

# ESTADO DE FERIA PERMANENTE

LA EXPERIENCIA DE LAS EDITORIALES  
INDEPENDIENTES ARGENTINAS 2001-2020

Daniel Badenes y Verónica Stedile Luna

COMPILADORES

**FILoSuffer**  
COLECCIÓN CIENCIAS SOCIALES

**Club Hem**







# **ESTADO DE FERIA PERMANENTE**

La experiencia de las editoriales  
independientes argentinas 2001-2020

Daniel Badenes / Verónica Stedile Luna  
(compiladores)



# **ESTADO DE FERIA PERMANENTE**

La experiencia de las editoriales  
independientes argentinas 2001-2020

Daniel Badenes  
Sofía Castellón  
Joaquín Conde  
Paula Cuestas  
Néstor González  
Pablo Amadeo González  
Lea Hafter  
Rodolfo Iuliano  
Denise Koziura  
Carolina Muzi  
Natalia Ortiz Maldonado  
Víctor Malumíán  
Cristian Molina  
Bianca Racioppe  
Matías Reck  
Samanta Rodríguez  
Ezequiel Saferstein  
Verónica Stedile Luna  
Daniela Szpilbarg  
Guillermina Torres  
Gustavo Velázquez  
Marilina Winik

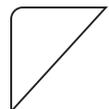
PRESENTACIÓN

José Luis de Diego

EPÍLOGO

Alejandro Dujovne

**Club Hem**



Estado de feria permanente: La experiencia de las editoriales independientes argentinas, 2001-2020. / Daniel Badenes ... [et al.] comentarios de Alejandro Dujovne; compilado por Daniel Badenes; Verónica Stedile Luna; prólogo de José Luis de Diego.

1a ed. - La Plata: Club Hem Editores, 2020.

324 p. ; 23 x 16 cm. - (Filosurfer ; 7)

ISBN 978-987-3746-43-7

1. Industria Editorial. 2. Políticas Editoriales. 3. Gestión Editorial. I. Badenes, Daniel II. Dujovne, Alejandro, com. III. Badenes, Daniel, comp. IV. Stedile Luna, Verónica, comp. V. de Diego, José Luis, prolog.

CDD 338.470705

---

**Primera edición Diciembre 2019**

La Plata - Argentina - Indoamérica

Este libro es impulsado por el Proyecto de Investigación "*La edición en la era de redes. Entre el artesanado y las tecnologías digitales*"; acreditado en la Universidad Nacional de Quilmes.

---

**Edición y corrección** Mariana Sáez

**Diseño de tapa** Agustina Magallanes

**Diseño de interiores** Celestina Alessio

**Fotografía de tapa** Leonel Arance

**Club Hem**

e-mail: clubhem@gmail.com

Facebook Club Hem

---

Reconocimiento - Compartir Igual (by-sa): Se permite el uso comercial de la obra y de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original. Esta es una licencia libre.







## ÍNDICE

<b>Presentación</b> , POR JOSÉ LUIS DE DIEGO .....	13
----------------------------------------------------	----

