

LA INDUSTRIA EDITORIAL ARGENTINA, 1990-2010: ENTRE LA CONCENTRACIÓN ECONÓMICA Y LA *BIBLIODIVERSIDAD*¹

Ezequiel Saferstein y Daniela Szpilbarg
CEDINCI–UBA–CONICET y IIGG–UBA–CONICET

El siguiente trabajo pretende dar cuenta del panorama del espacio editorial argentino en la actualidad, a partir de las transformaciones del sector ocurridas en las últimas dos décadas. Entre estos procesos se destacan la concentración y transnacionalización del sector, el surgimiento de editoriales llamadas “independientes” y la introducción gradual de las nuevas tecnologías en los procesos de producción, circulación y consumo. El trabajo plantea una tipología de las editoriales que funcionan en Argentina, considerando a los grandes grupos, las medianas empresas culturales, las pequeñas editoriales under y las editoriales digitales. En este sentido, se analizan las estrategias que llevan a cabo estos proyectos, desde la introducción de las herramientas del marketing en los grandes sellos, hasta el recurso de la bibliodiversidad en los pequeños y medianos

Palabras clave: bibliodiversidad, industria editorial en Argentina, campo editorial, transnacionalización, consumo

Introducción

El siguiente trabajo pretende dar cuenta del panorama del espacio editorial argentino en la actualidad, a partir de las transformaciones del sector ocurridas en los últimos años. Nos interesa ahondar en las vinculaciones entre economía y cultura, realizando especialmente las tensiones como punto de abordaje, en el marco de una industria cultural en particular. Concretamente, la descripción de las tendencias contrapuestas que han acompañado las dos últimas décadas de la edición (la concentración económica y el surgimiento de proyectos *independientes* —que luego detallaremos—) nos permitirá explorar las condiciones en las que emerge el término *bibliodiversidad* y su influencia o recepción en el campo local.

En el marco de los procesos de transformación del campo cultural argentino de las últimas décadas, se trabajará sobre el estado del espacio editorial de nuestro país, que se encuentra en estrecha relación con la región latinoamericana, así como con el resto del mundo en un contexto de *mundialización* editorial (Sapiro 2009; Szpilbarg 2012). En este sentido, se tomarán como punto de partida dos procesos importantes que comienzan a fines de la década del noventa: por un lado, la gran concentración del sector, a partir de la compra de editoriales locales por parte de grupos de capital extranjero y, por otro lado, la generalización y el mayor acceso a nuevas tecnologías. Estos avances abrieron la posibilidad de publicación y circulación de textos a una escala mayor, fenómeno que se ilustra con la aparición de nuevas editoriales llamadas “independientes”, con mayor profusión en los años posteriores a la crisis de 2001 en nuestro país.

Los años noventa implicaron un proceso de compra y concentración de editoriales nacionales por parte de conglomerados extranjeros, lo cual se tradujo en formas de edición globales y en la construcción de un mercado de libros con una tendencia “bestsellerista”. Estas transformaciones marcaron el punto final en la lógica del negocio de tradición familiar, así como de las empresas editoriales nacionales que apuntaban además a exportar la literatura nacional hacia otras regiones. Con la importación de títulos y la imposición de nuevas formas de comercialización, los actores transnacionales desarrollaron una concentración en la edición y en la cadena de comercialización y una reestructuración del consumo con nuevas estrategias de venta y publicidad (Schavelzon 2002). Esto coincide con las características de la producción cultural a nivel global que, por un lado, se homogeneiza de acuerdo a patrones globales (como, por ejemplo, la proliferación de libros del género editorial de “autoayuda”, que se replica con características similares en cada país) y, por otro lado, produce una amplia heterogeneidad y diversificación de la oferta, una “customización”² que conforma un “sistema global de aglomeraciones de productos culturales en torno a los cuales se definen identidades, más o menos volátiles, ligadas a estilos de vida” (Miguel 50), ofreciendo una variedad de opciones a consumidores individuales. Además, sumado a este análisis que se enmarca en los procesos de globalización, no se puede dejar de mencionar el papel importante que cumplen las nuevas tecnologías de la información y comunicación en las industrias culturales. La digitalización del

sector afecta de manera clara el funcionamiento de los distintos tipos de editoriales, tanto de las pequeñas y medianas que apuestan por la producción digital de *e-books* y la difusión a través de la web, como a las grandes, que hacen uso de las redes sociales y tienen la posibilidad de distribuir sus libros directamente a través de su formato digital (Saferstein y Szpilbarg 2012).

Con el objetivo de ilustrar los disímiles proyectos editoriales de estas dos últimas décadas, presentaremos una tipología de las editoriales que aparecen como resultado de estos procesos que se dan a nivel global y repercuten de manera particular en el plano local. Anticipamos que se pueden poner en consideración cuatro tipos de editoriales actualmente en funcionamiento en el país: las editoriales grandes de capital transnacional; las medianas empresas culturales de capital nacional que adquieren la problemática categoría de “editoriales independientes”³; las pequeñas editoriales *under* y artesanales; y, por último, las editoriales digitales emergentes.

Este escrito indagará acerca de las transformaciones a nivel global y local del sector que llevan a delimitar estos tipos de proyectos, así como también se abocará a dar cuenta de las prácticas y estrategias que llevan a cabo estas empresas, personificadas en los actores clave en este proceso, es decir, los editores. Se considera con Pierre Bourdieu (2009) al editor como un personaje doble, que debe mediar entre el “saber leer” y el “saber contar”; es decir, que debe conciliar el aspecto económico de la empresa editorial con el aspecto cultural de la misma, dado el carácter también doble del objeto libro, considerado a la vez como mercancía y como bien simbólico.

