



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: La Coop : una respuesta de las editoriales independientes ante un mercado hiperconcentrado

Autores (en el caso de tesis y directores):

Hernán Skilki

Débora Mundani, tutora

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis: 2022

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR



La Coop: una respuesta de las editoriales independientes ante un mercado hiperconcentrado

AUTOR: Hernán Skilki

DNI: 35.323.135

MAIL: hskilki@gmail.com

TUTORA: Débora Mundani

Legajo: 146.982 (UBA)

Índice

TEMA	3
OBJETO	4
HIPÓTESIS	5
ESTADO DEL ARTE	6
OBJETIVOS	11
MARCO TEÓRICO	12
Una aproximación a la noción de cultura	12
El campo editorial	15
La industria cultural	18
La Biodiversidad	20
Las políticas culturales	22
MARCO METODOLÓGICO	26
POLÍTICAS CULTURALES DURANTE LOS GOBIERNOS KIRCHNERISTAS	27
Guillermo Moreno y el freno a las importaciones	28
La inclusión como estandarte	30
La cultura se transformó en ministerio	33
Los libros no fueron la excepción	36
LIBRO %	36
Compra de libros para el Operativo de entrega de textos escolares	37
Plan Nacional Igualdad	37
Programa Sur	38
Leer es Futuro	40
Encuentro (Federal) de la Palabra	41
Concurso Federal de Relatos	42
Red Federal de Poesía	44
RECONFIGURACIÓN DEL CAMPO EDITORIAL ARGENTINO A PARTIR DE LA CRISIS DEL 2001	46
Grandes editoriales / Editoriales ¿independientes, autogestivas?	49
Distribuidoras grandes, medianas y pequeñas	55
Librerías “shopping” / Librerías “independientes” / Librerías “supermercado”	59
EDITORIALES UNIDAS	65
La Coop	68

La iniciativa	68
La organización interna	70
El trabajo en ferias	71
La distribución	73
La librería	75
La Coop en el 2021	76
La aparición de otros grupos y la importancia de la Feria de editores	78
CONCLUSIONES	82
BIBLIOGRAFÍA	86
ANEXO	90
Entrevista a Hernán López Winne	90
Entrevista a Marcos Almada	107
Entrevista a Paula Brecciaroli	127
Entrevista a Juan Crasci	130
Entrevista a Claudio Rojo	141
Entrevista a Jorge Waldhuter	143
Entrevista a Inés Kreplak	147

TEMA

Este trabajo de investigación intenta dar cuenta del lugar que ocupan las políticas culturales en el sector del libro como un instrumento de intervención gubernamental que permite garantizar el acceso a los bienes culturales y compensar las restricciones de un mercado hiperconcentrado.

OBJETO

A efectos de poder analizar el tema propuesto, se propone como objeto de estudio de esta investigación el surgimiento de la cooperativa editorial La Coop, como un ejemplo representativo del trabajo articulado entre el Ministerio de Cultura de la Nación y las editoriales independientes.

El período analizado contempla la conducción de Teresa Parodi en el Ministerio de Cultura de la Nación durante la presidencia de la Dra. Cristina Fernández de Kirchner, del 7 de mayo de 2014 al 10 de diciembre de 2015.

HIPÓTESIS

La unión entre editoriales independientes aparece como una de las alternativas de subsistencia con las que cuentan estas editoriales para enfrentarse a un mercado editorial cada vez más concentrado, en el cual tienen una presencia dominante los grandes grupos editoriales de capital transnacional.

Para ello, fue sumamente importante la relación que se forjó entre las editoriales independientes y el Estado, principalmente desde que se crea el Ministerio de Cultura con la conducción de Teresa Parodi, que a partir de una serie de programas influyó, entre otras cosas, en la formación de distintos tipos de unión.

ESTADO DEL ARTE

Esta investigación vincula el campo editorial con una serie de políticas culturales llevadas a cabo por el Estado. Esta relación, frecuente en estudios anteriores, se presenta menos corriente cuando hablamos del surgimiento de distintas formas de unión y cooperación entre las editoriales.

Ezequiel Saferstein, doctor en Ciencias Sociales y Magíster en Sociología de la Cultura y el Análisis cultural, y Daniela Szpilbarg, doctora en Ciencias Sociales, analizaron la industria editorial argentina entre los años 1990 y 2010 y partieron de dos grandes procesos que comenzaron a fines de la década de los 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”¹.

En este período ya advierten una tendencia “bestsellerista” del mercado de libros y observan cómo la internacionalización de la industria confluye en una situación de distribución del poder en distintos lugares del mundo. Los autores llegan a la conclusión que:

¹ Saferstein, Ezequiel y Szpilbarg, Daniela (2010). “La industria editorial argentina, 1990-2010: Entre la Concentración económica y la bibliodiversidad”. Buenos Aires. Página 2.

“muchas veces este término aparece como un ‘sentido común’ dentro de los estudios culturales, al calor de los procesos de globalización, donde lo independiente se opone a lo mainstream. Creemos que debemos profundizar en la tarea de desentrañar esta homogeneización de grupos particulares dentro de un concepto que los englobaría, para así poder intervenir sobre las problemáticas y dificultades concretas de proyectos literarios que se mantienen excluidos de los circuitos tradicionales del mercado, pero intervienen activamente sobre el campo literario”².

Alejandro Dujovne, doctor en Ciencias Sociales e investigador de CONICET, analiza el rol del Estado en el ámbito de la cultura, preponderando su rol en el mundo del libro y afirma que “a medida que el mercado avanzaba en la definición de la producción y los consumos culturales, la discusión estribaría si el Estado debía o no intervenir en el ámbito de la cultura, y en caso de que así fuese cómo hacerlo”³

Entre las décadas del noventa y principios de la de 2000, se enfrentaron dos posturas: la de Estados Unidos y la de Francia. La primera sostiene que los bienes culturales no debían ser entendidos como algo distinto al resto de los bienes del mercado y debían liberalizarse. Sin embargo, Francia

“defendió la idea de la excepción cultural’. (...) Los Estados tienen la potestad soberana de regular el libre comercio a fin de proteger y promover su arte y su cultura (...) a través de distintos instrumentos políticos y económicos, e incluso la

² Op. cit., 2010, página 17.

³ Dujovne, Alejandro (2018). “¿Y dónde está el Estado? Propuestas para pensar al Estado y la política pública en los estudios del libro y la edición”, Revista Badebec, volumen 8, número 15. Página 206.

acción directa del Estado en materia de cultura como productor, distribuidor o comprador.”⁴

En el año 2001, en la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural, en su artículo noveno se afirma que:

“las políticas culturales, en tanto que garantizan la libre circulación de las ideas y las obras, deben crear condiciones propicias para la producción y difusión de bienes y servicios culturales diversificados, gracias a industrias culturales que dispongan de medios para desarrollarse en los planos local y mundial. Al tiempo que respeta sus obligaciones internacionales, cada Estado debe definir su política cultural y aplicarla utilizando para ello los medios de acción que juzgue más adecuados, ya se trate de modalidades prácticas de apoyo o de marcos reglamentarios apropiados”⁵.

Y en el artículo décimo, reafirman su rol “ante los desequilibrios que se producen actualmente en los flujos e intercambios de bienes culturales a escala mundial” y sostienen que “es necesario reforzar la cooperación y la solidaridad internacionales para que todos los países, especialmente los países en desarrollo y los países en transición, puedan crear industrias culturales viables y competitivas en los planos nacional e internacional”.

Dujovne ratifica que “si la producción editorial es librada a las fuerzas del mercado sin ninguna clase de regulación política se corre el riesgo de un doble proceso de concentración editorial en unos pocos grupos empresariales, y de creciente subordinación

⁴ Op. cit., 2018, página 206.

⁵ Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural. Adoptada por la 31ª reunión de la Conferencia General de la UNESCO. París, del 2 de noviembre de 2001

de la edición en mano de estos grupos al imperativo de obtener elevadas tasas de rentabilidad, que tiene como corolario indefectible la pérdida de diversidad.”⁶

Una de las prácticas culturales implementadas durante el período estudiado fue el *Encuentro (Federal) de la Palabra* con dos ediciones en los años 2014 y 2015, organizado por Presidencia de la Nación, los ministerios de Educación, Planificación, la Secretaría de Cultura (en su segunda edición por el Ministerio de Cultura), Cancillería, la Comisión Nacional de Bibliotecas Populares (CONABIP), el Plan Nacional Igualdad Cultural, la Casa Patria Grande, el portal Educativo Educ.ar y el INCAA. El encuentro consistió en la organización de distintas actividades como una feria de editoriales, charlas-debate, talleres para adolescentes y niños, disertaciones y presentaciones de libros, obras de teatro, entre otras, con entrada libre y gratuita, con la palabra como el centro de escena de todas ellas.

Leonardo Miraglia, egresado de la carrera de Ciencias de la Comunicación, analizó esta práctica cultural “con la intención de explicar el rol que distintos actores, tales como el Estado, el sector privado y el denominado ‘tercer sector’ tuvieron tanto en su organización como en su desarrollo”⁷.

Miraglia llega a las siguientes conclusiones:

a) las políticas culturales llevadas a cabo **durante el kirchnerismo**⁸ han sido para obtener consenso para un tipo de orden particular ya que el Estado no contaba con un espacio que funcionara como legitimador de esas políticas. Sin embargo, el Paseo de las

⁶ Dujovne, op. cit., 2018, página 209.

⁷ Miraglia Leonardo “Políticas culturales durante los gobiernos kirchneristas: el Encuentro de la Palabra como pieza clave en la construcción de un proceso de hegemonía político-cultural. Año 2017.

⁸ Miraglia destaca en su tesis: Canal Encuentro, Paka Paka, Conectar Igualdad, Plan Nacional de Igualdad Cultural, entre otras.

Editoriales⁹ acompañó el crecimiento de un grupo de escritores y editoriales que ocupaban un lugar marginal dentro del mercado del libro;

b) estuvo enmarcada en una política cultural general que se preocupó por la democratización en el acceso a los bienes culturales;

c) ayudó a instalar en el espacio público el debate sobre “el otro en la cultura”;

d) tuvo la intención de dar a conocer movimientos culturales de carácter federal.

De esta manera, hemos observado el contexto de la industria editorial entre los años 1990 y 2010, el rol del Estado en el ámbito cultural y su aplicación en una actividad específica como fue el Encuentro (Federal) de la Palabra.

⁹ El Paseo de las Editoriales fue un espacio destinado dentro del predio Tecnópolis dónde las editoriales se ubicaron en distintos stands durante cada jornada para poder vender sus libros y estar en contacto con los lectores.

OBJETIVOS

- Observar de qué forma las distintas políticas públicas promovieron un marco de acción conjunto entre editoriales independientes.
- Examinar de qué forma contribuyó el Estado a la bibliodiversidad y el rol de las editoriales independientes en ella.
- Analizar las lógicas de subsistencia de las editoriales independientes en un marco de mercado hiperconcentrado y de qué forma intervino el Estado.
- Examinar el surgimiento, la organización interna y el trabajo de la cooperativa editorial “La Coop”.

MARCO TEÓRICO

Este trabajo toma los aportes de las Teorías sobre la Comunicación y la Cultura y de la Sociología de la cultura. Asimismo, se incluyen conceptos de teoría y filosofía política. De este modo, se puede señalar que el proyecto de tesina se articula en un campo de trabajo transdisciplinario. Los autores que estudiaremos para entender el rol de la cultura serán Raymond Williams y Antonio Gramsci; para comprender mejor la constitución del campo editorial acudiremos a Pierre Bourdieu, para analizar las lógicas de la industria cultural observaremos a Theodor Adorno y Max Horkheimer, para ver los alcances de la globalización en el campo editorial y la importancia de la bibliodiversidad tomaremos los aportes de Gilles Collieu y para examinar el alcance y las distintas maneras de aplicar políticas culturales observaremos los paradigmas políticos de acción cultural propuestos por Néstor García Canclini.

De esta forma los conceptos claves serán: cultura, hegemonía; campo, capital y poder; industria cultural; bibliodiversidad.

Una aproximación a la noción de cultura

El aporte de Raymond Williams es vital ya que permite entender la producción cultural como a un todo, un proceso social, material y dinámico, ya que concibe a la *cultura* como “un proceso social fundamental que configura ‘estilos de vida’ específicos y

distintos”¹⁰. A su vez, realiza una revisión del esquema de la base y la superestructura, “clasificando las diversas instancias de producción, distribución y circulación cultural y sus relaciones con las prácticas materiales de la vida cotidiana”¹¹.

Considera inadecuados los términos *masa* y *manipulación*, ya que afirma que con ellos se neutralizan, por un lado, las estructuras de clases, y, por otro, “las complejas interacciones del control, la selección, la incorporación y las fases de la conciencia social correspondientes a las verdades relaciones y situaciones sociales”¹².

Estos dos términos deben ser reemplazados por el de *hegemonía*, entendida como “un cuerpo de prácticas y expectativas en relación con la totalidad de la vida; un vívido sistema de significados y valores”¹³, que no se da de modo pasivo como la dominación ya que es un proceso social activo que debe ser renovado, recreado, defendido y modificado porque es continuamente resistido, limitado, alterado y desafiado. Este concepto permite la posibilidad, entonces, de hegemonías alternativas o contrahegemónicas.

Desde la hegemonía, se asume la cultura como un proceso social total en el cual debemos entender de qué forma se genera una autoidentificación con las formas hegemónicas, de qué forma se internalizan, ya que no basta con analizar al conjunto de las instituciones, sino que hay que ahondar en el estudio de las formaciones y la relación que existe entre ellas.

¹⁰ Williams, Raymond, (1977) “Marxismo y Literatura”, Barcelona: Ediciones Península. Página 28.

¹¹ Altamirano, Carlos (2002) “Términos críticos de la sociología de la cultura”, Buenos Aires: Paidós. Página 36.

¹² Williams, op. cit., 1977) página 160.

¹³ Op. cit., 1977, página 131.

Por lo tanto, la suma de las *instituciones* no constituye una hegemonía orgánica, sino que el análisis tiene que ser más amplio y debe sumar las formaciones, es decir “los movimientos y tendencias efectivos en la vida intelectual y artística, que tienen una influencia significativa y a veces decisiva sobre el desarrollo activo de una cultura y que presentan una relación variable y a veces solapada con las instituciones formales”¹⁴. Y para poder conocerlas, el autor plantea que uno de los puntos de acceso son las formas, es decir “el sentido más activo y dinámico de la totalidad de su desempeño: métodos sociales para hablar, moverse, representar y así sucesivamente”¹⁵.

Otro aspecto importante en todo proceso cultural y que está ligado con las instituciones es la *tradición*, entendida como una “fuerza activamente configurativa, ya que es la expresión más evidente de las presiones y límites dominantes y hegemónicos”¹⁶ dentro de la cual algunos significados y valores son acentuados, rechazados o excluidos.

Es sustancial entender las complejas interacciones que existen en todo proceso cultural, entre los distintos movimientos y tendencias, es así como debemos hablar de *lo dominante, lo residual y lo emergente*.

Lo dominante refiere a lo efectivo, a lo hegemónico y es a partir del mismo que pueden definirse los dos restantes, ya que es a partir de él que cobran sentido.

Por residual entendemos a formaciones y/o instituciones sociales y culturales anteriores que difieren de ser arcaicos debido a que se hallan en actividad dentro del proceso cultural actual, estos elementos suelen ser incorporados a lo dominante de alguna

¹⁴ Op. cit., 1977, página 139

¹⁵ Op. cit., 1977, página 163.

¹⁶ Op. cit., 1977, página 137.

forma a partir de la tradición selectiva, por ejemplo, la tradición literaria que define qué es la literatura y la experiencia literaria.

Por emergente se considera a “los nuevos significados y valores, nuevas prácticas, nuevas relaciones y tipos de relaciones que se crean continuamente”¹⁷, pueden ser tanto alternativos como de oposición a *lo dominante*, suelen estar vinculados a nuevas clases que surgen en contextos de desigualdad y corren el riesgo de que ciertos aspectos sean imitados e incorporados por las fuerzas hegemónicas.

Para poder comprender la relación con lo emergente y lo residual es importante entender que “ningún modo de producción y por lo tanto ningún orden social dominante y por lo tanto ninguna cultura dominante verdaderamente incluye o agota toda la práctica humana, toda la energía humana, y toda la interacción humana”¹⁸.

El campo editorial

Utilizaremos el concepto de *campo* de Pierre Bourdieu para adentrarnos en el análisis de la industria editorial argentina, que será concebida como un “estado de la relación de fuerzas entre los agentes o las instituciones que intervienen en la lucha de la distribución del capital específico que ha sido acumulado durante luchas anteriores y que orienta las estrategias ulteriores”¹⁹.

¹⁷ Op. cit., 1977, página 146.

¹⁸ Op. cit., 1977, página 147.

¹⁹ Bourdieu, Pierre (1966) “Campo de poder, campo Intelectual”. Buenos Aires: Montessor. Página 121.

Por ende, un campo está constituido por la existencia de un capital común, por el que distintos agentes o instituciones luchan para apropiarse. Por ello podemos distinguir entre quienes lo detentan y quienes aspiran a poseerlo, “el recién llegado que trata de romper los cerrojos del derecho de entrada, y el dominante que trata de defender su monopolio y de excluir a la competencia”.²⁰

Dentro de los campos nos encontraremos con dos tipos de estrategias: por un lado, aquellos que detentan el capital utilizarán estrategias de conservación, mientras que los que ingresan dentro del campo realizarán estrategias de subversión. Por ende, “las luchas que ocurren en el campo ponen en acción al monopolio de la violencia legítima (autoridad específica) que es característico del campo considerado, esto es, en definitiva, la conservación o subversión de la estructura de la distribución del capital específico”.²¹

Aquellos que tienen una posición dominante dentro del campo, “monopolizan el capital específico, que es el fundamento del poder o de la autoridad específica característica de un campo, se inclinan hacia estrategias de conservación del capital y, a través de estrategias de conservación, buscan perpetuar su posición dentro del mismo”²².