### LA INDEPENDENCIA COMO POLÍTICA

#### **1. La edición imperfecta**

DANIEL BADENES .....	21
----------------------	----

#### **2. ¿Economías del deseo? La autosustentabilidad en editoriales independientes contemporáneas**

DANIELA SZPILBARG .....	45
-------------------------	----

#### **3. Relatos sobre trabajo en pequeñas editoriales**

PABLO AMADEO GONZÁLEZ .....	63
-----------------------------	----

#### **4. El lugar de los escritores**

DENISE KOZIURA .....	85
----------------------	----

#### **5. Los modos de licenciamiento: entre lo privativo y lo abierto**

BIANCA RACIOPPE .....	97
-----------------------	----

#### **6. La oportunidad como crisis. Neo-concentración o editoriales independientes en venta**

MATÍAS RECK .....	117
-------------------	-----

### LA EDICIÓN

#### **7. Derivas de las vanguardias en editoriales independientes: el catálogo como política de lectura**

VERÓNICA STEDILE LUNA .....	129
-----------------------------	-----

#### **8. Hacia una categoría de edición-arte**

JOAQUÍN CONDE Y LEA HAFTER .....	149
----------------------------------	-----

#### **9. Editores de revistas, editores de libros. Cruces entre mundo no tan distantes**

SOFÍA CASTILLÓN .....	163
-----------------------	-----

#### **10. Traducir literatura en la edición independiente**

GUILLERMINA TORRES Y SAMANTA RODRÍGUEZ .....	175
----------------------------------------------	-----

<b>11. La cara y el cuerpo del libro: el trabajo de lxs diseñadorxs en la edición independiente</b>	
CAROLINA MUZI .....	193
<b>12. De cómo un cuarto propio se convierte en un lugar comunitario</b>	
MARILINA WINIK Y NATALIA ORTIZ MALDONADO .....	207
LA CIRCULACIÓN	
<b>13. Las editoriales independientes y sus lectores imaginados</b>	
PAULA CUESTAS Y RODOLFO IULIANO .....	219
<b>14. Los festivales y ciclos de lectura como ámbitos de circulación e intercambio.</b>	
CRISTIAN MOLINA .....	233
<b>15. Las ferias de libros y sus públicos</b>	
EZEQUIEL SAFERSTEIN .....	241
<b>16. La feria como diálogo entre editores y lectores</b>	
VÍCTOR MALUMIÁN .....	255
<b>17. La distribución asociada: alianzas contingentes y proyectos consolidados</b>	
GUSTAVO VELÁZQUEZ .....	265
<b>18. Nuestros socios, los librerxs. La importancia de la ocupación territorial</b>	
NÉSTOR GONZÁLEZ .....	283
<b>Epílogo, POR ALEJANDRO DUJOVNE</b> .....	293
<b>Las autoras y los autores</b> .....	299
<b>Fuentes</b> .....	305

## Capítulo 15

### Las ferias de libros y sus públicos

Circulación, visibilidad y desigualdades estructurales en el campo editorial<sup>1</sup>

EZEQUIEL SAFERSTEIN

La reconfiguración del espacio editorial argentino a partir de los procesos de concentración y transnacionalización y del posterior surgimiento de pequeñas editoriales de capital nacional dio origen a oposiciones simbólicas, económicas y políticas a partir de las cuales los agentes del espacio editorial se clasifican a sí mismos<sup>2</sup> y a otros en una disputa que políticamente se piensa como “independientes” versus “comerciales”, “concentrados” (Botto, 2006; Safers-tein y Szpilbarg, 2014). En la escena denominada “independiente”, particularmente, se condensan distintas prácticas editoriales que comparten ciertos rasgos económicos, ideológicos, políticos, estéticos y también tomas de posición con respecto a las condiciones y posibilidades de actuación en el mercado editorial. En tal sentido, estudiar las prácticas editoriales permite revelar las posiciones que ocupan los agentes dentro del campo editorial, posiciones que operan como “modos de presencia pública, institucional y/o colectiva” (Muniz Jr., 2017) y modos de representación. Estos modos de presencia fueron conformando, a lo largo de los últimos años, un espacio de afinidades compuesto por los agentes de las editoriales y sus mediadores, así como por sus públicos.

La situación de desigualdad estructural y objetiva entre grandes y pequeñas y medianas editoriales lleva a que los actores de capital nacional y con estilos culturales propios que conforman el horizonte de lo “independiente” empleen estrategias de

---

1 Una versión preliminar de este trabajo fue presentada en el “II Coloquio Internacional – Las Ferias del Libro. Perspectivas entre América Latina y Europa”, organizado por la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, CDMX, en noviembre de 2018. Agradezco los comentarios recibidos en aquella presentación, que permitieron configurar la versión aquí presentada.

2 Según José Muniz (2016), lo “independiente” funciona como un condensador de las oposiciones, aglutinando a los editores identificados con el polo dominado de tales oposiciones, en cuanto a la posesión de capital económico. Opera como categoría ética y moral, como posicionamiento que expresa formas de identidad y de lucha simbólica, material, económica.

circulación particulares que, si bien *a priori* se distinguen de los grandes grupos, también presentan intersticios, convergencias y confluencias. A partir de una observación del mapa editorial actual, se puede observar cómo tales prácticas y representaciones apuntan, entre otras razones, a la visibilidad pública, a la conformación de un público lector, al fortalecimiento de lazos entre autores, lectores y editores y, por supuesto, a la necesidad de su supervivencia, de su reproducción y, en muchos casos, de su expansión en términos empresariales y comerciales.