Dicho esto, consideramos importante dejar asentado que, como sostiene Gustavo Sorá (2004), la sociología del mundo del libro aborda el “sistema de relaciones entre escritores, traductores, editores, libreros, lectores, entre instituciones de la economía, de la cultura, de la política” (Sorá, *Intelectuales* 266). El campo de estudios en el cual nos situamos permite contribuir a reconstruir los procesos de producción cultural y de circulación de ideas a partir de las prácticas de los actores específicos del *campo editorial*. Utilizamos este concepto de Bourdieu para pensar las dinámicas de los agentes dentro de este espacio social institucionalizado⁴. Además, la mediación editorial resulta un factor ineludible a la hora de dar cuenta de las transformaciones de las industrias culturales a nivel local y global, caracterizadas

por una mercantilización creciente, pero también relacionadas con prácticas culturales y sociales de grandes sectores de la población.

Transformaciones recientes en la industria editorial argentina: concentración y transnacionalización en los años noventa

Las transformaciones económicas, políticas, sociales y culturales que comienzan a darse con fuerza a partir de la década del noventa y que culminan con la crisis de 2001-2002, nos permiten adentrarnos en las formas de producción cultural y simbólica, así como en la aparición de nuevos productores, intermediarios y formas de producción. Si bien las transformaciones ocurridas en el interior del campo cultural en nuestro país no pueden pensarse dissociadas del campo económico, tampoco pueden reducirse a éste. Las dinámicas de producción cultural y simbólica tienen relación con procesos que se dan a nivel global y que actúan a nivel local sobre las formas de producción, circulación y consumo y sobre los actores sociales protagonistas (Miguel 2011).

Asimismo, los procesos de globalización económica y cultural deben ser puestos en consideración para pensar la producción cultural contemporánea. Entendemos que hay una relación entre aspectos económicos, sociales y culturales, puesto que tanto la oferta de productos como su circulación y consumo están ligados a aspectos simbólicos que intervienen en la formación del valor. Pensamos por un lado en la circulación de libros de determinados géneros editoriales, la inserción del *marketing* en la industria editorial y los cambios en los roles del editor, en el marco de una relación indisoluble entre la esfera económica y la esfera cultural en el capitalismo contemporáneo. Estos procesos han sido caracterizados por diversos autores como “economización de la cultura” y “culturización de la economía” (Bayardo 2005; Achugar 1999). La incidencia de las nuevas tecnologías y la digitalización en las industrias culturales llevan a la necesidad de explorar su incorporación tanto en las empresas editoriales existentes como en los proyectos que *nacen* digitales.

Las editoriales —empresas encargadas de organizar el proceso productivo, diseñar las características del libro y ubicarlo en el mercado—, así como quienes se ocupan de la distribución, publicidad y comercialización, son las protagonistas de la década en la industria

del libro, por su determinación sobre la producción y distribución de los bienes culturales (Becerra, Hernández y Postolski 2003).

A fin de ilustrar estadísticamente los procesos de los que venimos hablando, podemos mencionar los informes del Centro de Estudios de la Producción (CEP 2005) y el trabajo de De Diego (2007), en los que se sostiene que la “época de oro” de las editoriales en Argentina se dio entre 1938 y 1970 gracias a la contribución al desarrollo de la industria local por parte de los exiliados españoles establecidos en Argentina tras la Guerra Civil Española. Editoriales como Sudamericana, Losada, Espasa-Calpe y Emecé adquirieron una reputación y prestigio que las llevaron a dominar un mercado que no estaba signado por una competitividad feroz entre las distintas firmas, sino por una complementariedad que apuntaba a la diversidad y a la difusión cultural (Botto 2006). Hasta la década de 1960, la industria gráfica argentina producía el 50% de los textos en castellano en el mundo (Seivach 2003). La etapa que va desde la década de 1970 hasta 1990 —a excepción del lapso de desplome durante la última dictadura militar por la caída de la producción y la censura— es llamada por el informe del CEP “la etapa de consolidación”.

En los años noventa, las empresas extranjeras ingresaron al mercado argentino. Las políticas neoliberales implantadas por el ministro de Economía de Carlos Menem, Domingo Cavallo, impusieron una reforma estructural del Estado cuyo punto principal fue la “privatización de las empresas de servicios públicos, por una parte, y la decisión de no intervenir en materia de intercambios comerciales, por la otra” (Svampa 2005). Luego de estos procesos, se dio una apertura a los mercados internacionales apoyada en la Ley de Convertibilidad que regulaba la paridad cambiaria. El aliento al ingreso de capitales extranjeros corrió junto a la obligación del Estado de mantener una reserva en dólares equivalente a la moneda nacional circulante para asegurar los compromisos externos. Así, las inversiones más importantes se dieron por parte de capitales financieros, inversiones seguras con crédito disponible. La producción no era prioridad, por lo que las inversiones productivas eran escasas en relación a la especulación financiera. Las prioridades eran: el aprovechamiento de los recursos materiales ya existentes en las empresas adquiridas; la reducción de los costos en la producción (desde la importación de maquinarias e insumos, hasta la reducción de personal facilitada por la flexibilización laboral); y el escaso margen de ganancia destinado a la

reinversión (Basualdo 2010). En estas condiciones, a las que se sumaban los precios altos en relación al dólar, las empresas extranjeras se vieron sumamente beneficiadas. La inversión de estas empresas de capital extranjero en la industria editorial dio cuenta del rol planificador y de sus políticas de edición que se orientaban fundamentalmente al mercado latino (donde ubicaron sus filiales) y no contemplaban una perspectiva de desarrollo de la cultura e industria nacional (Becerra, Hernández y Postolski 2003).

