decir, sistemas vigentes de obtención y gestión de recursos económicos.

14.2 Condición económica (utilidades) que permite: 1. sobrevivencia (solo cubre márgenes de gastos básicos), 2. de estabilización (permite generar innovaciones y posee un piso económico estable) o 3. consolidación (planes proyectivos a 4 años y piso económico estable y seguro).

15. Impacto de la pandemia: efecto tangible de la pandemia en: 1. su condición económica actual y modos de producción; 2. su salud mental, cuidados y espacios domésticos; 3. trabajo editorial anterior.

16. Principales estrategias de distribución editorial nacional e internacional a lo largo del tiempo: maniobras y redes de distribución en su trayectoria editorial.

16.1 Relación con librerías: descripción del o los vínculos con las librerías en la subdimensión económica (ventas) y subdimensión promoción de elementos del catálogo.

17. Títulos publicados: número de títulos publicados anualmente según su valor.

18. Pertenencia a gremios según antigüedad de inscripción: redes formales tejidas con espacios gremiales del sector editorial del ecosistema del libro.

18.1 Organizaciones feministas en la que participa: organizaciones feministas vinculadas directa e indirectamente con el sector editorial del ecosistema del libro.

18.3 Asistencia a capacitaciones sector editorial: asistencia y/o participación en instancias formativas como cursos, talleres, seminarios que dejen instaladas competencias para ser parte del ecosistema del libro.

19. Nivel de estudios y relato biográfico de las trayectorias profesionales.

20. Horas semanales dedicadas al trabajo editorial.

21. Contrato a sus autorías: pregunta dicotómica que marca presencia/ausencia.

22. Forma de propiciar relación con la comunidad lectora: maneras de

proyectar y dirigir el vínculo con la comunidad lectora que se ha ido fundando a lo largo del tiempo.

23. Experiencia de trabajo con libros inclusivos: existen estos tipos de libros dentro de los catálogos editoriales,

24. Violencias de género y discriminaciones múltiples: se indaga en la narrativa sobre tipos de violencia de género y discriminación experimentadas a lo largo de la trayectoria de las encuestadas en el ecosistema del libro. Se investiga los contextos y rutas de las mismas violencias y discriminaciones. Y, finalmente se sondea sobre la necesidad urgente de Protocolos de género en espacios culturales.

25. Ferias del libro: internacionales y nacionales, financiamiento y envío de libros

26. Traducciones: pregunta dicotómica que marca presencia/ausencia.

27. Bibliotecas públicas: maneras de proyectar y dirigir el vínculo con la biblioteca pública que se ha ido fundando a lo largo del tiempo.

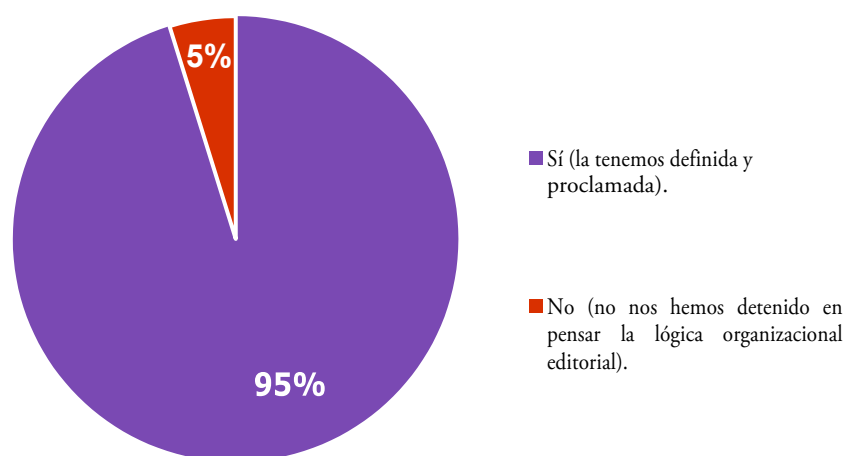
28. Conversión a formato digital: pregunta dicotómica que marca presencia/ausencia.

29. Aporte de edición con perspectiva de género: contribución empírica de la perspectiva de género en el sector editorial

### III. Resultados

#### III.1 Misión editorial

#### ¿Tiene Misión Editorial?



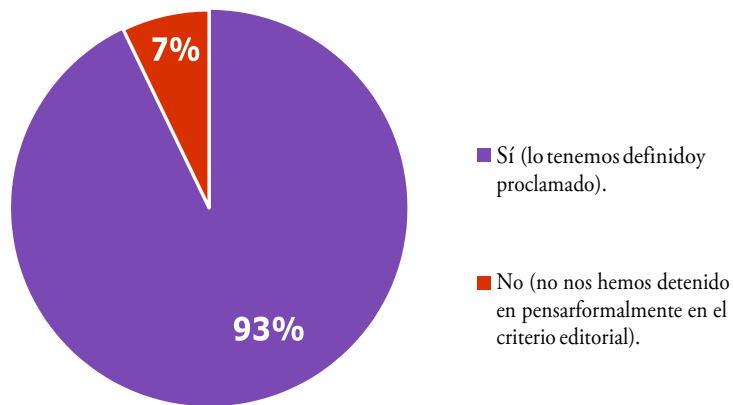
Fuente: Elaboración propia.

#### Análisis:

Casi la totalidad de las editoriales encuestadas han definido y proclamado su misión editorial (95%). Por lo que, a la hora de constituirse como organización, lo hacen desde la lógica de la misión editorial que les permite la identificación de la definición de negocios como sus principales valores y objetivos como editorial.

### III.2 Criterio editorial

#### ¿Tiene criterio editorial su sello?



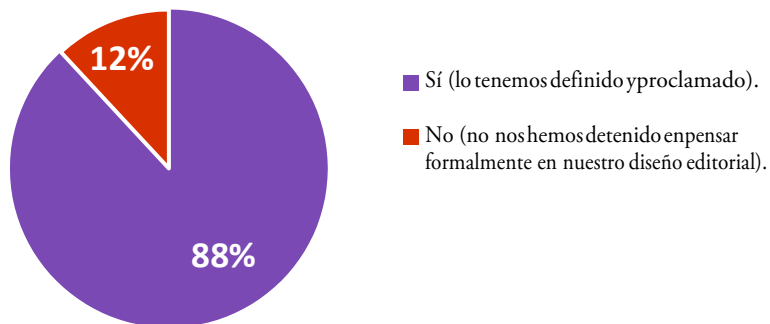
Fuente: Elaboración propia.

#### Análisis:

Casi la totalidad de las editoriales encuestadas han definido su criterio editorial (93%). La bajada de su misión editorial se articula y se vuelve operativa a través de la definición del criterio editorial que les permite enmarcar su toma de decisiones sobre quienes forman parte de su catálogo.

### III.3 Diseño Editorial

#### Respecto a su diseño editorial (maquetación, composición, etc.)



Fuente: Elaboración propia.

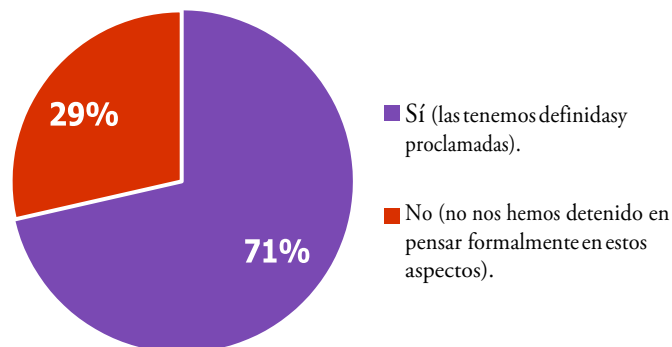
#### Análisis:

Casi la totalidad de las editoriales encuestadas han definido su criterio editorial (88%). La bajada de su criterio editorial se ejecuta a través de la definición del diseño editorial como conjunto de procedimientos acorde a sus criterios estéticos y condiciones materiales que les permiten expresar un catálogo diferenciado y particular en el ámbito de la edición independiente en Chile.



### III.4 Éticas y prácticas de producción editorial

#### Sobre ética y prácticas de producción editorial



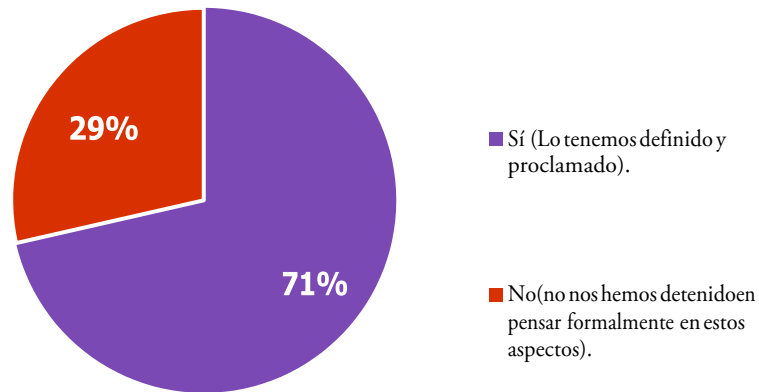
Fuente: Elaboración propia.

#### Análisis:

El 71% de las editoriales encuestadas han definido su ética y prácticas de producción editorial. La dimensión ética vinculada a sus prácticas forma parte de una autorreflexividad organizacional constitutiva del lenguaje de estas editoriales independientes. Como supuesto hipotético, este lenguaje es posibilitado o imposibilitado dada las precarias condiciones económicas de emergencia, estabilización y/o consolidación de las mismas editoriales.

### III.5 Incorporación de perspectiva de género / feminista en nuestro trabajo editorial

#### Incorporación de perspectiva de género /feminista en nuestro trabajo editorial



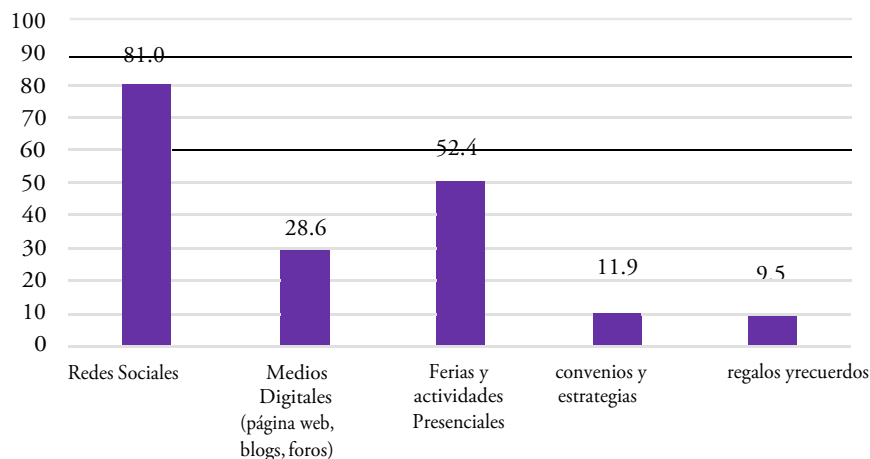
Fuente: Elaboración propia.