El objetivo de este trabajo es doble. Primero, exploramos los modos de presentación pública de las editoriales llamadas independientes a partir de una instancia fundamental en este sentido, las ferias de libros en las que participan. Segundo, nos preguntamos por el público de las editoriales independientes a partir de sus ferias, con el objetivo de ahondar en la relación entre lectores y editoriales y su posición en el mapa editorial argentino.

### **Las ferias: espacios de circulación y estrategia de reproducción y visibilización**

Los modos de aparecer y permanecer en el campo editorial por parte de las editoriales autodenominadas independientes reflejan cómo estas empresas actúan ante las adversidades de un contexto regional general (la concentración del sector) y coyuntural (la crisis económica que implica una caída generalizada de las variables del sector).<sup>3</sup> Como ejemplo de un tipo de estrategia, Argentina y fundamentalmente Buenos Aires, presentan un entramado amplio de ferias de libros de distinta índole en cuanto a sus lógicas comerciales, políticas, culturales, literarias, simbólicas (Dujovne, 2018b). Además de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires (FIL), realizada cada año en marzo-abril y que recibe más de un millón de visitantes al año, encontramos, por un lado, a la FLIA (Feria del libro independiente y autogestionada o alternativa) y por el otro,

---

<sup>3</sup> Desde 2015 hasta fines de 2018, la caída en la venta de libros fue del 35%. La producción de libros también menguó: en 2018 se publicaron un 20% menos de ejemplares que en 2017; y un 8% menos de novedades. Si solo tenemos en cuenta al sector editorial comercial, vemos una caída del 15% en novedades respecto del 2017 y una caída en la tirada del 30% (CAL, 2018).

a la Feria de Editores (FED). Estas últimas reúnen a una serie de editoriales que se reconocen como independientes. Mientras una tiene una estética y apuesta under, artesanal y militante, la otra en los últimos años aglutina proyectos que se profesionalizaron y desarrollaron estrategias que las articulan y que las consolidan como empresas culturales con presencia, visibilidad y dinamismo en el mercado editorial y literario<sup>4</sup>.

Si el campo editorial, desde la óptica de Bourdieu (2005), es una abstracción teórica que permite ubicar a los agentes que participan en dicho espacio, sus posiciones y sus tomas de posición que implican disputas, podemos hacer el ejercicio de pensarlo también como una realidad materializada (Entwistle y Rocamora, 2006), que permita visualizar de manera empírica cómo se produce y reproduce ese campo editorial. Las ferias de libros, sus agentes reunidos en un mismo espacio, las instituciones que participan, los sentidos que se ponen en juego en su desarrollo, en su fundación –teniendo en cuenta que hay distintos tipos de ferias en donde los mismos editores pueden participar de manera simultánea–, pueden considerarse como un prisma para dar cuenta de cómo se constituye, se produce y se reproduce el juego del campo editorial, sus límites y fronteras, los modos de aparecer y de permanecer que tienen los agentes que se vinculan entre sí y los públicos que acceden a tales espacios. Así, en este apartado observamos someramente cómo distintas editoriales llamadas independientes participan en tres ferias de libros, pensándolas como “fotos” del campo editorial materializado, como ceremonias de consagración, como reproducción de un sistema de posiciones delimitadas, en donde la presencia física, el ver y ser visto remite a posiciones y posicionamientos, estrategias de supervivencia y de presencia (Entwistle y Rocamora, 2006).

### ***Feria Internacional del Libro***

La Feria Internacional del Libro en Buenos Aires ostenta, dentro del campo editorial, el “monopolio de la visibilidad”. Funciona

---

<sup>4</sup> Sobre la experiencia de la Feria de Editores, ver el capítulo siguiente, escrito por uno de sus organizadores.

como una “gran librería” y es el evento más importante en términos de producción y circulación de libros. Los grupos que detentan mayor capital económico ocupan un lugar central, visible, mientras que los numerosos pequeños y medianos sellos se encuentran en los alrededores o en las periferias de los pabellones.

La Feria funciona como un espacio de legitimación y es considerada por los actores intervinientes como un espacio donde “hay que estar”. Si bien las editoriales más pequeñas se encuentran en las periferias o en espacios no centrales, el objetivo de los actores es “hacerse visibles” en el mercado y en ese evento, mostrar y demostrar que participan y aparecen en un espacio fundamental para ser tenidos en cuenta como actores legítimos del espacio editorial. De esta manera, en la segunda década del 2000, al compás de la recuperación económica y la consolidación de algunos proyectos, una fracción de la escena independiente comenzó a agruparse para presentarse en la feria por medio de stands colectivos, como estrategia de visibilidad y posicionamiento.

