

INSTITUTO CARO Y CUERVO
SEMINARIO ANDRÉS BELLO
MAESTRÍA EN ESTUDIOS EDITORIALES

DIAGNÓSTICO DE LA EDICIÓN DE LIBROS Y DE LAS ARTES GRÁFICAS EN
PEREIRA, RISARALDA
VIVIANA ZULUAGA

Trabajo de grado para optar por el título magíster en estudios editoriales
PAULA ANDREA MARÍN COLORADO

Bogotá
2019

FORMATO DESCRIPCIÓN TRABAJO DE GRADO

Autora: Zuluaga Viviana

Directora: Marín Paula

Trabajo para optar al título de magíster en estudios editoriales

Diagnóstico de la edición de libros y de las artes gráficas en Pereira, Risaralda

Maestría en Estudios Editoriales

Bogotá, 2019

42 páginas

Tipo de ilustraciones: mapas y tablas

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO

Bogotá, 26 de julio de 2019

Señores

BIBLIOTECA JOSÉ MANUEL RIVAS SACCONI

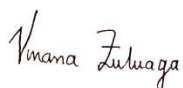
Cuidad

Estimados Señores:

Yo Viviana Zuluaga, identificada con C.C. No. 42156238, autora del trabajo de grado titulado “Diagnóstico de la edición de libros y de las artes gráficas en Pereira, Risaralda” presentado en el año de 2019 como requisito para optar el título de magíster en estudios editoriales; autorizo a la Biblioteca José Manuel Rivas Sacconi del Instituto Caro y Cuervo para que con fines académicos:

- Ponga el contenido de este trabajo a disposición de los usuarios en la biblioteca digital Palabra, así como en redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio el Seminario Andrés Bello y el Instituto Caro Y Cuervo.
- Permita la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea formato impreso, CD-ROM o digital desde Internet.
- Muestre al mundo la producción intelectual de los egresados de las Maestrías del Instituto Caro y Cuervo.
- Todos los usos, que tengan finalidad académica; de manera especial la divulgación a través de redes de información académica.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. Atendiendo lo anterior, siempre que se consulte la obra, mediante cita bibliográfica se debe dar crédito al trabajo y a su autora.



Viviana Zuluaga

CC 42156238

DESCRIPCIÓN TRABAJO DE GRADO

AUTOR O AUTORES

Apellidos	Nombres
Zuluaga	Viviana

DIRECTOR (ES)

Apellidos	Nombres
Marín Colorado	Paula Andrea

TRABAJO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE: Magister En Estudios Editoriales

TÍTULO DEL TRABAJO: Diagnóstico de la edición de libros y de las artes gráficas en Pereira, Risaralda

SUBTÍTULO DEL TRABAJO: _____

NOMBRE DEL PROGRAMA ACADÉMICO: Maestría en Estudios Editoriales

CIUDAD: BOGOTA AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO: 2019

NÚMERO DE PÁGINAS: 42

TIPO DE ILUSTRACIONES: Ilustraciones ___ Mapas x Retratos ___ Tablas, gráficos y diagramas x Planos ___ Láminas ___ Fotografías x

MATERIAL ANEXO (Vídeo, audio, multimedia):

Duración del audiovisual: _____ Minutos.

Número de casetes de vídeo: _____ Formato: ___ Mini DV ___ DV Cam ___ DVC Pro
___ Vídeo 8 ___

Hi 8 ___ Otro. Cual? _____

Sistema: Americano NTSC _____ Europeo PAL _____ SECAM _____

Número de casetes de audio: _____

Número de archivos dentro del CD (En caso de incluirse un CD-ROM diferente al trabajo de grado: _____)

PREMIO O DISTINCIÓN (En caso de ser Laureadas o tener una mención especial): _____

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES: Son los términos que definen los temas que identifican el contenido. *(En caso de duda para designar estos descriptores, se recomienda consultar a la dirección de biblioteca en el correo electrónico biblioteca@caroycuervo.gov.co):*

ESPAÑOL

Edición en Pereira

procesos editoriales

artes gráficas

edición regional en Colombia

INGLES

Edition Pereira

Editorial processes

Graphic arts

Diagnosis

RESUMEN DEL CONTENIDO Español (máximo 250 palabras):

Este artículo pretende hacer un diagnóstico del estado actual de las artes gráficas y de la edición de libros en la ciudad de Pereira (Risaralda, Colombia), para ello se procederá a: (i) caracterizar las empresas gráficas del sector; (ii) caracterizar las empresas que se dedican a la edición de libros en la ciudad; (iii) cruzar, analizar e interpretar la información arrojada en los ítems anteriores, con el fin de (iv) generar un documento que dé cuenta del estado actual de las artes gráficas y de la edición de libros en Pereira y (v) algunas recomendaciones generales a considerar por quienes ya trabajan en el sector y por futuros empresarios en el campo.

RESUMEN DEL CONTENIDO Inglés (máximo 250 palabras):

This article intends to make a current diagnosis of graphic arts and publishing in the city of Pereira (Risaralda), for which purpose it will proceed to: (i) characterize the graphic companies of the sector; (ii) characterize the companies that are dedicated to publishing; (iii) cross, analyze and interpret the information presented in the previous items, in order to (iv) generate a document that accounts for the current state of graphic arts and publishing in Pereira and (v) some general recommendations to consider by those who already work in the sector and by future entrepreneurs in the field.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	5
Introducción.....	6
Metodología.....	8
Diagnóstico de la edición de libros y de las artes gráficas en Pereira	23
Diagnóstico artes gráficas	28
Diagnóstico editoriales de libros.....	32
Recomendaciones	37
Referencias	40

DIAGNÓSTICO DE LA EDICIÓN DE LIBROS Y DE LAS ARTES GRÁFICAS EN PEREIRA, RISARALDA¹

Viviana Zuluaga²

Resumen

Este artículo pretende hacer un diagnóstico del estado actual de las artes gráficas y de la edición de libros en la ciudad de Pereira (Risaralda, Colombia), para ello se procederá a: (i) caracterizar las empresas gráficas del sector; (ii) caracterizar las empresas que se dedican a la edición de libros en la ciudad; (iii) cruzar, analizar e interpretar la información arrojada en los ítems anteriores, con el fin de (iv) generar un documento que dé cuenta del estado actual de las artes gráficas y de la edición de libros en Pereira y (v) algunas recomendaciones generales a considerar por quienes ya trabajan en el sector y por futuros empresarios en el campo.

Palabras clave: edición en Pereira, procesos editoriales, artes gráficas, edición regional en Colombia.

Abstract

This article intends to make a current diagnosis of graphic arts and publishing in the city of Pereira (Risaralda), for which purpose it will proceed to: (i) characterize the graphic companies of the sector; (ii) characterize the companies that are dedicated to publishing; (iii) cross, analyze and interpret the information presented in the previous items, in order to (iv) generate a document that accounts for the current state of graphic arts and publishing in

¹ Artículo para optar al título de magíster en Estudios Editoriales del Instituto Caro y Cuervo [primera cohorte].

² Licenciada en Español y Literatura por la Universidad Tecnológica de Pereira. Editora independiente, correctora de estilo y codirectora del Festival de Literatura de Pereira (FELIPE).

Pereira and (v) some general recommendations to consider by those who already work in the sector and by future entrepreneurs in the field.

Keywords: Edition Pereira, editorial processes, graphic arts, diagnosis.