Por otro lado, están quienes Bourdieu define como *sostenedores del arte “social”*, quienes “encuentran en su condición económica y en su exclusión social, el fundamento de una solidaridad, cuyo primer principio es siempre la hostilidad hacia las fracciones dominantes de las clases dominantes y sus representantes del arte intelectual.”²³

²⁰ Op. cit., 1966, página 120.

²¹ Op. cit., 1966, página 121.

²² Op. cit., 1966, página 121.

²³ Op. cit., 1966, página 109.

Aspiran a poseer ese capital por medio de estrategias de subversión, es decir, las de herejía, lo que Bourdieu afirma “que obliga a los dominantes a salir de su silencio y les impone la obligación de producir el discurso defensivo de la ortodoxia”.²⁴

Estas estrategias generan una serie de *revoluciones parciales* que se efectúan continuamente dentro del campo, pero no pone en duda las reglas y los fundamentos mismos de ese juego, “por el contrario, en los campos de producción de bienes culturales, la subversión herética afirma ser un retorno a los orígenes, al espíritu, a la verdad del juego, en contra de la banalización y degradación de que ha sido objeto”.²⁵

Bourdieu considera que “para que un campo funcione, es necesario que haya algo en juego y gente dispuesta a jugar, que esté dotada de los *habitus* que implican el conocimiento y reconocimiento de las leyes inmanentes al juego, de lo que está en juego, etcétera.”²⁶

Concibe el *habitus* como un “sistema de disposiciones adquiridas por medio del aprendizaje implícito o explícito que funciona como un sistema de esquemas generadores, genera estrategias que pueden estar objetivamente conformes con los intereses objetivos de sus autores sin haber sido concebidas expresamente con este fin”²⁷. Según el autor, el *habitus* es aquello que permite articular lo social con lo individual, ya que lo social se interioriza en los individuos y permite que las condiciones objetivas concuerden con las subjetivas. El *habitus*, “en cuanto estructuras estructuradas y estructurantes, es el principio

²⁴ Op. cit., 1966, página 121.

²⁵ Op. cit., 1966, página 122.

²⁶ Op. cit., 1966, página 120.

²⁷ Op. cit., 1966, página 122.

generador y unificador del conjunto de las prácticas y de las ideologías características de un grupo de agentes”.²⁸

Bourdieu nos propone a partir de estos conceptos **comprender** que las luchas que se generan en el campo en un momento y lugar concretos son condición esencial para entender las obras que surjan en él. Es decir, que según el autor habría que reemplazar la vieja pregunta:

“¿De qué manera tal escritor ha llegado a ser lo que es?”, por: ‘¿Cuáles debían ser, desde el punto de vista del *habitus* socialmente constituido, las diversas categorías de artistas y escritores en una época dada y en una sociedad dada, para poder ocupar las posiciones predispuestas para ellos por un estado del campo, y para poder adoptar, en consecuencia, las tomas de posición estéticas o ideológicas ligadas objetivamente a las posiciones ocupadas?’”²⁹

La industria cultural

Theodor Adorno y Max Horkheimer introducen el concepto *industria cultural* en la década del cuarenta para entender, de una manera crítica a los medios de comunicación y entienden que las películas o la radio ya no tienen necesidad de hacerse pasar por arte, ya que

²⁸ Op. cit., 1966, página 107.

²⁹ Op. cit., 1966, página 106.

“se autodefinen como industrias y las cifras publicadas de las rentas de sus directores generales quitan toda duda respecto a la necesidad social de sus productos. La racionalidad técnica es hoy la racionalidad del dominio mismo. La técnica de la industria cultural ha llegado sólo a la igualación y a la producción en serie, sacrificando aquello por lo cual la lógica de la obra se distinguía de la del sistema social.”³⁰

Adorno y Horkheimer observan cómo los medios buscan adecuar a los trabajadores en sus momentos de ocio al proceso de trabajo en la fábrica o en la oficina, consideran que no hay una escapatoria. “La cultura ha contribuido siempre a domar los instintos revolucionarios, así como a los bárbaros. La cultura industrializada hace algo más: enseña e inculca la condición necesaria para tolerar la vida despiadada”³¹.

Además, consideran que:

“lo decisivo es la necesidad intrínseca al sistema de no dar al consumidor jamás la sensación de que sea posible oponer resistencia. El principio impone presentar al consumidor todas las necesidades como si pudiesen ser satisfechas por la industria cultural, pero también organizar esas necesidades en forma tal que el consumidor aprenda a través de ellas que es sólo y siempre un eterno consumidor, un objeto de la industria cultural”³²

Más allá de esto, Adorno y Horkheimer afirman que lo novedoso de la industria cultural, es que dos elementos como el arte y la diversión se ven reducidos dentro de ella y el factor fundamental de la repetición, “no es cosa extrínseca al sistema el hecho de que sus

³⁰ Horkheimer, Max y Adorno, Theodor W. (2013 [1944]). “Dialéctica del Iluminismo”. La Plata: Terramar. Página 137.

³¹ Op. cit., 2013 [1944]), página 170.

³² Op. cit., 2013 [1944]), página 158.

innovaciones típicas consistan siempre y únicamente en mejoramientos de la reproducción en masa”³³

Los autores consideran que lo que llaman el valor de uso en la recepción de los bienes culturales es sustituido por el valor de intercambio, “todo tiene valor sólo en la medida en que se puede intercambiar, no por el hecho de ser en sí algo”³⁴, es así como la ganancia se convierte en el principio exclusivo de la mercancía artística. “La cultura es una mercancía paradójica. Se halla hasta tal punto sujeta a la ley del intercambio que ya ni siquiera es intercambiada; se resuelve tan ciegamente en el uso que no es posible utilizarla”³⁵.

La Biodiversidad

En la Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales, la UNESCO define a la diversidad cultural como:

“la multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades. Estas expresiones se transmiten dentro y entre los grupos y las sociedades. La diversidad cultural se manifiesta no sólo en las diversas formas en que se expresa, enriquece y transmite el patrimonio cultural de la humanidad mediante la variedad de expresiones culturales, sino también a través de distintos

³³ Op. cit., 2013 [1944]), página 153.

³⁴ Op. cit., 2013 [1944]), página 176.

³⁵ Op. cit., 2013 [1944]), página 179.

modos de creación artística, producción, difusión, distribución y disfrute de las expresiones culturales, cualesquiera que sean los medios y tecnologías utilizados.”³⁶

Gilles Colleu, parte de esa noción y la traslada al campo editorial y propone el concepto de *bibliodiversidad* ya que:

“remite a la necesaria diversidad de las producciones editoriales puestas a disposición del público. El libro ‘de creación’³⁷ es la encarnación de la bibliodiversidad, por oposición al fenómeno de ‘best-sellerización’ (producción editorial que estaría basada esencialmente en productos calibrados para el mayor número, que representa un riesgo mínimo y que esencialmente responde a objetivos financieros.”³⁸

Frente a la industria cultural, el autor considera que “al transformar la cultura en inversión financiera, se atribuye a los bienes o a los servicios culturales el papel de inversiones con la obligación de ser rentables en un tiempo y según una tasa determinada”³⁹

Colleu observa cómo la edición de libros se internacionaliza y los grandes grupos acaparan el mercado mundial, quitándole posibilidades a las editoriales de los países en vías de desarrollo. “Las lógicas de producción son esencialmente financieras. (...) El control del

³⁶ Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales del 20 de octubre de 2005. Adoptada por la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, celebrada en París del 3 al 21 de octubre de 2005,

³⁷ Gilles Colleu llama “Libro de creación” a los generados por lo que él define editores independientes de creación que son militantes activos. “Su producción es reivindicativa: los criterios de calidad priman sobre los de rentabilidad. Puede exigirse de este editor que sea su política editorial la que condicione su política comercial y oriente sus decisiones económicas, y no a la inversa” (Colleu, 2008)

³⁸ Colleu, Gilles (2008) “La edición independiente como herramienta protagónica de la bibliodiversidad”. Buenos Aires: La Marca Editora. Página 30.

³⁹ Op. cit., 2008, página 37.

sector por parte de estos grupos parece total: al poseer las herramientas y las estructuras de difusión y de distribución.”⁴⁰ El autor agrega que

“las lógicas del mercado, las reglas del comercio internacional y los efectos de la concentración se hacen sentir en la edición de libros como en cualquier parte, el estatus simbólico del libro no lo protege de este fenómeno. Los accionistas esperan un retorno sobre la inversión lo más elevado posible, en el menor lapso temporal. Únicamente es tenido en cuenta el factor económico a corto plazo, y se ocultan los aspectos sociales, dejando a los Estados el cuidado de compensar y financiar las consecuencias del sistema.”⁴¹.

De esta manera, podemos observar que conviven ambas lógicas, por un lado, el libro es entendido como un bien cultural y, por otro, un centro de ganancia, un objeto comercial, tal que “al entrar en una lógica de libros desechables producidos masivamente, paradójicamente no se hace más que empobrecer la diversidad cultural.”⁴²

En este marco toman un rol fundamental los editores independientes, ya que “son los 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”⁴³

Las políticas culturales

Entenderemos a las *políticas culturales*, según la definición de Néstor García Canclini, como “el conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones

⁴⁰ Op. cit., 2008, página 26.

⁴¹ Op. cit., 2008, página 29.

⁴² Op. cit., 2008, página 89.

⁴³ Op. cit., 2008, página 79.

civiles y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o de transformación social.”⁴⁴

El autor propone un esquema de clasificación de los paradigmas políticos de acción cultural que incluirá seis tipos: *el mecenazgo liberal, el tradicionalismo patrimonialista, el estatismo populista, la privatización neoconservadora, la democratización cultural y la democracia participativa.*

Acerca del mecenazgo liberal moderno, ya afirmaba en el año 1987 -y no ha perdido vigencia hoy-, que las indicaciones no están sobre el contenido y el estilo sino en la protección de la estética elitista de las bellas artes y se reduce a la alta cultura,

“el desarrollo de la cultura no es visto como una cuestión colectiva, sino como el resultado de relaciones individuales: es una decisión personal la de financiar ciertos gastos culturales y elegir a quien se dará el dinero, y se supone también que la creación artística y literaria es un acto de individuos aislados”.⁴⁵

El tradicionalismo patrimonialista refiere a una preservación del patrimonio folclórico,

“pretende encontrar la cultura nacional en algún origen quimérico de nuestro ser, en la tierra, en la sangre o en ‘virtudes’ del pasado desprendidas de los procesos sociales que las engendraron y las siguieron transformando. No toman en cuenta, por lo tanto, las manifestaciones culturales presentes de las clases subalternas que se apartan de ese origen idealizado”⁴⁶.

⁴⁴ García Canclini, Néstor (1987) “Introducción. Políticas culturales y crisis de desarrollo: un balance latinoamericano”, en Políticas culturales en América Latina. Ciudad de México: Editorial Grijalbo. Página 26.

⁴⁵ Op. cit., 1987, página 29

⁴⁶ Op. cit., 1987, página 32.

En el estatismo populista, a diferencia del paradigma anterior, la identidad se aloja en el Estado y no en la raza ni en el pueblo, ya que

“aparece como el lugar en que se condensaron los valores nacionales, el orden que reúne las partes de la sociedad y regula sus conflictos. Una organización más o menos corporativa y populista concilia los intereses enfrentados y distribuye entre los sectores más diversos la confianza de que participan en una totalidad protectora que los abarca”⁴⁷.

Bajo este paradigma las iniciativas populares deben subordinarse a *los intereses de la nación* que fija el Estado, “puesto que no interesa la intervención transformadora del pueblo para redefinir el proyecto nacional”⁴⁸.

La privatización neoconservadora, actualmente y desde hace unas décadas el paradigma dominante, transfiere a las empresas privadas la iniciativa cultural, busca disminuir el rol del Estado y controla a los sectores populares. “La iniciativa compite con el Estado con el propósito de sustituirlo como agente constructor de hegemonía, o sea como organizador de las relaciones culturales y políticas entre las clases”⁴⁹.

La democratización cultural “concibe a la política cultural como un programa de distribución y popularización del arte, el conocimiento científico y las demás formas de ‘alta cultura’”⁵⁰.

Y, por último, la democracia participativa que “defiende la coexistencia de múltiples culturas en una misma sociedad, propicia su desarrollo autónomo y relaciones igualitarias de participación de cada individuo en cada cultura y de cada cultura respecto de

⁴⁷ Op. cit., 1987, página 35.

⁴⁸ Op. cit., 1987, página 37.

⁴⁹ Op. cit., 1987, página 42.

⁵⁰ Op. cit., 1987, página 46.

las demás”⁵¹. Este paradigma busca estimular la acción colectiva y la participación organizada y autogestionaria.

⁵¹ Op. cit., 1987, página 50.

MARCO METODOLÓGICO

Como hemos mencionado anteriormente, este trabajo analiza el surgimiento de la unión entre editoriales independientes y las tensiones que se generan entre estas editoriales, el mercado y el Estado, representado por el Ministerio de Cultura de la Nación. Para abordarlo se realizará una articulación entre:

- a) Análisis de la composición del campo editorial y caracterización de los distintos grupos que se encuentran en él y el rol que ocupan en el momento que surge la unión de las editoriales.
- b) Contextualización social, económica y política de la Argentina en los años previos a la decisión de conformar el Ministerio de Cultura, principalmente los gobiernos kirchneristas.
- c) Análisis de datos de la venta de libros.
- d) Análisis de entrevistas semi estructuradas, a editores, representantes del Ministerio de Cultura de la Nación durante ese período y otros sectores del campo editorial.

POLÍTICAS CULTURALES DURANTE LOS GOBIERNOS KIRCHNERISTAS

En el año 2003 asumió, con sólo un 22.25% de los votos, Néstor Kirchner (2003-2007) y comenzó un período de resurgimiento del país luego de la crisis ocurrida dos años antes. Durante su mandato, uno de los valores más importantes fue la inclusión, así lo demostró con la creación del Plan Federal de Viviendas, el aumento de las jubilaciones, la renegociación de la deuda externa, la renovación de la Corte Suprema de Justicia de la Nación y una política activa en el área de los derechos humanos con, por ejemplo, la creación del Espacio para la Memoria y Promoción de los Derechos Humanos.

El proyecto político continuó en las dos presidencias de Cristina Fernández de Kirchner, quien fue elegida por amplia mayoría y en primera vuelta en ambas elecciones. Una de las primeras medidas fue la creación del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación y la repatriación de más de mil científicos.

Durante sus mandatos, algunas de las medidas más importantes fueron: la Asignación Universal por Hijo, la Ley de Identidad de Género y la de Matrimonio Igualitario, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, la reestatización de empresas argentinas como YPF y Aerolíneas Argentinas, entre otras.

A continuación, analizaremos en profundidad las distintas políticas culturales llevadas adelante durante este período que tuvieron influencia en el campo editorial, tanto de manera indirecta como las restricciones a las importaciones entre el año 2010 y 2015, y de manera directa: Libro%, Compra de libros para el Operativo de entrega de textos escolares, Proyecto Sur, etc.

Asimismo, observaremos la relevancia que tuvo el cambio de Secretaría a Ministerio de Cultura y el nombramiento de Teresa Parodi al frente del mismo entre mayo de 2014 y diciembre de 2015, en los cuales se desarrollaron políticas culturales muy fuertes como Leer es Futuro, el Encuentro (Federal) de la Palabra, el Concurso Federal de Relatos, la Red Federal de Poesía, entre otros.

Guillermo Moreno y el freno a las importaciones

Uno de los funcionarios más emblemáticos y controvertidos del período kirchnerista fue, sin duda, Guillermo Moreno, uno de los impulsores desde la Secretaría de Comercio Exterior en el año 2010, de las restricciones a las importaciones, cuyo objetivo fue equilibrar la balanza comercial y prohibir la importación de productos que se fabricaban en nuestro país, para que estos últimos tuvieran prioridad.

Se implementó un sistema de DJAI (Declaraciones Juradas Anticipadas de Importación), documentación adicional para que los importadores puedan ingresar la mercadería. De hecho, exigió a empresarios vinculados a las importaciones que, para poder realizar sus actividades, debían igualarlas con sus exportaciones.

Esta regulación llegó a la industria editorial a través de la **Resolución 453/10** del 30 de noviembre de 2010 que estipuló “que no existiendo medidas que limiten la presencia de plomo en las tintas y sustancias de recubrimiento aplicadas en la industria gráfica y a todos los materiales impresos que son normalmente sometidos a manipulación por los usuarios,

resulta necesario adoptar una acción eficaz para disminuir la exposición al plomo y a otros metales pesados de los usuarios de los mencionados productos”⁵².

