

Asociaciones en el sector editorial independiente: las experiencias de las distribuidoras colectivas

Gustavo Velázquez¹

CPPECT/Universidad Nacional de Quilmes

gdvelazquez90@gmail.com

Argentina

Resumen: Las editoriales independientes constituyen un sector de importancia dentro de la industria del libro nacional. Este sector está marcado por una considerable cantidad de proyectos editoriales y la amplia heterogeneidad entre ellos, puesto que se identifica la convivencia de iniciativas de diferente signo en cuanto a gestión económica, estéticas, catálogos y perspectivas ideológicas.

Dentro de este sector resultan relevantes las alianzas entre editores. Muchas veces los editores encuentran en este tipo de estrategias, el modo de dar solución en conjunto a distintos problemas comunes. Así, por ejemplo, se han formado distribuidoras colectivas para resolver la circulación comercial de este tipo de sellos. Las asociaciones, además, les permiten a los editores alcanzar mayor visibilidad y disputar posiciones dentro del campo.

La presente ponencia, por tanto, propone analizar la asociatividad en tanto fenómeno desarrollado al interior del sector editorial independiente. Especialmente, se describirán las experiencias más relevantes dentro de esta modalidad de trabajo relacionadas a la formación de distribuidoras colectivas.

Palabras claves: campo editorial; asociaciones editoriales; distribuidoras colectivas; editoriales independientes; circulación editorial

Introducción

La distribución y comercialización editorial es un aspecto conflictivo para todos los actores del *ecosistema* editorial (Rivera Mir, 2021). En este aspecto de la cadena de valor, pesan los problemas estructurales de la industria que afectan a la circulación, como las distancias geográficas, los altos costos de estructura logística, los márgenes de

¹ Licenciado en Comunicación Social (UNQ). Magíster en Industrias Culturales: Política y Gestión (UNQ). Doctorando en Ciencias Sociales y Humanas (UNQ). Becario doctoral CONICET-Universidad Nacional de Quilmes. Integrante del proyecto de investigación “La edición en la era de redes. Entre el artesanado y las tecnologías digitales” (UNQ).

contribución ajustados con los que se manejan tanto editores como distribuidores y librereros. De modo tal que la circulación genera una serie de dificultades que afectan de distinta manera a los sellos.

Las pequeñas o medianas editoriales, también conocidas como *editoriales independientes* (Badenes, 2019), proponen formas alternativas de resolver esta cuestión. Los editores de este tipo de sellos ponen en marcha distintas prácticas para resolver la distribución y comercialización mayorista y minorista. Entre lo que se destaca las alianzas entre editores. Esta es una estrategia que les permite a los actores resolver en conjunto determinadas dificultades comunes, especialmente, la circulación comercial.

Dentro de este sector, por tanto, existen experiencias de distribuidoras que han nacido de la asociación de editores. Estas distribuidoras colectivas buscan optimizar el rendimiento comercial de los sellos que integran la asociación, a partir de un sistema personalizado de logística y venta. De esta manera los sellos se apoyan entre sí, y disputan reconocimiento dentro del campo.

El presente trabajo, por tanto, pretende ser una aproximación al análisis de las estrategias asociativas de los sellos independientes plasmadas en la formación de distribuidoras colectivas. Para esto se revisarán algunas experiencias basadas en esta modalidad² y se buscará comprender las dimensiones de estas prácticas dentro del campo editorial.

Aclaraciones metodológicas

En el presente trabajo se retoman resultados de la investigación del capítulo *De las alianzas contingentes a las distribuidoras y proyectos conjuntos*, para el libro *Estado de feria permanente. La experiencia de las editoriales independientes argentinas 2001-2020* (2019). Esta ponencia se piensa como una complementación de dicho trabajo en pos de ampliar los niveles de análisis del objeto de estudio. Por tanto, la información arrojada en este escrito se desprende de la metodología empleada en este capítulo: estudios de casos múltiples, a partir de entrevistas, y revisión bibliográfica principalmente.

² Las experiencias de distribuidoras colectivas que aquí se retoman corresponden a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

En este trabajo se partirá del concepto de *campo editorial* de Pierre Bourdieu (1995, 2000, 2002) para poder pensar en el “juego” -y en las “luchas”- de posiciones, disposiciones y reproducciones dentro del espacio editorial nacional. A partir del análisis de las prácticas de los editores “independientes” dentro de un espacio editorial institucionalizado, especialmente en lo que tiene que ver con las relaciones entre estos agentes para resolver la circulación. Aspecto en el que podemos encontrar construcciones de sinergias, formas de representación y oposiciones dentro del “campo de batalla”.