Introducción

La imprenta llegó a Pereira en el año 1903, cuando aún la joven ciudad pertenecía al Gran Caldas, que tenía por capital Manizales –lugar donde se concentraba la producción de artes gráficas del después llamado Eje Cafetero–. No fue poco lo que se imprimió en las primeras décadas del siglo XX en Pereira, dada su ubicación geográfica y la promesa de que allí había grandes oportunidades de crecimiento económico, comercial y laboral (Molano, 2016). Se imprimían los diarios de viajeros que pasaban por la ciudad, toda clase de anuncios que publicitaban los nuevos negocios asentados en la capital risaraldense, periódicos de variada índole –católicos, políticos, propagandísticos, etc.–, panfletos, almanaques y revistas (Gil-Montoya, 2014).

Este auge de las artes gráficas perduró hasta la mitad del siglo pasado, se estabilizó en las décadas del sesenta, setenta y ochenta con la impresión sobre todo de material publicitario, papelería comercial y publicaciones periódicas de naturaleza institucional (Molano, 2016); tuvo un renacer en la década de los noventa con la toma de un sector de la ciudad por parte de impresores, quienes se han consolidado allí hasta el presente (el sector de las artes gráficas en la ciudad está ubicado, mayoritariamente entre las carreras 4 y 5 y las calles 13 a la 27. Véase gráfico 1).

Otra historia debe contarse sobre, propiamente, la edición de libros, pues dada la centralización del país (Lado B, 2018, pp. 13-15) –que padecían y padecen los municipios fuera de Bogotá–, la ausencia de un grupo de escritores que goce de mayor difusión y distribución de sus obras en el ámbito nacional y la percepción de los propios impresores, publicadores³ y otros agentes del sector de que esta actividad es innecesaria y onerosa, la edición de libros no llegó a ser, incluso hoy por hoy, una actividad a la que se dedicara como medio de trabajo más que un puñado de “soñadores”. Lo dicho no obsta para que actuales empresarios continúen invirtiendo sus recursos, tiempo y capacidades en la edición de libros y para que confíen en que al menos, el futuro les traerá sostenibilidad a sus ideas de negocio y, sobre todo, una digna oferta literaria a sus lectores.

Ahora bien, no siempre fue claro en la ciudad (ni en el país) la diferenciación categórica entre los oficios de editar e imprimir. Impresores hacían las veces de librerías, distribuidores, correctores de pruebas y tareas propiamente editoriales; algunos editores no concebían su tarea sin un taller de imprenta sino propio, o por lo menos con un socio aliado. Para la investigadora Paula Andrea Marín (2018),

[...] lo ocurrido sobre todo en la década de 1980 [en Colombia] plantea el cuestionamiento acerca de en qué consistió verdaderamente el *boom* editorial colombiano: el disparo en el aumento de títulos publicados y la conversión de Colombia en un país exportador remiten a la pregunta acerca de la diferencia entre imprimir (industria gráfica) y editar (sector editorial) [...] (p. 389).

De acuerdo con la autora, muchos editores y “dueños de empresas gráficas” colombianos

[...] asumieron que la industria editorial tenía como fin la producción de libros en grandes cantidades, sin darles mayor importancia a las actividades intelectuales asociadas a la edición. [...] La mayoría de empresas editoriales colombianas habían asumido la edición como fabricación y comercialización [...], consecuencia de cómo se había concebido el oficio de editor en Colombia: este personaje asociaba su trabajo con un lugar físico en donde imprimir sus proyectos editoriales; la relación directa que

³ Se llama así aquí a la persona o institución que publica un texto sin emplear a un editor que cuide del proceso, es decir, que pasan de la obra escrita por un autor directamente a la diagramación y luego a la impresión.

existía entre edición y soporte material hacía que la fase de creación editorial no fuera tan visible (Marín, 2018, p. 394).

Aunque por décadas (y hasta la segunda mitad del siglo XX) no fue claro en Colombia ni en Pereira la diferenciación de los oficios de editar e imprimir, hoy por hoy muchos impresores de la ciudad se desmarcan de la edición por considerarla fuera del alcance de su razón social (propiamente imprimir sobre papel y otros tantos formatos) y los editores no sienten que lo son menos por no ser propietarios de talleres o no tener un socio aliado; les basta con hacer buenas cotizaciones y visitar talleres gráficos que se ajusten a los intereses del libro que desean mandar imprimir. En ese sentido, en Pereira ya se ve limpia y diáfana esa diferencia; sin embargo –como se verá más adelante– el caso de los talleres gráficos es diferente, pues muchos de los clientes que encargan impresión de libros en ellos, encargan también actividades que son de índole editorial: corrección de estilo, corrección de pruebas, diagramación, entre otras.

Metodología

En este artículo se pretende hacer un primer diagnóstico de las artes gráficas y de la edición de libros en la ciudad de Pereira (con especial énfasis en esta última), para tener un primer acercamiento a esa diferencia entre la actividad impresora y editora en la ciudad y para tratar de identificar las actividades inherentes al sector editorial, en tanto este no es visible en el mercado editorial nacional.⁴ Para ello se procederá a:

(i) caracterizar las empresas gráficas del sector: recolección de información básica del establecimiento (años de creación de la empresa, metros cuadrados que ocupa, número de empleados, condiciones físicas del lugar, entre otros), capacidad tecnológica (número de

⁴ No se han encontrado antecedentes de este trabajo hasta el momento de escritura de este texto.

máquinas y antigüedad de estas), información financiera (activos, cifra de ventas al año, presupuesto ejecutado anualmente), servicios que presta (troquelado, barnizado, corte, numeración, plastificado, perforación, etc.), soportes en que imprimen (papel, cartón, gran formato, adhesivo, etc.), valor agregado, mecanismos publicitarios de los que se sirven y percepciones sobre el trabajo del editor y la relación que existe entre este y los impresores.

(ii) caracterizar las empresas que se dedican a la edición. Se indagó por: la formación profesional del editor, la información financiera proveniente de la actividad editorial, número de libros/publicaciones periódicas editadas al año, qué canales de distribución utilizan, dónde venden sus libros, quiénes son sus clientes, en qué temas se especializan, composición del catálogo (número de publicaciones y títulos de estas), compra de derechos de autor, percepciones sobre el sector editorial, con quién realizan el diseño editorial, dónde imprimen, si firman o no contratos con los escritores y proveedores, cómo fidelizan a los lectores, si guardan o no versiones digitales de sus libros, cómo evalúan el mercado donde se desarrolla el negocio de cada entrevistado, entre otras preguntas que pueden leerse en la tabla 3.

(iii) a partir del análisis de (i) y (ii) ofrecer recomendaciones para el sector editorial.

Para llevar a cabo esta investigación se aplicaron encuestas y entrevistas que fueron diseñadas teniendo en cuenta un acervo teórico y crítico importante –en particular Michael Bhaskar (2014), D. F. McKenzie (1999) y Rigoberto Gil Montoya (2014). Se elaboraron dos tipos de encuestas: una para el sector de las artes gráficas y otra para los editores; la primera es una adaptación de la encuesta que realizaron los docentes Margarita Cuéllar y Joaquín Llorca (junto con los demás integrantes del equipo de investigación) de la Universidad Icesi para el proyecto “Cartofonías de San Nicolás. Estudios sobre la memoria sonora de la industria

gráfica en Cali”⁵ y que pretendía caracterizar los sonidos que producían las imprentas de un lugar específico; para ello el proyecto se propuso conocer el espacio, el mobiliario y la dinámica del trabajo de las artes gráficas.

La técnica de la encuesta se implementó en este trabajo de investigación en consideración de lo que de ella dice García Ferrando:

[La encuesta] utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características (citado en Anguita, Repullo y Donado, 2003, p. 527).