Dos años después, en la **disposición 26/2012**, se dio por cumplido lo prescripto y se estableció “el régimen definitivo de la evaluación de la conformidad de los productos alcanzados, con la presentación por parte del fabricante nacional o el importador, ante la Dirección Nacional de Comercio Interior, de una Declaración Jurada manifestando que el producto en cuestión posee un contenido de plomo inferior a 0.06 gramos por cien gramos (0.06%) de masa no volátil”⁵³. Esto quiere decir que todo material impreso, previo a su importación, debía ser autorizado y se tenía que realizar por despacho común, por lo cual se redujeron los lotes que podían ingresar al país. Esta medida afectó a los importadores de libros que lo realizaban a través de lo que se llama *courier*, prestadores de correo expreso por vía aérea, que con esta medida no lo pudieron hacer, ya que debieron recurrir a los servicios de un despachante de aduana que realice el trámite de la DJAI.

Así observamos que, si bien esta medida no tuvo como objetivo impulsar a la industria editorial argentina, sino que estaba enmarcado en un contexto regulatorio mucho mayor en el cual se buscó un freno de las importaciones, tuvo incidencia en las ventas de los libros.

⁵² Resolución 453/10, del 26 de noviembre de 2010. Lealtad Comercial. Boletín Oficial de la República Argentina, del 30 de noviembre de 2010.

⁵³ Disposición 26/2012 del 28 de febrero de 2012, del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas. Contenido de Plomo. Boletín oficial de la República Argentina del 5 de marzo de 2012.

Como consecuencia de esta restricción, editoriales argentinas que trabajaban con traducciones se vieron beneficiadas, ya que se controló el ingreso de saldos⁵⁴. Por cada libro editado, se encuentra detrás un traductor, un corrector, un diseñador, una imprenta, todos de origen nacional. Mientras que, de la otra manera solo ganaban el importador y la librería.

Según los datos de *El libro blanco de la industria editorial argentina* podemos observar que en el año 2011 se importaban 46 millones de libros, tanto aquellos que eran comercializados y distribuidos en nuestro país, pero editados en el exterior, como aquellos que las editoriales locales imprimían en otros países. Observamos que al año siguiente la suma de libros importados fue 19.700.000 ejemplares; en el año 2013, 14.600.000 y, por último, en el año 2014, 11.000.000 de ejemplares.⁵⁵

La inclusión como estandarte

Como hemos dicho anteriormente, la inclusión fue uno de los valores más importantes durante el período kirchnerista y tomaremos dos proyectos para observarlo: por un lado, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y por otro, Fútbol para Todos.

El proyecto de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual para sustituir la Ley 22.285 de Radiodifusión, creada por la dictadura militar en 1980, fue enviado al Congreso de la Nación por la presidenta Cristina Fernández de Kirchner y, luego

⁵⁴ Los libros que no se venden en un determinado tiempo en las grandes editoriales son enviados a las librerías de saldos, dónde son rematados. En este caso, las librerías argentinas compraban saldos de otros países como España.

⁵⁵ CAP (2014). "El Libro blanco de la industria editorial argentina". Página 10.

del proceso ejecutivo, fue aprobado por las dos cámaras. Entre sus orígenes podemos encontrar los *Veintiún puntos redactados por la Coalición por una Radiodifusión Democrática*⁵⁶ en el año 2004.

Entendemos que esta ley propuso una ampliación de derechos y consideró a la comunicación como un servicio que debía estar disponible para todos los argentinos y argentinas, e incorporó en su artículo 66 el derecho de las personas hipoacúsicas o con problemas auditivos para que puedan disfrutar las transmisiones televisivas.

Esta ley, a su vez, buscó descentralizar la producción de información y de programas, ya que contempló que los canales cumplan con cuotas de pantalla de producción propia y nacional con el fin de fortalecer la identidad nacional y la generación de puestos de trabajo en esa área.

En su artículo 77 garantizó “el acceso universal -a través de los servicios de comunicación audiovisual- a los contenidos informativos de interés relevante y de acontecimientos deportivos, de encuentros futbolísticos u otro género y especialidad (...) no perjudique el derecho de los ciudadanos a seguir dichos acontecimientos en directo y de manera gratuita, en todo el territorio nacional”.

El último artículo da pie a la trascendencia que adquirió el programa gubernamental Fútbol para todos. Hasta el año 2009 el titular de los derechos de transmisión televisiva de

⁵⁶ La Coalición por una Radiodifusión democrática fue un espacio abierto y plural conformado por sindicatos, cooperativas, radios universitarias, comunitarias, movimientos sociales, universidades y estudiantes de comunicación y periodismo, organizaciones no gubernamentales que impulsaron la creación de una nueva ley de radiodifusión ya que la existente fue sancionada durante la Dictadura Militar en 1980 y firmada, entre otros, por Jorge Rafael Videla. Entre los veintiún puntos se encuentran: la independencia de los medios de comunicación, la imposibilidad para transferir, vender o subastar las frecuencias radioeléctricas, la promoción de la diversidad y el pluralismo, la adopción de políticas efectivas para evitar la concentración de la propiedad de los medios de comunicación, entre otros.

los torneos de Primera División de la Asociación del Fútbol Argentino (AFA) era Televisión Satelital Codificada (TSC), integrada en partes iguales por el Grupo Clarín y Torneos y Competencias. Los partidos más importantes eran transmitidos por la señal TyC Max, por los cuales había que pagar aparte del servicio de Cable; la mayoría de los partidos se podían ver por TyC Sports.

En el año 2009, la AFA le solicitó a TSC que abone 720 millones para poder auxiliar a los clubes que se encontraban en una crisis muy importante, pero la solicitud fue rechazada. El 8 de agosto de 2009 el gobierno hizo una oferta de 600 millones de pesos para poder exhibir en televisión abierta el torneo.

Así nació Fútbol para todos y, desde ese momento, los canales de televisión estuvieron habilitados a transmitir los partidos gratuitamente. La señal emitió las imágenes del partido con sus relatos, comentarios y tandas publicitarias propias.⁵⁷

De esta manera, podemos observar, como afirman los tesistas Leonardo Passarella y Melina Rosanova, que Fútbol para todos fue una “política cultural para lograr una distribución más equitativa del fútbol televisado en la sociedad argentina (...) El Estado pretendió garantizar el acceso a todos los ciudadanos a este bien cultural en forma libre, igualitaria y gratuita”⁵⁸.

⁵⁷ Fútbol para todos (s.f.) En *Wikipedia*. Recuperado el 5 de febrero de 2020 de https://es.wikipedia.org/wiki/F%C3%BAtbol_Para_Todos#Creaci%C3%B3n_de_F%C3%BAtbol_para_Todos

⁵⁸ Passarella, Leonardo F. y Rosanova, Melina L. “Políticas culturales durante la gestión kirchnerista: Fútbol para todos (y todas)”. Año 2014. Página 102.

La cultura se transformó en ministerio

El 7 de mayo del 2014 se confirmó, a través del boletín oficial, la creación del Ministerio de Cultura de la Nación, que hasta ese momento era una Secretaría de Estado que dependía del Poder Ejecutivo. Se aceptó la renuncia de Jorge Coscia, secretario de Cultura, en el decreto 640/2014 y la que ocupó el rol de ministra fue Teresa Parodi⁵⁹, reconocida cantautora folklórica que, si bien no tenía antecedentes vinculados de lleno a la política, era la directora del Espacio Cultural Nuestros Hijos perteneciente a la Asociación Madres de Plaza de Mayo, ubicado en la ex ESMA (Escuela Mecánica de la Armada).

En este sentido, Alejandro Dujovne afirma que “la intervención del Estado en el ámbito de la cultura se cristaliza en legislaciones, políticas y ampliaciones institucionales, tales como un ministerio de cultura, secretarías, institutos, dependencias, agencias especializadas, etc.”⁶⁰

Entre los argumentos que llevaron a tomar la decisión se consideró “la trascendencia que la cultura representa como inductora del desarrollo y de la cohesión social, de su relevante papel ante la cuestión de la diversidad cultural y de la integración de comunidades minoritarias, así como en los procesos de igualdad de género y de las vinculaciones entre las comunidades urbanas y rurales, hacen necesaria la jerarquización del área mencionada”⁶¹.

La jerarquización como Ministerio de Cultura trajo consigo muchos beneficios: desde la presencia en las reuniones de gabinete, la posesión de un mayor peso simbólico, la

⁵⁹ Como antecedente a esta definición: en el año 2003, cuando Luís Ignacio Lula da Silva asumió como presidente de Brasil, eligió a Gilberto Gil para ser Ministro de Cultura. Estuvo en ese cargo hasta el año 2008.

⁶⁰ Dujovne, op. cit., 2018, página 208.

⁶¹ Decreto 641/2014, del 6 de mayo de 2014, de la Ley de Ministerios. Modificaciones.

independencia presupuestaria y mayor cantidad de asesores, secretarios administrativos, entre otras cosas.⁶²

Las tareas que se le encomendaron al Ministerio de Cultura fueron⁶³:

- a) Entender en la determinación de los objetivos y políticas del área de su competencia;
- b) Ejecutar los planes, programas y proyectos del área de su competencia elaborados conforme las directivas que imparta el Poder Ejecutivo Nacional;
- c) Entender en la formulación y ejecución de las políticas de la jurisdicción, destinadas a estimular y favorecer la expresión cultural en todas sus formas.
- d) Elaborar y promover políticas de participación institucional en la defensa de la identidad cultural nacional.
- e) Implementar las políticas de difusión en el país y hacia el exterior de los hechos culturales.
- f) Promover y difundir el desarrollo de actividades económicas asociadas con la cultura.
- g) Planificar políticas de financiamiento de la actividad cultural junto con el sector privado y organizaciones de la sociedad civil.

⁶² Drovetto, Javier (5 de septiembre de 2018) "Qué pasa cuando un ministerio es convertido en secretaría". Redacción. Recuperado de:

<https://www.redaccion.com.ar/que-pasa-cuando-un-ministerio-es-convertido-en-secretaria/>

⁶³ Decreto 641/2014, del 6 de mayo de 2014 "Ley de Ministerios. Modificaciones". 6 de mayo de 2014

- h) Ejercer la conducción de los organismos que le dependen y supervisar el accionar de los entes descentralizados que actúan en el área.
- i) Dirigir las políticas de conservación, resguardo y acrecentamiento del Patrimonio Cultural de la Nación.
- j) Promover políticas de integración e intercambio cultural entre las jurisdicciones del país y hacia el exterior.
- k) Promover políticas de incentivo y desarrollo de las culturas nacionales.
- l) Promover la producción e intercambio del conocimiento científico en temas relacionados con las industrias culturales, la generación de empleo sectorial y de los servicios vinculados.

De esta manera observamos, por un lado, la importancia que tenía la cultura en el proyecto de la Dra. Cristina Fernández de Kirchner, y por el otro, que este cambio implicó mucho más que el crecimiento de Secretaría a Ministerio, sino hubiera continuado Jorge Coscia. Con el nombramiento de Teresa Parodi comienza una etapa en la cual se llevaron adelante muchos proyectos que tendrían un impacto importante en el sector del libro, como por ejemplo el Encuentro Federal de la Palabra, la Red Federal de Poesía, Leer es Futuro.

A continuación, analizaremos las distintas políticas culturales que tuvieron impacto directo sobre el campo editorial durante el período kirchnerista, entre los años 2003 y 2015.

Los libros no fueron la excepción

Como hemos podido observar hasta ahora, hubo una decisión política desde el año 2003 que permite afirmar que las medidas tomadas no pueden ser entendidas como aisladas, sino que, como afirman Passarella y Rosanova,

“conviven y se refuerzan con diversos programas gubernamentales que tienen como objetivo garantizar a toda la población el acceso a derechos fundamentales, tanto sanitarios, educativos, sociales como culturales y son todos estos aspectos los que conllevan al sostenimiento de una nueva hegemonía político-cultural.”⁶⁴

A continuación, detallaremos las medidas más importantes que impactaron en el campo editorial durante el período kirchnerista:

LIBRO %

Néstor Kirchner fue el primer presidente que incluyó a la CONABIP (Comisión Nacional de Bibliotecas Populares) dentro del Presupuesto Nacional.

Desde el año 2005 con el programa Libro% se acompaña la participación de las bibliotecas populares de todo el país en la Feria Internacional del Libro. Por medio de un subsidio, cada biblioteca popular puede solventar los gastos de asistencia a la feria y adquirir material bibliográfico al 50% del valor de venta al público.

El objetivo de esta medida era compensar los costos de distribución, ya que Argentina cuenta con una gran dispersión geográfica. De esta manera, los libros tienen el mismo costo para una biblioteca de Jujuy o de Buenos Aires.

⁶⁴ Passarella y Rosanova, op.cit., 2014, página 104.

Compra de libros para el Operativo de entrega de textos escolares

En el año 2013, el Estado compró 13 millones de libros de texto y de literatura infantil por un monto de \$400 millones para repartir entre las escuelas públicas, cifra récord hasta ese año. La compra, según el comunicado oficial del Ministerio de Educación, involucró a 77 editoriales, 35 imprentas, 10 talleres de encuadernación y 30 talleres de encuadernación y cosido.

Si bien muchas editoriales pequeñas y medianas de capital nacional fueron beneficiadas, la editorial que más compras recibió fue Santillana, de capital español, por un monto de \$32 millones. Así observamos que esta medida no buscó beneficiar a las editoriales independientes, sino que reflejó el estado del campo. Otro dato para tener en cuenta es que la participación del Estado en el mercado editorial en el año 2013 fue de un 25%, comparado con un 11% en el 2011.

Plan Nacional Igualdad

El 12 de marzo de 2012 mediante el decreto 345/2012 se creó el Plan Nacional Igualdad Cultural. Este plan permitió “el acceso a la infraestructura, la conectividad, las nuevas tecnologías en el proceso de producción y circulación de bienes artísticos y culturales de modo de abrir oportunidades de participación a toda la comunidad”⁶⁵.

⁶⁵ Decreto 345/2012, del 12 de marzo de 2012, del Plan Nacional Igualdad Cultural. Creación. Boletín oficial de la República Argentina del 13 de marzo de 2012.

Su finalidad fue “desarrollar la infraestructura, la tecnología y la conectividad necesaria que permitan crear condiciones de igualdad de oportunidades en la producción, el acceso a las culturas y bienes culturales del país de forma federal e inclusiva”⁶⁶

Los ejes del Plan fueron la integración digital de espacios culturales a través de la red federal de cultura digital; la infraestructura asociada a la preservación, revalorización y ampliación del patrimonio cultural; promoción y estímulo a la innovación en las artes y las industrias culturales y, por último, el desarrollo, implementación, coordinación y administración del Centro Cultural del Bicentenario.

Dentro de los ejes, es interesante observar cómo se buscó promocionar y fomentar las artes y las industrias culturales, con el fin de impulsar y estimular las diversas expresiones artísticas en todo el país vinculadas con las tecnologías. Algunos ejemplos son: Televisión Digital Abierta (TDA) y el Plan Nacional de Telecomunicaciones Argentina Conectada.

Programa Sur

En el año 2009, con el objetivo de promover el conocimiento de las obras de la literatura y el pensamiento argentinos en el exterior, a partir de la Resolución Ministerial número 41, se creó el Programa Sur.

“Financiado por el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto tuvo como objetivo promover la traducción de obras de autores argentinos para facilitar su edición en

⁶⁶ Decreto 345/2012, del 12 de marzo de 2012, del Plan Nacional Igualdad Cultural. Creación. Boletín oficial de la República Argentina del 13 de marzo de 2012.

lenguas extranjeras y difundir nuestro imaginario, ideas y valores, en el exterior. La subvención es para la traducción de una obra de autor argentino previamente publicada, de género libre y tanto de ficción como de no ficción. Fue una de las acciones más importantes puestas en práctica para la feria de Frankfurt⁶⁷, y muestra un espacio generado a partir de la creación y repetición de una política estatal.”⁶⁸

Es interesante observar a quienes benefició este programa, en el año 2010, como afirma Daniela Szpilbarg:

“el 29% de los libros solicitados corresponden a publicaciones del Grupo Planeta (sellos Planeta, Emecé y Seix Barral), el 13% corresponde a Random House Mondadori (Random, Mondadori, Lumen y Sudamericana); el 12% a Norma y el 10% a Alfaguara (en ese momento perteneciente al Grupo Prisa, esto nos muestra que el 52% de las licencias vendidas provienen de editoriales de capitales internacionales. El resto de las obras, cerca de 130, se repartieron entre editoriales como Corregidor, Eterna Cadencia, Prometeo, Marea, Beatriz Viterbo, entre otras.”⁶⁹

⁶⁷ La Feria del Libro de Frankfurt es un evento muy importante para el mundo editorial ya que en ella se desarrollan importantes actividades relacionadas con el sector, por ejemplo, negociaciones sobre derechos de venta en todo el mundo.

⁶⁸ Szpilbarg, Daniela. (2019) Cartografía argentina de la edición mundializada (modos de hacer y pensar el libro en el siglo XXI); Buenos Aires, Editorial Tren en Movimiento. Página 272.

⁶⁹ Op. cit., 2019, página 278.

En la edición del año 2012, no hubo muchos cambios respecto a porcentajes y entre Planeta, Alfaguara, Random House y Norma sumaron un 48% de los libros solicitados. Sin embargo,

“editoriales pequeñas y medianas nacionales, algunas de ellas identificadas como “editoriales independientes”, comenzaron a aparecer en el listado de vendedoras de derechos para traducción, como Entropía, Eterna Cadencia. El Programa Sur puede pensarse como una política donde se reproducen las tendencias del mercado internacional de traducciones, progresivamente ofrece un espacio de expansión para pequeñas y medianas editoriales y provoca, al mismo tiempo, un movimiento de concentración y diversidad, que se explica por la estructura asimétrica y concentrada del campo editorial de origen”.⁷⁰

De esta manera observamos que en el Programa Sur se reprodujeron las lógicas del mercado editorial argentino, con una predominancia de las grandes editoriales, pero posibilitando el acceso a editoriales más pequeñas que, de otra manera, no hubieran estado presentes.