Los grandes grupos editoriales desembarcaron en el país absorbiendo las editoriales locales en un proceso de expansión hacia toda Latinoamérica. Entre 1998 y 2000 el grupo español Planeta (que controla el 20% del mercado argentino) adquirió Emecé, Tusquets, Minotauro, Paidós, Seix Barral, Ariel, Espasa-Calpe, Crítica, Temas de Hoy, Destino y Martínez Roca (De Diego 2007; Becerra, Hernández y Postolski 2003; CEP 2005; Botto 2006; Seivach 2003). Sudamericana, la segunda empresa del sector en ventas, sella la pérdida de competitividad de la industria editorial argentina frente a las transnacionales al ser adquirida en 1998 por el grupo alemán Bertelsmann, propietario de Random House, Grijalbo, Mondadori, Lumen, Debate y Plaza y Janés (De Diego 2007; Becerra, Hernández y Postolski 2003; CAL 2003; CEP 2005). El grupo español PRISA adquiere Santillana, Alfaguara, Taurus, Aguilar, Altea y Richmond Publishing. Por el lado de los capitales colombianos, en 1994 el grupo Norma adquiere Kapelusz, que se suma a la adquisición de Tesis en 1991. El grupo Zeta-Ediciones B absorbe Javier Vergara Editores. También irrumpe el grupo francés Havas, dueño de Alianza y Larousse. Según datos del CEP, el 86% de las empresas que integran el sector facturan menos de 10 millones de pesos, mientras que sólo el 14% superan dicho monto. Ese porcentaje menor lo conforman las grandes editoriales de capital extranjero que controlan el 75% del mercado (CEP 2005; Botto 2006; De Diego 2007). Según Becerra, Hernández y Postolski (2003), veinte editoriales extranjeras controlaban, al momento de la realización de este informe en 2005, el 50% de los títulos.

Los actores transnacionales trajeron nuevas prácticas laborales y productivas, las cuales implicaron una concentración en la edición y en la cadena de comercialización y una reestructuración del consumo con nuevas estrategias de venta y publicidad (Becerra, Hernández y Postolski 2003). Estas transformaciones pueden enmarcarse bajo una llamada

“profesionalización” del sector, al poner en práctica formas de funcionamiento novedosas y organigramas acordes a las casas matrices —principalmente españolas— que ya habían sido integradas a formas globales de producción y circulación. La noción de rentabilidad y la creación de valor económico pasaron a ocupar el norte principal hacia el cual las empresas concentradas debían orientarse. Así, a la selección de los autores⁵ y evaluación de originales —que fueron gradualmente orientándose hacia esta modalidad— se le sumaron cuestiones tales como la determinación de las tiradas y el cálculo de costos, centrales para la administración de una empresa editorial (Esteves Fros y Vanzulli 2002).

A diferencia de las pequeñas y medianas empresas, estos grupos poseen grandes estructuras, con plantas de alrededor de cien empleados y diferentes departamentos, tales como el de prensa, *marketing*, dirección comercial, relaciones institucionales, recursos humanos, ventas, etc. Aún cuando las estructuras laborales varíen de grupo en grupo, en estas empresas funciona una línea de mando y de poder clara, donde los editores de los sellos y los gerentes o jefes de *marketing* responden al editor general y, este, a los accionistas. Con la entrada del *marketing* en las empresas editoriales y la creciente racionalización del trabajo se produjeron transformaciones cardinales en el rol del editor. En este contexto, el editor lleva consigo la función de decidir en última instancia qué libros saldrán al mercado y quiénes serán los autores que los llevarán a cabo. Como afirma Thompson, hay en el editor un:

... elemento de juicio y gusto envuelto en el proceso de contrataciones (especialmente cuando se trata de nuevos actores que no tienen un piso de ventas asegurado) y un elemento de suerte envuelta en el éxito de determinados libros, y si se tratara de estandarizar y racionalizar las contrataciones, se correría el riesgo de inhibir la creatividad necesaria para el rendimiento de la organización. (128)

El editor es entonces un personaje clave aun en las editoriales concentradas. Según Paula Pérez Alonso (2002), los cambios introducidos impusieron una nueva modalidad de este actor que, además de ser responsable de los resultados comerciales, debe trabajar con el autor y con el texto en las distintas etapas de producción del libro. Esto lo ubica en una posición de mediador entre el contenido brindado por los autores y el público lector-consumidor pero

desde un rol activo y productivo en la generación de valor en sus productos. Los editores pasaron a ser, por un lado, “intérpretes eficaces de la demanda” (Schavelzon 2002). Esto significa que los editores satisfacen demandas preexistentes pero también las inducen, ya que la producción está orientada a las preferencias y necesidades del mercado en función de una intuición que se anticipa a los gustos de los consumidores. Por eso, por el otro lado, el editor trabaja sobre los textos y con el mismo autor para que esa intuición de la demanda se ajuste y adapte al mercado, es decir, al público lector.

Las grandes editoriales pasaron de ser negocios familiares cuya prioridad era la construcción de un catálogo de prestigio, tomando como ejemplo el *boom* de los años sesenta (Aguado 2006), a focalizarse sobre el polo comercial de la actividad y considerar a sus lectores como “consumidores”. Sin embargo, esta tendencia debe ser complejizada y no reducida a una fatalidad. Además de poseer los derechos de los autores más prestigiados por el canon, estas editoriales poseen sellos literarios menos comerciales que les brindan a los grandes grupos el capital simbólico necesario para mantenerse en posiciones dominantes. Además, es frecuente que muchos escritores que adquieren prestigio en las editoriales más pequeñas sean contratados por las grandes para publicar sus siguientes libros con un piso de ventas asegurado, así como campañas de visibilización y proyección en el mercado internacional, algo que las pequeñas y medianas editoriales no pueden garantizar.

Sin embargo, Malena Botto (2006) sostiene que el crecimiento que se da en términos estadísticos durante la década del noventa no se corresponde con la circulación del libro de autor argentino, ya que la adquisición de las editoriales argentinas por capitales extranjeros promueve políticas de producción y circulación del libro que alteran el comportamiento en cuanto a su impacto cultural. Al calor de estos procesos durante los noventa surgen progresivamente pequeñas editoriales llamadas *independientes* —en parte gracias al abaratamiento de importación de insumos— las cuales, mediante políticas editoriales opuestas o, al menos, no subordinadas a la lógica comercial, se distinguirían de los grandes grupos formando parte de una alternativa (Botto 2006; Saferstein y Szpilbarg 2012).