Se hizo una selección de la población y se diseñó el instrumento (encuestas y entrevistas) para pasar a su posterior aplicación. La información que se recogió se consignó en una hoja de cálculo Microsoft Excel y enseguida se procedió a cruzar y analizar esta información con el propósito de contar con los elementos necesarios para interpretarla y emitir las conclusiones y recomendaciones generales que les servirán tanto a los actuales agentes del sector de las artes gráficas y la edición de libros en Pereira⁶ como a futuros emprendedores editoriales.

Además de las encuestas y entrevistas, se llevó a cabo observación etnográfica en los talleres gráficos, lo que permitió conocer de cerca al parque impresor de la ciudad y tener argumentos para diagnosticar su estado actual.

⁵ Véase: <http://www.icesi.edu.co/cartofonias/>

⁶ Se espera que este trabajo también sirva de antecedente o insumo a próximas investigaciones sobre edición que tengan como protagonista a ciudades intermedias del país.

De acuerdo con la Cámara de Comercio de Pereira, en la ciudad hay registradas 111 empresas dedicadas a “actividades de impresión”, “servicios relacionados con impresión”, “edición de libros” y “edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas”⁷. Para un municipio con menos de medio millón de habitantes y poco más de siglo y medio de existencia esta parece ser una cifra elevada, sin embargo, una investigación más detenida de cada categoría y entrevistas con actores del sector⁸ matizan este número (111).

Por ejemplo, en “actividades de impresión” y “servicios relacionados con impresión” caben todas las empresas que imprimen en bolsa, tela, vasos, lapiceros y todo aquello que implique plasmar sobre un soporte texto e imagen. Se filtró la información y se dejaron solo las empresas que tuvieran por oficio imprimir en papel. El número pasó de 111 a 82.

En “edición de libros” y “edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas” aparecen 14 instituciones cuya razón social no es la edición de contenidos, sino que tienen alguna publicación periódica y que por lo mismo se registran ante la Cámara de Comercio municipal como editoras; es el caso de la Corporación Casa Creativa, grupo Semilleros Deportivos SAS, Comfamiliar Risaralda, entre otras.

Por considerar que el interés de este trabajo es diagnosticar la edición de libros en Pereira, no se incluyeron estas 14 instituciones en el estudio, por no tener entre sus objetivos la edición de libros y porque el interés real que les asistía era sacar una publicación institucional, es decir, empresas prestadoras de salud, de turismo, de gestión cultural y otras dedicadas a otros menesteres que por facilidad legal se inscribieron como editoras ante la Cámara de Comercio.

⁷ Nombres textuales de los códigos CIU (clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas). Los códigos que corresponden a las categorías aquí mencionadas son, respectivamente: C1811, C1812, J5811 y J5813.

⁸ Entrevistas a gerentes/dueños de litografías, empleados de imprentas y editores.

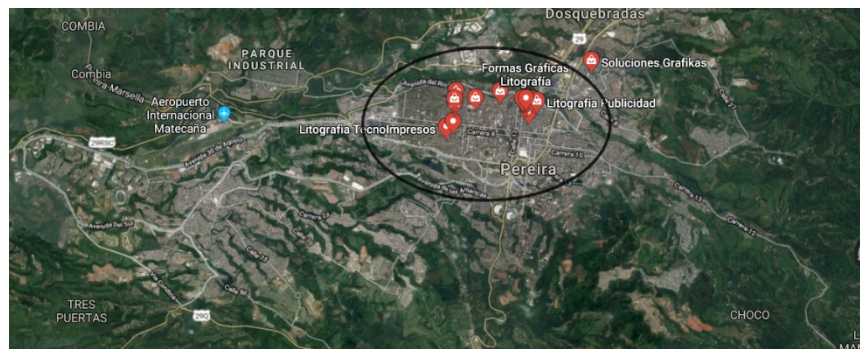
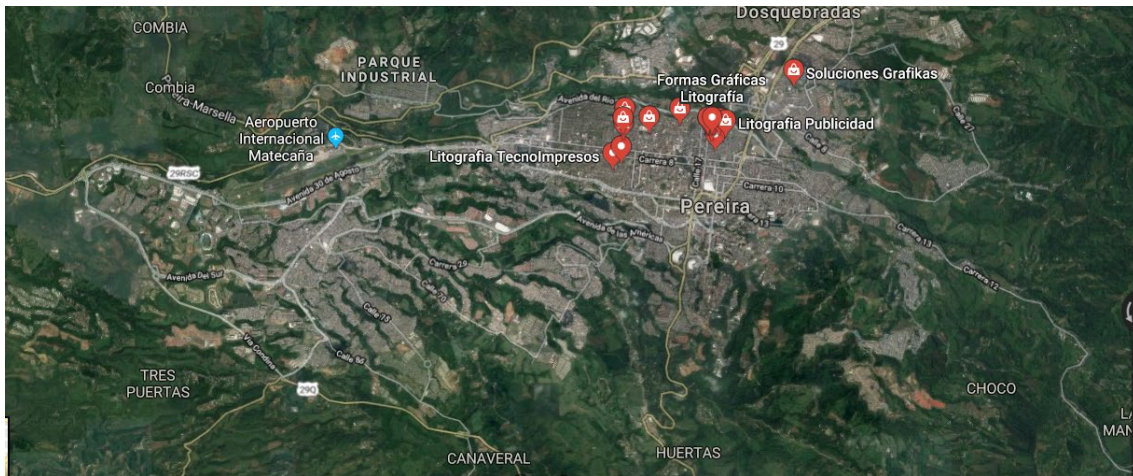
Una vez filtrada la información, quedaron 68 empresas dedicadas a la edición, de estas, solo 15 pertenecen a la categoría “edición de libros”, las restantes 53 se dedican a la “edición de publicaciones periódicas” y a los servicios de impresión en papel. De estos 15 editores que quedaron luego de aplicar los anteriores filtros, se entrevistaron a 5 (es decir, uno de cada tres editores de la ciudad que pertenecen a la categoría “edición de libros” según la Cámara de Comercio de Pereira), lo que denota un muestra significativa para el diagnóstico que pretende entregar este trabajo.

Ahora bien, no todas las empresas de artes gráficas o quienes se dedican a la edición se registran ante la Cámara de Comercio, el sector de la imprenta adolece, históricamente, de informalidad laboral y de empresas muy pequeñas que consideran un gasto poco ventajoso adquirir las obligaciones legales que comporta registrarse⁹; en general, en la ciudad, estas empresas son las que reciben los trabajos tercerizados de los negocios más grandes, por ejemplo, se encargan del troquelado, corte o barnizado de las impresiones o están prestas a atender la demanda de sus colegas en caso de que estos reciban un trabajo voluminoso y deban solicitar ayuda de otros.

La cifra de estas empresas de artes gráficas no es oficial. En el trabajo de campo se pudo corroborar que entre la calle 13 y la calle 27 y entre las carreras 4 y 5 –que es donde se concentra el sector, sobre todo entre calle 15 y 22 y sobre la carrera 4– hay un promedio de tres de estas empresas por cada cuadra, entre registradas y no registradas en la Cámara de Comercio (véase gráfica 1).

⁹ Estas empresas, en su mayoría litografías, ocupan un área de trabajo no mayor a los 30 m² y no laboran allí más de tres personas.

Gráfica 1. Pereira y detalle ubicación sector de las artes gráficas



Nota: la zona remarcada señala el centro de Pereira y sus alrededores, lugares donde se asientan los estamentos públicos más importantes, el comercio y, en general, los negocio de la ciudad y las actividades culturales. Fuente: Google Maps.