#### Análisis:

El 71% de las editoriales encuestadas han incorporado la perspectiva de género/feminista en su editorial. El enfoque de género/feminismo vinculado a sus prácticas forma parte de una autorreflexividad organizacional constitutiva del lenguaje de estas editoriales independientes. Como supuesto hipotético, esta perspectiva es posibilitada o imposibilitada dada la revisión crítica situada de las condiciones históricas de mujeres y disidencias en su emergencia, estabilización y/o consolidación de las mismas editoriales.

### III.6 Principales estrategias de difusión editorial a lo largo del tiempo

Principales estrategias de difusión editorial a lo largo del tiempo



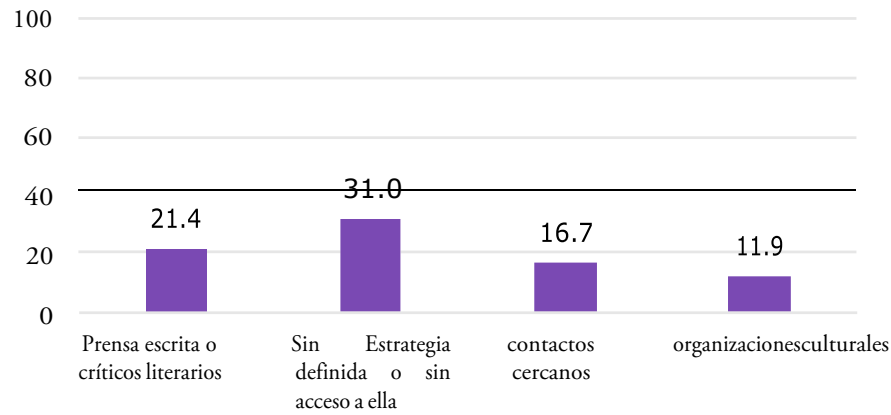
Fuente: Elaboración propia.

#### Análisis:

Las tres (3) principales estrategias de difusión editorial más utilizadas a lo largo del tiempo son las siguientes: (1) Redes sociales (81%), Luego Ferias y Actividades presenciales (52.4%) y Medios digitales (28.6%). Su utilización alude a reconocerlas como estrategias más efectivas a la hora de difundir el trabajo de las editoriales encuestadas. Aquí hay un reconocimiento de un saber hacer acorde a condiciones organizacionales, económicas, y a lógicas espacios temporales (actividades digitales y/o presenciales).

### III.7 Principales estrategias de vinculación con los aparatos críticos literarios

#### Principales estrategias de vinculación con los aparatos críticos literario



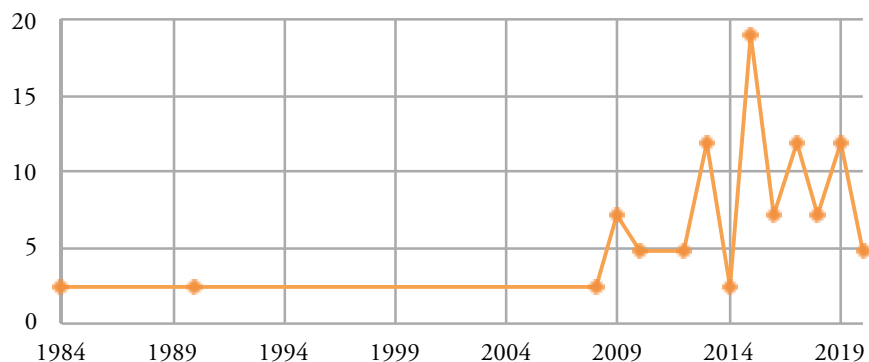
Fuente: Elaboración propia.

#### Análisis:

Las tres (3) principales estrategias de vinculación con los aparatos críticos literarios aparecen más desdibujadas a lo largo del tiempo: (1) Sin estrategia definida o sin acceso a ella (31%), Luego prensa escrita o críticos literarios (21.4%) y contactos cercanos (16.7%). Su difícil reconocimiento formal podría explicarse como una estrategia que no necesita formalización (bajo las lógicas de la amistad comercial), como un vínculo todavía incipiente, o que las vinculaciones se encuentran con otros aparatos críticos. Aquí hay un reconocimiento de modos relacionales acorde a lógicas de redes primordialmente afectivas que necesita más indagación.

### III.8 Año de fundación de su editorial

Señale el año de fundación de su editorial



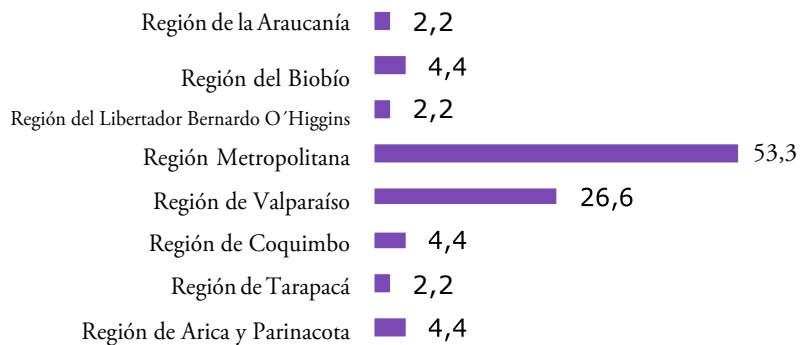
Fuente: Elaboración propia.

Análisis:

Existen tres (3) hitos de fundación visibles de las editoriales encuestadas: año 2009, 2014 y 2019. Hitos de fundación de manera colectiva a partir de la reformulación de la independencia editorial o microeditorial, desde la emergencia de accionar La Furia del libro, la Cooperativa de Editores de la furia y de la constitución de grupos editoriales por territorios regionales incididos por el diálogo permanente y reflexión del sector editorial por parte del MINCAP.

### III.9 Región de ubicación de las editoriales encuestadas

#### Región de las editoriales encuestadas



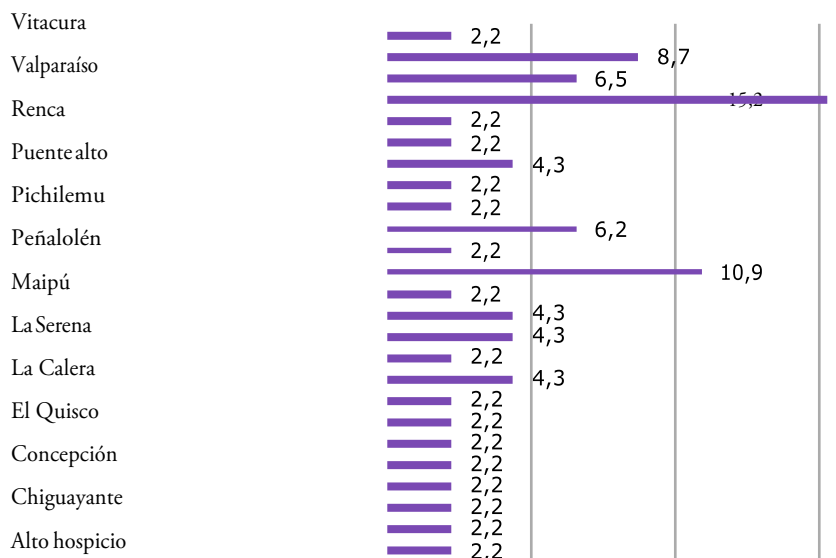
Fuente: Elaboración propia.

#### Análisis:

El grueso de las editoriales encuestadas se encuentra en la Región Metropolitana (53%) y la V Región de Valparaíso (26,6%). El resto de las editoriales se distribuyen entre el 4,4% y 2,2%. El análisis inmediato daría cuenta de una ubicación de las editoriales acorde a un paradigma de centralización del sector editorial. Sería interesante indagar en sus condiciones de emergencia, en los hitos de muerte y supervivencia editorial, y en su cartografía de redes para profundizar y transformar la distribución de este fenómeno en un mapeo más equitativo.

### III.10 Comuna de ubicación de las editoriales encuestadas

#### Comuna



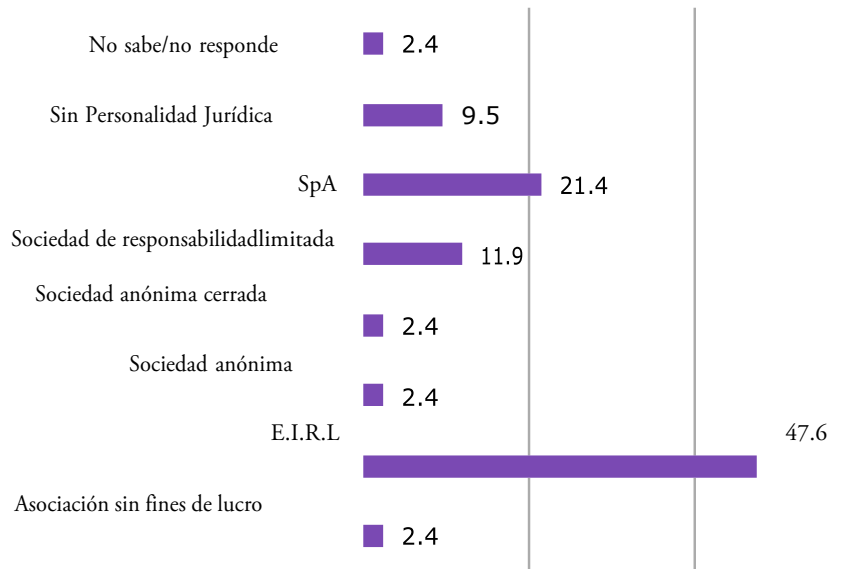
Fuente: Elaboración propia.

#### Análisis:

La distribución comunal de las editoriales encuestadas muestra una heterogeneidad interesante dentro de la Región Metropolitana y la V Región de Valparaíso: Comunas del interior y/o periféricas muestran un desarrollo importante del sector editorial (Pichilemu, La Calera, El Quisco, por ejemplo). El análisis inmediato fractura la ubicación de las editoriales acorde a un paradigma economicista/ de recursos comunales del sector editorial. Sería interesante indagar en sus condiciones de emergencia, en los hitos de muerte y supervivencia editorial, y en su cartografía de redes para comprender mejor estas lógicas de distribución geográfica.

### III.11 Tipo de organización jurídica de su editorial o tipo de sociedad empresarial

#### Tipo de organización jurídica de su editorial o tipo de sociedad empresarial (EIRL, SPA, etc.)



Fuente: Elaboración propia.