Leer es Futuro

En el año 2015, el Ministerio de Cultura de la Nación lanzó dos colecciones de narrativa integrada con cuentos de escritores, ilustradas por dibujantes jóvenes cuyo objetivo fue difundir las obras, fomentar la lectura y federalizar la palabra, con presencia de escritores de Córdoba, Entre Ríos, Santa Fe, Mar del Plata y Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

⁷⁰ Op. cit., 2019, página 285.

Entre las obras elegidas estuvieron presentes autores consagrados como Haroldo Conti, Roberto Arlt, Bernardo Kordon, Sara Gallardo, Isidoro Blaistein y otros contemporáneos y emergentes como Leonardo Oyola, Hernán Vanoli, Alejandra Zina, Esteban Castromán, Martian Zariello y muchos más. Esos libros fueron distribuidos de manera gratuita en las diferentes actividades culturales que realizó el Ministerio y, además, pudieron leerse online.

Encuentro (Federal) de la Palabra

Con dos ediciones en los años 2014 y 2015 el Encuentro (Federal) de la Palabra fue organizado por Presidencia de la Nación, los ministerios de Educación y Planificación, la Secretaría de Cultura (en su segunda edición por el Ministerio de Cultura), Cancillería, la Comisión Nacional de Bibliotecas Populares (CONABIP), el Plan Nacional Igualdad Cultural, la Casa Patria Grande, el portal Educativo Educ.ar y el INCAA.

La primera edición se desarrolló entre el 9 y el 20 de abril de 2014 en el predio de Tecnópolis y tuvo 11 sectores: Narrativa y Poesía, Teatro, Cine, Canción, Radio y TV, Culturas Digitales, Periodismo, Humor gráfico e Historietas y Jóvenes de la Patria Grande. La segunda se realizó desde el sábado 21 de marzo de 2015 hasta el 5 de abril en el mismo predio y fue dividida en: narrativa, poesía y ensayo; teatro, cine, hip hop, infantil, canción, culturas digitales y periodismo, entre otras secciones.

En el área de literatura estuvo presente la obra de Nicolás Casullo, Rodolfo Fogwill, Mario Levrero, Osvaldo Soriano, Selva Almada, Alan Pauls, Pablo de Santis, Eduardo Sacheri y muchos autores más. Aquí podemos observar como “conviven” autores vivos y muertos, con la salvedad de que los vivos pertenecen al mainstream, y los muertos, al canon

nacional, dentro de la lógica del campo editorial, el mainstream configura el cánón nacional.

Inés Kreplak, colaboradora en la Secretaría de Políticas Socioculturales del Ministerio de Cultura de la Nación durante la gestión de la ministra Parodi, aseguró que tuvieron “muchos encuentros con representantes de sellos editoriales para conocer cuáles eran las problemáticas específicas del sector y para diseñar en conjunto proyectos que pudieran ayudarlo”. Las dificultades más importantes fueron la promoción y la distribución de libros debido a la gran extensión territorial y los costos para estar en las librerías de todo el país. Un momento importante de este período fue la segunda edición del Encuentro de la Palabra.

Kreplak afirma que para el desarrollo del Encuentro “se invitó a todos los sellos denominados ‘independientes’ y ‘autogestivos’ a participar. El objetivo fue que cada una tuviera un stand donde poder difundir y vender sus libros y aclaró que “en el caso de los sellos editoriales de otras provincias se les brindó ayuda con los pasajes y la estadía”.

Posterior a ese encuentro se reunieron con la ministra Teresa Parodi y se realizó un trabajo sostenido para que estas editoriales pudieran estar presentes en ferias del libro de todo el país.

Concurso Federal de Relatos

La Secretaría de Políticas Socioculturales del Ministerio de Cultura de la Nación convocó al concurso federal de relatos “La Historia la ganan los que escriben” en noviembre del año 2014. El objetivo era “contribuir a democratizar la producción y la difusión de las

creaciones literarias de todos los argentinos, haciendo hincapié en la importancia de federalizar la palabra”⁷¹. Podían participar:

“escritores argentinos y residentes en la República Argentina, mayores de 18 años, que presenten textos originales e inéditos, escritos en español, que no se hayan presentado a otro premio pendiente de resolución y que no tengan cedidos o prometidos a terceros los derechos de edición y/o reproducción en cualquier forma, incluidos blogs o cualquier plataforma digital. Los participantes menores de 18 años podrán presentarse adjuntando una autorización de sus padres o tutores certificada”⁷².

Los textos estaban divididos en tres categorías: microrrelato, cuento y crónica. Entre los jurados estaban: Leonardo Oyola, Alberto Laiseca, Mariana Enríquez, Cecilia Palmeiro, entre otros. Los autores que obtuvieron el primer puesto recibieron una suma de 15 mil pesos, los que obtuvieron el segundo puesto, 10 mil pesos y los autores que quedaron en el tercer lugar 5 mil pesos. Y los siguientes siete de cada categoría fueron publicados en una antología. De todas maneras, Inés Kreplak considera que:

“no sólo era premiar a aquellos que sabían escribir, sino visibilizar y darles oportunidades a personas que les interesaba explorar el camino de la literatura, pero vivían en lugares que no hay talleres literarios, o que no llegaban las editoriales. Además de premiarlos con dinero o la publicación de su texto queríamos formarlos,

⁷¹ Sin autor (19 de noviembre de 2015). Ya está en línea “Héroes. La historia la ganan los que escriben”. Ministerio de Cultura. Recuperado de: <https://www.cultura.gob.ar/noticias/ya-esta-en-linea-heroes-la-historia-la-ganan-los-que-escriben/>

⁷² Sin autor (sin fecha). Concurso Federal de relatos “La historia la ganan los que escriben” (Argentina). Escritores.org. Recuperado de: <https://www.esritores.org/recursos-para-esritores/12144-concurso-federal-de-relatos-qla-historia-la-ganan-los-que-escribenq-argentina>

que asistan a una clínica con escritores importantes. O rodearte de otros tantos que están en la misma que ellos a lo largo del país”

Formaron parte del concurso más de tres mil textos de autores argentinos de todo el país, entre los ganadores se encontraban representadas las provincias de Córdoba, San Juan, Buenos Aires, Santa Fe, Catamarca, Mendoza, entre otras. En el marco del segundo Encuentro de la Palabra en Tecnópolis se dieron a conocer los ganadores. Gracias a esta acción, escritores de todo el país fueron a Buenos Aires para participar de las clínicas que mencionamos anteriormente.

Red Federal de Poesía

En diciembre del año 2014, se desarrolló la Red Federal de Poesía, una iniciativa conjunta de los ministerios de Educación y de Cultura de la Nación y la CONABIP. Su objetivo era nuclear y articular en un único espacio digital toda la información sobre actividades, proyectos y acciones en todo el país en torno a la lectura y la escritura de poesía.

Inés Kreplak afirma que:

“se diseñó con mucho esfuerzo y buscaba vincular a todos los grupos de poetas del país, como una red social, para que se conozcan entre sí, se difundan talleres literarios y editoriales. Era una posibilidad de conectarse con los distintos espacios. Hay que tener en cuenta que una buena tirada de un libro de poesía, son 500 ejemplares, la base para uno de Narrativa.”

Este espacio contaba con secciones como: ciclos de lectura, cafés literarios, colectivos poéticos; directorio de poetas; editoriales; festivales, ferias y encuentros; talleres de poesía y canción; proyectos de poesía en escuelas y bibliotecas, entre otros.

La Red se presentó en la segunda edición del Encuentro de la Palabra en el año 2015 en Tecnópolis, en el marco del Primer Festival Federal de Poesía del 26 al 29 de marzo dónde se desarrollaron actividades como “lecturas, talleres, homenajes a reconocidos representantes del género —como Alejandra Pizarnik, Juan Gelman, Alfonsina Storni y Paco Urondo—, karaoke literario y música, entre otras propuestas que llevarán a cabo poetas, colectivos, ciclos de poesía, editores y artistas”⁷³.

De esta manera, hemos observado como, por medio de estas políticas culturales, el Estado contribuyó a la bibliodiversidad e incluyó en cada una de ellas a las editoriales independientes, entendiéndolas como actores importantes dentro del campo editorial.

A su vez, estas acciones no tuvieron como objetivo cambiar el orden del campo, por ejemplo Santillana, uno de los grupos más importantes de capital transnacional fue el más beneficiado en la compra de libros para el Operativo de entrega de textos escolares y el Programa Sur. Así, podemos concluir parcialmente que las distintas políticas culturales tuvieron como objetivo la subsistencia de las editoriales independientes y no buscaron un cambio radical en el campo.

A continuación, analizaremos la reconfiguración del campo editorial argentino después de la crisis de 2001 y el rol de los distintos actores que lo integran: las editoriales, los distribuidores y las librerías.

⁷³ Sin autor (marzo de 2015). Se presenta la Red Federal de Poesía en el Encuentro de la Palabra 2015. Ministerio de Cultura. Recuperado de: <https://www.cultura.gob.ar/agenda/se-presenta-la-red-federal-de-poesia-en-el-encuentro-de-la-palabra-2015/>

RECONFIGURACIÓN DEL CAMPO EDITORIAL ARGENTINO A PARTIR DE LA CRISIS DEL 2001

La década de 1990 en la Argentina fue un período en el cual tuvieron un rol protagónico las inversiones extranjeras impulsadas por el presidente Carlos Saúl Menem y la sanción de la Ley de Reforma del Estado⁷⁴ y la Ley de Convertibilidad⁷⁵.

En el caso de la industria editorial capitales españoles, alemanes y colombianos comenzaron a tomar cada vez mayor preponderancia, con la adquisición de editoriales de capitales nacionales que dieron como resultado un mercado hiperconcentrado, como veremos a continuación.

En el año 2001, el país se encontraba en medio de una crisis política, económica, social e institucional: la alianza de Gobierno, encabezada por el presidente Fernando De La Rúa, perdía su legitimidad, el impacto de la recesión aumentaba, el desempleo llegaba a un 21,5% y la precarización laboral crecía. Uno de los motivos que desencadenaron esta fuerte crisis de representación fue el “Corralito”, una disposición del gobierno que restringió la extracción de dinero en efectivo de los bancos, en un último intento de impedir una corrida bancaria. En este contexto, la protesta cívica se acentuó con un carácter muy diversificado, con rasgos claros de localización y singularidad: por un lado, los sectores ligados a la desocupación y el trabajo precario; por otro, los sectores sindicales; como así también la clase media, sin ningún tipo de liderazgo, al grito de "que se vayan todos".

⁷⁴ Ley sancionada el 17 de agosto de 1989 en Argentina. Autorizaba al presidente a proceder con la privatización de un gran número de empresas estatales.

⁷⁵ Ley decretada el 27 de marzo de 1991. En ella se fijaba una relación cambiaria entre la moneda nacional y el estadounidense, a razón de 1 dólar por cada 10.000 australes, posteriormente un peso.

En ese contexto, poco tiempo después de esta fuerte crisis de representación comienza un período en la Argentina en el cual es llamativo el surgimiento de muchas editoriales independientes, por ejemplo, Adriana Hidalgo, Paradiso, Del Zorzal, Beatriz Viterbo, Mansalva, Interzona, entre otras. Podemos pensar este surgimiento como una práctica emergente, vinculado a estos sectores diversos que surgen en esta crisis como una alternativa al modo hegemónico, es decir, las editoriales independientes buscaron dar voz a estos nuevos actores sociales que surgieron en esta crisis.

En el año 2001, el país se encontraba en medio de una crisis política, económica, social e institucional: la alianza de Gobierno, encabezada por el presidente Fernando De La Rúa, perdía su legitimidad, el impacto de la recesión aumentaba, el desempleo llegaba a un 21,5% y la precarización laboral crecía. Uno de los motivos que desencadenaron esta fuerte crisis de representación fue el “Corralito”, una disposición del gobierno que restringió la extracción de dinero en efectivo de los bancos, en un último intento de impedir una corrida bancaria. En este contexto, la protesta cívica se acentuó con un carácter muy diversificado, con rasgos claros de localización y singularidad: por un lado, los sectores ligados a la desocupación y el trabajo precario; por otro, los sectores sindicales; como así también la clase media, sin ningún tipo de liderazgo, al grito de "que se vayan todos".

En ese contexto, poco tiempo después de esta fuerte crisis de representación comienza un período en la Argentina en el cual es llamativo el surgimiento de muchas editoriales independientes, por ejemplo, Adriana Hidalgo, Paradiso, Del Zorzal, Beatriz Viterbo, Mansalva, Interzona, entre otras. Podemos pensar este surgimiento como una práctica emergente, vinculado a estos sectores diversos que surgen en esta crisis como una

alternativa al modo hegemónico, es decir, las editoriales independientes buscaron dar voz a estos nuevos actores sociales que surgieron en esta crisis.

Además, entre el año 2007 y 2010, Eterna Cadencia, Mardulce y Caja Negra con una impronta en la Ciudad de Buenos Aires. Es en este período cuando las editoriales nacionales empezaron a unirse como una respuesta estratégica que les permita incidir en el campo editorial, por ejemplo, Los Siete Logos conformado por Adriana Hidalgo, Beatriz Viterbo Editora, Mardulce, Caja Negra, Criatura editora y Katz, junto a Eterna Cadencia editora⁷⁶. El objetivo de esta alianza fue acceder a espacios como la Feria del Libro en Argentina, que individualmente ninguna de estas editoriales hubiera podido, por cuestiones económicas y temporales, ya que además de la inversión significativa que hay que realizar para acceder al stand, el mismo tiene que ser atendido durante los 14 días de la feria, un impedimento notorio si tomamos en cuenta su estructura.

Como hemos observado anteriormente, Pierre Bourdieu define al campo como un “estado de la relación de fuerzas entre los agentes o las instituciones que intervienen en la lucha de la distribución del capital específico que ha sido acumulado durante luchas anteriores y que orienta las estrategias ulteriores”⁷⁷. En base a esta definición, nos adentraremos en el campo editorial, que como expone Bourdieu es necesario tomarlo

“como espacio social relativamente autónomo -es decir, capaz de retraducir, según su propia lógica, todas las fuerzas externas, económicas y políticas, especialmente-, en el cual las estrategias editoriales encuentran su principio”⁷⁸

⁷⁶ Szpilbarg, Daniela (2015). “Independencias en el espacio editorial argentino de los 2000: genealogía de un espejismo conceptual”. Buenos Aires: Revista Estudios de Teoría Literaria. Página 18.

⁷⁷ Bourdieu, op. cit, 1966, página 121.

⁷⁸ Bourdieu, Pierre (1999). “Intelectuales, política y poder”. Buenos Aires: Eudeba. Página 230

A continuación, analizaremos el lugar que ocupa cada actor dentro de este campo editorial desde el 7 de mayo de 2014 al 10 de diciembre de 2015 durante la presidencia de la Dra. Cristina Fernández de Kirchner y la conducción/gestión de Teresa Parodi en el Ministerio de Cultura de la Nación, el capital que está en juego y las estrategias que utiliza cada uno, tanto para conservar la hegemonía como para sobrevivir. Ya que, como define Bourdieu,

“a cada posición en el campo editorial está ligado un sistema de coacciones y de fines al menos negativamente definidos, y frecuentemente redoblados por las disposiciones de los agentes que tiende a orientar a sus ocupantes hacia una clase más o menos amplia de tomas de posición.”⁷⁹

En primer lugar, observaremos las diferencias entre las editoriales grandes y aquellas que se conocen como “independientes” o “autogestivas”, analizaremos sus prácticas, sus lógicas y veremos cómo se relacionan.

En segundo lugar, nos enfocaremos en la distribución de libros, examinaremos la diferencia entre las distribuidoras grandes, medianas y pequeñas, de qué manera interactúan con las editoriales independientes y la difícil decisión que representa para éstas su elección.

Por último, distinguiremos a las librerías “shopping”, “independientes” y las “supermercado” y el rol que tiene cada una de ellas para la bibliodiversidad.

Grandes editoriales / Editoriales ¿independientes, autogestivas?

Para adentrarnos en el mundo de los editores, comenzaremos con la definición que hace Bourdieu que entiende que, en principio “el editor es el que tiene el poder totalmente

⁷⁹ Op. cit., 1999), página 225.

extraordinario de asegurar la publicación, es decir, de hacer acceder un texto y un autor a la existencia pública, conocido y reconocido”.⁸⁰

Así como hemos puntualizado acerca de las dos caras del libro, Bourdieu entiende que el editor posee las dimensiones económica y simbólica, no escapa a la lógica de la industria cultural, ya que “debe saber conciliar el arte y el dinero, el amor a la literatura y la búsqueda del beneficio, en estrategias que se sitúan de alguna manera entre los dos extremos -la sumisión realista o cínica a las consideraciones comerciales y la indiferencia heroica e insensata a las necesidades de la economía”⁸¹.