“Los siete logos”, conformado por las editoriales Caja Negra, Adriana Hidalgo, Eterna Cadencia, Katz, Mardulce, Entropía y Beatriz Viterbo es un ejemplo significativo de este tipo de agrupamiento. Estas empresas que en otra parte caracterizamos como de editoriales “legítimamente” llamadas independientes (Safershtein y Szpilbarg, 2012), forma parte del espectro de las editoriales profesionalizadas que lograron adaptarse a las normas de un campo editorial concentrado dominado por los jugadores de peso. En una línea similar se encuentran los stands de algunas de las participantes de la FED: “Sólidos Platónicos”, compuesto por Fiordo, Gourmet Musical, Godot, Aquilina, Letranomada, Librería, Paprika y Wolkowickz editores; y “Carbono”, también con Godot y Gourmet, además de La Parte Maldita, Entropía, Hueders y Leteo.

Por otro lado, el reciente stand *Todo Libro es Político*, compuesto por editoriales fundadoras y nucleadas alrededor de la Feria del Libro Independiente (FLIA), inauguró su participación en un espacio de alguna manera hostil a su posición dentro del campo literario. La participación en la Feria Internacional de proyectos edi-

toriales autogestivos que “nacieron” en oposición a la misma (como veremos en el siguiente apartado), demuestra que las posiciones en el campo editorial son históricas, móviles e intersticiales<sup>5</sup>.

En este sentido, en la Feria se puede observar cómo se conforma una dinámica espacial de delimitación de espacios. Para el caso de las editoriales “independientes”, se registran ciertas afinidades de catálogo, de proyecto, de estilo, de ideología, de tamaño, a través sus stands colectivos entre los que también se encuentran el Frente Editorial Latinoamericano, la Sensación y La Coop.

### ***Feria del Libro Independiente y A...***

Como un exponente de lo que podría ser denominado “contracultural”, la FLIA aglutinó a proyectos editoriales *under* con otros proyectos culturales y políticos de distinto tipo: cooperativas, asambleas barriales, centros y espacios culturales autogestionados (FM La Tribu) y empresas recuperadas por sus trabajadores (fábrica Brukman, IMPA, Chilavert y Gráfica Patricios, entre otras). Como afirma Dujovne (2018b), el énfasis estaba puesto en la crítica política-cultural, y en la vinculación con otras experiencias con un espíritu similar, aunque no fueran estrictamente editoriales. La FLIA surgió en 2006 como una “contraferia” en el predio de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires. Los participantes principales eran integrantes de grupos literarios como “Maldita Ginebra”, “Poesía Urbana” y la editora “El Asunto”. Bajo un cartel que afirmaba “Yo escribo. Tú escribes. Él escribe. Nosotros escribimos. ¿Vosotros qué editáis? ¿Ellos qué leen? Contraferia del libro. Libertad al autor y al lector”, se exponían los libros en una mesa. La protesta tenía tres direcciones: se presentaba como antítesis de la mercantilización de los libros, de la privatización de los espacios culturales y de los parámetros de legitimación generada por la curaduría que interviene en el proceso editorial.

Poco tiempo después, en ese mismo año, se realizó la primera FLIA, en un predio (la Mutual Sentimiento, en el Sexto Cultu-

---

5 Sobre las estrategias asociativas para participar en las ferias y en particular en la FIL, ver el capítulo de Gustavo Velázquez en este mismo libro.

ral) con ingreso gratuito y libertad de puesto. Tuvo como invitado al histórico editor y productor José Luis Mangieri para dar una charla sobre la edición independiente en los 60 y los 70, incorporando a la FLIA en una tradición (Winik, 2010). La FLIA se caracterizó en estos años por contar entre los expositores con editores, editoriales y autores que se autoeditan. Este evento puede pensarse como parte de formaciones culturales que emergen y cobran fuerza a partir de los sucesos de 2001, en donde se relacionan los actores a partir de redes de sociabilidad en espacios de lecturas en vivo, jóvenes generaciones de escritores, editores y críticos que crean espacios de militancia literaria y artesanidad, subordinando el factor comercial a la intervención en el campo literario (Saferstein, 2012; Vanoli, 2009).