El problema de las editoriales independientes: aproximaciones a una tipología

Al comienzo de este trabajo dijimos que en los años noventa el sector editorial puede ser pensado bajo los procesos de concentración y por el surgimiento de las editoriales llamadas “independientes”. Pensamos con Bourdieu (2009) en una lógica relacional, que nos permite ubicar las prácticas de estos pequeños y medianos proyectos editoriales en relación a un campo de referencia, en disputa con los demás actores. En contraposición a los conglomerados transnacionales concentrados que pasaron a controlar el 75% del mercado de libros, en esta década y con más fuerza luego de la crisis del 2001 proliferan estos proyectos con estilos culturales propios y de capital nacional, que complejizan el entramado editorial. El anclaje profundo de la sociedad de consumo y su cuestionamiento que se desencadenó en dicha crisis en Argentina habilitó procesos de resistencia cultural con una intencionalidad que se orientó hacia la difusión de valores ajenos a un *ethos* mercantil (Svampa 2009). La intervención cultural, con la ayuda de las nuevas tecnologías, deja de pensarse territorialmente para pasar a una forma global. Teniendo en cuenta las complejidades que tienen los procesos de globalización y su impacto en la esfera social y cultural, esto permite la creación de un espacio para la creatividad, el dinamismo y la articulación entre distintos actores, que no se fijan exclusivamente a un territorio nacional.

Según el informe del CEP (2005), el 86% de las editoriales son “independientes” o “pequeñas”, mientras que el 14% restante pertenece a los sectores más concentrados. Ahora bien, este grupo es mayoritario en cuanto a la cantidad de establecimientos registrados y a la diversidad de publicaciones pero no en referencia a la facturación, que muestra la concentración del capital. De acuerdo a las estadísticas del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SinCA), hay cuatro categorías para definir a las editoriales: Grandes, Medianas, Pequeñas y Microeditoriales. Estas últimas ocupan un 65% de la distribución total y comprenden las editoriales registradas que facturan hasta un millón de pesos anuales.

Este grupo de editoriales de menor alcance comercial que surgió en esta época puede ser caracterizado bajo distintos aspectos: por su especialización temática o por “nichos” en un mercado fragmentado; por una identidad cultural pero no desligada de lo comercial; por una actividad de apuesta y de riesgo al publicar autores no conocidos; y por una menor capacidad de negociación con los espacios de circulación como las distribuidoras y librerías. Sin embargo,

si bien consideramos que es necesaria una separación entre estas editoriales y las que dependen de los grandes grupos concentrados, sostenemos que el término “independiente” es equívoco para definir las, ya que consideramos que hay una marcada heterogeneidad en el interior de este agrupamiento en cuanto a sus modos de funcionamiento, sus representaciones y sus aspiraciones (Saferstein y Szpilbarg 2012).

Para continuar con la tipología que se inicia con el grupo de las grandes editoriales concentradas y en el sentido que planteamos acerca de la heterogeneidad del sector “independiente”, podemos proponer la existencia de otros tres tipos. Por un lado aparece el grupo de editoriales “legítimamente” llamadas *independientes*. Este posicionamiento privilegiado está relacionado con su nombramiento como tales en los medios masivos de comunicación y publicaciones oficiales. Esta caracterización excluye del grupo a otros proyectos también autodenominados “independientes” pero que no tienen visibilidad en la opinión pública. Consideramos dentro del sector mencionado a las editoriales medianas o pequeñas de capital local, con intenciones de profesionalizarse y convertir su proyecto en un negocio rentable, sin abandonar la importancia del criterio del “gusto” y una actitud de apuesta. Como ejemplos de este grupo podemos mencionar a Eterna Cadencia, Entropía, La Bestia Equilátera, Gog y Magog, Katz, Marea e Interzona. Estas editoriales rescatan el concepto de “bibliodiversidad” —que será analizado en profundidad más adelante— en alusión a la necesidad de garantizar una diversidad de producciones editoriales, en oposición a la “bestsellerización” del mundo editorial.

En relación a sus características, podemos decir que estas editoriales poseen una estructura pequeña o mediana y su capital es nacional. Estas editoriales piensan lo “independiente” en oposición a las grandes editoriales multinacionales que pasaron a dominar el mercado de libros. En esta sintonía, una de las cualidades de un “editor independiente” para la Alianza de Editores Independientes de la Argentina por la Bibliodiversidad (EDINAR) es su independencia económica: que el editor sea dueño de su capital y no dependa de un grupo accionario, lo que le permitiría poseer un poder de decisión total sobre su empresa (Colleu 2008; EDINAR 2011). Así, estas editoriales proponen su actividad de acuerdo a parámetros culturales, en lugar de los que el mercado impone en términos económicos para hacer un libro

“vendible”. Sin embargo, como todo libro es al mismo tiempo mercancía y bien simbólico, lo económico no desaparece del horizonte de los editores, que siempre apuntan a un mercado de lectores. Lo cierto es que indudablemente estas editoriales encuentran mayor libertad de acción en la elección y armado de su catálogo. Esta es la visión que promueve EDINAR, que se define como “garantes de la pluralidad de las ideas frente a la mercantilización creciente de la cultura impuesta por las lógicas esencialmente financieras de los grupos de comunicación internacionales”, priorizando el catálogo y la actividad de “creación” de su editor (Colleu 79). Plantean una prioridad de la oferta sobre la demanda, reflejada en una diversidad en su propuesta editorial, como respuesta a la supuesta sobreproducción de títulos serializados.