Las condiciones de la circulación comercial editorial

La polarización del campo editorial entre grandes conglomerados de capital extranjero y pequeñas y medianas editoriales de capital nacional (Botto, 2006), y las desigualdades existentes en dicho campo, pueden advertirse en las condiciones de circulación. Pues, las diferencias en escalas económicas de los proyectos se expresan en las formas y estrategias de distribución, comercialización, visibilidad y reconocimiento dentro del campo.

Las llamadas *editoriales independientes* (Badenes, 2019) nutren de sentido a un sector al que podemos determinar como heterogéneo, en el que se aglutinan una cantidad de sellos de pequeña y mediana escala. A lo largo de los últimos años, el crecimiento y el desarrollo profesional de muchos de estos sellos pueden advertirse en la racionalización de las prácticas de producción, distribución y comercialización de los catálogos, a partir de políticas editoriales que se alejan de los criterios meramente comerciales impulsados por los grandes grupos editoriales.

Muchas de estas prácticas han surgido de la necesidad de los sellos de dar respuesta a una serie de dificultades propias de los proyectos de escalas económicas reducidas. La circulación comercial, de hecho, es uno de los desafíos a los cuales se enfrentan este tipo de propuestas culturales. La distribución y comercialización son aspectos de la cadena de valor que están directamente relacionadas con la escala económica, por lo que resulta un aspecto sensible para los editores independientes. En este tema también cuentan las consecuencias de la concentración editorial y librera. Por un lado, los grandes grupos apelan a sus estructuras económicas para obtener mejores privilegios por parte de los distribuidores y libreros. Por otro lado, las grandes cadenas de libros

suelen pedir más descuentos para ingresar a las librerías. Algunos sellos no están en condiciones financieras de hacer frente a esa situación.

Esto lleva a que los espacios de exhibición de los puntos de venta, que por cierto son finitos, sean acaparados por las producciones de las grandes empresas, cuyas políticas de publicación se basan en la máxima rentabilidad posible y en la competencia (Danieli, 2006) -teniendo en cuenta, además, que las producciones editoriales destinadas a públicos masivos generan ingresos relevantes para los librerías-. Tales condiciones, por tanto, interfieren las posibilidades de visibilidad y crecimiento de los pequeños sellos.

La circulación es un tema sensible para toda la industria, pero las condiciones del campo afectan sensiblemente a los sellos independientes. En consecuencia, los editores “independientes” despliegan determinadas estrategias para resolver la circulación de sus catálogos, tales como las asociaciones. De las alianzas entre editores han surgido distribuidoras colectivas.

Las distribuidoras colectivas son estructuras de logística y comercialización gestionadas por dos o más sellos de características similares. Estas propuestas apuntan a una circulación eficiente para los catálogos de este tipo de sellos, es decir, es una manera de responder colectivamente a las dificultades que atraviesan en la circulación comercial. De esta manera, además, los editores “independientes” disputan posición en el campo.

Distribuidoras colectivas: tres experiencias

Como se ha mencionado, ante las condiciones desiguales de circulación algunos sellos han optado por encargarse de la distribución mayorista. Para esto, formaron distribuidoras en asociación con otros sellos. Coma Cuatro es una de estas distribuidoras.

Coma Cuatro se crea en el año 2012 de la coincidencia de los sellos Caja Negra y Cactus -cabe mencionar que la distribuidora también trabaja con Cuenco de Plata-. La distribuidora se enfoca exclusivamente en la circulación de estos sellos.

En este caso la distribuidora no se piensa como un negocio en sí mismo, sino que está al servicio de la circulación de los sellos integrantes. Es decir, parte de las necesidades de las editoriales.

Esta característica se repite en muchas de estas distribuidoras colectivas. El objetivo no es hacer un negocio de la distribuidora, sino que se sostenga económicamente y que

sirva como servicio para los sellos. Por tanto, la distribuidora resigna ganancias en pos de apoyar el rendimiento económico de las editoriales.

Por otra parte, Carbono nace en 2018 del trabajo conjunto entre Ediciones Godot y Gourmet Musical. Luego se sumaron los sellos Sigilo y Leteo. Según expresa Víctor Malumián³, editor de Ediciones Godot, el proyecto fue tomando forma cuando deciden encargarse de la circulación ante las malas experiencias con distribuidoras externas. Esto tiene que ver con la poca información que les brindaba la distribuidora sobre en qué puntos de venta se encontraban los libros, cuál era el rendimiento de cada título, cuándo un librero pedía reposiciones, etc. Es decir, era evidente la falta de información que tenían sobre el stock.