Constantino Bértolo⁸², editor y escritor español, distinguió-tres tipos de editores:

- a) El editor humanista es el que tiene medios de producción para producir libros y está dispuesto a gastarlos en la publicación de un libro. Bértolo solo acepta su existencia si implica que es rico.
- b) El editor híbrido entre humanista y capitalista sería al mismo tiempo un capitalista mediano y un capitalista humanista, aquel cuyo criterio de selección a la hora de adquirir derechos de publicación sobre un texto comprende consideraciones de orden económico como para recuperar por lo menos los gastos realizados y quizás un poquito más de cara a su supervivencia, pero comprende también elementos no económicos.
- c) El editor capitalista salvaje sería aquel que quiere o ha aprendido que para sobrevivir como editor debe generar con su actividad beneficios suficientes para

⁸⁰ Bourdieu, op. cit., 1999, página 223

⁸¹ Op. cit., 1999, página 242

⁸² Bértolo Constantino (2008). “La cena de los notables”. Buenos Aires: Mar Dulce. Página 168.

mantener su capital, entendiendo por suficientes aquellos que le permitan resistir frente a la competencia. Compra derechos pensando que con la producción y venta de los libros que fabrique a partir de ellos generará unos determinados beneficios. Su criterio se basará en su pronóstico sobre si son deseados o no por los posibles compradores, es decir, sobre la demanda que haya estimado como existente en el mercado.

En Argentina, dentro de los editores capitalistas salvajes, se encuentran los grandes grupos editoriales que llegaron al país en la década del noventa, a partir de las medidas que tomó el gobierno neoliberal de Carlos Saúl Menem⁸³, y lo hicieron a costa de la absorción de editoriales locales:

“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. Sudamericana, la segunda empresa del sector en ventas, (...) fue adquirida en 1998 por el grupo alemán Bertelsmann, propietario de Random House, Grijalbo, Mondadori, Debate y Plaza y Janés. 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.”⁸⁴

⁸³ En el año 1989, se sancionó la Ley 23.697 conocida como la Ley de emergencia económica, en la cual se garantizó “la igualdad del tratamiento para el capital nacional y extranjero que se invierta con destino a actividades productivas en el país”.

⁸⁴ Saferstein y Szpilbarg, op. cit.m 2014,.página 6.

Esta nueva configuración del sector editorial sufrió nuevos cambios. En el año 2014 hubo más cambios, por ejemplo, el Grupo Prisa se unió al grupo alemán Bertelsmann y Santillana le vendió Alfaguara a Penguin Random House.

Además de absorber editoriales, una estrategia similar es la contratación de editores importantes que trabajan en editoriales independientes con trayectoria y reconocimiento en el campo literario.

Para estos grupos un buen libro es aquel que se vende y su preferencia está en editar muchos libros, ya que: “antes que defender los libros a largo plazo, escogen multiplicar los títulos que son sustituibles unos a otros”.⁸⁵

Una de sus características principales consiste en seguir con lujo de detalle lo que hacen sus competidores y qué libros son los que se venden: “consultan regularmente la lista de las mejores ventas e imitan más o menos servilmente las recetas editoriales de los competidores aprovechan los efectos de la moda, se enganchan a la locomotora”⁸⁶. De esta manera, podemos afirmar que su catálogo está conformado por escritores elegidos que están legitimados o consagrados por el público, inclusive muchos de ellos publicaron previamente en editoriales más pequeñas.

“La política de estas empresas es invasiva, se trata de ocupar espacios, sin importar demasiado con qué. Participan en el negocio de los medios de comunicación, por lo que cuentan con los recursos como para difundir masivamente sus productos”⁸⁷, afirma Malena Botto. Esa política lleva a que vendan libros en lugares que no son los habituales, como

⁸⁵ Colleu, op. cit., 2008, página 40.

⁸⁶ Op. cit., 2008, página 40.

⁸⁷ Botto, Malena (2014) 1990-2010: Concentración, polarización y después. En De Diego, José Luis (director), Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2010) Buenos Aires: Fondo de Cultura. Página 229.

supermercados, farmacias, kioscos de diarios, entre otros, que, a decir verdad, luego se han transformado en cotidianos.

Por otro lado, dentro del grupo de los editores híbridos se encuentran los “independientes”, que Hernán Lopez Winne y Victor Malumián, editores de Godot, los definen como aquellos que:

“tienen su norte enfocado en la construcción del catálogo de calidad, pero sin descuidar la mirada sobre la rentabilidad del proyecto. Persigue la autosustentabilidad y no depende de cualquier aporte de capital que provenga de fuera de su actividad editorial. Está comprometida con la difusión, por todos los medios posibles, de sus autores, y la decisión sobre lo que se publica o rechaza está completamente bajo el mando de su editor, sin ningún tipo de condicionamiento”⁸⁸.

En esta definición ya podemos encontrar grandes diferencias con los editores capitalistas salvajes. Ya que se establece un compromiso con los escritores, que muchos de ellos son desconocidos para el campo editorial o están legitimados en círculos más pequeños, apuestan al largo plazo y no se rigen por las modas.

Tanto los editores híbridos como los capitalistas salvajes, cómo afirma Constantino Bértolo,

“necesitan la existencia cómplice de los capitales ajenos de distribuidores y librerías, aunque el capitalista salvaje puede decidir establecer sus propias redes de distribución y puntos de venta, o simplemente hacer mayores descuentos a esos

⁸⁸ López Winne, Hernán y Malumián, Victor. (2016) Independientes ¿de qué?. México: FCE. Página 14.

distribuidores y librerías para que así tengan mayor interés en vender sus libros que los de editores humildes.”⁸⁹

Más allá de la distinción de Constantino Bértolo, consideramos que hay una excepción a la hora de analizar a los editores independientes que forman parte de La Coop⁹⁰. Ya que, por un lado, no tienen el capital económico que tiene el editor humanista y por el otro, no tienen un rédito económico con su editorial, sino que muchas veces son ellos los que tienen que poner dinero de su bolsillo para que la editorial sobreviva, tienen otro trabajo con el cual cubren sus gastos personales y sostienen a la editorial. Juan Crasci, editor de Años Luz editora, afirma que se siente más identificado con el primero, pero no posee “el capital suficiente para ser un mecenas altruista, todos los sellos de La Coop publicamos el material que nos gustaría leer, no tanto el que se vende. Lo ideal sería llegar alguna vez al editor híbrido”.

De esta manera, observamos la importancia que tiene para el campo editorial argentino la presencia de las editoriales independientes, ya que posibilitan el acceso para autores nacionales que no están en la órbita de las editoriales multinacionales debido a que aún no alcanzaron la legitimidad dentro del campo y la comienzan a adquirir gracias a su aporte. Con lógicas comerciales distintas a las de los grandes grupos, su rol es clave para la bibliodiversidad, ya que, entre otras cosas, apuestan a que sus libros se vendan en el largo plazo.

⁸⁹ Bértolo, op. cit., 2008, página 171.

⁹⁰ Una de las cooperativas entre sellos editoriales que surgieron en el año 2014 en la Ciudad de Buenos Aires y que analizaremos en profundidad a continuación.

Dentro del campo editorial, los editores independientes no buscan convertirse en dominantes, sino sobrevivir. De esta manera buscan ampliar su espacio dentro del campo en aquellos lugares donde las grandes editoriales multinacionales lo permiten.

Distribuidoras grandes, medianas y pequeñas

Las distribuidoras son el nexo entre las editoriales y los puntos de venta, entre sus tareas se encuentra: la administración del flujo de libros, el nexo con los puntos de venta, la cobranza y muchas veces hasta cumplen el rol de depósito, aliviando a los editores en ese aspecto. Es importante entender, como expuso Constantino Bértolo, que “el poder es muy ampliamente poseído por el distribuidor: él tiene la capacidad para orientar o limitar las ventas de un editor que no se someta a sus requerimientos”.⁹¹

En Argentina existen distribuidoras de todos los tamaños, pero las editoriales más pequeñas no tienen muchas alternativas y tienen que acudir a los grandes ya que

“el distribuidor, pequeño o grande, está inmerso en un proceso industrial. Sus costos son muy reales y su capacidad de gestión no le permite actuar sin previsión. El distribuidor más flexible, y capaz de adaptarse al editor, es relativamente pequeño y por tanto potencialmente frágil; el más sólido, el más imponente exige al editor una producción acorde a sus modos de funcionamiento”⁹²

⁹¹ Colleu, op. cit., 2008, página 51.

⁹² Op. cit., 2008, página 157.

La elección del distribuidor no es una tarea sencilla, ya que, como observamos, su rol es clave de cara a los puntos de venta, de hecho, Hernán López Winne afirma que es “la primera dificultad y algo eterno. En cualquier reunión con editores, siempre terminás hablando de eso. Pero cuando estás empezando, ¿a dónde vas a ir?”. Junto con Victor Malumián, en los inicios de Ediciones Godot, trabajaron con la distribuidora Badaraco, de tamaño mediano, pero posteriormente decidieron cambiar a Galerna, uno de los distribuidores más importantes.

Paula Brecciaroli es una de las editoras de Editorial Conejos, que nació en el año 2010 motivada por los inconvenientes que tenían para publicar los autores argentinos nuevos y debido a su experiencia afirma que “la distribución manual, hecha por nosotros, era algo que nos ocupaba mucho tiempo y esfuerzo. No siempre es fácil atender a las librerías y cobrar en plazos razonables. Esa fue la razón por la que decidimos delegar la tarea a una distribuidora, nos permitía tener la posibilidad de estar en más librerías y dedicar más tiempo para otras tareas de la editorial”. De hecho, uno de los motivos fundamentales para la posterior creación de La Coop fue la distribución y Brecciaroli es una de las líderes del proyecto.

Es importante entender que, del precio de tapa de cada libro, el distribuidor se queda con, aproximadamente, el 60%, esto incluye el descuento que se le hace a las librerías. Ningún distribuidor cobra menos y hay algunos que cobran un 65%. El distribuidor tiene que hacerle el descuento a las librerías, que oscila entre el 30 y el 40%, que puede variar en librerías de barrio dónde le hacen un menor descuento, ya que con las grandes no puede negociar.

Además, las editoriales firman un acuerdo de exclusividad con las distribuidoras, esto quiere decir, que si la distribuidora trabaja con 30 librerías en la Ciudad de Buenos Aires y la intención del editor es trabajar en 35, no los puede llevar a esas cinco restantes, ni tampoco decidir en cuáles estar. Esto implica una limitación muy grande para los editores y es una de las variables a la hora de elegir un distribuidor: no solamente por el porcentaje que obtiene del libro, sino porque es el único que tiene la potestad de definir en qué librerías estará presente.

Del 40% que le corresponde al editor, el 10% le pertenece al autor y, a su vez, hay que descontar los costos de imprenta, corrección, diseño y, si se trabaja con libros del exterior, los costos de traducción y derechos para realizar el libro en Argentina. Por eso la distribución no es un tema menor para los editores.

Durante el período kirchnerista no se tomaron acciones directas para favorecer a las editoriales independientes frente a esta problemática, ya que, si bien existen distribuidoras chicas y medianas, las grandes distribuidoras son las que dominan ampliamente el mercado, entre ellas Waldhuter y Galerna.

Jorge Whalduter, el gerente general de la distribuidora Waldhuter, pese a la restricción de las importaciones de libros, trabajó con distintas editoriales españolas y, además, todos los años tienen un local exclusivo en la Feria del Libro con libros importados. En estos casos, la ventaja para el distribuidor es que los libros importados llegan en firme, el que los importa los paga y la ganancia es directa. Con los editores

locales el trabajo es distinto, ya que se trabaja con un sistema de consignación⁹³, el editor le entrega los libros al distribuidor, pero no se genera ninguna ganancia hasta que se hayan vendido. Por lo tanto, una vez más se encuentran en una situación de desigualdad.

Marcos Almada, a diferencia de los editores Paula Brecciaroli y Hernán López Winne, nunca trabajó con distribuidoras, en el comienzo se encargó de todo el proceso porque con “esas reglas de juego no me interesan, porque las condiciones no me parecen favorables. Y me podrán decir, ‘anda e inténtalo solo’. Bueno, nosotros con La Coop vamos a intentar hacer eso”.

La autodistribución es un desafío e implica una difícil decisión para los editores, tanto es así que Lopez Winne y Malumián afirman que “puede resolver muchas cuestiones, como la eficiencia en la llegada de los libros a las librerías o el control más certero sobre el stock, pero en algunos casos pueden representar un dolor de cabeza, por todas las tareas relacionadas que ella implica.”⁹⁴ De todas maneras, es importante distinguir que la tarea principal del distribuidor es la logística, ya que “quién vende el libro es el librero”⁹⁵.

Como hemos observado, para los editores independientes la elección de la distribuidora es muy importante, no sólo por una cuestión económica ya que será el destinatario del 40% de los ingresos de las ventas, sino porque éste define las librerías en las cuales estará presente la editorial, el control de la logística y el nexa con **los puntos de venta**. Si bien es cierto que el editor tiene la posibilidad de resolverlo él mismo, lo cual le

⁹³ La consignación, en su definición técnica, es un tipo de convenio por el cual un vendedor (consignatario) se compromete a ofrecer al público las mercancías de otro agente (consignante) a cambio del cobro de una comisión.

⁹⁴ López Winne y Malumián, op. cit., 2016, página 98.

⁹⁵ Op. cit., (2016, página 100.

permite realizar acciones directamente con los libreros y el control del stock, como contracara, le obliga a dejar de lado por cuestiones de tiempo otras tareas importantes de la editorial.

No obstante, La Coop tendrá como uno de sus objetivos la generación de un camino alternativo, una solución a la medida de los editores independientes.

Librerías “shopping” / Librerías “independientes” / Librerías “supermercado”

En primer lugar, analizaremos la venta de libros en la Ciudad de Buenos Aires proveniente de las librerías, en base a los informes del CEDEM (Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano) que realiza año a año la Encuesta a Librerías de la Ciudad.

En el año 2011 se vendieron cerca de 6,3 millones de libros y un 63% fueron publicaciones de ISBN nacional. Los libros de ISBN extranjero mostraron crecimientos, pero más atenuados debido a la política vigente de restricción de las importaciones. De los más vendidos, salvo un solo título corresponde a libros nacionales que fueron editados por importantes grupos editoriales, allí se demuestra la concentración de la actividad editorial. En el segundo trimestre del año 2014, observamos un alza de los libros de ISBN nacional con un 67,6% del total y un 60,7% de la recaudación. Sin embargo, el informe aseguró que “el motor del crecimiento interanual de los libros nacionales estuvo en manos de las empresas de gran tamaño ya que, en las pequeñas y medianas, la cantidad no tuvo variaciones significativas”. De los 30 más vendidos observamos que el 70% proviene de los tres grupos más importantes: 9 son del Grupo Planeta, 11 del Grupo Penguin Random House y 3 del Grupo Santillana. Por lo tanto, la restricción provocó un aumento de las

ventas de libros locales en las librerías, pero favoreció principalmente a las grandes editoriales.

El primer canal de comercialización en Argentina es la red de librerías, que en el año 2014 concentraba el 77% de las ventas. Le siguen, muy de lejos, con un 12% los puntos de venta no tradicionales: farmacias, jugueterías y con un 5% los supermercados y los kioscos.⁹⁶ Respecto a estos dos últimos puntos, es importante considerar que no todos los libros llegan a estos sitios, ya que, como hemos visto, es territorio de las grandes editoriales.

La distribución de las librerías en nuestro país en ese año demostró que, del total, el 77% eran librerías independientes, el 21% cadenas de librerías y, por último, con un 7%, librerías con sucursales⁹⁷.

Por lo tanto, encontramos dos tipos característicos de librerías: las librerías que son parte de una cadena y las librerías independientes. Dentro del primer grupo, los dos ejemplos más notorios son Yenny-El Ateneo y Cúspide, que cuentan con una gran cantidad de tiendas y conviven cientos de miles de libros de todo tipo de temáticas, y como afirman Hernán López Winne y Victor Malumián, “se guían por criterios de rentabilidad por metro cuadrado. Los bestsellers y demás libros con rotación alta suelen estar mejor exhibidos, usualmente son los publicados por los grandes grupos.”⁹⁸ García Canclini afirma que las librerías shopping son “la galería de arte del pobre, las clases medias y las populares tienen como referencia y aspiración el gusto dominante y practican la cultura a través de actos

⁹⁶ CAP, op. cit., 2014, página 8.

⁹⁷ Se entiende por librería con sucursales, aquellas que tienen entre 2 y 4 locales.

⁹⁸ López Winne y Malumián, op. cit., 2016, página 92.

metafóricos”⁹⁹. Las mesas principales, dónde se encuentran las novedades, están pobladas de libros de editoriales grandes que tienen un flujo muy importante mes a mes.

De todas maneras, si bien no es un terreno sencillo, estas cadenas son importantes para las editoriales independientes, ya que

“pueden absorber un público más masivo, menos especializado que también es potencial comprador de los libros que no son best-sellers. Por eso no hay que renegar de las cadenas, sino que es importante tener un buen trato con los responsables de las distintas sucursales, necesitamos estar.”¹⁰⁰

Por otro lado, las librerías independientes ~~que~~, como hemos visto en las cifras, cumplen un rol clave para promover la diversidad y son grandes aliados de las editoriales independientes, ya que “si la relación con el librero es buena, también pueden generarse acciones conjuntas ya que muchas librerías, además del espacio propio de anaqueles y mesas, suelen tener lugar para organizar distintos actos.”¹⁰¹ De hecho, en muchas ocasiones, los editores mantienen un contacto muy fluido con ellos para entender la rotación que tienen sus libros y cuáles son aquellos que tuvieron mejores ventas.

Ahora bien, frente a las cadenas de librerías la competencia no es fácil, ya que como afirma Gilles Colleu:

“El librero independiente no tiene el poder necesario para luchar sobre el mismo terreno que las cadenas o la gran distribución. Es grande el peligro de que el lector

⁹⁹ García Canclini, Néstor (1984) La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu. En Bourdieu, Pierre. Sociología y Cultura. París: Grijalbo

¹⁰⁰ López Winne y Malumián, op. cit., 2016, página 93.