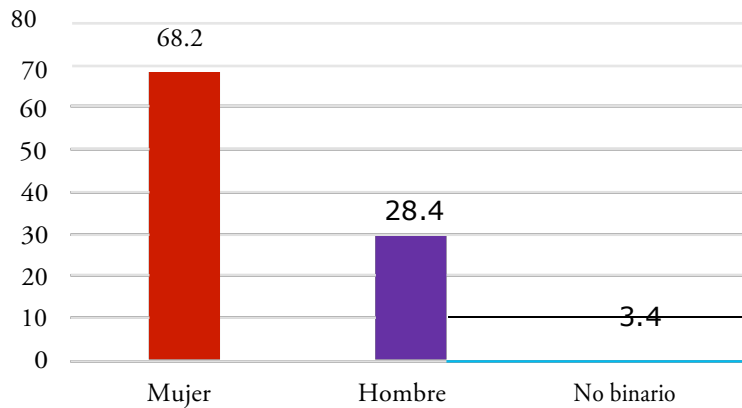
#### Análisis:

El grueso de las editoriales encuestadas está organizado bajo criterios jurídicos o de sociedad empresarial, principalmente como empresa individual de responsabilidad limitada (47,6%), luego como Sociedad por Acciones (SPA -21,4%). Lógicas organizacionales comprendidas como requisitos para participar en actividades comerciales-económicas y/o participar en fondos del MINCAP como sector editorial activo.



### III.12 Género por equipos editoriales

#### Género por equipos editoriales



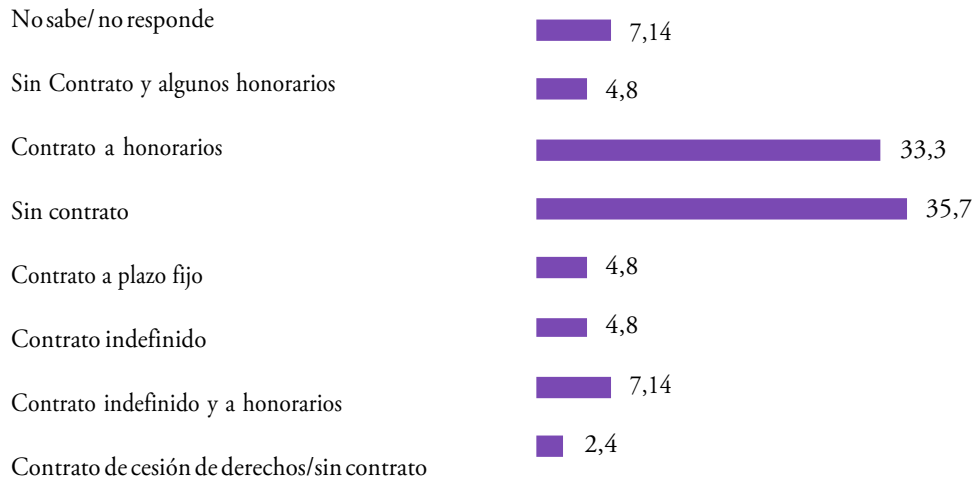
Fuente: Elaboración propia.

#### Análisis:

La distribución por género de los equipos editoriales encuestados corresponde a 68,2% mujeres, 28,4% hombres y 3,4% no binario. Aunque hay una perspectiva de género / feminista que transversaliza el diseño organizacional, el dato de la distribución de género no refiere directamente a como esta repartición está expresada en el organigrama de las mismas editoriales. Tampoco alude a la división del trabajo en cuanto cargas laborales formales/informales según roles y funciones y su toma de decisiones.

### III.13 Tipos de contratos internos vigentes en su editorial

Exponga los tipos de contratos internos vigentes en su editorial (honorarios, planta).



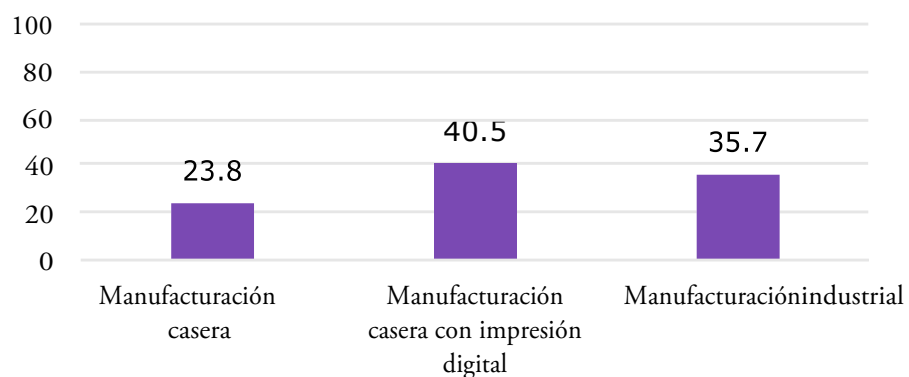
Fuente: Elaboración propia.

#### Análisis:

Existen dos formatos principales de relaciones contractuales al interior de las editoriales encuestadas: La ausencia de contrato (35,7%) y el contrato a honorarios (33,7%). Luego aparece el contrato indefinido y a honorarios con un 7,14%. El trabajo editorial aparece bajo el modo de trabajo intelectual/creativo precarizado, inseguro, e informal, acorde a los modos contemporáneos neoliberales de concebir el trabajo intelectual/creativo en las organizaciones. Es urgente profundizar en los significados de estas lógicas contractuales y en las condiciones que permitirían ofertar otros formatos contractuales.

### III.14 Principales modos de producción editorial

#### Principales modos de producción



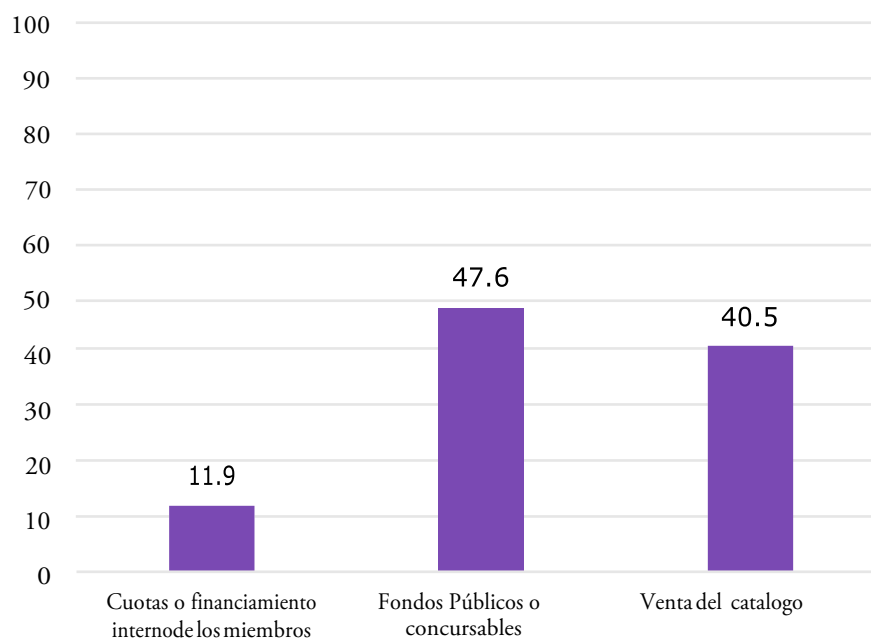
Fuente: Elaboración propia.

#### Análisis:

Los principales modos de producción de las editoriales encuestadas son: Manufacturación híbrida (casera y digital) con un 40,5%, luego la manufacturación industrial con un 35,7% y la manufacturación casera con un 23,8%. Estos tres modos de producción aparecen como un correlato de sus diseños editoriales, de sus lógicas organizacionales–empresariales, y de sus condiciones económicas de supervivencia editorial.

### III.15 Principales formas de financiamiento de su editorial

#### Principales formas de financiamiento



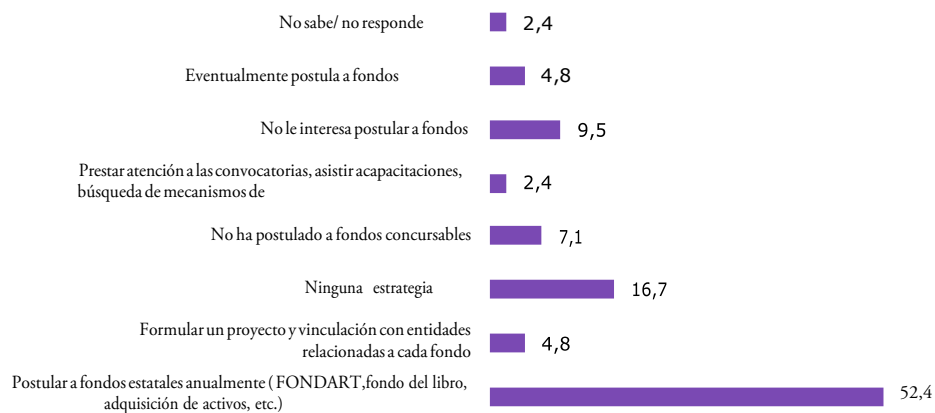
Fuente: Elaboración propia.

#### Análisis:

Sus principales formas de financiamiento son: Fondos públicos o concursables (47,6%), venta del catálogo (40,5%), y cuotas de financiamiento interno de los miembros (11,9%). Sus estrategias de financiamiento ocurren de forma combinada en las lógicas de la concursabilidad, en las lógicas de margen de ganancias de un nicho de negocios, o de estrategias de automantenimiento.

### III.16 Principales estrategias de vinculación con los fondos concursables estatales y/o privados

Detalle sus principales estrategias de vinculación con los fondos concursables estatales y/o privados



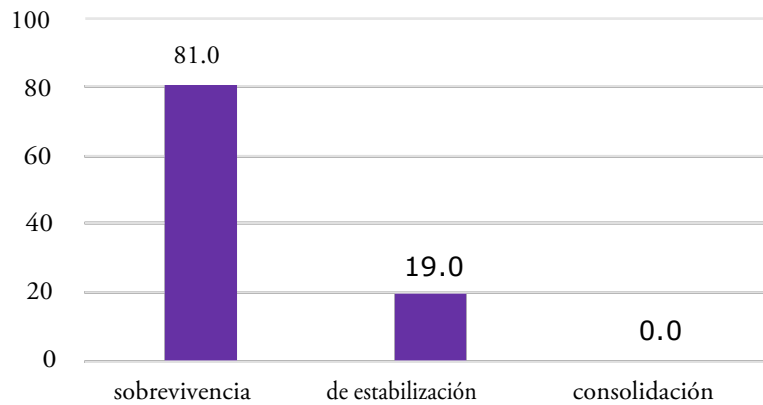
Fuente: Elaboración propia.

Análisis:

La principal estrategia de vinculación con los fondos concursables estatales y/o privados es la estrategia reconocida históricamente como postulación anual (52,4%): hay un saber alojado en los equipos editoriales sobre cómo, cuándo, y para qué postular. Se organiza un calendario de producción desde la postulación a estos fondos concursables. El resto de las estrategias no se presenta con la misma operatividad: Ninguna estrategia (16,7%), eventualmente postula a fondos (9,5%).