### ***Feria de Editores***

En 2013, los editores del sello Godot promovieron una pequeña feria en el espacio de la radio La Tribu, con el objetivo de conformar un evento que les permitiera promocionar sus libros y posibilitar el encuentro “cara a cara” con los lectores, al igual que en la FLIA. La experiencia comenzó con quince editoriales, pero el interés de otros editores y la afluencia de público los llevó a dar un salto en 2016 en un nuevo espacio que les permitió ampliar el número a ochenta stands, y a proponer una agenda de charlas y eventos, similar a lo que sucede en la FIL. La última edición realizada hasta el momento, en 2019, volvió a ampliar el espacio y elevó el número de editoriales participantes a 250, sumando también la presencia de 60 sellos de América Latina y el exterior: Chile, Uruguay, Perú, Brasil, Colombia, Venezuela y España.

La mayor parte de las editoriales que participan en la FED fueron creadas entre 2004 y 2010, al ritmo del crecimiento económico de los primeros mandatos del kirchnerismo. Según Dujovne (r.MUTT, 2018), lo que caracteriza a estas editoriales es un proceso de maduración que deja detrás la aventura inicial de publicar, para pasar a un proyecto profesional “que demanda información, conocimientos específicos y tiempo. Todo lo cual implica atender especialmente a la administración, un aspecto soslayado en los

primeros tiempos que con el crecimiento del sello deviene un aspecto decisivo de la tarea editorial”. Es decir, a la apuesta por la calidad y la intervención dentro del campo literario, cuestión que parece ser compartida entre las editoriales que se autoreconocen como “independientes”, se le suma la búsqueda de sustentabilidad como empresa. Forman parte de un empresariado cultural que apuesta a instalar un sello en el espacio editorial, generar adhesiones de sus lectores y participar tanto de espacios propios (como la FED y pequeñas librerías) como “ajenos” (FIL, cadenas de librerías) de manera sustentable. Al igual que con la FLIA, la FED supuso la generación de instancias comunes para resolver cuestiones prácticas propias del mercado, como la distribución, la exportación, la promoción y circulación, entre otros factores (Dujovne, 2017). Así, muchas editoriales se aglutinaron para conformar librerías y sistemas de distribución propios;<sup>6</sup> presentar demandas colectivas y articularse para la internacionalización.

La actividad de estas editoriales refleja un posicionamiento mediante estrategias culturales que no desdeñan lo comercial. Sumado a esto, el desarrollo de una feria considerada como “propia”, con reglas de acceso y exclusión que estas mismas editoriales dictaminan, da cuenta de una etapa de consolidación y asentamiento y adaptación en un campo profesionalizado, no necesariamente desde una posición de “resistencia” o “contracultura”. En sus años de desarrollo, las editoriales de la FED fueron consolidándose como referencias en el plano literario, en las ciencias sociales, las humanidades y el ensayo, en la poesía y también en la literatura infantil haciendo de la “independencia” una carta de presentación, menos como militancia romántica que como proyecto cultural, intelectual, político y comercial (Dujovne, 2017).

### **Los públicos de las ferias de libros y el caso de la FED**

Las ferias operan como estrategias de circulación, visibilidad y posicionamiento dentro del campo editorial, como espacios en donde los editores “entran” en escena y performan su participación en el campo editorial. Ahora bien, cabe preguntarse ¿quiénes

---

6 Ver capítulo 17.

asisten a las ferias? ¿Qué grado de vinculación tienen los públicos con los sellos que la organizan y exponen? ¿Qué intereses tienen? ¿Qué relación tienen con el mundo editorial y literario? ¿Qué relación hay entre los públicos y la posición en el campo de las editoriales que participan en las ferias?

En la Argentina, el consumo de libros, si bien compite con una multiplicidad de bienes culturales, sigue siendo relevante. Según datos de la CERLALC (2010, 2014), Argentina es el país latinoamericano que mejor se encuentra en la relación PBI per cápita y cantidad de títulos editados, y también se ubica en posiciones líderes en cuanto a los niveles de lectura (Hutnik y Saferstein 2014).