¹⁰¹ Op. cit., 2016, página 96.

no comprenda realmente la diferencia entre los puntos de venta, puesto que la oferta es la misma que en otras partes”.¹⁰²

Jorge Waldhuter afirmó que su distribuidora trabaja con editoriales de todo el país, pero, cuanto más lejos de la Ciudad de Buenos Aires, se realizan menos ventas y no modifican la caja a fin de mes. De hecho, una de las librerías con las cuales trabaja se encuentra en Nordelta y, pese al nivel adquisitivo de la zona, se venden muy pocos libros.

“En los pueblos pequeños probablemente sea cierto que haya pocas librerías, lo que seguro hay es gente que puede comprar tu libro” aseguró Hernán López Winne que, a partir del año 2014, comenzó a recorrer las ferias del interior del país y se llevó la grata sorpresa de que, en un momento en que vendían un promedio de 300 libros por mes, durante la Feria del libro en Villa Mercedes, San Luis, en tan solo tres días, vendieron 120 libros.

Durante la gestión de Teresa Parodi en el Ministerio de Cultura, desde la Secretaría de Políticas Socioculturales tuvieron como objetivo asegurar la presencia de las editoriales independientes en distintas localidades del país. Desde el programa Letras Argentinas, actuaron como nexo entre las distintas ferias del libro y las editoriales independientes posibilitando la existencia de un stand para que viajen uno o dos editores independientes en representación y puedan vender libros de los distintos sellos. Por ejemplo, Marcos Almada reconoció que pudo visitar 27 ferias en las distintas provincias de nuestro país y consideró que en las ferias provinciales “hay distintos mercados y es importante que el libro y el autor viajen”. De hecho, Almada fue contundente y aseguró que “si uno pretende que sus libros sólo se vendan en las librerías está muerto como sello”.

¹⁰² Colleu, op.cit., 2008, página 48.

Por último, existen las librerías “supermercado”, es decir en puntos de ventas no tradicionales, que según el informe realizan el 12% de las ventas: farmacias, jugueterías, supermercados y kioscos. Estos espacios son cada vez más comunes y son un territorio exclusivo de las editoriales multinacionales grandes.

Para los editores independientes es clave la presencia en librerías: por un lado, en las cadenas, porque al estar ubicadas en centros comerciales suelen ser muy masivas y tienen un público muy amplio. Aunque, desde ya, es mucho más complicado generar acciones puntuales o estar presente en la mesa de novedades.

Por otro lado, en las librerías independientes que, como demostró el informe, se generan una gran cantidad de ventas y el acceso al librero es mucho más sencillo, por lo que se transforman en un terreno óptimo para realizar acciones y aumentan las posibilidades de estar presente en la mesa de novedades.

Otro espacio importante para las editoriales independientes, como veremos a continuación, son las Ferias del libro en las distintas provincias de nuestro país, donde además de vender libros, pueden entablar vínculos con los organizadores de las distintas ferias, los libreros y los habitantes de las distintas ciudades.

De esta manera, podemos afirmar que tanto las librerías shopping como las independientes son espacios claves para las editoriales independientes, aunque el grado de acción en cada una de ellas sea muy distinto.

En este capítulo hemos analizado la reconfiguración del campo editorial argentino a partir de la crisis del 2001 y, específicamente, de qué manera se encontraba el campo

editorial en el momento del nombramiento de Teresa Parodi al frente del Ministerio de Cultura.

A continuación, observaremos cómo las distintas políticas públicas que hemos observado promovieron el marco de acción conjunto entre editoriales independientes y el rol que tuvieron para la conformación de distintos grupos de editoriales independientes que surgieron entre el año 2014 y 2015, entre ellos La Coop.

EDITORIALES UNIDAS

La edición independiente en Argentina es un camino muy difícil, como hemos observado, son muchas las dificultades que se presentan en un mercado hiperconcentrado como el que existe en este país: la decisión de elegir a un distribuidor o escoger la autodistribución, la lucha por espacios dentro de la librería, los costos de la imprenta, la demora en recibir los pagos, entre otras cosas.

Una de las maneras de subsistir es unirse, generar acuerdos entre editores independientes con objetivos concretos para enfrentar las adversidades y juntos poder llegar a situaciones que individualmente serían muy difíciles o se demorarían mucho tiempo.

Esta situación no es tan común en el campo editorial argentino, Inés Kreplak sostiene que “tiene que haber más espacios colectivos porque esa individualización que tiene la literatura, de alguna manera hizo que lleguen sólo los letrados y volvieran al sector mucho menos combativo que otras artes, como el cine y el teatro y, en definitiva, los que tienen derechos son los que los reclaman”.

Se formaron uniones entre editoriales con distintos propósitos. Uno de ellos fue participar en la Feria del Libro de Buenos Aires, la más grande y extensa de habla hispana, que se realiza todos los años en el mes de abril en La Rural y que resulta imposible para las editoriales independientes por el costo alto del stand¹⁰³.

¹⁰³ Como referencia, para la edición 2020 de la Feria del Libro, el costo del stand era \$319.424. Eso no incluye wifi, ni mobiliario, sólo el espacio.

Una de estas uniones es Siete Logos, un colectivo conformado por Adriana Hidalgo, Beatriz Viterbo Editora, Mardulce, Caja Negra, Criatura editora, Katz, Eterna Cadencia editora que, desde el año 2013, tiene un stand compartido en la Feria del Libro.

Otra de estas uniones, Sólidos Platónicos, surge en el año 2014 con la misma motivación y las editoriales que formaban parte eran: Gourmet Musical, Criatura editora, Aquilina, Librería, Letranova, Sigilo (en ese momento su nombre era Paprika), Wolcowicz y Ediciones Godot. Sin embargo, en este caso Hernán López Winne afirma que “de ahí surge nuestra amistad con Leandro Donozo, editor de Gourmet Musical, y a partir de esa primera experiencia, hicimos un rastreo de las ferias del libro en el interior del país y nos dimos cuenta de que eran un montón y que teníamos que participar”.

En este caso observamos que una unión que nació sólo para estar presente en la Feria del Libro de Buenos Aires desembocó en un acuerdo entre Godot y Gourmet Musical para asistir a las ferias del libro del interior del país. Comenzaron a hacerlo en el año 2015 y asistieron entre 10 y 15 ferias de las distintas ciudades del país¹⁰⁴.

En un nivel más avanzado, después del segundo Encuentro de la Palabra nacieron tres intentos de cooperativas de editoriales independientes:

Frente Mar estaba conformado por editoriales independientes de Córdoba, entre ellas Nudista y Documenta, y se unieron con la intención de cooperativizarse. La primera acción en conjunto era asistir a la Feria del Libro en Buenos Aires, reservaron un stand junto a La Coop, pero no llegaron a participar en él porque se disolvió. Marcos Almada,

¹⁰⁴ Viajaban en algunas oportunidades Hernán López Winne, en otras Leandro Donozo y luego contrataron a una persona para que atiende el stand: Marcelo Silveyra.

editor de Alto Pogo, considera que “no estaban para comprometerse de la misma manera y no se pusieron de acuerdo en una idea de lo que buscaban”.

Al mismo tiempo, surgió Frente Relámpago en el Norte del país, conformada por los sellos Almadegoma Ediciones, Larvas Marcianas, Killa, Minibús, Kala, Gato Gordo Ediciones de Santiago del Estero, Tucumán, Jujuy y Salta. Comenzaron a trabajar juntos y lograron ir a ferias en las distintas ciudades del país entre el año 2015 y 2017 y a la Feria de Editores¹⁰⁵ en la Ciudad de Buenos Aires en la edición 2017. Juan Crasci, editor de Años Luz editora, viajó en varias oportunidades a Santiago del Estero para asesorarlos en el camino de la cooperativización.

Claudio Rojo Cesca, editor de Larvas Marcianas afirma que “logramos consolidar una red que cubría Santiago del Estero, Jujuy, Salta y Tucumán, que permitió a cada sello tener una presencia regular en ferias de todo el país, además nos dio la posibilidad de conocer de cerca el trabajo de los compañeros y compañeras editores, y, por lo tanto, incorporar herramientas nuevas para hacer mejor el laburo propio”. El Frente Relámpago se disolvió en el año 2017 porque varias de sus editoriales dejaron de existir.

Al mismo tiempo nació La Coop, conformada por sellos independientes pequeños de la Ciudad de Buenos Aires: Alto Pogo, Editorial Conejos, Años Luz, Santos Locos, Audisea, Hudson, Club5, China editora, Mágicas Naranjas y Box (de Bahía Blanca). Tuvo

¹⁰⁵ La Feria de Editores se realizó por primera vez en el año 2013, fue creada por Victor Malumián y Hernán Lopez Winne, su objetivo era generar un espacio para las editoriales independientes. La premisa era que cada stand tenía que ser atendido por el editor. Las primeras se realizaron en FM La Tribu, en el año 2016 pasaron a un espacio más grande llamado Central Newbery, al año siguiente en Santos 4040 y, finalmente en 2018 se realizó en el Kónex.

dos grandes objetivos: poder crear una distribuidora y asistir, de forma conjunta, a ferias en el interior del país.

A continuación, analizaremos en profundidad a La Coop: cuál fue la iniciativa, la organización interna, el trabajo en ferias, la distribuidora propia, el espacio de la librería y qué rol tuvo el Estado en su creación.

La Coop

La iniciativa

Existieron dos momentos muy importantes para la creación de La Coop: uno de ellos fue Zona Futuro, un ciclo radial que conducía Esteban Castromán en el año 2014 y funcionaba como un radar para buscar nuevas alternativas en lo cultural. El que llevaba adelante la sección de literatura era Marcos Almada, editor de Alto Pogo.

Una de las secciones era Pista, dónde se presentaba en 10 minutos un sello editorial independiente. Marcos afirma que “ahí nos conocimos con algunos sellos de La Coop y entre bambalinas, nos juntábamos y nos quejábamos. ¿De qué se queja un editor? De las dificultades que tiene la distribución, todos teníamos 4 o 5 libros en la calle y hacíamos la distribución nosotros, entonces cada vez era más difícil reponer, cobrar y no queríamos ir a las distribuidoras más grandes”.

El otro hito importante fue la segunda edición del Encuentro de la Palabra en Tecnópolis, específicamente el Paseo de las Editoriales. Cuando se decidió realizar este espacio, el Ministerio de Cultura articuló con Tecnópolis para la convocatoria a editoriales independientes, Inés Kreplak afirma que “diseñaron un listado que era mucho más completo ya que nuestro objetivo era mucho más amplio y federal, Tecnópolis quería llamar solo a algunas como Eterna Cadencia y otras más populares”. Participaron

editoriales de distintas provincias de nuestro país y para aquellas que no eran de Buenos Aires el Ministerio de Cultura las ayudó económicamente con los pasajes y la estadía.

Allí, las editoriales independientes contaban con espacios para atender al público y como el Encuentro de la Palabra duró 16 días y no podían quedar los stands vacíos, se juntaron entre varias editoriales en cada uno. Marcos Almada comenta que “con Alto Pogo compartimos stand con otras dos editoriales, Editorial Conejos también compartió con otras dos y ahí dijimos por qué no compartimos otros espacios. Ahí empezó el germen de las ferias, en lugar de viajar todos separados, generando un gasto mayor a las ferias a la hora de invitarnos”.

Los primeros que se reúnen son Marcos Almada y Paula Brecciaroli, editora de Conejos, con estas dos motivaciones que hemos observado previamente: la distribución y el trabajo en ferias. Es con este objetivo que las editoriales que participaron en su formación comenzaron a elaborar un plan. En el año 2016, se sumó un objetivo muy importante que fue la Librería de La Coop.

A continuación, analizaremos la organización interna de La Coop, con su respectiva división de roles dentro de la cooperativa, luego el trabajo con las ferias de distintas ciudades del país y cómo el Ministerio de Cultura allanó ese camino. Después observaremos cómo creció el trabajo de la distribuidora, desde sus primeros pasos a su crecimiento, tanto en sellos distribuidos como en la cantidad de librerías. Por último, lo que implicó el espacio de la Librería y qué buscaron en ella.

La organización interna

Los primeros meses posteriores a la decisión de comenzar con La Coop, se realizaban reuniones semanales o quincenales y todas las decisiones se tomaban entre todos los editores. Desde la decisión de comprar una resma de hojas a la división de ingresos posteriores a una feria.

Juan Crasci, editor de Años Luz, afirma que “era muy engorroso porque venían diez editores y eran \$200 para uno, \$400 para otro y estábamos dos horas reunidos para llevarnos muy poca guita. Hubo un momento dónde mucha gente, por tiempo o motivos personales, no podían hacerse cargo de un montón de tareas que demandaba la cooperativa y pasamos de tener un debate de una hora y media para definir si vamos o no a una feria a hacer un trabajo mucho más automático”.

A medida que, cómo explicó Juan Crasci, muchos no podían hacerse cargo de tareas de la cooperativa, hubo cuatro editoriales que comandaron el proyecto: Alto Pogo, Editorial Conejos, Santos Locos y Años Luz editora. Marcos Almada, editor de Alto Pogo, asevera que “nos dimos cuenta de que había algo interesante para hacer en conjunto” y los otros sellos comenzaron a acompañar las decisiones que se tomaban.

De esos cuatro sellos, comenzaron a perfilarse tres editores que pasaron a formar la Comisión Directiva de La Coop: Marcos Almada, Paula Brecciaroli y Juan Crasci. Ellos llevaron adelante el proyecto, Juan Crasci afirma que “si bien otros editores colaboraron, por ejemplo, Guillermo Ferreyro con la camioneta de reparto u otras personas que se hicieron cargo de la venta en determinadas ferias, los que estábamos en el día a día y tomábamos las decisiones éramos nosotros tres”.

Aquí observamos un cambio importante, se pasa de una cooperativa en la cual todos los editores estaban en igualdad de condiciones, a un grupo de tres personas que lideraba las acciones y que otros acompañaban esas tomas de decisiones, Marcos confirma que “si bien somos una cooperativa de editoriales, está llevada adelante por personas. Por ejemplo, Editorial Conejos tiene tres editores, pero la que trabaja en la cooperativa es Paula. Los otros dos lo hacen para la Editorial. De hecho, una vez me preguntaron: ¿qué puedo hacer para ayudar a la cooperativa? Y mi respuesta fue concreta: editar libros, que sean lindos, edita novedades todos los años, hace tu trabajo con la editorial”.

El trabajo en ferias

El primer objetivo que se propusieron fue visitar la mayor cantidad posible de ferias en las distintas ciudades del país. Como colectivo, era mucho más atractivo para los organizadores invitar a un solo editor y que llevase libros de más de 10 editoriales.

En el año 2015, la Secretaría de Políticas Socioculturales comenzó el programa Letras Argentinas que consistía en proporcionar un stand gratuito para editoriales independientes en aquellas ferias donde participaba el Ministerio de Cultura, para ello hicieron una convocatoria y La Coop, que ya había participado en algunas ferias, lo hizo a través de este programa, llevando libros de sus sellos y de otras editoriales independientes. Inés Kreplak afirma que “históricamente las ferias del libro y los festivales suelen solicitar ayuda económica o de programación al Ministerio de Cultura. Entonces, si nos pedían a alguien como Felipe Pigna porque llevaba mucha gente a la feria, lo llevábamos, pero les pedíamos un stand, estadía y comida para ese miembro de las editoriales independientes para que vaya a vender los libros”.

Gracias a este programa La Coop pudo asistir a 27 ferias nacionales durante el año 2015. Las ventas que se realizaron en ferias y festivales fueron el ingreso mayoritario a lo largo de ese año porque todavía la distribución no contaba con un caudal importante de librerías y estaba en plena organización.

Más allá de las ventas, en la gran mayoría de ellas el saldo fue positivo, ya que las ferias eran una gran oportunidad para generar vínculos en cada provincia con autores, libreros, gestores culturales y lectores. Juan Crasci afirma que “lo que queríamos, más que ir a vender, era generar lazos y hacer conocidos los sellos en las distintas provincias. Nos hicimos muchos amigos en Jujuy, Tucumán, Santiago del Estero, Neuquén, habremos ido 12 o 13 veces a Córdoba. Incluso, una vez que vas, desde la misma feria te siguen llamando para que vayas”.

Al año siguiente, lograron participar en la Feria del Libro, algo que para ellos era imposible por el costo que tiene el stand, sumado a los gastos de mobiliarios, wifi y la atención al público durante las tres semanas de la Feria.

Las ferias representaron para La Coop un camino para acceder al mercado, en cada ciudad existía la posibilidad de que los libros se vendieran, que los sellos se hagan conocidos, Almada afirma que “si uno pretende que sus libros se van a vender en librerías solamente, está muerto como sello, cuando hablamos de la distribución y la circulación en realidad es que el editor o el autor viaje”.

Esta es una demostración del nexo que existía entre el Ministerio de Cultura y las editoriales independientes: por un lado, estaba la intención de los sellos de participar de las

ferias, que efectivamente lo estaban haciendo, y por el otro, los recursos que tenía el Estado para acompañarlos.

El trabajo en ferias durante el 2015 permitió sostener la actividad de La Coop y generar ventas mientras estaba en proceso de formación el segundo de sus objetivos: la creación de la distribuidora.