Se diseñaron dos encuestas: una para editores/editoriales y otra para empresas del sector de las artes gráficas (tipografías y litografías principalmente), se eligió una muestra de 6 empresas relacionadas con la impresión y 5 editores/editoriales (para un total de 11), es decir que de la muestra de 68 empresas legales que están registradas en la Cámara de Comercio de Pereira y que fueron seleccionadas para la investigación se encuestó y entrevistó al 16 % (véase tabla 1).

Debido a que las respuestas a las preguntas a los impresores tendían a repetirse (como número de años de constitución de la empresa; tipo de contenido que imprimían, clases de máquinas que poseían, cifra de activos, relación con la edición, concepción general de la edición, prácticas laborales aplicadas, etc.) se optó por no extender el número de entrevistas a los impresores y entender que 6 entrevistados representaban una muestra significativa para el desarrollo de esta investigación exploratoria. En este mismo sentido, se entrevistó a los editores con mayor trayectoria y proyección de la ciudad¹⁰; esto es, a quienes se entiende, tendrán incidencia futura en la edición de libros en Pereira; de ahí que el número de 5 entrevistas no resulte poco o insignificante. Considérese además que de acuerdo con el filtro que se aplicó, se entrevistó a uno de cada tres editores.

Las encuestas contaron con una fase piloto que permitió insertar ajustes finales (se hicieron cuatro de estas encuestas, dos a editores y dos a impresores). Las encuestas quedaron tal como muestran las tablas 2 y 3.

Tabla 1. Participantes en el presente estudio para el diagnóstico de la edición y de las artes gráficas en Pereira, 2018

Artes gráficas	Editores/editoriales
Litografía Élite	Rigoberto Gil Montoya: editor, profesor
Formas Gráficas	Gustavo Colorado: editor de El Arca Perdida Editores
Marca Impresa	John Jairo Carvajal: editor de Klepsidra

¹⁰ Afirmación que se sustenta en el número de publicaciones que estos editores poseen con respecto a otras iniciativas editoriales de la ciudad; a su influencia general en los procesos de gestión cultural local; a la labor consensuada que han hecho de visibilizar su labor y, por tanto, a la creación (consciente y estructurada) de públicos lectores según aquello que publican.

	Editores
Gráficas Buda	Kelly Tabares: editora Dóblese al Arte
Gráficas Olímpica	Gustavo Acosta: editor Jirafa Enana
Litoger	

Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. Instrumento: Encuesta imprentas/litografías

Información básica del encuestado	
Nombre:	
Cargo:	
Formación profesional:	
Nombre de la empresa:	
Número de años trabajando en la empresa:	
Dirección:	
Teléfono:	
Información básica de la empresa (se incluye aquí datos legales y físicos)	
¿Cuántos metros mide el local?:	
¿El local es compartido? En caso de ser afirmativa la respuesta:	__ ¿Cuántos metros mide el otro local? __ ¿A qué actividad se dedica? __ ¿Cuál es la razón principal de

	compartir espacio?
Año de creación de la empresa:	
Si la empresa ha estado en una dirección distinta a la actual, por favor indique:	<input type="checkbox"/> Número de locales ocupados <input type="checkbox"/> Tiempo que ha estado en ellos Razón del cambio: _____
Información financiera	
Ingresos anuales de la empresa (expresados en \$):	
En cuánto está avaluada la empresa:	
Presupuesto ejecutado al año:	
En qué rango se ubica la empresa respecto a su competencia:	<input type="checkbox"/> Por debajo de la media <input type="checkbox"/> En la media <input type="checkbox"/> Por encima de la media
Información de mercado	
¿Qué diferencia a la empresa de su competencia?:	
¿Quiénes son mayoritariamente sus clientes?:	
¿Qué mecanismos publicitarios emplea?	
Contratación	
¿Cuántos empleados tiene la empresa?:	
¿Cuál es su nivel de estudio?:	
¿Cuál es su edad promedio?:	

¿Qué tipo de contratos tienen?:	
¿Qué tanto rota el personal? (medido en número de meses que transcurren para contratar un nuevo empleado en reemplazo de otro):	
Insumos tecnológicos	
¿Cuántas máquina tiene la empresa?:	
¿Cuántas de ellas son digitales?:	
¿Quién presta el servicio técnico?:	<input type="checkbox"/> Un empleado <input type="checkbox"/> Una persona externa (vive en la ciudad: sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>)
¿Dónde se consiguen los repuestos?:	
Por favor exprese el año de compra de cada máquina que posee, en caso de que la máquina haya sido comprada ya usada, indique el número de años que estime tiene esa máquina en funcionamiento	<input type="checkbox"/> Máquina 1 <input type="checkbox"/> Máquina 2 <input type="checkbox"/> Máquina 3 <input type="checkbox"/> Máquina 4
Marque con una x el tamaño máximo en que puede(n) imprime la empresa:	<input type="checkbox"/> Menos de medio pliego <input type="checkbox"/> Más de medio pliego <input type="checkbox"/> Plotter
Servicios y soporte (marque con una x los servicios que presta la empresa)	
Preparación:	<input type="checkbox"/> Diseño y diagramación

	<input type="checkbox"/> Corrección de estilo <input type="checkbox"/> Diseño editorial
Impresión:	<input type="checkbox"/> Digital <input type="checkbox"/> Tipográfica <input type="checkbox"/> Litográfica <input type="checkbox"/> Offset
Terminación:	<input type="checkbox"/> Troquelado <input type="checkbox"/> Pegado <input type="checkbox"/> Encuadernado <input type="checkbox"/> Barnizado <input type="checkbox"/> Corte o guillotina <input type="checkbox"/> Numeración <input type="checkbox"/> Perforación <input type="checkbox"/> Plastificado <input type="checkbox"/> Otro
Por favor indique los soportes en que imprime la empresa:	
Relación con los procesos de edición	
¿Quién toma las decisiones sobre el	

diseño editorial?:	
¿Qué tipo de impresiones mayoritariamente hace la empresa?:	
¿Tiene alguna impresión periódica? (revistas, semanarios, etc.) ¿Cuáles?:	
¿Qué porcentaje de libros y/o revistas imprime la empresa respecto a su producción general?:	
Desde su punto de vista ¿cómo es la relación de los impresores con la edición de libros?:	
¿Cuál es su percepción sobre el trabajo del editor?:	
Por favor relate su percepción personal y profesional del estado actual de la edición de libros en Pereira:	

Fuente: adaptada del proyecto “Cartofonías de San Nicolás. Estudios sobre la memoria sonora de la industria gráfica en Cali” (s. f.).