Por un lado, los asistentes de la FLIA, como han mostrado algunas investigaciones (Saferstein, 2012; Winik, 2010), no pueden ser meramente distinguibles como “público”, en tanto muchas veces estos agentes presentan múltiples inserciones como lectores, autores, editores, militantes de proyectos editoriales, culturales o políticos. Por otro lado, la FIL presenta lo que podemos identificar como público masivo, en tanto cada edición, presentada como el “evento cultural más importante del año” supera el millón de asistentes entre quienes no solo son lectores regulares, escritores o editores, sino también amplias franjas cuya relación con el mundo del libro es esporádica, al darse en ese evento en particular y no ser sostenida en el tiempo.<sup>7</sup>

En relación con las editoriales de la FED, según Dujovne (2017), muchas de ellas lograron construir catálogos que se fueron definiendo y generando su propio círculo de lectores y adeptos. En la edición de 2018 realizada en el Centro Cultural Konex, el Programa de Estudios del Libro y la Edición<sup>8</sup> aplicó una encuesta al público asistente durante los tres días del evento. El objetivo de la encuesta era conocer a los asistentes de un evento que fue creciendo exponencialmente; sus intereses, sus adhesiones a géneros, autores, libros y editoriales, su consumo de libros,

7 Esto se observa en múltiples dimensiones, por ejemplo, en el lugar de procedencia de los asistentes, que tiene un 40% de habitantes de la CABA, frente a un 38% del GBA y un 17% de las demás provincias (Fundación El Libro & DGEyC, 2018).

8 El Programa funciona en el CIS-IDES y está coordinado por Alejandro Dujovne y Daniela Szpilbarg.

su asistencia a las ferias en general, etcétera.<sup>9</sup> Esta edición tuvo mayor repercusión en la prensa que ediciones anteriores y también una alta difusión en las redes, tanto por publicidad de la organización, como por parte de los expositores.

Los resultados que se desprenden de la encuesta permiten definirla, en términos generales, como una feria que se fue ampliando pero que presenta un perfil definido de asistentes jóvenes, hiper escolarizados en cuanto al grado de titulación y capital cultural, de clase media o media alta y con un consumo de libros elevado en relación con la media en Buenos Aires y Argentina.

En primer lugar, podemos afirmar que es una feria a la que asiste un público joven. Casi el 70% de los casos relevados fueron personas entre 20 y 39 años (Dujovne, 2018a). En sintonía con el mundo del libro en Argentina y sumado al hecho de que fue una feria realizada en una zona céntrica de la ciudad, el barrio de Abasto, la mayor parte de los asistentes residían en la ciudad o en la provincia de Buenos Aires (84%); con un 45% de propietarios de su vivienda. Esto permite inducir cierta condición de clase de los asistentes, si bien en CABA los porcentajes de acceso a la vivienda son similares.<sup>10</sup>

Uno de los datos más significativos y que permiten dar cuenta de que la FED tiene un público definido y delimitado es el del grado de escolarización. Un 60% de los asistentes encuestados accedió a estudios universitarios de grado como máxima titulación y un 20% adicional tiene título de posgrado. Es decir que un 80% accedió a la educación superior, un porcentaje elevado en relación con el grado de escolarización de la CABA y de la Argentina en general. El contraste con la FIL es notable: un 38% tiene estudios universitarios incompletos y un 36% culminó sus estudios universitarios o accedió a posgrado (Fundación El Libro y DGEyC, 2018), cifra que igualmente supera a la de Argentina en general, que tiene un 21% de población con nivel universitario completo.

---

9 Se obtuvieron 546 formularios que fueron realizados entre el viernes 10 y el domingo 12 de agosto.

10 Según datos del gobierno de la ciudad, un 56% de los porteños es propietario mientras que un 36% alquilan su vivienda (Saravia, 2018).

La acumulación de capital cultural y escolar, un aspecto insoslayable y característico de los sectores medios en Argentina (Adamovsky, 2009; Miguel, 2011), da cuenta de un país donde el acceso a la universidad es amplio en relación con el resto de la región. Sin embargo, los niveles observados en la FED permiten inferir cómo el público asistente no es homologable respecto de la población en general o de las otras ferias, sino que estamos ante una feria de “nicho”, o al menos de un público “restringido”: 94% de los encuestados tiene estudios de Educación Superior. De ellos, casi un 20% tiene formación de posgrado. Las carreras universitarias más representativas fueron las humanísticas y las sociales, con fuerte presencia de disciplinas vinculadas al mundo del libro y la edición: en primer lugar, Letras (12.4%), seguida por Periodismo y Comunicación (12%), Psicología (6%), Edición (5.2%), y Derecho (4%) (Dujovne, 2018a).