La distribución

La distribución demandaba una logística y una implementación muy diferente a la concurrencia a ferias, si bien algunos sellos como Alto Pogo y Años Luz autodistribuían los libros, lo hacían con muy pocas librerías y con un sistema muy manual. A la par, Editorial Conejos, por ejemplo, trabajaba con la distribuidora Galerna, pero con la intención de unirse cuando ésta funcione. Una de las limitaciones más grandes fue que no contaban con un capital inicial fuerte para invertir.

En el inicio, la distribución la realizaba un miembro de La Coop, rotativo, que iba en bicicleta y contaban con un circuito de 10 o 15 librerías, Marcos Almada afirma que “el comienzo fue muy a tracción a sangre y nos dimos cuenta de que no funcionaba, en ese momento Juan Crasci se ofreció para hacerse cargo y administrar esa unidad”.

Juan Crasci, editor de Años Luz, se había quedado sin trabajo y accedió a formar parte de la distribuidora, si bien no contaba con más experiencia que la que había tenido con su editorial (preparación de remitos, facturación y conocimiento de los plazos de pago de las librerías), ni siquiera venía de la carrera de Edición, sino de Letras, de hecho, afirma que “nos sumamos a La Coop porque queríamos estar más a tiro de lo que pasaba en el mundo editorial, veníamos muy de afuera y, a su vez, queríamos que la editorial crezca”.

Mientras gestionaban la figura jurídica de cooperativa¹⁰⁶, el trabajo era muy complejo: remitos a mano a nombre de uno de los editores, facturas a nombre de otro y todo lo hacían entre dos personas: una para el reparto y otra para lo administrativo. Guillermo Ferreyro, un socio de la cooperativa ofreció una camioneta para poder hacer los repartos. Juan reconoce que “cuando ingresé, en diciembre de 2015 era medio un caos, el control de stock era casi imposible. Imagínate tener 10 o 15 librerías y manejarlo con remitos a mano, y todos los meses llevar material. A medida que vendes, no lo podés descontar, entonces teníamos que hacer un doble control con la factura, una planilla en Excel aparte con altas y bajas”.

Marco Zanger, editor de Audisea y uno de los socios de la cooperativa, junto con Juan Crasci, desarrollaron un sistema de gestión propio para controlar la distribución, ese fue el primer paso importante de la distribuidora: les permitió sobre todo ahorrar tiempo y poder generar documentos digitales. Crasci afirma que “ese fue un momento de quiebre para poder automatizar un poco más el trabajo, nos era más fácil poder incorporar nuevas librerías y también poder trabajar con ellas. A mediados de 2016 el sistema pasó a ser mucho más confiable y sólido, inclusive las librerías comenzaron a contactarse directamente con nosotros para tener el material disponible en sus espacios”.

En la distribución, La Coop no contó con el apoyo del Ministerio de Cultura, como sí lo tuvo en el trabajo vinculado a las ferias. Eso hizo que el comienzo fuese lento y sin poder contar con una inversión inicial para que creciera la estructura. Comenzaron con una bicicleta, luego un socio de la cooperativa brindó una camioneta. De hacer los remitos a

¹⁰⁶ En enero de 2016 presentaron todos los documentos en el INAES (Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social), pero debido al cambio de gobierno no estaban designadas las autoridades del organismo, entonces el trámite se cerró un año después.

manos a desarrollar un sistema de gestión propio. Como hemos visto, para una editorial autodistribuirse no era sencillo, mucho menos hacerlo con más de diez sellos.

Con fuerza de voluntad, con tiempo y dedicación, pudieron llevarlo a cabo. Eso dio como resultado una distribuidora que se ajustó a la medida de las editoriales independientes pequeñas, algo que no existía hasta ese momento porque las posibilidades eran acudir a una distribuidora pequeña o mediana con muchas limitaciones o a Waldhuter o Galerna, dos distribuidoras grandes con requisitos que estos sellos no podían cumplir.

La librería

Uno de los objetivos a largo plazo de La Coop era tener una librería propia que tuviera el foco en la literatura independiente, tanto argentina como latinoamericana. A fines del año 2015, les llegó la propuesta de un espacio en el barrio de Almagro en la calle Bulnes. Marcos Almada afirma que “más allá de todos los riesgos, la librería nos daba la posibilidad de centralizar el trabajo, armar un lugar de reunión y poder captar sellos editoriales que queríamos”.

Todos los sellos que participaban de La Coop hacían mucho hincapié en lo social. Por cada libro que editaban se realizaba una presentación en un bar, acercándose a los lectores, generando espacios que vinculaban también a editores y escritores. En ese sentido, Almada sostiene que “una librería es un lugar de reunión de lectores, como las viejas librerías a la que los lectores iban, se quedaban. Como un centro cultural pero más chico”.

A lo largo del año 2016 trabajaron en la preparación de ese espacio y la inauguración fue el 21 de diciembre de ese año. De esta manera, La Coop sumó una unidad más de trabajo con la librería y la posibilidad de exhibir sellos independientes dentro.

La Coop en el 2021

La Coop nació con dos intenciones muy concretas: la asistencia a ferias en las distintas ciudades del país y la distribuidora. Respecto al primer punto, gracias a los nexos generados con los gestores en las distintas ferias, lograron continuar asistiendo hasta el año 2020, previo a las consecuencias del COVID-19¹⁰⁷. Además, desde el año 2016 tienen su stand doble en la Feria del Libro, Marcos afirma que “somos uno de los grupos editoriales que más ruido hace, producimos un montón de actividades en los sectores que te permite la feria y en el stand, realizamos veintiún días de brindis”.

La distribuidora que comenzó en el año 2015 con 15 o 20 librerías, hoy cuenta con una red de 300 librerías en todo el país y distribuye a 18 sellos editoriales, no sólo a miembros de La Coop. Juan Crasci afirma que “si bien no en todas se vende, contamos con la logística para que el libro llegue.”

La librería continua en el barrio de Almagro, por la cuarentena sumó un sistema de delivery en Ciudad de Buenos Aires, lo que les permitió obtener no sólo las ventas que hubieran tenido presencialmente, sino también de posibles compradores en otros barrios de la Ciudad de Buenos Aires. Actualmente se encuentra organizando el festejo por los cinco años de ese espacio.

A comienzos del año 2016, presentaron los documentos para obtener la figura jurídica de cooperativa, pero debido al cambio de gobierno no estaban confirmadas las autoridades del INAES, por lo que el trámite se confirmó un año después. Esto les permitió, por un lado, organizar lo administrativo, ya que, por ejemplo, para la primera Feria del

¹⁰⁷ Desde marzo del año 2020 se suspendieron todas las actividades presenciales, por este motivo no se realizaron ni las ferias del libro en las distintas ciudades del país ni la Feria del Libro de Buenos Aires.

Libro, tuvo que facturar uno de los miembros de la cooperativa, al igual que con las librerías. Pero por el otro, les permitió presentarse como cooperativa a distintos programas de mecenazgo, Marcos Almada afirma que lograron “participar con la cooperativa en varias presentaciones de subsidios, ganamos un FOMECA¹⁰⁸ (Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual) y armamos Colectivo Editorial¹⁰⁹, una serie que está subida al YouTube de La Coop. Este año ganamos otro para ponerle subtítulos y poder filmar a bandas en la librería. Paramos por la pandemia, pero vamos a volver a hacerla”.

A pesar del contexto, el 2020 fue un buen año, tanto para los sellos de La Coop como para la distribuidora. Juan Crasci asevera que “a las editoriales grandes las golpeó mucho más, porque tuvieron que seguir manteniendo su estructura enorme con una situación mucho más compleja en cuanto a la venta y la comercialización, con muchos puntos de venta cerrados”.

Actualmente, se encuentra en proceso otro de los objetivos que tiene La Coop: acompañar y conseguir que más editoriales independientes se cooperativicen. Esto permitiría aunar fuerzas para lograr una distribución en todo el país, inclusive en Latinoamérica. Marcos Almada asegura que

“estamos armando una comisión, dentro de la Cámara Argentina del Libro, de editoriales cooperativas para que nos represente. Queremos sumar editoriales no

¹⁰⁸ Es una herramienta que permite redistribuir los recursos que provienen de los medios de comunicación audiovisual (gravámenes y multas) para fomentar a los medios comunitarios, de frontera y de pueblos originarios

¹⁰⁹ Colectivo Editorial es una serie audiovisual acerca de editoriales y el universo literario, participan de la misma: Gourmet Musical, Lote 42, Editorial Conejos, Casagrande, Años Luz editora, Rara Avis, El Cuervo y Santos Locos.

cooperativas, pequeñas, que no formen parte de la CAL, que se asocien y tengan la posibilidad, vinculado con el INAES y la Fundación del Banco Credicoop, para darles herramientas para cooperativizarse y hacerlo rápido y con apoyo. La idea es que se armen más cooperativas, para que el día de mañana se forme, si hay muchas, una Federación de Cooperativas Editoriales”.

A seis años de su nacimiento, es posible afirmar que tanto La Coop como los sellos que la forman han crecido notablemente. Si bien aún no tienen la posibilidad económica de vivir de la editorial, las editoriales han logrado aumentar sus tiradas debido al incremento de la red de librerías y este año, por ejemplo, lograron ingresar a Cúspide, una de las cadenas más importantes del país. Marcos Almada reconoce que “ninguno de nuestros sellos sería hoy lo que es, si no fuera por estar dentro de La Coop, yo sé que los libros los edito y llegan a las librerías por el trabajo que hace Juan y yo no me tengo que ocupar. Si no fuera por La Coop, Alto Pogo no podría haber crecido lo que creció, tener el catálogo que hoy tiene, la cantidad de libros en las librerías”.

La aparición de otros grupos y la importancia de la Feria de editores

Además de la experiencia de La Coop, actualmente hay dos casos que demuestran el potencial de la unión entre editoriales independientes: Carbono y la Feria de Editores.

Carbono, surgió luego de la separación de Sólidos Platónicos. En el año 2018, Hernán López Winne y Victor Malumián, editores de Godot, que ya trabajaban a tiempo completo en su sello querían mejoras en la distribución, se reunieron con su distribuidora para obtener más información, pero recibieron una respuesta negativa. López Winne afirma

que “ahí nos dimos cuenta de que lo que debe pasar con todos los distribuidores que tienen más de 100 editoriales, no nos quisieron dar más información. Ahí pensamos en hacer algo propio.”

Carbono es una distribuidora que está formada por los sellos: Leteo, Godot, Sigilo, Gourmet Musical y Barret (editorial española que empezaron a distribuir en Argentina sólo con las ediciones locales).

Actualmente cuenta con tres personas contratadas y están sumando a una cuarta. Además, crearon un Club de Lectura propio, comandado por Sebastián Lidijover, que a diferencia de otros es gratuito y se le envía un mail por semana a los participantes, no se envían los libros, sino que invitan a comprarlo en las librerías con las que trabajan.

Hernán López Winne afirma que “está funcionando porque ahora tenemos toda la información, el control de los libros, un trato super bueno con los gerentes de Cúspide y Yenny, que son gran parte de la venta y con las otras librerías. Si estuviéramos con otro distribuidor no venderíamos lo que vendemos”.

Por otro lado, la Feria de Editores, creada por Victor Malumián y Hernán López Winne en el año 2013, surgió como un espacio para que las editoriales independientes puedan tener un contacto directo con los lectores, ya que, en ese momento, no podían acceder a un stand en la Feria del Libro por los costos que tenía, cómo hemos observado anteriormente. Hernán López Winne reconoce que “la condición que pusimos, y hubo algunos a los que no les gustó, es que cada stand tenía que estar atendido por los editores. Nosotros las elegimos, hicimos una lista y fuimos invitando. En general salió rápido, lo que nos quedaba era darle mucha difusión”.

Las primeras ediciones se realizaron en FM La Tribu y participaron entre 10 y 20 editoriales por edición. En el año 2016 se trasladó a Central Newbery, un espacio mucho más grande que el anterior pero aun así seguían recibiendo quejas de personas que no podían entrar por la cantidad de gente que iba. En el año 2017, fueron a un lugar que era el triple de grande que fue Santos 4040 y volvió a ocurrir lo mismo. López Winne asegura que “la primera en la que nos dimos cuenta de lo que generaba la FED fue en la de Central Newbery, pero la que realizamos en Santos fue el detonante para buscar un lugar más grande, porque era insostenible y fuimos al Konex. No había tantos lugares de buen tamaño para hacerlas y para nosotros es innegociable hacer las cosas de a poco”.

De esta manera, las ediciones de 2018 y 2019 se realizaron en el Konex, cada una tuvo una duración de tres días y participaron de cada edición entre 200 y 250 editoriales independientes, tanto argentinas como latinoamericanas.

En el año 2020, por la pandemia habían decidido no realizarla, pero luego de hablar con editores habituales de la FED, se armó una edición virtual. Hernán López Winne afirma que “nos dimos cuenta de lo importante que era, entonces nuestra conclusión fue: no la podemos hacer presencial, pero hagamos algo para poner al libro como foco, hicimos una FED virtual para sostener el evento como tal”. El Ministerio de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires realizó la logística de envíos de los libros para las ventas realizadas dentro de la Ciudad sin cargo y, como excepción, se sumaron en esta edición las librerías y distribuidores.

A diferencia de la Feria del Libro, dónde la única variable para ingresar es contar con el dinero para pagar el stand, la FED no es así y no busca serlo. López Winne afirma que “cuando nos mandan una postulación, hablamos con colegas. Existe una especie de

consejo asesor que nos orienta acerca de las editoriales. Tenemos mapeadas, en todo el país 500 editoriales de las temáticas que nos interesan y en la FED entran solo 250”. Las editoriales que no participan son: las editoriales universitarias, religiosas, de medicina y jurídicas.

Como se puede observar, la Feria de Editores y Carbono son dos ejemplos que ratifican cómo aumentan las posibilidades de las editoriales independientes cuando se unen y generan acuerdos.

CONCLUSIONES

En este recorrido que hemos realizado, hemos observado lo siguiente:

La creación del Ministerio de Cultura fue un acontecimiento importante para el campo editorial, especialmente para las editoriales independientes. No sólo por lo que significó el paso de Secretaría a Ministerio sino por el cambio de autoridades: Jorge Coscia fue reemplazado por Teresa Parodi.

Dentro del Ministerio, la Secretaría de Políticas Socioculturales fue un actor clave, ya que desde allí se realizaron las acciones concretas para los sellos independientes, podemos afirmar que los ubicaron como un actor importante dentro del entramado del campo editorial argentino.

En un contexto donde el paradigma dominante es la privatización neoconservadora, el rol del Estado durante este período fue el de sostener a las editoriales independientes para que subsistan dentro de un mercado hiperconcentrado, en ningún momento su objetivo fue el de cambiar las reglas de juego o realizar algún cambio estructural importante, aunque, como veremos a continuación, tampoco es el objetivo de las editoriales independientes.

Entre las acciones que realizaron se destacan Leer es Futuro, la segunda edición del Encuentro de la Palabra, el Concurso Federal de Relatos, la Red Federal de Poesía y el Programa Letras Argentinas. En ellos se buscó impulsar la literatura, no sólo acompañar a estas editoriales.

De todas maneras, es cierto que el tiempo fue muy escaso, apenas un año y medio, por lo que muchas acciones no pudieron terminar de cumplirse. Con el cambio de gobierno, el Ministerio de Cultura pasó a ser nuevamente una Secretaría y Pablo Avelluto fue el

Secretario. Con su llegada se disolvió la Secretaría de Políticas Socioculturales y no se continuaron las políticas que se venían llevando adelante: se discontinuó la Red Federal de Poesía, la segunda edición de Leer es Futuro no se entregó y se guardó en un galpón que luego se inundó y se echaron a perder muchísimos libros.

Las editoriales independientes son claves para que exista la bibliodiversidad ya que publican autores nacionales que aún no están legitimados y sus lógicas de venta son muy distintas a las de los grandes grupos editoriales, apuestan a que sus libros se vendan en el largo plazo, adoptan un compromiso con los escritores y no se rigen por las modas.

No buscaron ni buscan ser dominantes dentro del campo editorial, sino que su objetivo es subsistir de la mejor manera posible, podemos pensarlas como una práctica emergente, alternativa al modo hegemónico de edición. Dentro de las editoriales independientes, de todas maneras, nos encontramos con editores que pueden vivir de su editorial, otros que logran que su editorial se autoabastezca y algunos que invierten su propio dinero para que su editorial siga en actividad.

Durante el período estudiado, uno de los métodos de subsistencia fue la unión entre editores, ya sea para asistir a la Feria del Libro de Buenos Aires, ferias de las distintas ciudades del país o con el objetivo de organizar una cooperativa. Para esto, tuvo un rol clave el Pasillo de las Editoriales de la segunda edición del Encuentro de la Palabra, que de alguna manera adelantó su ejecución.

En este período surgieron tres cooperativas: Frente Mar, de Córdoba; Frente Relámpago, del Norte Argentino, y La Coop, de la Ciudad de Buenos Aires. Frente Mar se separó rápidamente, el Frente Relámpago trabajó durante dos años asistiendo a ferias de

todo el país, pero a causa de la situación económica, varias de esas editoriales desaparecieron y se disolvió en el año 2017. La Coop continúa en actividad, lograron visitar ferias de todo el país, asistir desde el año 2016 a todas las Ferias del Libro de Buenos Aires, crearon una distribuidora que actualmente trabaja con 18 sellos y cuenta con una librería desde fines del año 2016.

Si bien comenzó siendo una cooperativa de editoriales, en la cual para tomar una decisión era necesaria una reunión con todos sus miembros, La Coop se convirtió en una cooperativa editorial llevada adelante por personas, cuyos líderes son Marcos Almada, Paula Brecciaroli y Juan Crasci. Esto sucedió debido a que muchos editores no pudieron sostener la actividad que demandaba esta iniciativa, de todas maneras, la gran mayoría trabaja con la distribuidora.