Carbono, entonces, nace de la necesidad de conocer en profundidad la circulación de los libros. Este sistema les permitió a los gestores un manejo minucioso de la circulación: control del stock, mayor y mejor atención al canal librero, capacidad de decisión en el destino de los libros. Por tanto se avanza en una distribución controlada y racionalizada que permite reducir pérdidas materiales y económicas y obtener un mejor rendimiento financiero.

Otro punto importante acerca de estas distribuidoras es el fortalecimiento de los lazos con los/las libreros/as. Este tipo de metodologías contempla una relación directa con estos actores, cuestión que puede perderse con la mediación de un distribuidor externo. Esto permite generar sinergias con los puntos de venta. Especialmente, establecer acuerdos justos para todos los agentes que intervienen en esta parte de la cadena de valor.

Por último, La Coop es una cooperativa de editoriales independientes. Está integrada por los sellos: Alto Pogo, Años Luz, Audisea, Azul, Conejos, China, Espacio Hudson, Mágicas Naranjas, Paisanita, ¿Qué diría Víctor Hugo?, Santos Locos, Clubcinco, Evaristo Editorial y Clase Turista. En los últimos tiempos la distribuidora incorporó a otros sellos ajenos a la cooperativa.

La distribuidora nace para brindar una distribución adecuada para estos sellos. Esto contempla, entre otras cosas, la colocación de los sellos en las librerías. Esto fue importante para muchas micro editoriales que, en sus inicios, la capacidad económica y la poca cantidad de títulos en el fondo editorial, les dificultaba ingresar al canal librero.

³ Entrevista realizada el 23 de noviembre de 2018.

También tener la atención de un distribuidor. Entonces La Coop, como otros proyectos similares, han formado una distribuidora que vino a resolver este conflicto. A partir de una distribución en conjunto, paquetes con títulos de varias de estas editoriales, los editores negocian colectivamente el ingreso a librerías, además de las cobranzas y demás actividades que se desprenden de esto. Los sellos se potencian entre sí, los catálogos “dialogan” y, a su vez, brindan cohesión a un catálogo propio de la distribuidora.

La Coop además es una manera de representación y exposición pública. De hecho, en las ferias nacionales e internacionales estos sellos participan con stand compartido de La Coop, además de la gestión de una librería propia y otras propuestas culturales.

Además, en tanto cooperativa el grupo adopta una postura política ideológica respecto a las estructuras laborales propias de este rubro, de un ámbito en el cual no existen demasiadas cooperativas.

En cada una de estas distribuidoras se dan modalidades diferentes. Si bien pueden adquirir maneras de funcionamiento más o menos similares, varía el modo en que intervienen en el campo. Este tipo de distribuidoras se diferencian de otras por el catálogo que conforman, exclusivo de pequeños y medianos sellos “independientes”, y por la gestión compartida.

Estos sellos han encontrado en las alianzas una forma de paliar en conjunto las complejidades de la circulación. En este sentido, a través de distribuidoras proponen brindar una distribución y comercialización acorde a los requerimientos de los sellos “independientes”, cuyos catálogos son de rotación lenta. Títulos que difícilmente sean grandes *bestsellers*, sino que se orientan a los “nichos del mercado” y que, por tanto, requieren de tiempos largos de desarrollo comercial.

Por otro lado, las distribuidoras configuran formas de visibilización en el espacio público, dado que muchas veces las acciones de circulación no se agotan con la distribución mayorista. Por ejemplo, Carbono también cuenta con un club del libro y La Coop gestiona su propia librería. Al respecto, todas las distribuidoras participan en ferias con stands propios.

Por tanto, esta clase de asociaciones encarnan una toma de posición respecto a las maniobras de los grandes grupos concentrados y la distribución desigual del capital

económico y simbólico del campo. Es decir, estas prácticas forman parte de un conjunto de *oposiciones simbólicas* de los agentes (Muñiz Jr., 2017). Se trata de estrategias alternativas a los rasgos de la circulación comercial que generan complejidades para editores, distribuidores y librerías.