Sin embargo, en términos de su estructura y organización laboral, estas editoriales tienen funcionamientos que se asemejan en un punto a los de las grandes editoriales. Esto se ve en referencia a la diversidad de departamentos y sectores, donde las editoriales emplean hasta treinta trabajadores. Si bien no tienen propósitos meramente comerciales como los que le critican a los grandes grupos, no reniegan de su papel de empresarios culturales, con una orientación clara para posicionarse en el sector. En esta misma línea y en términos de su visibilidad en el sector, estas editoriales comenzaron a participar de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, espacio hegemónico de circulación de literatura y libros, a partir de *stands* colectivos. Si bien estas editoriales se encuentran en las periferias de la feria, su objetivo es “hacerse visibles” en el mercado, mostrar y demostrar que participan y aparecen, disputar su lugar dentro del campo mediante la participación en un espacio importante para ser tenidos en cuenta como actores legítimos.

Como tercer grupo de editoriales y dentro del espectro de las llamadas “independientes” puede considerarse a un sector de microeditoriales (*under*), más vinculadas a modos artesanales de fabricar los libros y en las cuales el proyecto comercial muchas veces no se encuentra en los planes para el futuro. Estas se vinculan a la ampliación de internet como un espacio dinamizador de nuevas formas de gestionar la cultura y lo artístico, al mismo tiempo que sostienen una actitud que es caracterizada en algunos trabajos como “política”, en relación al modo de producir y distribuir bienes simbólicos. Como ejemplos de estos emprendimientos podemos ubicar a Funesiana, Mancha de Aceite, Eloísa Cartonera o Milena Caserola, entre

otras. Estos proyectos más informales no son considerados en los medios masivos de comunicación o en las publicaciones oficiales, ya que no poseen un estatuto legal ni aparecen en los registros de ISBN. Además, muchas veces estas editoriales están conformadas por una sola persona que cumple los roles de editor, escritor y librero: estos proyectos permanecen en la informalidad y generalmente funcionan en los mismos hogares de sus editores. Sin embargo, tienen una participación activa dentro del campo a través de las redes literarias que se generan por las prácticas de escritores, lectores e intermediarios que conforman estos proyectos.

Estos proyectos realizan un uso de internet que es fundamental para su existencia, la cual depende de una comunidad fiel de lectores ya que sus libros no circulan siempre en librerías o en un espacio físico propio. Asimismo estos emprendimientos no acceden a visibilizarse mediante un *stand* en la Feria Internacional, por lo que quedan relegados del espacio legítimo, formando novedosos circuitos que pueden ser pensados como alternativos o como resistencias. Un ejemplo es la Feria del Libro Independiente y Autónoma (FLIA), que desde 2006 reúne a editores, escritores y artistas que lograron formar un circuito propio, donde lo comercial está relegado o se encuentra subordinado a lo artístico.⁶ Consideramos relevante la presencia de estas editoriales y sus propios espacios de movimiento 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 nuevos espacios de lecturas en vivo, ferias, jóvenes generaciones de escritores, editores y críticos que tienen la posibilidad, gracias a las nuevas tecnologías —por ejemplo, la difusión de blogs literarios alternativos a los suplementos culturales y las formas de producción tradicionales—, de participar activamente en la creación de espacios de militancia literaria, subordinando el factor comercial a la intervención en el campo literario, actuando significativamente y en relación conflictiva con las instituciones formales como la academia (Vanoli 2009). Con la presencia de estos proyectos se ilustra la heterogeneidad del espacio “independiente” en la cuestión editorial.

En último lugar podemos referirnos a un grupo emergente que daremos en llamar *editoriales digitales*. Si bien no hay actualmente una diversidad de proyectos de este tipo, podemos considerar la editorial Teseo, surgida en 2007, como un ejemplo de proyectos híbridos —según la caracterización de su propio editor, Octavio Kulesz— pero que se orientan a

un futuro enteramente digital y que conviven con empresas dedicadas a desarrollar *e-books*, así como con plataformas de venta de libros, las cuales les aseguran una distribución a gran escala, como Amazon.

La emergencia del término bibliodiversidad

Tal como hemos venido describiendo, pensar la industria editorial de la última década supone centrarnos en tres procesos simultáneos que permiten retratarla en forma completa. Estos procesos se encuentran aparentemente separados pero guardan íntimas relaciones. El primero de estos procesos consistiría en el surgimiento profuso de editoriales independientes, lo cual establece una oposición con los procesos de concentración. El segundo proceso se vincula con la presencia y progresiva influencia de las tecnologías de comunicación, redes sociales y digitalización. En tercer lugar, la *internacionalización* de la industria, que se vincula con la época histórica y que confluye en una situación de distribución del poder en los distintos lugares del mundo.

En efecto, si bien la internacionalización del mercado editorial no es nueva, se ha acelerado considerablemente en el período que acabamos de mencionar, destacándose por una creciente concentración de los sellos que son adquiridos en operaciones de compra y/o fusiones transnacionales. Esto supone un reordenamiento del mercado mundial del libro, el cual ha puesto en evidencia la fragilidad de las industrias editoriales de los países con débiles políticas culturales para el libro.

Este apartado intentará analizar la emergencia del concepto de *bibliodiversidad* asociándolo al concepto de diversidad cultural, para pensar el modo en el que las demandas globales repercuten en los actores del nivel local, los cuales se apropian de ciertas demandas vinculadas al campo. Estas demandas, como veremos, se traducen en el surgimiento de instituciones y prácticas. De este modo, intentaremos describir el modo en que el concepto de *bibliodiversidad* actúa sobre el campo local, traduciéndose en el surgimiento de EDINAR, así como en estrategias y prácticas concretas tendientes a enfatizar la problemática de la visibilidad de los proyectos editoriales de capital local y estructura mediana, no pertenecientes a los grandes grupos económicos.