En cuanto al consumo, un 30% de los asistentes manifestó haber comprado entre 5 y 20 libros en lo que iba del año, porcentaje elevado teniendo en cuenta la Encuesta Nacional de Consumos Culturales y la encuesta de la Feria Internacional del Libro, en donde solo un 16% manifestó haber comprado cinco libros o más en esa edición.

Si tenemos en cuenta que en un sentido amplio las editoriales son agentes mucho menos “visibles” que los autores en términos de conocimiento y reconocimiento para los lectores, en la FED la tendencia presenta un cierto balance que permite sostener que su público tiene más conocimiento de las editoriales, en relación con el público de otras ferias.<sup>11</sup> Los encuestados en general reconocen editoriales, y las más nombradas no fueron los grandes grupos editoriales, sino editoriales “independientes”, instaladas en el sector y con presencia en algunos medios, en las ferias internacionales y nacionales. Encabezan la lista Eterna Cadencia, Caja Negra y Mansalva, editoriales nacionales de literatura y ensayo, lo que refleja su grado de consolidación, presencia y visibilidad

---

11 Esto fue relevado en dos preguntas: una sobre los últimos tres libros que el encuestado leyó, con espacio para título y para editorial (si lo recordaba) y otra sobre el seguimiento o no de una editorial, en el sentido de estar atento a su catálogo y a sus novedades de manera continua.

en el campo y entre los asistentes cercanos al polo más cultural en términos simbólicos. El cuarto lugar lo ocupa Anagrama, no participante de la FED, primera editorial extranjera mencionada y la más grande en términos de estructura y tamaño, como parte del grupo Feltrinelli, con un catálogo literario consagrado e históricamente instalado en la Argentina y en la región iberoamericana. El quinto lugar lo ocupa Siglo XXI, que participó en la FED por primera vez y en los últimos años muestra una consolidación en cuanto a visibilidad y capacidad de abstraerse del lugar que lo restringía a una editorial de ciencias sociales y humanas, para ampliar sus públicos con libros de divulgación científica y coyuntura política (Sorá, 2017).

	Editoriales	Menciones	%
1	Eterna Cadencia	42	6,1
2	Caja Negra	26	3,8
3	Mansalva	24	3,5
4	Anagrama	21	3,1
5	Siglo XXI	21	3,1
6	Blatt y Ríos	20	2,9
7	Godot	20	2,9
8	La Bestia Equilátera	17	2,5
9	Adriana Hidalgo	15	2,2
10	Mardulce	14	2,0
11	Fiordo	14	2,0
12	Sigilo	11	1,6
13	Interzona	11	1,6
14	Entropía	10	1,5
15	Tinta Limón	10	1,5
16	Alto pogo	8	1,2
17	Santos Locos	8	1,2
18	Iván Rosado	8	1,2
19	Cuenca de Plata	8	1,2
20	Gourmet Musical	7	1,0

El stand de la FIL “Los 7 logos”, pionero en las editoriales “independientes” más presentes en cuanto a visibilidad y presencia, tiene a cinco de sus sellos nombrados entre los primeros 15 lugares de mención espontánea de editoriales, lo que le permite ser ubicado en una posición, si no dominante, al menos como la fracción más dominante de los sectores dominados (Bourdieu, 2010).

En relación con los autores, aparecen algunas consideraciones relevantes. Quitando a los clásicos Cortázar, Borges y García Márquez (el primer extranjero de la lista), entre los autores más nombrados predominan los autores jóvenes, con una trayectoria en consolidación o recientemente consolidada en el campo editorial y literario. Los autores más mencionados revelan el grado de presencia de la literatura joven escrita por mujeres, que se condice con su grado de consagración a nivel local y a nivel internacional, con traducciones y presencia en ferias internacionales. Con 17 y 11 menciones respectivamente, Samanta Schweblin y Mariana Enríquez encabezan la lista, autoras premiadas y con una presencia ya consolidada dentro del campo literario, que en los últimos años fueron publicadas por los grandes grupos como Random House y Planeta y también Anagrama. César Aira (10 menciones) es uno de los autores más consagrados a nivel local, con una prolífica carrera en numerosas editoriales nacionales y de grupo; Selva Almada (9 menciones), cuyo éxito *El viento que arrasa* (Mardulce, 2012) seguido por *Ladrilleros* (Mardulce, 2013) fue tomado como anzuelo para que la contrate Random House, donde publicó *Chicas muertas* (2014); *El desapego es una manera de querernos* (2015) y *El mono en el remolino* (2017). Fabián Casas (7), Gabriela Cabezón Cámara (7) y Leonardo Oyola (6) son otros ejemplos de autores consagrados, con creciente presencia en el campo literario y sus circuitos, que oscilan entre la publicación en pequeñas y grandes editoriales.