Convergencias y diferenciaciones

Pese a las diferencias que existen entre cada proyecto editorial, es posible identificar una propensión a la creación de redes de agentes del sector independiente. Si bien prevalecen las alianzas informales, esporádicas, es posible advertir una inclinación hacia las alianzas formales en lo que respecta a la distribución y la comercialización. Como se ha visto, las formaciones de distribuidoras colectivas son una manera que encuentran los editores para dar solución a los problemas estructurales de la circulación.

A través de este sistema los sellos circulan colectivamente. Puesto que la idea que se difunde en estas distribuidoras es la “tracción” entre catálogos: todos los catálogos valen igual y se consolidan mutuamente. Esta convergencia de libros y sellos se da a partir del catálogo que construye la distribuidora.

El trabajo de estas distribuidoras apunta a ampliar el acceso de las publicaciones a los lectores, lo cual repercute en las ventas, fuente principal de financiamiento de los sellos. Asimismo, esto consiste en fortalecer el reconocimiento del sello. Por tanto, en estas iniciativas se plasman la necesidad de supervivencia y la construcción/fidelización de una comunidad lectora, y viceversa.

Las asociaciones no solamente se limitan a la resolución de la logística y venta. Si bien este es el motivo principal que impulsa la asociación, este tipo de prácticas deben pensarse desde la ampliación de la visibilidad y la presencia de los sellos en el espacio público. De forma tal que las alianzas conforman una manera de presentarse y posicionarse en el campo. Las afinidades entre agentes precisamente son para disputar espacio en conjunto.

El heterogéneo sector independiente se demarca por las convergencias entre agentes, las cuales pueden expresarse en aspectos como posiciones ideológicas/políticas, perspectivas del mercado, modos de organización, entre otras cosas. Las distribuidoras colectivas son sólo una manera institucionalizada de estas convergencias, dotadas con

una cierta acumulación de capital simbólico a partir del catálogo de sellos (títulos, autores, estéticas) que poseen.

A través de estas estrategias, los actores, individual y grupalmente, hacen manifiesta una diferenciación respecto a las maniobras de los grandes grupos editoriales en lo que respecta a distribución y comercialización, mientras sientan posición dentro del diverso segmento independiente.

Palabras finales

Las mayores experiencias de asociaciones, tanto formales como informales, son motivadas por la circulación editorial: para formar una distribuidora, para participar de una feria, o bien, organizar una propia.

La experiencia de estos años muestra que la circulación siempre es un tema recurrente y problemático para los sellos independientes. Esto lleva a que los editores “independientes” busquen alternativas en conjunto. Es así que han surgido distribuidoras colectivas, enfocadas en generar sistemas y circuitos de circulación acorde a los requerimientos de los pequeños y medianos sellos.

Las asociaciones, por tanto, son formas alternativas de resolver la circulación comercial y de posicionarse en el campo. De esta manera, los agentes se representan frente a las estructuras concentradas y hegemónicas. A su vez, delimitan un lugar dentro del segmento diverso de lo independiente. Por tanto, las razones que motivan a los editores a asociarse operan tanto en el plano económico como el simbólico, y hace a los modos de pensar y pensarse dentro del espacio editorial.

Referencias bibliográficas

Badenes, Daniel, “La edición imperfecta”, en Badenes, Daniel y Stedile Luna, Verónica (comps.), *Estado de Feria Permanente. La experiencia de las editoriales independientes argentinas 2001-2020*, La Plata, Club Hem Editores, 2019, pp. 21-44.

Botto, Malena, “La concentración y la polarización de la industria editorial”. En De Diego, José Luis (comp.), *Editores y políticas editoriales en Argentina 1880-2000*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2006, pp. 219-269.

Bourdieu, Pierre, *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona, Anagrama, 1995.

——, “Una revolución conservadora en la edición”, en *Intelectuales, política y poder*, Buenos Aires, Eudeba, 2000, pp. 223-264.

——, *Campo de poder, campo intelectual. Itinerario de un concepto*. Buenos Aires, Montessor, 2002.

Danieli, A. (2006). “Edición independiente: Estrategias para la diversidad”. En Moneta, Juan Carlos (ed.), *El jardín de los senderos que se encuentran: Políticas públicas y diversidad cultural en el MERCOSUR*, Montevideo, Unesco, 2006, pp. 129-136.

Muniz Jr., José de Souza, “La polarización del espacio editorial y la bibliodiversidad”, en *Cursos Virtuales Instituto de Desarrollo Económico y Social*, Buenos Aires, Instituto de Desarrollo Económico y Social (IDES), 2017, pp. 1-27.

Rivera Mir, Sebastián, *Edición latinoamericana*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, CLASCO, 2021.