### III.17 Estadios de condición económica

#### Condición económica



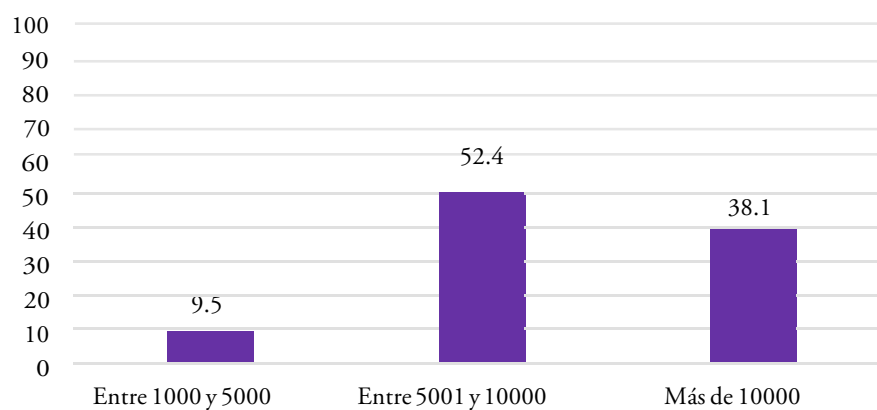
Fuente: Elaboración propia.

#### Análisis:

Del total de las editoriales encuestadas, el 81% se encuentra en la condición económica de supervivencia y el 19% restante en la condición de estabilización. De estas cifras, se desprende que: la precariedad económica fractura a los equipos de trabajo, su misma autorreflexividad organizacional, su producción, y su capacidad de prospectiva organizacional. La capacidad de pensar un futuro como editoriales diversas es posible una vez que ciertas condiciones materiales aparecen como hitos mínimos de emergencia a disputar como colectivo. Además de, comprenderlas desde una lógica ecológica organizacional como sector para poder identificar estrategias exitosas para conseguir la consolidación.

### III.18 Valor promedio de los libros en venta (CLP)

#### Valor promedio de los libros en venta



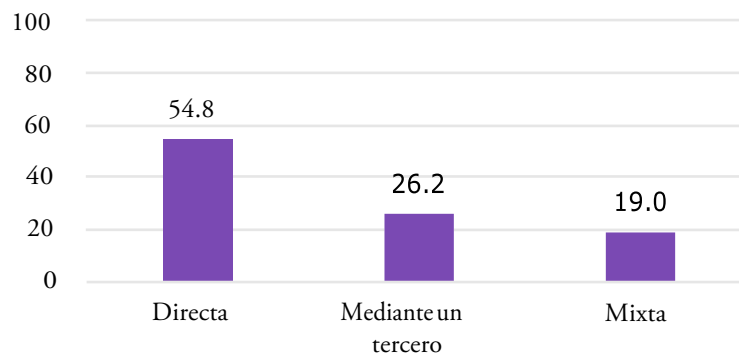
Fuente: Elaboración propia.

#### Análisis:

El 52,4% de las editoriales encuestadas venden sus libros en valor promedio entre los \$5001 y 10000 CLP, el 38,1% restante venden sus libros a más de \$10000 y el 9,5% entre \$1000 CLP y \$5000 CLP. Estos valores siguen siendo bajos en relación con las grandes editoriales que concentran el mercado editorial en nuestro país. Esta pregunta no otorga información respecto a las utilidades de venta, flujos e insumos económicos de las mismas editoriales encuestadas.

### III.19 Formas de distribución de libros de las editoriales

#### Formas de distribución



Fuente: Elaboración propia.

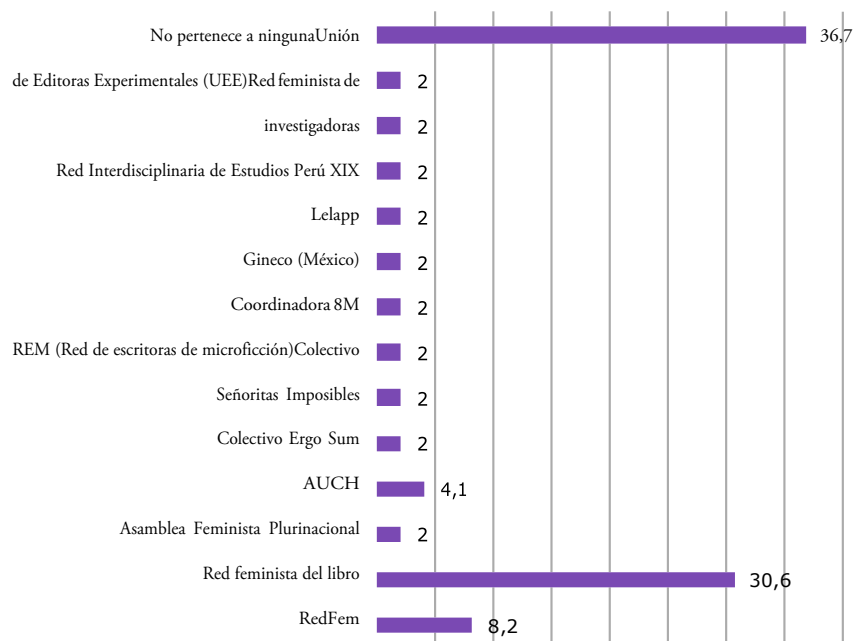
#### Análisis:

El 52,8% de las editoriales encuestadas vende sus libros de manera directa. El 26,2 mediante un tercero y el 19% de forma mixta. Esta distribución porcentual muestra una cadena de valor del libro donde las distribuidoras no son señaladas como parte de la cadena. Esto podría significar que la precariedad de las editoriales se traduce en una polifuncionalidad de estas, dificultando el vínculo externo con las distribuidoras, al no poder acceder económicamente a sus servicios, disminuyendo finalmente sus ventajas competitivas como nicho editorial.



### III.20 Nombre a organizaciones feministas en los que participa como editorial

#### Nombre a organizaciones feministas en los que participa



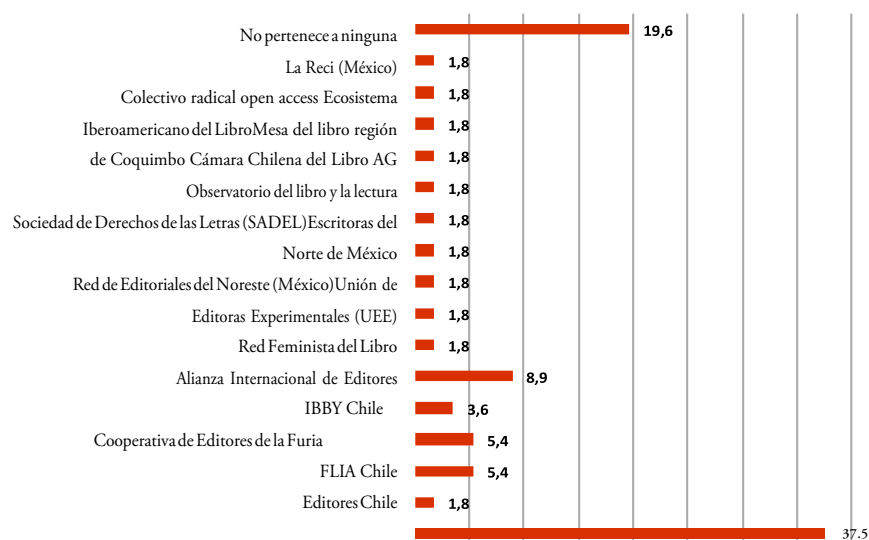
Fuente: Elaboración propia.

#### Análisis:

Las redes feministas de las editoriales encuestadas son redes nacionales e internacionales: redes alusivas a un componente del sector editorial “experimentación” 36,7%, luego redes feministas que confluyen en una organización como Asamblea Feminista Plurinacional (30,6%), para distribuirse de forma homogénea en redes de diversos componentes intelectuales y sus cruces.

### III.21 Gremios de editores, editoras, cooperativas u otras asociaciones gremiales del rubro del libro al que pertenece como editorial

Nombre a los gremios de editores, editoras, cooperativas u otras asociaciones gremiales del rubro del libro al que pertenece



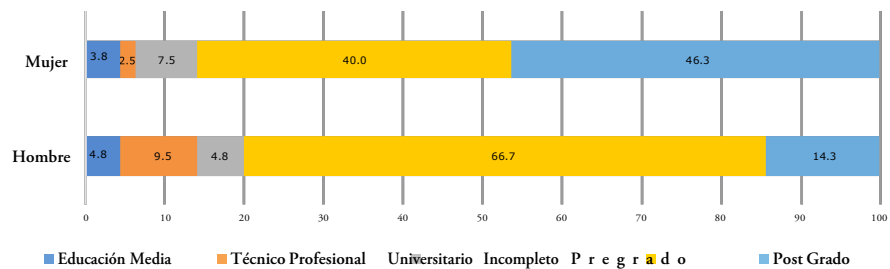
Fuente: Elaboración propia.

#### Análisis

La principal asociación gremial referida por las editoriales consultadas es Editores Chile con un 37,5%. Luego, el 19,6% de las editoriales encuestadas señala que no tiene filiación alguna. Aparece por último una fragmentación de los porcentajes mínimos en gremios como: Unión de editoras experimentales (8,9%), Cooperativa de editores de la furia (5,4%), Mesa del libro (1,8%), y Observatorio del Libro y la Lectura (1,8%) entre otros. La diversificación del sector editorial ha posibilitado la creación de distintas organizaciones gremiales que refieran, por ejemplo: a dimensiones políticas–económicas, a dimensiones de subespecialización de sus prácticas editoriales, o a dimensiones activistas feministas.

### III.22 Nivel de estudios/ disciplina de cada integrante por género de las editoriales consultadas

Nivel de estudios/ disciplina de cada integrante por género



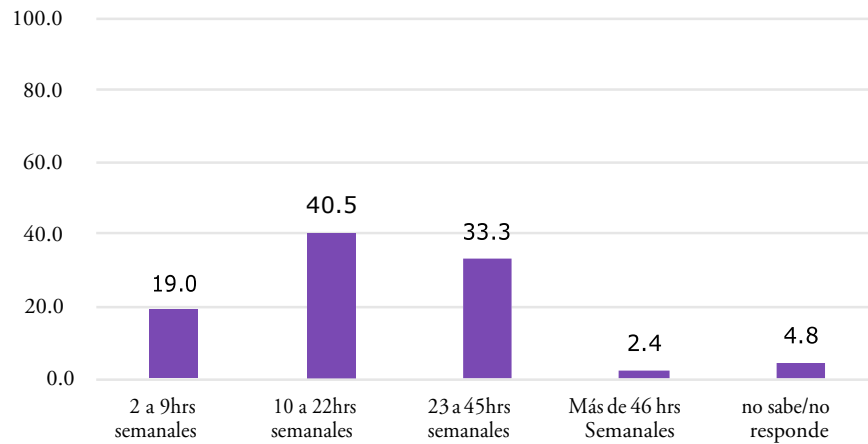
Fuente: Elaboración propia.