Si tenemos que pensar en los ámbitos supranacionales que existen como antecedentes de este concepto, nos encontraremos con diversas instituciones reguladoras de relaciones interestatales. Desde mediados del siglo XX, después de las guerras mundiales, el orden internacional se cifra en el panorama del libre comercio, creándose las principales instituciones organizadoras de las relaciones entre países (la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura —UNESCO—; la Organización Mundial del Trabajo —OIT—; el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo —PNUD—; el Banco Mundial —BM—; y el Fondo Monetario Internacional —FMI—). Sin embargo, este proceso alcanza un hito clave con la conformación en 1994 de la Organización Mundial del Comercio (OMC), que propone la liberalización total del comercio de bienes y servicios, incluidos los culturales. Esto ha generado la emergencia de un debate internacional respecto a la liberalización de éstos, dadas las amenazas promovidas por el libre comercio de las industrias culturales, entre ellas la del libro, que compromete la diversidad cultural en materia de políticas culturales (Mihal 2011).

Es interesante destacar, como afirma Ivana Mihal (2011), que la “bibliodiversidad” se instaló en la agenda pública con la relevancia que adquirió en los últimos años la *diversidad cultural* como desafío de las políticas culturales y elemento indispensable en la puesta en marcha de los derechos culturales (Bayardo 2007).

“Bibliodiversidad” es un término que se utiliza internacionalmente y ha sido promovido tanto por la UNESCO como por otros actores de la sociedad civil, entre los cuales se destaca la Alianza Internacional de Editores Independientes (2002), haciendo referencia a la diversidad de libros. A nivel de la industria editorial, también comenzó a ser utilizado y reivindicado por colectivos de editoriales independientes en distintos países latinoamericanos, como por ejemplo: LIBRE en Brasil; EDIN en Chile; REIC en Colombia; AEMI en México; ALPE en Perú; y EDINAR en Argentina.⁷

La bibliodiversidad implica un reclamo tendiente a reforzar la necesidad de establecer medidas por parte de los Estados-nacionales que favorezcan la circulación de ideas y autores —de oferta y de nueva literatura en el mercado interno e internacional— mediante el apoyo a las editoriales independientes; los acuerdos con el sector privado; y las medidas fiscales y financieras (Mihal 2). En términos legislativos, ha habido también avances en esta dirección.⁸

Es bajo esta óptica *internacionalizada* que pretendemos entender los desplazamientos, motivaciones y prácticas de los editores independientes, como una relación permanente con los poderes públicos basada en estrategias que buscan permear la agenda política de la cultura, ya que el reclamo por la bibliodiversidad trae aparejado la cuestión de la presencia de las políticas estatales en el nivel de la cultura. Estas estrategias se apoyan en la *internacionalización* como fuente de legitimidad: apropiándose de un concepto internacional como es la *diversidad cultural* —el cual traducen a la esfera local— empujan de esta forma a un diálogo entre los campos cultural y político (Symmes 2012).

En un artículo acerca de las condiciones sociales que trazaron el itinerario transnacional del principio de “diversidad cultural” entre agentes y estructuras de distinto orden (como Estados, asociaciones de profesionales y organismos internacionales), Symmes (2012) se propone pensar que a nivel internacional, las ideas no circulan por sí mismas, sino que se estructuran dentro de un *espacio de posibilidades* a nivel nacional.

En el plano internacional, la cuestión cultural siempre ha sido objeto de discusiones porque se encuentra entre dos concepciones completamente opuestas en lo que tiene que ver con los bienes culturales: una postura consiste en pensar los productos culturales como mercancías, teniendo en cuenta que el mercado garantizaría una asignación de recursos correcta; mientras que otra postura supone que la cultura se vincula con características que la distinguen del resto de las mercancías y por ese motivo debe beneficiarse de un tratamiento diferencial en términos de las políticas públicas que deben defender este tipo de mercancías.⁹

Es preciso contextualizar entonces las motivaciones subyacentes en la acumulación de peso de este concepto de “diversidad cultural”. Podríamos plantear que se vincula, en el caso del campo editorial, con la emergencia de la edición independiente, la cual se aloja, a su vez, dentro de un proceso de recomposición del espacio editorial internacional a partir de la década del ochenta. Este fenómeno, catapultado por la caída del muro de Berlín y la aparición de una nueva escena política de extendida recuperación de la democracia en España, Grecia, Europa del Este y los países de América Latina, fue acompañado por una aceleración y multiplicación de los intercambios comerciales.

En este panorama de *globalización editorial* que describe Gisele Sapiro (2009), los editores independientes proponen catálogos diferentes de los grandes grupos editoriales y se constituyen como un nuevo polo de producción. Si bien se trata de una participación que pone de relieve la acción colectiva, nos hallamos ante el *polo de producción restringida*, en palabras de Bourdieu, que implica emprendimientos editoriales que no se basan en los criterios comerciales principalmente, sino en otros de raíz identitaria, cultural o estética.

Es así como la aparición de la cuestión de la diversidad cultural en la agenda política fue posible gracias a un momento de convergencia entre dos dimensiones de la acción política, la nacional y la internacional. En el caso que estamos pensando, no se trata solo de intercambios entre grupos de poder dentro de los Estados sino de una forma de *homología estructural de posiciones* entre grupos pertenecientes a espacios transnacionales complejos que interactúan a distintas escalas (organizaciones internacionales, Estados, redes internacionales de profesionales de la cultura). A partir de la defensa de cuestiones como la bibliodiversidad,¹⁰ revalorizan también las posiciones que ocupan en sus campos de pertenencia, gracias a la acumulación de un tipo de capital simbólico transnacional (Symmes 2012).

Consideraciones finales

En este trabajo hemos intentado hacer un recorrido por las principales problemáticas que han atravesado la industria editorial argentina en los últimos años. Hemos caracterizado los procesos de concentración de los años noventa que traen aparejada, como las dos caras de una moneda, la emergencia de las editoriales independientes. Todo esto se ha dado en un contexto en donde no podemos soslayar la importancia de la novedosa presencia de las TICs (Tecnologías de la información y la comunicación) que aparecen y, al desarrollarse, complejizan esta aparente ecuación de editoriales independientes/editoriales concentradas, para agregar los términos editoriales analógicas/editoriales digitales a la arena del análisis.