Tabla 3. Instrumento: Encuesta editores /editoriales

Información básica del encuestado	
Nombre:	
Cargo:	

Formación profesional:	
Número de años trabajando en la editorial:	
¿Combina la edición de libros con otros trabajos?	
Información básica de la editorial	
Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	
Número de años que lleva la editorial en funcionamiento:	
En caso de tener, ¿cuántos metros mide la editorial/oficina?	
Describa la estructura organizacional de la empresa	
Información financiera	
¿Cómo es el manejo de la contabilidad?	
¿Firma contratos con proveedores, autores y distribuidores?	
Describa su relación con los distribuidores	
¿Cuáles son sus canales de venta?	
¿Qué presupuesto que ejecuta	

anualmente?	
¿Tiene créditos bancarios?	
¿Cuántos suman sus activos?	
Información de mercado	
¿Cuál es y cómo se compone su nicho de mercado?	
¿Cómo fideliza a los clientes?	
¿Qué métodos de publicidad utiliza para dar a conocer sus lanzamientos editoriales?	
¿Cómo evalúa el mercado donde se desarrolla su negocio?	
¿Quién es su competencia?	
¿Cuál es la experiencia de valor de sus libros?	
¿Quiénes y cómo son sus lectores?	
Información sobre el catálogo	
¿Cuántos libros edita al año?	
¿De cuántos números está compuesto su catálogo editorial?	
¿En qué temas se especializa?	
¿Compra derechos de autor? ¿Conoce y	

aplica el procedimiento para hacerlo?	
¿Realiza traducciones de obras?	
¿En qué soportes edita sus textos?	
Almacenamiento	
¿Dónde guarda los libros que imprime?	
¿Guarda versiones digitales y físicas de los libros que edita y de sus procesos?	
Proveedores	
¿Dónde imprime?	
De los siguientes, ¿qué servicios presta su editorial?	<input type="checkbox"/> Diagramación <input type="checkbox"/> Corrección de estilo <input type="checkbox"/> Diseño editorial <input type="checkbox"/> Impresión
En caso de no prestar alguno de los anteriores servicios, ¿cómo accede a ellos, terceriza el trabajo o no hace uso de ellos?	
Percepciones sobre el oficio del editor	
¿Qué es para usted ser editor? Hacer una lista de las funciones que considera debe ejecutar un editor	
¿Cuáles de las anteriores funciones ejerce usted?	

¿Qué referentes editoriales considera que existen o han existido en la ciudad?	
¿Cómo es su relación con el sector de las artes gráficas de la ciudad?	
¿Cuáles son sus planes futuros en el campo editorial?	
¿Cuál es su diagnóstico de la edición de libros en Pereira?	

Fuente: elaboración propia.

Diagnóstico de la edición de libros y de las artes gráficas en Pereira

El objetivo de realizar este diagnóstico es identificar debilidades y oportunidades del sector y, con base en estas, lanzar algunas recomendaciones. Conocer cómo trabaja el sector gráfico y, sobre todo, las editoriales en la capital de Risaralda, ayudará a vislumbrar un panorama general del circuito del libro en la ciudad y a conocer qué podría hacer este en principio para permanecer en el tiempo y para ganar terreno en el escenario nacional.

Así pues, de acuerdo con el análisis de los datos e información que arrojaron las encuestas y entrevistas aplicadas, a continuación se ofrece el diagnóstico de las artes gráficas y de la edición en Pereira, no sin antes ofrecer un breve perfil de los editores entrevistados y de dar a conocer una muestra de su catálogo editorial.

Tres de los cinco entrevistados tienen menos de 45 años, solo uno es del género femenino, todos son profesionales universitarios con más de tres años de experiencia en el campo de la edición y muy conectados con la gestión cultural local. Ninguno de ellos sufraga sus gastos

únicamente con los ingresos que arroja la edición de libros; todos deben diversificar sus actividades, aunque 3 de los 5 editores entrevistados consideren una meta que su empresa editorial se mantenga en el tiempo.

Cuatro de los cinco entrevistados son también escritores y se publicaron en su propia editorial, aunque no exclusivamente. Todos los entrevistados guardan alguna relación con la academia, ya sea porque son profesores, investigadores o egresados de las universidades locales con las que mantienen activas relaciones. Los cinco entrevistados estiman necesario profesionalizar la tarea del editor y la necesidad de políticas públicas que favorezcan la empresa editorial.

La tabla 4 es una muestra del catálogo¹¹ que ofrecen los editores que participaron en este estudio.

Tabla 4. Catálogo de libros de editores entrevistados para esta investigación

Editor	Editorial	Título del libro / año	Género literario
Gustavo Colorado, Rigoberto Gil (pertenece también a esta editorial el caricaturista Matador) ¿Año de fundación?	El Arca Perdida Editores	El último verano de Tony Moreno / 1992	Cuento
		El laberinto de las secretas angustias / 1992	Novela
		Un altar para la	Crónica

¹¹ Esta tabla se compuso con la información aportada por los entrevistados y con la información que se logró acopiar de Internet.

		desmemoria / 1994	
		Besos como balas / 2003	Crónica
		Humor Matador / 2004	Caricatura
		Plop / 2006	Novela
		Diez palabras con Carlos Fuentes / 2006	Libro de entrevistas
		Libro de los 50 años de Comfamiliar / 2007	Libro empresarial
		Ya me bajo en Atocha / 2008	Crónica
		Cuando escuches de grandes amores / 2015	Ensayo
Kelly Tabares	Dóblese al Arte	Cuentos y poemas del más acá / 2014	Cuento y poesía
		No confíes	

		Sinfonía para violín de dos cuerdas	
		El cauce de las formas / 2018	
		Verdades	
		El otro lado	
		Último en la fila	
John Jairo Carvajal	Klepsidra Editores	Colección Cazar Espíritus	Novela, cuento, poesía y ensayo
		Colección Pequeñas verdades	Poesía
		Colección Memorial	No ficción
		Colección Con vista al mar	Antologías
Gustavo Acosta	Jirafa Enana	La dieta de la hiena / 2013	Aforismos
		El tren de Pereira. Vestigios del ferrocarril de Caldas / 2014	Fotografía

		Pedacitos de historia. Pereira 1905-1930 / 2014	Compilación textos cortos de Lisímaco Salazar
		Los vasos silbantes y otros poemas / 2016	Poesía
		Máquina triste / 2018	Poesía

De la tabla 4 se puede colegir que es amplio el espectro de géneros literarios que cubren las editoriales pereiranas. No se leen títulos relacionados con libros de texto, de educación básica y primaria y de educación general; libros de autoayuda (a excepción de la colección Memorial de Klepsidra Editores y según información dada por el editor en entrevista) y, en general, libros de lo que se ha dado en llamar “de coyuntura”, esto es, libros que se mueven por las exigencias comerciales y de compra más impulsivas de los lectores, y no por la calidad a largo plazo de la obra en cuestión.

Los editores locales están interesados en los talentos locales (esto se evidencia en los autores que eligen para publicar: escritores nacidos o residentes de Pereira) y se preguntan y reflexionan con frecuencia sobre la ciudad y sus textos; de ahí que del catálogo de sus libros se pueda vislumbrar un interés por los contenidos que refieren a la historia y relatos de Pereira, ya sea esta antigua o moderna. No obstante, no existe en Pereira lo que se llama “un autor consentido por su editorial”, pues las casas editoriales que se entrevistaron para esta investigación acostumbran a publicar una o máximo dos obras del mismo autor, tendiendo a

ampliar su catálogo más con escritores nuevos que explorando la obra de un autor que ya forme parte del fondo. Este hecho debería estudiarse con mayor hondura, pues puede revelar que las editoriales no se comprometen con sus autores, que la relación entre autores y editores es débil o que los escritores actuales de Pereira aún están en ciernes; entre otras revelaciones que podría arrojar este hecho.

Por último, el género literario que más se edita en la ciudad es la poesía. Esto revela que hay cierta tradición de poetas en Pereira y que existe un público lector de poesía más o menos formado. Así también lo demuestra la solidez del Festival Internacional de Poesía Luna de Locos que se celebra cada año en la ciudad con los poetas más renombrados del mundo y que, por cierto, publica una revista homónima que ya cumple más de 25 años.