#### Análisis:

El principal nivel de estudios que presentan mujeres y hombres integrantes de los equipos editoriales es educación universitaria de pregrado y postgrado. El 86,3% de las mujeres se encuentra con estudios universitarios hasta postgrado y El 81% de los hombres se distribuye entre educación universitaria hasta postgrado.

### III.23 Cantidad de horas semanales dedicada al trabajo editorial por integrante

#### Cantidad de horas semanales dedicada al trabajo editorial por integrante



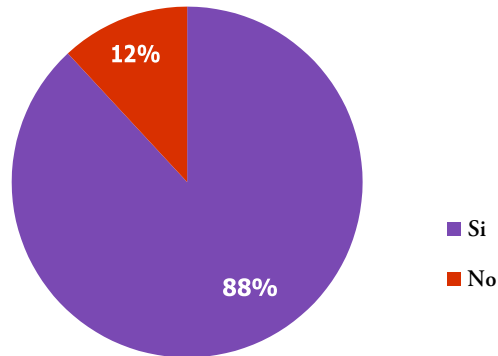
Fuente: Elaboración propia.

#### Análisis:

El 40,5% de los integrantes de un equipo editorial dedica entre 10 y 22 horas semanales. Le sigue el 33,3% que dedica entre 23 a 45 horas semanales. Luego el 19% dedica entre 2 a 9 horas semanales. Esta distribución semanal de tiempo alude a una sobrecarga horaria en un marco de precarización laboral en condiciones a contrato a honorarios o sin contrato. Impactando en la salud mental, vida familiar, y vida personal de los integrantes.

### III.24 Contratos operativos a sus autorías por editoriales consultadas

#### Realiza contrato a sus autoras/autores



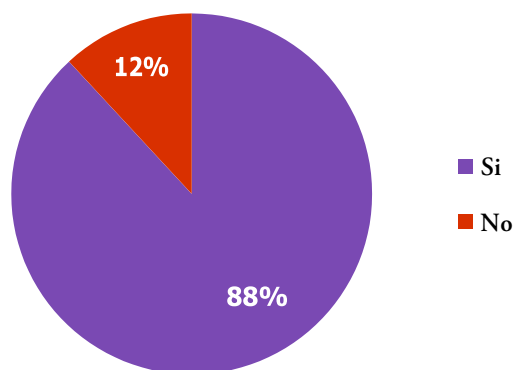
Fuente: Elaboración propia.

#### Análisis:

El 88% de las editoriales encuestadas realiza contrato a sus autoras/autores. La formalización y protección laboral se encuentra hacia afuera de las editoriales. Organizaciones que, en condiciones de precariedad, informalidad y de condición económica de supervivencia, logran proteger de esas mismas situaciones a sus autorías. Así, la cadena de valor no presenta las mismas características de formalidad laboral en autorías, agentes, editores del sector editorial.

### III.25 Pago de derechos de autor en la actualidad

#### Paga derechos de autor



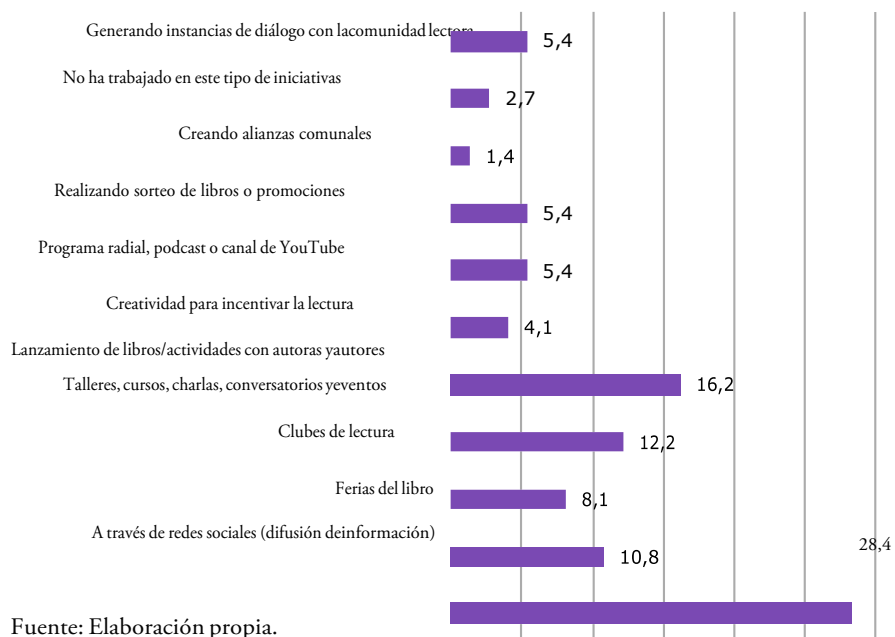
Fuente: Elaboración propia.

#### Análisis:

El análisis anterior se condice con el pago de los derechos de autor/a/e, donde el 88% de las editoriales encuestadas, realiza el pago de derechos de autorías.

### III.26 Modos de propiciar la relación con su comunidad lectora

¿Cómo propicia la relación con las lectoras y lectores?

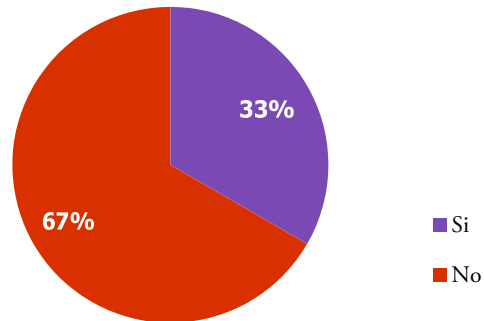


Análisis:

Las estrategias de las editoriales consultadas para propiciar la relación con sus comunidades lectoras son: las redes sociales (28,4%), lanzamiento de libros (16,2%), talleres, cursos, charlas y conversatorios (12,2%), podcasts, diálogos u otros (5,4%), mientras un (2,7%) no ha trabajado en esas iniciativas. El 97,3% de las editoriales encuestadas ha pensado sobre sus modos de relación con sus comunidades lectoras. Generando vínculo con ellas ya sea a través de espacios digitales, o generando espacios presenciales que convoquen y fortalezcan esas mismas comunidades lectoras.

### III.27 Respuestas a la consulta: ¿Trabaja con libros inclusivos en su editorial?

¿Trabaja con libros inclusivos en su editorial?



Fuente: Elaboración propia.

Análisis:

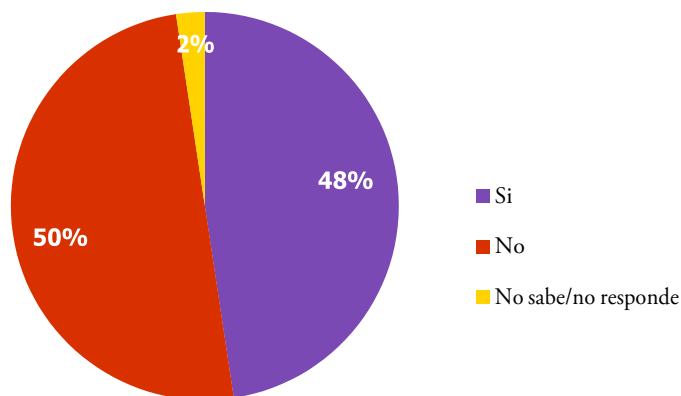
Un 33% de las editoriales encuestadas señala que trabaja con libros inclusivos dentro de su catálogo editorial. La inclusión como discurso es parte de la autorreflexividad organizacional.

Los libros inclusivos aparecen como un tema pendiente en las editoriales consultadas dado los desafíos materiales y económicos que significan para las mismas.



### III.28 Sentimientos y/o experiencias de discriminación en el ámbito editorial

¿Se ha sentido discriminada por su género en el ámbito editorial?



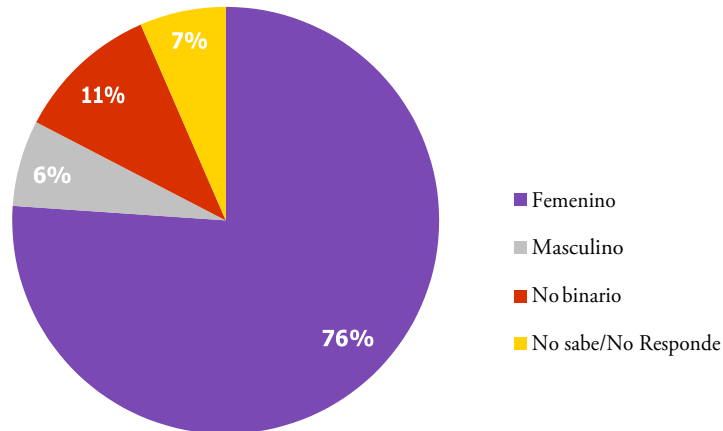
Fuente: Elaboración propia.

Análisis:

Un 48% de las integrantes de las editoriales consultadas se ha sentido discriminada por su género en el ámbito editorial. Casi la mitad ha experimentado discriminación por género. Dado las transformaciones socioculturales levantadas por las activistas feministas en los últimos 5 años que han permeado instituciones estatales, de educación superior, y organizaciones culturales, se vuelve viable advertir y señalar las múltiples prácticas de discriminación por género que viven mujeres y disidencias en el sector editorial.

### III.29 Identificación con categorías de género de forma inductiva

¿Cómo se identifica si le preguntan por su género?



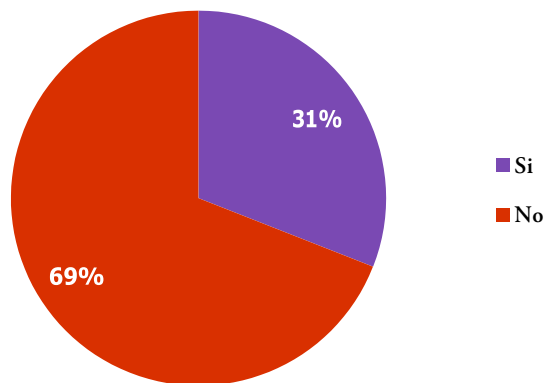
Fuente: Elaboración propia.

Análisis:

Esta pregunta permite levantar identidad de género de forma inductiva de quienes respondieron la encuesta. Es decir, abrir el paradigma dicotómico de sexo-género desde lógicas investigativas más horizontales que promueven el respeto mutuo a mujeres y disidencias. A partir de esta apertura, el 76% se reconoce como género femenino, el 11% como No binario, el 6% como género masculino, y el 7% contestó como no sabe/no responde.

### III.30 Víctima(s) de violencia de género en el ámbito editorial y/oecosistema del libro

¿Ha sido víctima de violencia de género en el ámbito editorial y/o ecosistema del libro?