Por otra parte, desarrollar la contraposición concentración-independencia nos ha permitido explorar un interesante concepto que surge al calor de esta oposición: la bibliodiversidad, que permite rastrear la importancia que el contexto global imprime sobre los campos editoriales locales, aun cuando aparentemente los actores locales no interactúen

directamente con las tendencias globales. En este sentido, como plantea Saskia Sassen (2007), “lo global —sea una institución, un proceso o una práctica— trasciende el marco exclusivo del Estado Nación y al mismo tiempo habita parcialmente los territorios y las instituciones nacionales” (11). Es preciso entonces, en futuras investigaciones, atender al desarrollo de estas tendencias en busca de nuevas categorías que nos permitan analizar este campo donde lo cultural coexiste en relaciones complejas con lo económico y la esfera de las políticas públicas.

Obras citadas

- Achugar, Hugo. “La incomprensible invisibilidad del ser económico, o acerca de cultura, valor y trabajo en América Latina”. Coord. Néstor García Canclini y Carlos Moneta. *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*. Buenos Aires: Eudeba, 1999. 309-322. Impreso.
- Aguado, Amelia. “Políticas editoriales e impacto cultural en la Argentina (1880-2000)”. *Revista información, cultura y sociedad* 15 (2006). Web.
- Basualdo, Eduardo. *Estudios de historia económica argentina. Desde mediados del siglo XX a la actualidad*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2010. Impreso.
- Bayardo, Rubens. “Cultura, artes y gestión cultural. La profesionalización de la gestión cultural”. *Lucera, Revista del Centro Cultural Parque de España* 8 (2005): 17–21. Impreso.
- . “Cultura y desarrollo: ¿nuevos rumbos y más de lo mismo?”. Gisele Marchiori Nussbaumer. *Teorías & políticas da cultura. Visões multidisciplinares*. Salvador de Bahía: Editora da UFBA, 2007. 17-21. Impreso.
- Becerra, Martín, Pablo Hernández y Glenn Postolski. “La concentración de las industrias culturales”. Comp. Héctor Schargorodsky. *Industrias culturales: mercado y políticas públicas en Argentina*. Buenos Aires: CICCUS, 2003. 55-84. Impreso.
- Botto, Malena. “1990-2000. La concentración y la polarización de la industria editorial”. Ed. José Luis De Diego. *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*. Buenos Aires: FCE, 2006. 209-249. Impreso.
- Bourdieu, Pierre. *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires: Eudeba, 2009. Impreso.

- CAL. "Informe sobre la industria del libro". Comp. Héctor Schargorodsky. *Industrias culturales: mercado y políticas públicas en Argentina*. Buenos Aires: CICCUS, 2003. Impreso.
- CEP. Centro de Estudios para la Producción. *La industria del libro en Argentina*. Buenos Aires: Ministerio de Industria, 2005. Web. Agosto de 2012.
- Colleu, Gilles. *La edición independiente como herramienta protagónica de la bibliodiversidad*. Buenos Aires: La Marca editora, 2008. Impreso.
- De Diego, José Luis. *Editores y políticas editoriales en Argentina 1880-2000*. Buenos Aires: FCE, 2006. Impreso.
- EDINAR. *Editores Independientes de Argentina*. "Editores Independientes de la Argentina por la diversidad bibliográfica". 2011. Web. <http://www.edinar.com.ar/>
- Esteves Fros, Fernando y Jorge Vanzulli. "Administración de una empresa de cultura". Comps. Leandro de Sagastizábal y Fernando Esteves Fros. *El mundo de la edición de libros*. Buenos Aires: Paidós, 2002. 33-66. Impreso.
- Mihal, Ivana. "Bibliodiversidad: una mirada a las políticas culturales estatales". *II Seminario Internacional Políticas culturais*. Botafogo: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2011. 1-15. Web. http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/palestras/Políticas_Culturais/II_Seminario_Internacional/FCRB_IvanaMihal_Bibliodiversidad_una_mirada_a_las_politicas_culturales_estatales.pdf
- Miguel, Paula. "Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2010". Lucas Rubinich y Paula Miguel. *01 10: creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2010*. Buenos Aires: Aurelia Rivera, 2011. 45-68. Impreso.
- Pérez Alonso, Paula. "El otro editor". Comps. Leandro de Sagastizábal y Fernando Esteves Fros. *El mundo de la edición de libros*. Buenos Aires: Paidós, 2002. 67-76. Impreso.
- Saferstein, Ezequiel y Daniela Szpilbarg. "La independencia en el espacio editorial porteño". Comp. Ana Wortman. *Mi Buenos Aires querido. Entre la democratización cultural y la desigualdad educativa*. Buenos Aires: Prometeo, 2012. 221-247. Impreso.
- Sapiro, Gisele. *Les contradictions de la globalisation éditoriale*. París: Nouveau Monde, 2009. Impreso.
- Sassen, Saskia. *Una sociología de la globalización*. Buenos Aires: Katz Editores, 2007. Impreso.