Diagnóstico artes gráficas

Quienes dirigen, gerencian o lideran las empresas de artes gráficas son en su mayoría personas con formación profesional del nivel universitario, encontrándose por lo común administradores de empresas, ingenieros industriales, propietarios y directores comerciales; esto quiere decir que el liderazgo de estas empresas no lo tienen personas relacionadas con formación en letras, literatura o afines sino que más bien se conectan con profesiones que tienen que ver con cómo administrar un negocio. Esto se explica además, porque un gran porcentaje de las actividades principales del sector (los encuestados refieren una cifra por encima del 85%) son: impresión de papelería comercial e impresión de publicidad (actividades más funcionales y operativas que intelectuales). Actividades editoriales son excepcionales aquí y labores como corrección de estilo, diagramación y diseño editorial se tercerizan, en

caso de que el cliente solicite estos servicios, aunque las más de las veces no hay necesidad de ello, pues es poco lo que los clientes demandan este tipo de servicios (esto, desde el punto de vista de los impresores locales).

El sector de las artes gráficas está compuesto mayoritariamente por microempresas y establecimientos informales; tres de las seis empresas encuestadas (Gráficas Olímpica, Gráficas Buda y Trujillo) superan el número de 8 empleados y cuentan con un área del local de más de 300 m². Este dato cruzado con el número de veces que una empresa ha cambiado de dirección, sugiere que si bien las imprentas tienden a crecer (cambian de un lugar a otro, en todos los casos, porque crecieron comercial y económicamente), se orientan a hacerlo solo hasta el punto de llegar a 8 empleados. Quizá aquí haya un sesgo, pues 4 de las 6 imprentas participantes en el estudio no superan los 15 años de constitución (téngase en cuenta que la empresa gráfica más antigua de la ciudad es Gráficas Olímpica, creada en 1974 y las más recientes datan del año 2008); tal vez sea solo cuestión de tiempo que Pereira cuente con medianas y grandes empresas enfocadas en las artes gráficas.

A pesar de su tamaño, estas empresas (5 de las 6), de acuerdo con información aportada por los encuestados, reportan ingresos anuales de no menos de 300 millones de pesos, sin embargo, el costo de los insumos, los gastos básicos y la poca innovación tecnológica, hacen que gran parte del dinero se use para sufragar estos ítems, más que para generar riqueza o reinvertirse.

En un 85% de los casos, los clientes de estos negocios son empresas comerciales que mandan a imprimir material para consumo interno o de sus propios clientes; el 15 % restante se lo reparten las universidades y organismos públicos y privados con interés en dar a conocer algún tipo de información. Este dato de nuevo demuestra la fuerte concentración y dependencia del

sector en la impresión de material de consumo efímero (catálogos de temporada de almacenes de cadena, publicidad política, calendarios, papelería comercial).

Los impresores entrevistados revelan que, en promedio, imprimen el 15 % de libros y revistas, siendo el 85 % restante para publicidad, papelería comercial, catálogos de almacenes, etc.

A pesar de la antigüedad de las empresas, de que estas son lideradas en su mayoría por gente joven (3 de los 5 editores entrevistados tienen menos de 45 años) y de la facilidad de acceder a la información y a profesionales idóneos, el sector gráfico en la ciudad se caracteriza por no emplear mecanismos de publicidad modernos, expeditos y efectivos. Si bien tienen página web, esta no se alimenta ni se usa como canal de venta, no generan alianzas con empresas de otros sectores para ampliar sus clientes o su legitimidad en el campo y no refieren métodos para darse a conocer y posicionarse en el mercado más allá del voz a voz. Esto, cruzado con la dependencia de las empresas comerciales, resta proyección local y regional, al mismo tiempo que no les facilita diversificar sus servicios (por ejemplo editar más revistas y periódicos, contratar directamente empleados para los servicios editoriales).

La falta de formación profesional de los empleados de las empresas, a excepción del departamento de diseño (o quien haga sus veces), hace pensar en una carencia de optimización de insumos, tiempos y actividades, al mismo tiempo que indica una ausencia de capacidad para innovar, absorber tecnología y adaptarse al cambio.

Las razones de la alta rotación de personal son: la informalidad del sector (se ofrece poca estabilidad laboral), la transición a la tercera edad de quienes por mucho tiempo ejercieron actividades de impresión y ya están en retiro –dejando a los más jóvenes ocupar sus cargos

casi siempre a la espera de encontrar una mejor oportunidad de trabajo– y lo poco atractivos que resultan los salarios para quienes buscan una vacante.

En general, las empresas gráficas trabajan con máquinas que datan de mediados del siglo XIX, marcas Heidelberg Pinzas y Chief; máquinas más modernas compradas de segunda o importadas, como la GTO; y algunas imprentas grandes como Gráficas Olímpica y Gráficas Buda, se pueden permitir tener más de una máquina de impresión digital.

Quiere decir lo precedente que: adquirir máquinas nuevas resulta muy costoso y poco útil, pues las antiguas les sirven para los servicios que prestan. La ciudad no tiene una oferta de máquinas que facilite su compra (ni un sistema crediticio que la respalde); estas hay que adquirirlas en Medellín, Bogotá o Estados Unidos. De aquí se colige el estancamiento empresarial que de alguna manera se evidencia en el sector.

Respecto a publicaciones periódicas o de libros se refiere que estas no superan un 15 % de la producción general y que cuando llegan son los mismos clientes quienes se encargan de dar las indicaciones de diseño editorial, corrección de estilo y algunas recomendaciones generales sobre la diagramación y el tipo de papel; en casos más felices se ofrece al cliente estos servicios aclarando que estos trabajos serán tercerizados, con lo que la empresa en últimas no se compromete totalmente con los resultados. Se evidencia con ello la poca diferenciación efectiva que existe entre las tareas de edición e impresión, a la vez que se considera que esta distinción no es necesaria.

Téngase además en cuenta que para un número importante de los clientes de estos talleres de impresión, las tareas de edición de libros son función de los impresores, tal y como era de uso corriente hasta mediados del siglo XX, como se expuso al inicio de este artículo.

En general, el sector de las artes gráficas no siente la necesidad de convertirse en editorial , pues considera que la edición de libros no es una demanda constante en la ciudad, es poco rentable y según sus percepciones, se requería de un músculo financiero tan grande como el que detenta Panamericana (que cuenta con dos sedes de sus librerías-papelerías en la ciudad y se constituyen en referentes de los impresores¹²). Estas son las razones más sólidas para considerar que las empresas de las artes gráficas no hagan la transición a convertirse en editoriales, en pocas palabras: no sienten la necesidad y no ven allí una oportunidad de crecimiento.

Ahora, es notable que el cliente/autor promedio del sector gráfico de la ciudad asocie la edición a la impresión. Espontáneamente considera que es en el taller de impresión donde se le resolverán sus dudas editoriales respecto a su manuscrito; allí es donde acude en busca de un corrector de estilo, de un diagramador, de un “opinador profesional” de su obra cuando él mismo no considera que puede cubrir todas estas labores. Si bien no encontrará allí mucho más que la garantía de que lo que mande a imprimir saldrá en buena calidad, en otras palabras: las empresas de las artes gráficas de Pereira no tienen entre sus objetivos principales prestar servicios editoriales, lo cual es natural. El punto es que la circunstancia de que clientes/autores estén buscando en las imprentas los servicios editoriales debería llamar la atención a los editores locales sobre cómo se están comunicando y qué medios informativos están empleando para dar a conocer lo que hacen entre sus potenciales lectores/clientes.

Diagnóstico editoriales de libros

¹² Téngase en cuenta que en Pereira aparecen registradas 16 librerías, de las cuales dos son librerías cristianas y otras dos funcionan principalmente como papelerías.