Fuente: Elaboración propia.

Análisis:

El 31% declara haber sido víctima de violencia de género en el ámbito editorial y/o ecosistema del libro. Frente a esto, ocurre lo siguiente: no se dispone todavía de un lenguaje transversal para operacionalizar la violencia de género en estos espacios y/o ecosistema. No se dispone de mecanismos de protección hacia las víctimas para elevar las denuncias de violencia de género en una ruta social-jurídica. No existen protocolos que regulen las conductas de quienes interactúan en espacios culturales. Por lo que entendemos que esta cifra puede ser mayor ya que en el punto 31, cuadro siguiente, aumenta el porcentaje de violencias y micromachismos en el ecosistema del libro, lo que evidencia la necesidad de regularizaciones estandarizadas sobre qué es violencia y desnaturalizar estas malas prácticas culturales.

### III.31 Tipificaciones de violencia de género a la que se ha visto ex-puesta en el ámbito editorial y/o ecosistema del libro

Tipo de violencia de género a la que se ha visto expuesta en el ámbito editorial y/o ecosistema del libro



Fuente: Elaboración propia.

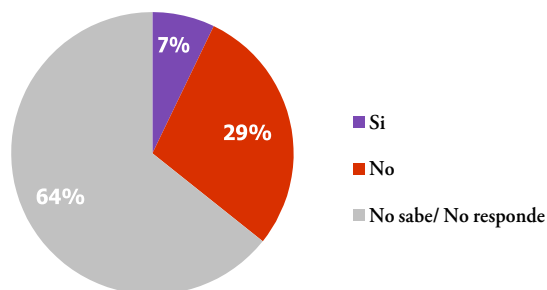
#### Análisis:

Dentro de los tipos de violencia de género señaladas por las encuestadas, aparece la violencia laboral como primera con un 25%, luego el acoso con un 22,2%, Luego violencia económica y laboral; ambas con un 16,7%, después la violencia psicológica con un 8,3% y finalmente la violencia físico-sexual con un 5,6%. Estas violencias no fueron definidas apriorísticamente en la encuesta. Si bien se dan una serie de transformaciones socioculturales que permiten diferenciarlas a nivel país, es urgente disminuir estas prácticas violentas en el sector editorial y/o ecosistema del libro a partir de protocolos y espacios protegidos que promuevan formas de relación conforme a la

cultura de la paz, no violencia y equidad de género, fuera de lógicas patriarcales y misóginas.

### III.32 Acompañamiento o respaldo por el ámbito editorial y/o eco-sistema del libro en caso de violencia de género

En caso de violencia de género, se sintió acompañada o respaldada por el ámbito editorial y/o ecosistema del libro



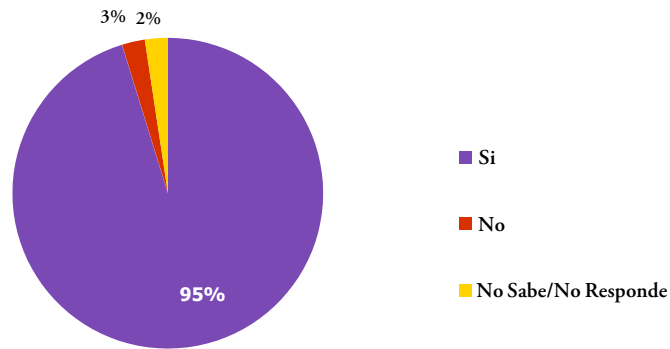
Fuente: Elaboración propia.

#### Análisis:

Es interesante como se contesta a esta pregunta sobre acompañamiento o respaldo del ámbito editorial y/o ecosistema del libro a los casos de violencia de género, ya que el 64% no sabe o no responde a esta pregunta. Por lo tanto, existe la violencia de género. Se puede nombrar y tipificar. Luego de esto, la ruta jurídica de la misma se diluye, ya que no existen mecanismos de protección y acompañamiento a las víctimas en los espacios culturales. Las víctimas todavía no tienen soportes colectivos luego de denunciar.

III.33 Apoyo a modificación en ley que da origen a MINCAP para inclusión de Protocolo de género en espacios culturales obligatorio que contemple sanciones e inhabilidades.

Apoyaría una modificación en ley que da origen a MINCAP para inclusión de Protocolo de género en espacios culturales obligatorio que contemple sanciones e inhabilidades.



Fuente: Elaboración propia.

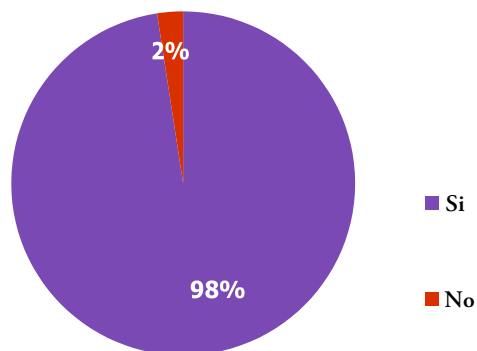
Análisis:

Dado los dos últimos gráficos, aparece como urgente (95%) *el apoyo a modificación en ley que da origen a MINCAP para inclusión de Protocolo de género en espacios culturales obligatorio* que contemple sanciones e inhabilidades a quienes transgredan las normas de conducta estos espacios<sup>2</sup>.

<sup>2</sup>Nuestra Red Feminista del libro ha participado de diferentes espacios públicos como visitas a la Cámara de diputados y diputadas y alianzas estratégicas con Universidades públicas para agilizar modificación en ley que da origen a MINCAP para inclusión de Protocolo de género en espacios culturales obligatorio: [https://www.camara.cl/legislacion/comisiones/resultados\\_semana.aspx?prmSemana=2021-15](https://www.camara.cl/legislacion/comisiones/resultados_semana.aspx?prmSemana=2021-15) y <https://dei.uv.cl/en/headlines?start=30>

### III.34 Asistencia / Participación en Ferias Internacionales del libro

¿Asiste a ferias internacionales?



Fuente: Elaboración propia.

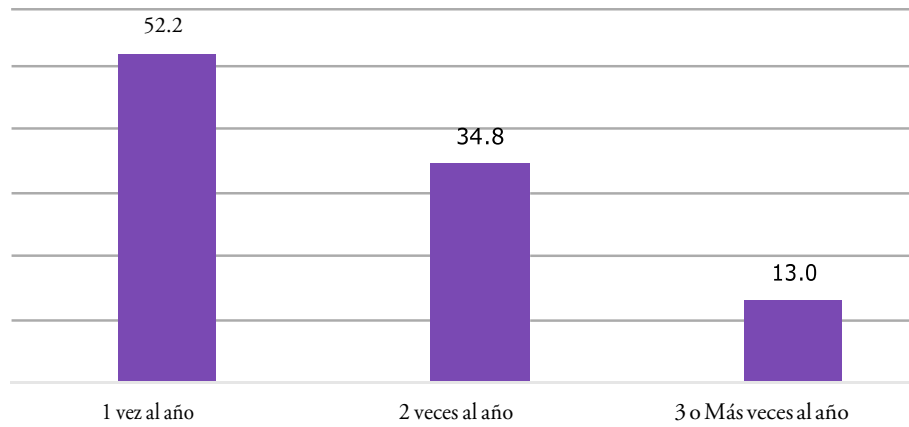
Análisis:

El 98% de las editoriales encuestadas asiste a ferias internacionales del libro, como formas de difusión, de promoción y de establecer redes con otros agentes del sector editorial y/o de ecosistema del libro.



### III.35 Frecuencia de asistencia / Participación en Ferias Internacionales del libro

¿Con que Frecuencia asiste a ferias internacionales?



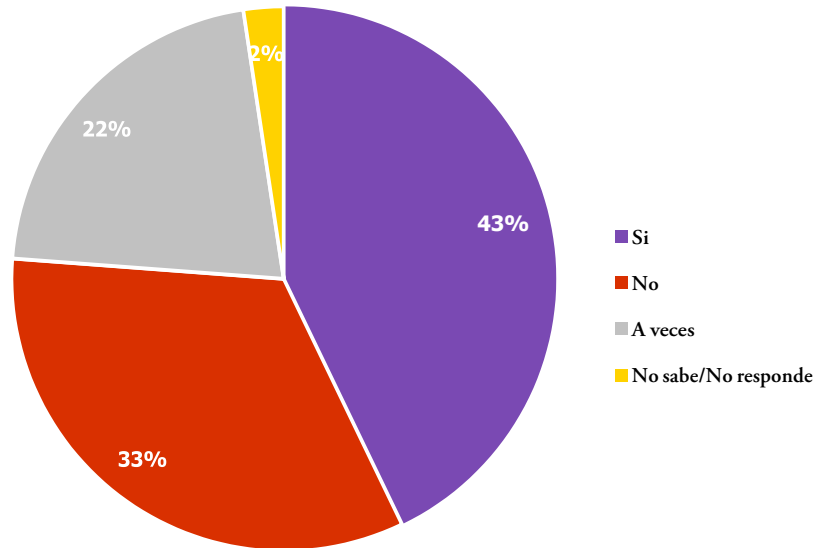
Fuente: Elaboración propia.

Análisis:

El 52,2% asiste una vez al año, el 34.8% dos veces al año, y el 13% 3 o más veces al año a ferias internacionales en una condición de emergencia y/o estabilización económica.

### III.36 Internacionalización de las editoriales consultadas

Internacionalización. ¿Envía libros a ferias internacionales?

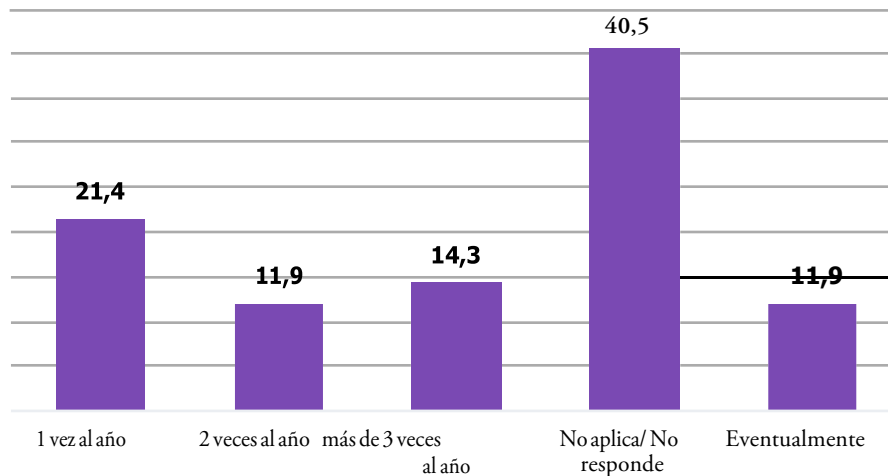


Fuente: Elaboración propia.