Este resultado arroja un problema sugerente. Por un lado, las editoriales más nombradas por los asistentes son sellos literarios nacionales, profesionalizados y presentes en la escena

internacional. Por el otro lado, las autoras más mencionadas, si bien pudieron publicar en editoriales locales o españolas (Enríquez con Emecé, de Planeta, pero también en Eduvim, Espasa Calpe, Montacerdos y Galerna; Schweblin con Destino, Lumen, Páginas de espuma) se encuentran ya instaladas y publicadas por Literatura Random House, que les aporta visibilidad en un circuito de producción, circulación y consagración a nivel nacional, regional y global.

Es interesante observar cómo los grandes sellos, que les aportan visibilidad y presencia nacional e internacional a los autores, no son tenidas en cuenta por los lectores, que parecen reconocer y “afiliarse” (o reconocer afiliarse, teniendo en cuenta que en la situación de encuesta se ponen en juego lógicas de distinción por la situación y el ámbito en el que se produce) a los autores y a editoriales nacionales. Parece haber cierta afinidad electiva entre un grupo de autores y autoras jóvenes, con presencia y actividad en el campo literario local y también regional e internacional y un grupo de editoriales nacionales que, sin embargo, no poseen los derechos de tales autores.

Random House, que publica a gran parte de los autores de la lista, fue nombrada tan solo cuatro veces entre los encuestados, lo que indicaría, por un lado, la prevalencia del autor por sobre la editorial o al menos cierta autonomía entre figura autoral y casa editora, cuando esta última es un gran grupo editorial. Esta creciente visibilidad de los autores es tomada como oportunidad por los grandes grupos, que construyen catálogos literarios que, si bien no son los más exitosos en términos comerciales, marcan presencia en un circuito internacional al que las editoriales llamadas independientes acceden, pero en términos menos favorables. La paradoja que revela la encuesta se da en relación con una alta consideración de los sellos independientes al mismo tiempo que una afinidad del público por autores que publican en las grandes editoriales, aunque tengan afinidades electivas con esos sellos (participan de la FED como asistentes o como conferencistas, por ejemplo) que se encuentran en una posición desventajosa en términos estructurales.

## Comentarios finales

En estas páginas recuperamos una fracción relevante de la escena editorial “independiente” en Argentina y sus estrategias de circulación. Nos focalizamos en las ferias de libros, en donde diferentes actores entran en escena para posicionarse sobre este espacio de relaciones y disputas.

Focalizándonos en la FED y en la encuesta reciente cuyos resultados preliminares se presentan aquí, podemos ver, por un lado, la conformación de un público delimitado, de nivel socioeconómico medio-alto, afín al mundo del libro y a la búsqueda de capital cultural. Por otro lado, observamos que el grupo de editoriales que participa en la FED busca y se encuentra en condiciones de generar, como afirma Dujovne (2018b), una propuesta literaria, intelectual y política distinguible, en el sentido de construir un catálogo que pueda ser identificado por los lectores, los autores y los intermediarios culturales (en tanto en el periodismo cultural estas editoriales son tenidas muy en cuenta). Así, siguiendo a Dujovne (2017) “se puede discutir si las editoriales 'independientes' forman lectores, como suele repetirse, pero es indudable que forman gustos, dan forma a un público que comienza a reconocer la marca y confía en el plan de lectura de los editores”. Sin embargo, más allá de las percepciones obtenidas en la encuesta y las respuestas productivas en términos de mercado y valor cultural que implican estas ferias y estas editoriales es evidente que el poder de los grandes grupos se mantiene objetivamente casi impoluto, al ostentar los mayores niveles de producción y venta. Si bien las independientes generan una comunidad de gustos y afinidades estéticas, intelectuales, literarias, políticas; sus ventas y facturación (y, consecuentemente, sus posibilidades de reproducción y ampliación) las relegan a una posición subordinada que, en momentos de crisis, pueden resultar críticas para un proyecto de escala pequeña en un espacio editorial sin políticas públicas que permitan equilibrar el sector.