Podría decirse que la empresa editorial propiamente dicha aún está en ciernes en la ciudad. Si bien se reportan interesantes iniciativas en la última década, es claro que aún no existe en la capital de Risaralda una editorial que se haga llamar tal que tenga oficina diferente a la casa de su representante legal, que cuente con un catálogo robusto, canales de venta sólidos, lectores fidelizados y editores que reciban ingresos únicamente por el ejercicio de esta actividad (todos los encuestados refirieron combinar la edición con otras labores).

Quienes se autodefinen como editores (y no aquellos que se registran así para sacar una sola publicación) no han solicitado préstamos bancarios relacionados con la empresa editorial, no hacen uso de distribuidoras de libros medianas o grandes debido a los bajos tirajes y a la poca o nula capacidad de cancelar sus altos costos; no compran derechos de autor e incluso muchos no conocen el proceso o lo consideran inalcanzable; la mayoría de los procesos de contratación con autores y proveedores se hace de manera verbal y les cuesta identificar en términos económicos quiénes son sus clientes (lectores) y cuál es una caracterización minuciosa de su nicho de mercado.

Cuatro de los cinco editores son autores y se autopublican o publican a sus amigos, y no cuentan con un método claro para preservar la información digital relacionada con la empresa y con los libros que publican.

Los canales de difusión de las editoriales pereiranas requieren ser fortalecidos, ya que, por ejemplo, se están subutilizando las redes sociales y las páginas web de las editoriales: se actualiza poco la información, se sube contenido no siempre relevante, idóneo o que se dirija propiamente a ganar lectores; o no existe un manejo profesional y que sepa explotar el potencial que ofrecen los medios de comunicación actuales. En otras palabras, las páginas web

y las redes sociales no se están aprovechando al máximo como canales de venta o fidelización de lectores.

Los cinco editores entrevistados lideran ellos mismos las tareas de distribución de sus libros. Son ellos quienes contactan con librerías locales y nacionales, quienes suben la información de su catálogo a las plataformas virtuales, quienes hacen los envíos correspondientes cuando el cliente así lo solicita y quienes llevan personalmente los ejemplares cuando así puede hacerse. La falta de conexión entre las editoriales pereiranas y los distribuidores de libros profesionales (ya sea por sus altísimos costos o por su poca oferta en la ciudad) debilita a las primeras al no poder llegar efectivamente al lector final.

Ante las preguntas “¿Cuáles son sus planes futuros en el campo editorial?” y “¿Cuál es su diagnóstico de la edición de libros en Pereira? Se lee de las respuestas de tres de los cinco entrevistados un interés por convertir sus iniciativas editoriales en verdaderas empresas sostenibles en el tiempo, esto es, por consolidar en el futuro sus propuestas editoriales. Aunque los entrevistados son críticos y guardan sus reservas respecto al futuro de la edición en Pereira, se evidencia en ellos confianza en su labor y fe en un futuro que si bien no los enriquecerá económicamente, sí les permitirá ofrecer a la ciudadanía más y mejores libros.

Los editores jóvenes (3 de los 5 entrevistados tienen menos de 45 años) estiman que, aunque la ciudad aún no cuenta con tradición editorial, son ellos los hacedores y protagonistas de esa próxima tradición editorial, por lo que su perspectiva sobre el futuro de la edición de libros en Pereira es positiva. Esto no quita que para los entrevistados urjan políticas públicas, recursos (financieros, humanos, entre otros) y procesos que estimulen al sector editorial en la capital risaraldense.

Eso sí, los entrevistados reconocen la dificultad que tienen para imprimir tirajes por encima de los 500 ejemplares; de contar constantemente con equipos de trabajos especializados (correctores, ilustradores, traductores, diagramadores, etc.); de acceder a créditos bancarios y dificultad para ayudar a fortalecer el circuito del libro en la ciudad, por lo que el optimismo reservado sobre el futuro de la edición de libros en Pereira está lleno de retos que deben asumir los actuales y próximos editores locales. Esta es una realidad de la que tienen plena conciencia todos los entrevistados.

Todo lo anterior hace pensar en la urgencia de profesionalizar el oficio de la edición y en la obligación por parte de las entidades correspondientes de ofrecer los mecanismos para que los emprendimientos en esta línea no mueran en el intento.

Aunque no parece existir entre los editores entrevistados interés por aliarse, de tal modo que creen un colectivo o asociación de editoriales independientes de la ciudad y que les permita competir con editoriales más grandes y de fuera de Pereira, no hay que olvidar que aunque jóvenes¹³, existen proyectos serios en la ciudad como el de Jirafa Enana y Klepsidra Editores que están en la búsqueda de crear una propia línea editorial, un nicho de mercado y, en todo caso, un circuito editorial en Pereira que les permita editar de manera sostenible.

No es gratuito tampoco que en la última década vengan surgiendo nuevos proyectos editoriales por parte de jóvenes que están explorando nuevos contenidos y formatos y que pretenden que sus búsquedas los lleven a ejercer la labor editorial de forma profesional y sostenible económicamente. Los resultados de estos nuevos emprendimientos están por verse.

¹³ La editorial más antigua de las que se entrevistaron, El Arca Perdida Editores, tiene menos de tres décadas de constitución: en 1992 se fundó, si bien cerró en 1996 para abrir de nuevo en 2003 y hasta 2014.

Ahora bien, para los entrevistados la tarea del editor es, en general, la de ser un mediador entre el autor y lector, y quien se enfrenta al texto para “escucharlo” y mejorarlo. Tienen muy claro que el editor también debe estar al frente de los procesos financieros y administrativos de la empresa editorial y que es quien lidera el equipo de trabajo que le ayudará a pasar una obra a un libro. Para 2 de los 5 entrevistados el futuro de la edición pereirana es “reservado” por estimar que aún falta mucho por mejorar, profesionalizar e invertir en este campo y porque juzgan que es imperioso que se geste una cultura de reconocimiento y pago del trabajo del editor, que hasta ahora se considera oneroso y prescindible.

Los otros 3 entrevistados por su parte, aunque son conscientes de las limitaciones de la incipiente edición de libros en Pereira, creen que un futuro editorial en la ciudad es posible; que sus propuestas pueden aportar a la necesaria descentralización editorial del país y que Pereira tiene oportunidades de crecimiento en el sector editorial si se tienen en cuenta que los editores que lideran las iniciativas editoriales de la capital de Risaralda cada vez se interesan más en profesionalizar su labor.

En cuanto a la relación que mantienen con el sector de las artes gráficas, las opiniones de los entrevistados en general se dirigen a considerar que en Pereira aún falta mucho por mejorar en la impresión de libros; 2 de los 5 entrevistados prefieren imprimir por fuera de la ciudad (Cartago y Manizales) por considerar que en Pereira la calidad de la impresión de libros aún no es idónea y aunque los 3 editores restantes refieren incluso haber establecido algún tipo de alianza duradera con algún taller gráfico señalan falencias que todavía debe subsanar el parque gráfico de la ciudad, si quiere ofrecer a los editores de libros mejor calidad de producto.

Un diagnóstico de la edición de libros en Pereira revela así que el futuro de esta labor en la ciudad es positivo, máxime si se consideran las siguientes recomendaciones básicas.