Análisis: En estas mismas condiciones de emergencia y/o estabilización económica editorial, el 43% envía libros a ferias internacionales y un 22% lo hace a veces. Mostrando una capacidad de respuesta a la internacionalización con un 65% , frente a un 33% que no lo hace.

### III.37 Frecuencia de envío de libros a las Ferias Internacionales del Libro

Internacionalización. Si envía libros a ferias internacionales, ¿con que frecuencia?



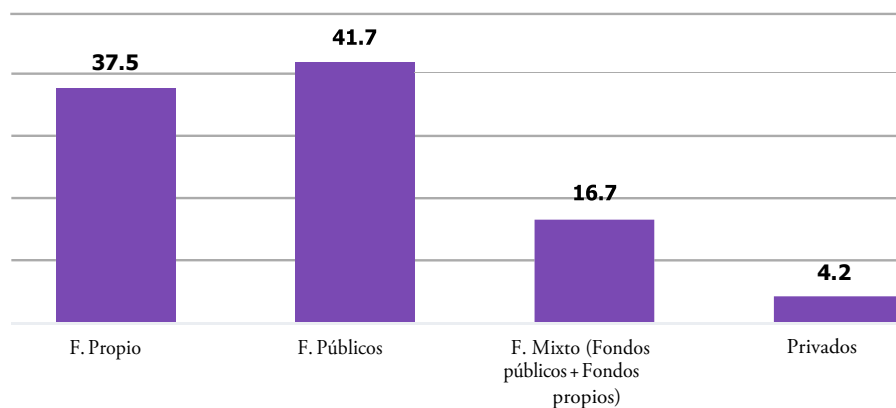
Fuente: Elaboración propia.

Análisis:

Un 59,5% envía libros con frecuencia entre una, dos, tres veces al año y eventualmente. Más de la mitad de las editoriales encuestadas se muestran activas en las agendas de internacionalización de sus catálogos.

### III.38 Financiamiento de su participación en las Ferias Internacionales del Libro

¿Cómo financia su participación en ferias internacionales?



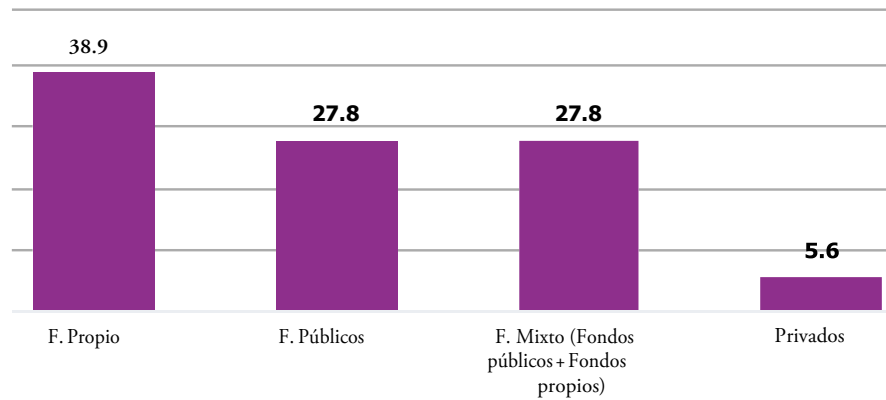
Fuente: Elaboración propia

Análisis:

Lo interesante de esta participación es que sucede a través de fondos públicos (41,7%), luego a través de fondos propios (37,5%) bajo condiciones económicas de emergencia y estabilización económica, como tercera estrategia de financiamiento de forma mixta, y por último desde un financiamiento privado (4,2%).

### III.39 Financiamiento de envío de libros a las Ferias Internacionales del Libro

¿Cómo financia el envío de libros a ferias internacionales?



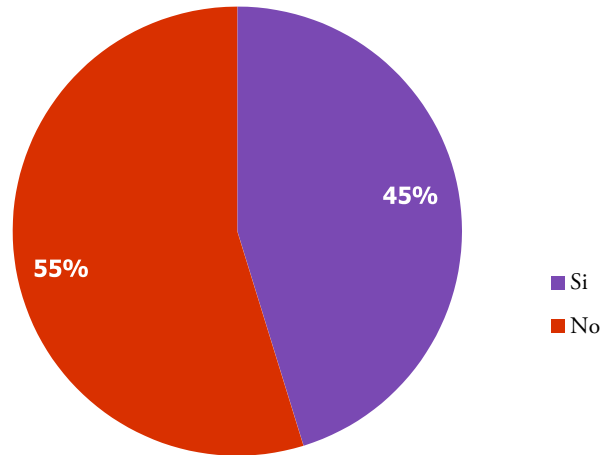
Fuente: Elaboración propia

#### Análisis:

El financiamiento del envío de libros se comporta similar al financiamiento de la participación en ferias (pregunta anterior), aquí varía en que el modo principal de financiamiento es propio (38,9%), luego se distribuye equitativamente entre fondos públicos y mixtos (27,8%) para terminar en financiamiento privado con un (5,6%).

### III.40 Ejecución de traducciones de obras en su editorial

¿Realiza traducciones de obras en su editorial?



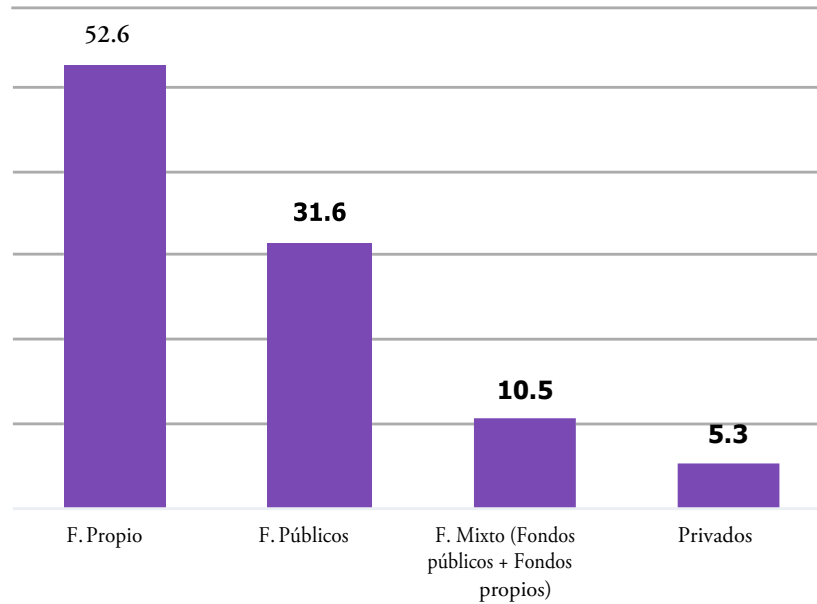
Fuente: Elaboración propia.

Análisis:

La traducción aparece como una actividad editorial en ciernes. El 45% de las editoriales consultadas afirma realizar traducciones frente a un 55% que no realiza esta actividad como parte de su catálogo. No hay indicios de esta práctica como estrategia de internacionalización.

### III.41 Financiamiento de las traducciones ejecutadas en las editoriales consultadas

¿Cómo financia la realización de traducciones de obras en su editorial?



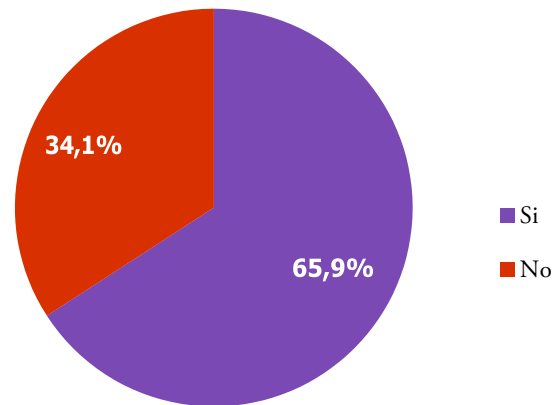
Fuente: Elaboración propia.

Análisis:

Frente a esta práctica editorial en ciernes (la traducción), el 52,6% la financia a partir de fondos propios, frente a un 31,6% financiada a través de fondos públicos, un 10,5% con fondos mixtos y un 5,3% con financiamiento privado. Las estrategias de financiamiento son transversales para cada una de las prácticas consultadas en esta encuesta.

### III.41 Catálogo / Parte del catálogo en bibliotecas públicas

¿Están sus libros en bibliotecas públicas?



Fuente: Elaboración propia.

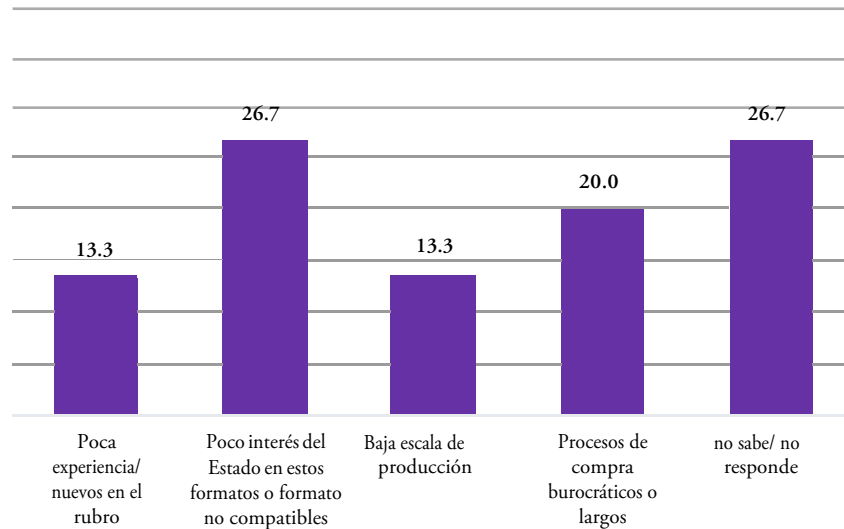
Análisis:

Un 65,9% de los libros del catálogo de las editoriales consultadas están en las bibliotecas públicas frente a un 34,9% que no lo está.



### III.43 Razones espontáneas que justifican la ausencia en bibliotecas públicas del catálogo/parte del catálogo de las editoriales consultadas

Si no están sus libros en bibliotecas públicas,  
¿cuál cree que es la razón?



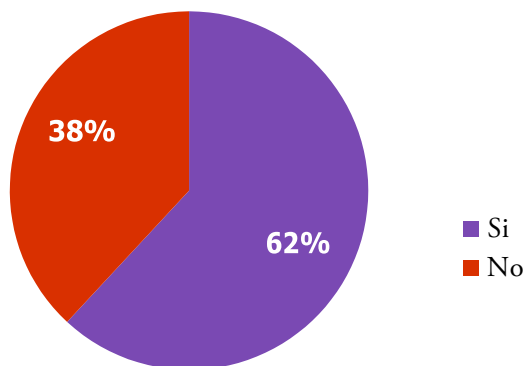
Fuente: Elaboración propia.