- Schavelzon, Guillermo. "Del autor al editor: los caminos del manuscrito". Comps. Leandro de Sagastizábal y Fernando Esteves Fros. *El mundo de la edición de libros*. Buenos Aires: Paidós, 2002. 77-98. Impreso.
- Seccia, Oriana. "Producciones artísticas independientes juveniles. Un pequeño tour problemático". *Solidaridad Global* 21 (2012): 81-86. Web. http://webarchivo.unvm.edu.ar/modulos/voces/solidaridad_archivos/Solidaridad_Global_21_2012.pdf
- Seivach, Paulina. *Las industrias culturales en la Ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano (CEDEM) y Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 2003. Impreso.
- SInCA. *Coyuntura cultural. Informe de coyuntura económica sobre la cultura argentina*. Buenos Aires: Sistema de Información Cultural de la Argentina, 2013. Web. http://sinca.cultura.gov.ar/sic/publicaciones/coyunturacultural/CC05_07.pdf
- Sorá, Gustavo. "Frankfurt y otras aduanas culturales entre Argentina y Brasil. Una aproximación etnográfica al mundo editorial". *Cuadernos de Antropología Social* 15 (2002): 125-143.
- . "Editores y editoriales de Ciencias Sociales: un capital específico". Eds. Federico Neiburg y Mariano Plotkin. *Intelectuales y expertos. La constitución del conocimiento social en Argentina*. Buenos Aires: Paidós, 2004. 265-284. Impreso.
- Svampa, Maristella. *La sociedad excluyente. La Argentina bajo el signo del neoliberalismo*. Buenos Aires: Taurus, 2005. Impreso.
- . *Desde abajo. La transformación de las identidades sociales*. Buenos Aires: Biblos, 2009. Impreso.
- Symmés, Constanza. "Fundar la Asociación de Editores independientes de Chile: una estrategia local de resistencia colectiva transnacional". 2012. Web.
- Szpilbarg, Daniela. "¿Es posible hablar de un 'campo editorial global'?". *Primer Coloquio Argentino sobre el Libro y la Edición*. La Plata: 2012. Web. http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.1954/ev.1954.pdf
- Thompson, John B. *Merchants of culture*. Nueva York: Plume, 2012. Impreso.
- Vanoli, Hernán. "Pequeñas editoriales y transformaciones en la cultura literaria Argentina". *Apuntes de Investigación del CECYP* 15 (2009): 161-185. Impreso.

Notas

¹ El siguiente trabajo se encuentra enmarcado en el proyecto UBACyT "Intermediarios culturales, capital social y clases sociales emergentes" (2011-2014), dirigido por la Dra. Ana Wortman y con sede en el Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA (Argentina).

² Con este término nos referimos a aquellos procesos de producción de bienes y servicios en los que opera una suerte de personalización en la oferta, teniendo en cuenta las características particulares de cada sector de la demanda.

³ La tipología de editoriales del sector, así como la problematización de la categoría *editorial independiente* fue trabajada con anterioridad por los autores en un capítulo titulado "La independencia en el espacio editorial porteño", publicado en 2012 en *Mi Buenos Aires querido. Entre la democratización cultural y la desigualdad educativa*.

⁴ Este campo se manifiesta en un espacio social institucionalizado de luchas y jerarquías, donde los actores que participan del mismo disputan recursos específicos. En este sentido, se pueden identificar las prácticas comunes de las empresas editoriales de acuerdo a su posición dentro del campo. Las posiciones privilegiadas las ocupan las grandes editoriales concentradas, que tienen la posesión del capital económico y simbólico necesario para dominar. Por otro lado, podemos pensar las prácticas de las editoriales llamadas independientes, las cuales no ostentan el poderío económico, por lo que sitúan su disputa en el plano cultural y simbólico. Estas dimensiones, cultural y comercial, son dos aspectos que conviven en tensión y conflicto, y no dos espacios autónomos y excluyentes. Los posicionamientos efectivos no siempre coinciden con sus representaciones, por el papel del mercado dentro del campo y la necesidad de ampliar su espectro de acción. Precisamente, en los planteamientos de Bourdieu (2009) la independencia aparece ligada a ser independiente respecto de la economía (según lo cual las posiciones dominantes son aquellas ocupadas por los autores de *best-sellers*), mientras que las editoriales consideradas "independientes" se identificarían más con el criterio del "desinterés" con respecto a lo económico.

⁵ En estas editoriales los mecanismos de asociación de un escritor con su editor se dan de dos formas: o bien el potencial escritor presenta un boceto del libro que pretende escribir y aspira a que la editorial lo contrate y le dé un anticipo; o bien es la misma editorial (a partir de ideas del propio editor general, editores de sellos o personal de *marketing*) la que va a buscar al escritor con un proyecto de libro ya consensuado de antemano.

⁶ Oriana Seccia (2012) caracteriza la intervención de los editores, escritores y artistas en esta feria, no como una subversión del campo *mainstream* sino como un intento por crear un campo alternativo.

⁷ Consultado en 2013, el listado de editoriales que pertenecen al colectivo es el siguiente: Asunto Impreso Ediciones, Bajo la Luna, Beatriz Viterbo, Caja Negra, Clase Turista, Corregidor, Cuenco de Plata, De la Flor, Ediciones del Dock, Ediciones del Naranja, Ediciones del Signo, Editorial Biblos, Editorial Mate, Entropía, Gourmet Musical Ediciones, Interzona, La Crujía, la marca editora, Leviatán, Libros de la Araucaria, Maizal, Mansalva, Marea Editorial, Paradiso, pato-en-la-cara, Santiago Arcos, Siesta, Tantalía, Vox, Voy a salir y si me hiere un rayo y La aguja de Buffon ediciones.

⁸ En su artículo, Ivana Mihal sostiene que para dar respuestas a problemas vinculados con la diversidad cultural en materia de libros y lecturas y, sobre todo, la sostenibilidad de las editoriales locales, el Estado nacional creó un nuevo marco normativo en 2001: la Ley del Fomento del Libro y la Lectura N° 25.446 y la Ley de Defensa de la Actividad Librera, N° 25.542. Si bien presentan dificultades en su implementación porque algunos de sus artículos fueron vetados, constituyen un avance importante en materia de legislación vinculada con la industria editorial.

⁹ En este sentido, “el principio de diversidad cultural se enraíza en el seno de la Unesco sobre una prerrogativa: el rol de las políticas públicas en favor de la cultura; es decir, en el papel que juega el Estado y sus instituciones como mediadores culturales” (Symmes 2012).

¹⁰ En relación con esto, Symmes plantea una interesante observación: el principio de *diversidad cultural*, engendrado en una organización internacional, respaldado en sus inicios por ciertos países (como Canadá y Francia), difundido por coaliciones internacionales de profesionales de la cultura y reivindicado de manera local por asociaciones nacionales, regresará a la organización que lo concibió recubierto de un capital simbólico constituido por su recorrido y reconocimiento transnacional (Symmes 2012).