Recomendaciones

Tal y como se expuso en líneas anteriores, el objetivo de la realización de un diagnóstico de la edición de libros y de las artes gráficas en Pereira, Risaralda, es ofrecer —con la modestia que imponen las limitaciones de este texto y de esta investigación exploratoria— algunas sugerencias básicas para la mejora del sector editorial en la ciudad. A continuación se listan pues, las recomendaciones que esta investigación lanza de acuerdo con las encuestas, entrevistas y trabajo de campo aplicados:

- Para que el sector editorial de Pereira no fallezca y en el futuro pueda competir por un lugar en el escenario nacional, son indispensables mayores incentivos como fortalecimiento de la pequeña y mediana empresa del sector, reducción de impuestos y aranceles, acceso a crédito y acompañamiento para profesionalizar a los actuales y futuros editores locales.
- Son indispensables políticas públicas que coadyuven a la formación de editores y a la optimización del circuito editorial de Pereira. En este sentido, se requiere además que los sectores público y privado ofrezcan becas y estímulos a autores y editores, de tal manera que sea posible empezar a fortalecer el circuito editorial de la ciudad.
- Es necesario establecer verdaderas redes entre librerías, editoriales y distribuidoras de libros de la ciudad. La distribución es débil, las librerías son reacias a establecer relaciones comerciales con los editores más allá de que estos dejen “los libros en depósito o en consignación”, y las editoriales aún no cuentan con estrategias que les permitan conectar de forma óptima con distribuidores y librerías.

- Las iniciativas editoriales actuales deben tomar conciencia sobre la importancia de formalizar sus empresas, de tal modo que puedan acceder a recursos, tecnología y conocimiento para aplicar en sus editoriales.
- Es necesario fortalecer al grupo de proveedores de los editores: correctores de estilo, diagramadores, traductores, ilustradores y diseñadores, de tal modo que puedan brindar un servicio profesional de alta calidad. Se evidencia en la actualidad en Pereira la ausencia de un número representativo de correctores de estilo profesionales, de ilustradores de libros, de traductores especializados en una temática específica y de diseñadores especialistas en libros; el fortalecimiento de este grupo humano redundará en la calidad editorial de las publicaciones.
- En estrecha relación con el punto anterior, es vital que autores, editores y lectores de la ciudad reconozcan la importancia que tiene para una editorial tener buenos equipos de trabajo (correctores, ilustradores, diagramadores, etc.), pues ignorar esto ha hecho que los libros que se editan en Pereira aún adolezcan de problemas de calidad.
- No parece existir entre los editores entrevistados interés por aliarse, de tal modo que creen un colectivo o asociación de editoriales independientes de la ciudad y que les permita competir con editoriales más grandes y de fuera de Pereira. Existen mejores oportunidades de competir con editoriales más grandes, de un mayor alcance en la distribución y de mayor visibilidad, si las editoriales de la ciudad se alían para formar un colectivo que represente sus intereses en el panorama nacional.
- Una oportunidad de crecimiento de la empresa editorial pereirana es explorar la compra y venta de derechos de autor; puede haber allí una manera de visibilizarse en otros lugares, de proponer autores a la ciudad diferentes a lo que propone la muy

centralizada capital del país y de explorar un nicho que de entrada parece arduo y costoso pero en el que pueden encontrarse “tesoros”.

- Se debe mejorar la oferta de formación de los autores para que estos puedan crear más y mejores contenidos. No hay que escatimar en esfuerzos por profesionalizar la labor de los escritores pereiranos, por generar estímulos a la creación; pues entre más accedan estos a formación, mayores probabilidades hay de que las editoriales reciban manuscritos de calidad y, por tanto, de que lleguen al lector mejores libros.
- Se deben mejorar los canales de difusión y promoción de los libros de las editoriales de la ciudad. Acciones básicas como mantener actualizadas la página web y las redes sociales de la editorial facilitarán a los lectores acceder a información relevante sobre libros y autores.
- Aunar esfuerzos con editoriales de la región cafetera (Caldas, Quindío, Risaralda y algunos municipios del Valle del Cauca y del Tolima) no debería dar mayor espera, pues está probado que las editoriales independientes de las regiones ayudan a descentralizar la edición en Colombia (Lado B, 2018) y, por tanto, a que las editoriales locales ganen un lugar entre los lectores.
- De acuerdo con datos del Dane de 2017, el promedio de libros leídos anualmente por los colombianos es de 5,1. El promedio en las 32 cabeceras municipales del país es de 5,4; Pereira no llega a estar en la media, pues el promedio de lectura de libros al año de sus habitantes es de 4,6 (Dane, 2017). Por lo anterior, es indispensable que el sector editorial reflexione en cómo aportar en la ejecución de estrategias de promoción de la lectura que en el futuro ayuden a crear comunidades lectoras. Por ejemplo, establecer una red de lectores con estudiantes de colegios de la ciudad puede resultar una estrategia básica interesante para que las editoriales de la ciudad empiecen a formar a

sus propias comunidades lectoras. La experiencia del Festival de Literatura de Pereira de llevar autores a los colegios donde previamente se ha leído una obra del escritor invitado, prueba que los jóvenes son un nicho lector importante, si se aplican las estrategias adecuadas.

- Es menester seguir explorando mejoras en el diseño editorial de los libros, pues aunque se evidencia una preocupación por hacer un uso adecuado y propositivo de fuentes tipográficas (como es el caso de Jirafa Enana); de papeles (como es el caso de Klepsidra Editores, que en un libro puede llegar a emplear hasta cuatro tipos de diferente papel); y de tipos de impresión (por ejemplo, la propuesta en este sentido de la editorial Dóblese al Arte, que puede llegar a hacer los libros en la imprenta casera que posee para ello la editora Kelly Tabares y, por tanto, de explorar tamaños, papeles y tirajes pequeños), aún hay mucho por mejorar en el campo del diseño editorial, por ejemplo: en la propuesta de carátulas, en la necesidad de pensar más y mejor el contenido de contracarátulas, solapas y contrasolapas, en hacer uso de las cajas tipográficas según un empleo eficiente del papel y teniendo en cuenta las características del lector potencial, entre otros.

Referencias

Anguita, J., Repullo, J.R. & Donado, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Aten Primaria* 31(8):527-538. Disponible en: <http://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>

Bhaskar, M. (2014). *La máquina de contenido. Hacia una teoría de la edición desde la imprenta hasta la red digital*. México: Fondo de Cultura Económica.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2017). Encuesta Nacional de Lectura (ENLEC). Disponible en: <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/enlec/bt-enlec-2017.pdf>

Cuéllar M. & Llorca J. (s. f.). Cartofonías de San Nicolás. Estudios sobre la memoria sonora de la industria gráfica en Cali. Cali: Universidad Icesi. Disponible en: <https://www.icesi.edu.co/cartofonias/>

Gil-Montoya, R. Primera memoria escrita y primeros lectores en Pereira (Risaralda, Colombia) a comienzos del siglo XX: el ingreso a la vida moderna. 2014. Disponible en: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/historelo/rt/printerFriendly/42097/000000>

Lado B. (2018). *La red editorial en Colombia: compilación de investigaciones sobre el sector*. Bogotá: Lado B. Disponible en: <https://culturayeconomia.org/wp-content/uploads/Estudio-sector-Editorial-Lado-B.pdf>

Marín, P. A. (2018). Edición en Colombia (1970-1990): del *boom* de la industria gráfica a la diversificación de la industria editorial. En: D. P. Guzmán, P. A. Marín, J. D. Murillo y M. A. Pineda (editores). *Lectores, editores y cultura impresa en Colombia siglos XVI-XXI*. Bogotá: Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

McKenzie, D. F. (2005). *Bibliografía y sociología de los textos*. Barcelona: Akal.

Molano, F. (2016). Entrevista personal con el investigador y periodista Franklin Molano.

Rodríguez, M. L. (2010). La técnica de la encuesta. Disponible en:
<https://metodologiasdelainvestigacion.wordpress.com/2010/11/19/la-tecnica-de-la-encuesta/>