#### Análisis:

Esta pregunta de tipo inductiva señala que las razones que explican la distribución de un 65,9% de libros presentes en las bibliotecas públicas versus un 34,1% se encuentran bajo razones todavía no elaboradas dentro de sus lógicas organizacionales (26,7%) o por motivos propios de las lógicas estructurales estatales asincrónicas o en desajuste al ecosistema del libro (73,3% acumulado).

### III.44 Conversión del libro objeto/material al formato digital

¿Ha hecho conversión a formato libro digital?



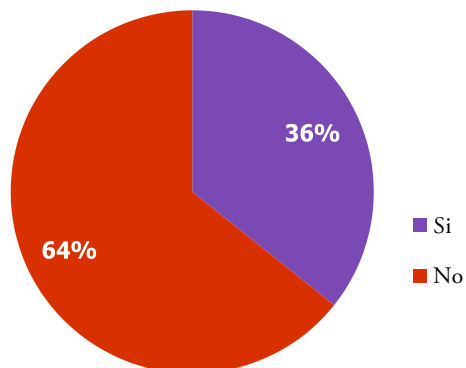
Fuente: Elaboración propia.

Análisis:

El 62% de las editoriales consultadas ha hecho conversión del libro material a libro formato digital versus un 38% que todavía no lo ha hecho. Las editoriales consultadas en este estudio son editoriales comprometidas con el libro objeto material. Sus migraciones al formato digital pueden responder a la pandemia. Se trata todavía de una temática exploratoria como para generar una respuesta más allá de lo tentativo.

### III.45 Catálogo/Parte del catálogo en bibliotecas públicas digitales

¿Están sus libros en bibliotecas públicas digitales?



Fuente: Elaboración propia.

Análisis:

Asimismo, solamente el 36% ha depositado su material digital en bibliotecas públicas digitales versus un 64% que no lo ha hecho. Este subdimensión del estudio todavía tiene características muy exploratorias que exceden lo consultado en esta encuesta para dar explicaciones al comportamiento de este fenómeno de lo digital y/o digitalización en espacios de bibliotecas públicas.

## I. CONCLUSIONES

Frente a los métodos de pensar y hacer políticas culturales en torno al libro y la edición, el aparato estatal han apoyado mediante financiamiento en base a fondos concursables, lo que ha permitido un crecimiento de ciertos aspectos importantes en este ámbito, pero que leyendo las gráficas y estadísticas no se ajustan a las necesidades específicas y actuales de las editoriales en torno a la educación de género y no sexista, así como por los nuevos, inclusivos y experimentales formatos de publicación. Que es una reflexión a nivel macro desde las instituciones, organizaciones y asociaciones, cualquiera sea su lineamiento de trabajo.

Hay nuevos desafíos para el ecosistema del libro, por esto decidimos realizar **este estudio inédito en su tipo por la perspectiva y teoría feminista que tiene como soporte.**

Las editoriales participantes presentan un modelo de crecimiento actual por cierto desarrollo medio alcanzado desde una lógica de supervivencia, planteadas por las referentes aquí consultadas, prima la política feminista efectiva desde la libertad del sistema sexo-género, que es un punto de partida de cambio social, económico y cultural.

La edición independiente bibliodiversa opera bajo la duda permanente de toda intervención técnico – científica y política del mundo del libro como slogans de la contrarrevolución dentro de la estructura burguesa.

Así, la edición independiente proyecta una articulación cultural/ estratégica entre nodos culturales institucionalizados estatales, tercer sector y colectivos autogestionados emergentes y/o estabilizados en términos económicos, pero todavía altamente precarizados multidimensionalmente.

Para impactar al país en cuanto a las producciones de las industrias culturales, creativas, desde el ecosistema del libro, éste mismo tiene como opciones:

1. Estimular un **lenguaje organizacional propio y mimético** como aprendizaje interno del sector editorial.
- 1.1 Así, la **misión editorial** se constituye como una triada que conjuga fundamentalmente tres (3) aspectos: su construcción como nicho de negocios, su pool valórico (ejercicio de reflexividad ética), y su catálogo a manera de un conjunto de criterios estéticos, pero aún dependientes de ciertas condiciones materiales dignificantes del oficio editorial.

- 1.2 Este lenguaje organizacional ha posibilitado la revisión crítica de las condiciones de las **sujetas fundadoras/estructurantes** de las editoriales, en su dimensión política: mujeres y disidencias. Superando la mirada de la transversalización del género.
- 1.3 Lenguaje organizacional que iza el **hito fundacional** de las editoriales independientes a través de la reorientación de la praxis de la independencia editorial.
2. Identificar sus relaciones de interés para promover su **consolidación** como sector editorial *-ahora-* constitutivo del ecosistema del libro que ***dispute sus futuros posibles considerando la fractura pandémica.***
- 2.1 En sus modos de **organización interna**: formalización de sus contratos internos, modos de producción casera, co-construcción de la agenda estatal (en lugar de calendarizarse desde ella).
- 2.2 En sus tiempos intersubjetivos para poder replantear la pregunta sobre su estado inminente de supervivencia editorial, palpable en precariedad **económica persistente**, y **sobrecarga de horarios de trabajo.**
- 2.3 Con el aparato crítico, **donde se mantiene todavía un vínculo desdibujado**, dada la fragmentación del propio ecosistema del libro a nivel nacional por sus determinantes neoliberales que atraviesan los marcos estatales.

3. Promover el desarrollo sostenible **bibliodiverso** internacional a partir de la transferencia de saberes, prácticas y experiencias; *“rubricando la complementariedad de los aspectos económicos y culturales del desarrollo e impulsar la cooperación internacional a favor de los países en vías de desarrollo, reforzando sus industrias y sus políticas culturales facilitando la transferencia de tecnologías y apoyo financiero, y asegurando el tratamiento preferencial de sus artistas y otros profesionales de la cultura en la escena global”* (ONU, 2018: artículo 2.5 y 2.6).
- 3.1 Hasta el momento, desde una distribución geográfica descentralizada; visible a nivel regional y comunal. Instalando polos de sectores creativos, que necesitan reconocimiento desde la **georreferenciación** como núcleos integrativos de conocimientos, saberes, y experiencias editoriales.
- 3.2 Estas lógicas organizacionales requieren capacitarse en los nodos de **oportunidades de internacionalización** que provee el mismo ecosistema del libro. A partir de la metarreflexión de sus propios aprendizajes organizacionales desenfocando las respuestas reactivas, para así volver a explorar posibilidades de internacionalización y traducción.

Mapear el rizoma feminista que ampara y sostiene afectivamente a estas editoriales. De esta manera, se puede indagar desde paradigmas interseccionales horizontales *-en/con las mismas comunidades lectoras que forman parte del mismo ecosistema del libro-* su consolidación futura.

- 3.2.1 Operativizar el rizoma feminista, involucra trabajar temáticas de carácter *urgente: Discriminación y violencia de género, identidad de género, neurodiversidad, y otras categorías interseccionales e interculturales, para transformar los espacios de la cultura desde el prisma de la justicia distributiva según las marcas de exclusión que ahí ocurren.*
- 3.2.2 *Finalmente, lograr que los espacios culturales sean seguros, comenzando con la modificación de la ley que da origen a MINCAP para inclusión de Protocolo de género en espacios culturales obligatorio, petitorio que ha realizado la Red Feminista del Libro desde el año 2018 en el Congreso mediante la Comisión de Cultura de la Cámara de Diputados y en la Mesa de género del Fondo del Libro y la Lectura, junto a las solicitudes de cuotas de género, disidencias, territorialidad, inclusión y un replanteamiento de las lecturas con perspectiva de género para la educación chilenas, en todos sus niveles.*



## I. ANEXO

### IV.1 Muestra de editoriales participantes en el estudio

---

Cocorocoq Editoras  
Biblioteca de Chilenia  
Sa Cabana  
Editorial Tricipite  
Cathartes Ediciones  
Visceras Editorial SpA  
Desastre Natural Ediciones  
Editorial Bisturí 10  
Ediciones Moneda  
Invertido Ediciones  
Akanni Ediciones  
Bordelibre Ediciones  
FEA Editorial  
Loba Ediciones  
Rayaísmo  
Kindberg  
Communes  
Ediciones Liz  
Ruta y Leyenda  
Babyfan  
HAMBRE  
Imbunche Ediciones  
Llokallas  
Los libros de la Mujer Rota  
Palabra Editorial  
Ediciones mimesis  
Ediciones libros del cardo  
Claraboya Ediciones  
Sangría Editora  
Hoguera Editora  
Ginecosofía  
Gramaje Ediciones  
GS Libros Editorial y  
Librería  
Ediciones Sherezade  
Banda Propia editoras  
Ediciones Mis Raíces  
Velero libros  
Amukan Editorial  
LOM ediciones  
Editorial Cuarto Propio  
Dudo Ediciones

---

Región de ubicación de su editorial	Comuna de ubicación de su editorial
Región Metropolitana de Santiago	Santiago centro
Región Metropolitana de Santiago	Puente Alto
Región Metropolitana de Santiago	Nuñoa
Región de Arica y Parinacota-Región de Coquimbo	La Serena
Región de Arica y Parinacota	Arica
Región del Bío-bío	Concepción
Región Metropolitana de Santiago	La Cisterna
Región Metropolitana de Santiago	Santiago centro
Región de Valparaíso	Viña del Mar
Región Metropolitana de Santiago	Peñalolén y Providencia
Región Metropolitana de Santiago	Nuñoa
Región de Coquimbo	La Serena
Región Metropolitana de Santiago	Santiago
Región Metropolitana de Santiago	Las Condes
Región de Valparaíso	Valparaíso
Región de Valparaíso	Valparaíso
Región de Valparaíso	Viña del Mar
Región Metropolitana de Santiago	Puente Alto
Región del Libertador Bernardo O'Higgins	Pichilemu-Paredones
Región de Valparaíso	El Quisco
Región Metropolitana de Santiago	Santiago
Región de Valparaíso	Viña del Mar
Región de Tarapacá	Alto Hospicio
Región Metropolitana de Santiago	Nuñoa
Región Metropolitana de Santiago	Nuñoa
Región de Valparaíso	Viña del Mar
Región de Valparaíso	Valparaíso
Región Metropolitana de Santiago	Huechuraba
Región Metropolitana de Santiago	Las Condes
Región Metropolitana de Santiago	Santiago
Región de Valparaíso	Putendo
Región Metropolitana de Santiago	Renca
Región de Valparaíso	Calera
Región de Valparaíso	La Calera
Región Metropolitana de Santiago	Maipú
Región de Valparaíso-Región Metropolitana de Santiago	Concón-Nuñoa
Región Metropolitana de Santiago	Vitacura
Región Metropolitana de Santiago	Providencia
Región del Bío-bío-Región de La Araucanía	Chiguayante-Melipeuco
Región Metropolitana de Santiago	Santiago
Región Metropolitana de Santiago	Providencia
Región Metropolitana de Santiago	Santiago