Uno de los primeros objetivos fue visitar las ferias del libro en las distintas ciudades del país, comenzaron haciéndolo solos, pero luego se sumaron al Programa Letras Argentinas de la Secretaría de Políticas Socioculturales del Ministerio de Cultura de la Nación y contaron con un stand, traslado y estadía en las ferias en las cuales tenía presencia el Ministerio.

Las políticas públicas del Ministerio fueron claves para la conformación de La Coop, el segundo Encuentro de la Palabra fue un “darse cuenta” muy importante que aceleró la intención de formar esa unión y el Programa Letras Argentinas posibilitó una presencia muy fuerte en las ferias del libro del país en su primer año.

Si bien no hubo un objetivo concreto de parte del Ministerio de Cultura para que se generen cooperativas editoriales, podemos afirmar que su formación fue un gran efecto colateral de las distintas políticas.

Respecto a la creación de la distribuidora y de la librería, ambas se realizaron sin ayuda del Ministerio de Cultura y, como ellos dicen “muy a tracción a sangre”. Fueron dos proyectos que se autogestionaron y que crecieron lentamente. En 2015 trabajaban con aproximadamente 10 o 15 librerías, mientras que en el año 2021 lo hacen con una red de 300 librerías de todo el país.

Sin ninguna duda, los sellos de La Coop crecieron de una manera que individualmente hubiera sido imposible, ellos mismos lo reconocen. Tanto aquellos que participan de la comisión directiva como aquellos que sólo son distribuidos por ellos, ya que hemos visto las dificultades que tiene la elección de una distribuidora o la decisión de autodistribuirse. Aunque es cierto que ninguno de estos editores actualmente vive de su editorial, la gran mayoría de ellas puede autoabastecerse.

De esta manera, podemos afirmar que La Coop es un caso de éxito en el cual editoriales independientes pequeñas, acompañadas al inicio por el Ministerio de Cultura de la Nación, pudieron subsistir al mercado hiperconcentrado.

A su vez, es interesante observar también la creación de la distribuidora Carbono, por un lado, y la importancia de la Feria de Editores, como otros ejemplos de unión entre editores independientes.

BIBLIOGRAFÍA

ALTAMIRANO, Carlos (2002) “Términos críticos de la sociología de la cultura”, Buenos Aires: Paidós.

BÉRTOLO, Constantino (2008). “La cena de los notables”. Buenos Aires: Mar Dulce.

BOTTO, Malena (2014) 1990-2010: Concentración, polarización y después. En De Diego, José Luis (director), Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2010) Buenos Aires: Fondo de Cultura.

BOURDIEU, Pierre (1966) “Campo de poder, campo Intelectual”. Buenos Aires: Montessor.

BOURDIEU, Pierre (1999). “Intelectuales, política y poder”. Buenos Aires: Eudeba.

CAP (2014). “El Libro blanco de la industria editorial argentina”.

COLLEU, Gilles (2008) “La edición independiente como herramienta protagónica de la bibliodiversidad”. Buenos Aires: La Marca Editora.

DUJOVNE, Alejandro (2018). “¿Y dónde está el Estado? Propuestas para pensar al Estado y la política pública en los estudios del libro y la edición”, Revista Badebec, volumen 8, número 15.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1984) La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu. En Bourdieu, Pierre. Sociología y Cultura. París: Grijalbo

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1987) “Introducción. Políticas culturales y crisis de desarrollo: un balance latinoamericano”, en Políticas culturales en América Latina. Ciudad de México: Editorial Grijalbo.

HORKHEIMER, Max y ADORNO, Theodor W. (2013 o 1944). “Dialéctica del Iluminismo”. La Plata: Terramar.

LÓPEZ WINNE, Hernán y MALUMIÁN, Victor. (2016) Independientes ¿de qué?. México: FCE.

PRIETO DE PEDRO, Jesús, (2002), “Cultura, economía y derecho, tres conceptos implicados”; Revista de Cultura Pensar Iberoamérica.

SAFERSTEIN, Ezequiel y SZPILBARG, Daniela (2010). “La industria editorial argentina, 1990-2010: Entre la Concentración económica y la bibliodiversidad”. Buenos Aires.

SZPILBARG, Daniela. (2019) Cartografía argentina de la edición mundializada (modos de hacer y pensar el libro en el siglo XXI); Buenos Aires, Editorial Tren en Movimiento.

SZPILBARG, Daniela (2015). “Independencias en el espacio editorial argentino de los 2000: genealogía de un espejismo conceptual”. Buenos Aires: Revista Estudios de Teoría Literaria.

WILLIAMS, Raymond, (1977) “Marxismo y Literatura”, Barcelona: Ediciones Península.

Tesinas

MIRAGLIA, Leonardo “Políticas culturales durante los gobiernos kirchneristas: el Encuentro de la Palabra como pieza clave en la construcción de un proceso de hegemonía político-cultural. Año 2017.

PASSARELLA, Leonardo F. y ROSANOVA, Melina L. “Políticas culturales durante la gestión kirchnerista: Fútbol para todos (y todas)”. Año 2014.

Artículos periodísticos

DROVETTO, Javier (5 de septiembre de 2018) “Qué pasa cuando un ministerio es convertido en secretaría”. Redacción. Recuperado de: <https://www.redaccion.com.ar/que-pasa-cuando-un-ministerio-es-convertido-en-secretaria/>

Sin autor (19 de marzo de 2015). El Encuentro de la Palabra abre sus puertas al público el próximo sábado. Télam. Recuperado de: <https://www.telam.com.ar/notas/201503/98668-el-encuentro-de-la-palabra-abre-sus-puertas-al-publico-el-proximo-sabado.php>

Sin autor (19 de noviembre de 2015). Ya está en línea “Héroes. La historia la ganan los que escriben”. Ministerio de Cultura. Recuperado de: <https://www.cultura.gob.ar/noticias/ya-esta-en-linea-heroes-la-historia-la-ganan-los-que-escriben/>

Sin autor (sin fecha). Concurso Federal de relatos “La historia la ganan los que escriben” (Argentina). Escritores.org. Recuperado de: <https://www.esritores.org/recursos-para-esritores/12144-concurso-federal-de-relatos-qla-historia-la-ganan-los-que-escribenq-argentina>

Sin autor (marzo de 2015). Se presenta la Red Federal de Poesía en el Encuentro de la Palabra 2015. Ministerio de Cultura. Recuperado de: <https://www.cultura.gob.ar/agenda/se-presenta-la-red-federal-de-poesia-en-el-encuentro-de-la-palabra-2015/>

Leyes y decretos

Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales del 20 de octubre de 2005. Adoptada por la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, celebrada en París del 3 al 21 de octubre de 2005,

Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural. Adoptada por la 31ª reunión de la Conferencia General de la UNESCO. París, del 2 de noviembre de 2001

Resolución 453/10, del 26 de noviembre de 2010. Lealtad Comercial. Boletín Oficial de la República Argentina, del 30 de noviembre de 2010.

Disposición 26/2012 del 28 de febrero de 2012, del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas. Contenido de Plomo. Boletín oficial de la República Argentina del 5 de marzo de 2012.

Decreto 345/2012, del 12 de marzo de 2012, del Plan Nacional Igualdad Cultural. Creación. Boletín oficial de la República Argentina del 13 de marzo de 2012.

Decreto 641/2014, del 6 de mayo de 2014, de la Ley de Ministerios. Modificaciones.

ANEXO

Entrevista a Hernán López Winne

¿Cómo arrancó Ediciones Godot?

Nosotros primero hacíamos una revista, de 2005 a 2010, que se llamaba Esperando a Godot. 20 números en forma ininterrumpida. Nos decían que era un milagro haber hecho tantos números para una revista. Mientras estábamos en la mitad de la carrera de Comunicación Social en la Facultad de Ciencias Sociales.

Con formación meramente académica, no teníamos idea. Éramos tres, Víctor, un pibe que después se fue y yo. Se lanzó un Fondo Metropolitano en el Gobierno de Jorge Telerman. Primer fondo metropolitano, para empezar y lo ganamos. La idea de la revista era que los estudiantes tuvieran un espacio para comunicar. Al principio era anárquica, temática variada. Sí, tenía una entrevista fija con algún personaje importante del ámbito de las Letras. Cuando empezamos los tres primeros números, era con la idea romántica de hacer una revista gratuita, que se reparta en Centros Culturales. Yo me encargué de la venta de publicidad y Víctor se puso a aprender cómo se diseña. Los primeros números fueron de 16 páginas, gratis. Nos dimos cuenta que la agarraba cualquiera y a partir del cuarto la vendimos a \$1,50. Nosotros llevábamos la revista a kioscos de diarios asignados. Pero el diariero la agarraba y en definitiva no estaba mostrada, era muy difícil que llamará la atención.

La experiencia con la revista nos enseñó muchas cosas donde nos equivocamos, pero fuimos creciendo, sumamos gente, publicidad. Los 3 primeros números fueron bimestrales y después salía cada 4 meses. Llegó a tener, en los últimos números 48 páginas con formato A4, con lomo, era linda.

Los últimos números dónde había diez personas que escribían, cada vez más publicidad, a pesar de varios quilombos. Y en el número 20 hicimos una revista libro dedicado a revoluciones, con un cierre perfecto. ¿Y dijimos qué hacemos, queremos seguir publicando? Y por un mail de un lector que nos decía si publicábamos libros, empezó a rondar la idea, y si, podríamos.

Nos juntábamos en la casa de Víctor, mientras tanto trabajamos y terminamos la carrera.

En el comienzo sacamos dos libros, “Doce pruebas de la inexistencia de Dios” que habíamos leído en la carrera y “Andar ligero”, una novela de una autora argentina. Y arrancamos sin mucha idea, con la experiencia de la revista, sabíamos que no hacer, pero no teníamos un plan de negocios, una proyección. Fuimos a ver qué pasa.

A medida que los libros se vendían, nos dimos cuenta que la cosa más o menos iba, y por ahí en 2 o 3 meses se junta como para sacar otro libro.

¿Arrancó como hobby?

No arrancó como hobby, pero la idea de vivir de la editorial era casi una fantasía. Tal vez cuando seamos viejos. Después fue pasando que los primeros años seguíamos con nuestros laburos. Y yo estaba medio cansado de mi laburo anterior, Víctor estaba bien en el suyo. Hablé con él, y renuncié con el acuerdo de sacar de la editorial lo mismo que ganaba en mi otro laburo y le dedicaba todo el tiempo a la editorial.

Ahí nos dimos cuenta de que era otra cosa, que la editorial podía crecer en serio. Al mes hubo una convocatoria para una misión comercial a Ecuador que organizaba la Cámara del Libro, me dieron la plata para viajar. Tuve mucha suerte y conseguí a las dos cadenas de librerías más grandes de Ecuador y nos hicieron un pedido de libros. A los dos meses viajé a Chile y

me reuní con Fondo de Cultura que son nuestros distribuidores aún hoy, Estamos en Chile, España, México y Colombia.

¿Cómo se dividen las tareas?

Desde el principio, para mí era crucial que estén bien divididas, seguimos como en la revista. Víctor se encargó del diseño: las tapas, la página web, las redes sociales. El trabajo que él tenía estaba vinculado a lo digital y fue adquiriendo herramientas. Lo increíble es que él fue autodidacta, no estudió diseño. Lo mío fue la parte más comercial, contactar distribuidores, más relacionista pública. Negociar contratos, ver clientes. Cuando uno de los dos afirma que un libro es una bomba, hay que publicarlo, es muy difícil que el otro diga no.

¿Cuáles fueron las primeras dificultades?

La primera y que es algo, para mí, eterno, es conseguir el distribuidor. En cualquier reunión con editores, siempre terminas hablando de la distribución. Seas chico, mediano, grande es el eterno problema. Y cuando estás empezando, ¿a dónde vas a ir? Nosotros empezamos con un solo título, si pudiera volver atrás arrancaríamos con tres títulos, con un plan. Al tener un solo título, por recomendación fuimos a ver a Badaraco, una distribuidora chica. Al principio no le dábamos mucha bola porque vendíamos más por afuera, en el exterior que por librerías. Nosotros mandábamos los libros al distribuidor y chau, hacíamos tiradas más chicas. Ahora que hacemos tiradas de 2000 ejemplares y 1200 van al distribuidor, es importante saber a dónde van a estar los libros.

No hay mucho para negociar con los distribuidores. En Galerna y en general se quedan con el 60%, y se supone que se hace un descuento del 40% al librero y el 20% se queda el distribuidor. De cada 10, 4 son para el editor, 4 para el librero, 2 para el distribuidor. Después

te enteras de que una librería de barrio, en lugar del 40, le hacen un 35 o un 30% de descuento, no con Yenny porque no se puede negociar ahí.

Muchos librereros están conformes, y otros no están conformes con los distribuidores. Al editor le queda un 40%, pero eso no incluye la impresión, traducción, corrección, derechos. Por eso no es que nos queda muy poco. Ningún distribuidor cobra menos que un 55%. Incluso Cúspide distribuye algunas editoriales y se queda con el 65% del precio de tapa.

¿Cuál fue el momento donde se dieron cuenta que iban por buen camino?

Un punto fundamental fue cuando viaje a Chile, mande mail a medio mundo y me contestaron a los 3 días de Fondo de Cultura Económica. En el 2013, cuando estábamos a punto de sacar “El resto Indivisible” de Slavov Zizek. Nos felicitaron por el catálogo, vimos las condiciones y cerramos un acuerdo de distribución. Ellos estaban genuinamente muy interesados y después nos dimos cuenta de que era en serio. Yo estaba reticente a darles exclusividad, pero cuando vimos como trabajaban cedimos y tuvimos una presencia en Chile inaudita, increíble.

¿Cómo es su catálogo?

Arrancó como ensayístico, en su gran parte lo sigue siendo y a finales del año pasado empezamos a tirar un poco más para ficción, con autores como Virginia Wolf, Flatland, próximamente tendremos una novela de Beckett. Si bien nuestra proporción es un 80% ensayo, queremos que sea 60/40 la proporción.

Hoy por hoy preferimos negociar con editoriales que tengan los derechos de Beckett, pagar mucho por los derechos y apostar ahí. No deja de ser un enigma, este autor escribió solamente tres novelas. El dato duro que tenemos es que no circulan hace más de diez años estos libros,

el único. Podemos suponer que va a vender bien, pero que se venda más o menos rápido, no lo podés saber.

Es un proceso largo, que financieramente es tremendo. Primero pagas los derechos para traducir el texto, después le pagas al traductor. Después te encargas del diseño, un corrector, lo mandas a imprenta, lo mandas a distribución y recién después empezás a cobrar. Puede llegar a durar este proceso hasta un año y no se puede acelerar prácticamente.

¿Cómo fue el laburo en el interior?

Es cierto que en un pueblo como Lincoln haya pocas librerías. Lo que seguro hay, es gente que puede comprar tu libro. En muchos de esos casos, las municipalidades organizan ferias del libro. Eso fue algo que empezamos en el año 2015, en nuestro equipo hay una persona que se encarga de eso. De hecho, nos llevamos la sorpresa de que Marcelo fue a todas las ferias y nos fue muy bien en todas.

Desde Lincoln, Las Breñas en Chaco, una carpa en el medio de la nada y Comodoro Rivadavia que es una gran feria con un poder adquisitivo alto. Ahora eso suple, el seguimiento de las librerías de Formosa que vende 3 libros por mes.

Yo fui a la feria del libro de Villa Mercedes en San Luis, ahí te pagan todo para que vayas, pasaje, alojamiento y comidas. Fuimos a ver qué onda y vendimos en 3 días, 120 libros, en ese momento vendíamos 300 libros por mes aproximadamente. Y así nos pasó en muchas ferias, toda la gente esperaba la feria, una vez al año: van autores como Eduardo Sacheri. Todos los noticieros locales hablaron de la feria y se llenó de gente.

Fuimos a Villa Mercedes, Viedma, Corrientes, Escobar, La Plata, Junín, Pehuajó, en algunas más en otros menos pero siempre vendimos libros. Hay lugares donde los libros no llegan.

¿Cómo fue su trabajo con las librerías al comienzo?

En el año 2014, por los trabajos que teníamos, estábamos más preocupados por producir. Pero a las librerías no íbamos, estaba todo bien pero no nos conocía nadie, algunos conocían nuestros libros, pero no tenían idea quienes éramos.

Nosotros desarrollamos más rápido y firme la distribución en el exterior que acá porque es mucho más rápido. En nuestro país cuando los dos estábamos a tiempo completo, empezamos a visitarlos y nos dimos cuenta de que, para que el libro esté exhibido, tenés que hablar con el librero, avisarle que novedades les va a llegar, ir una vez por mes a Arcadia, Norte, Hernández. Regalar incluso algún libro, yo la otra vez estaba en el Centro y fui a visitar a uno sin ningún interés. Estar ahí más o menos presente.

Yenny y Cúspide es otro tema. En las cadenas no podías ni podés dejar de estar. Es muy distinto, tenés que por ahí dar con el encargado general de la librería que no todos los días está ahí. Al vendedor es muy jodido llegar.

¿Cómo es el trabajo con las demás editoriales?

Competir siempre competís, cuando alguien entra a una librería o va a la feria competís. Eso no quita que se puedan hacer muchas cosas en conjunto. Nosotros estuvimos en un colectivo con 9 editoriales que se llama **Sólidos Platónicos** que nos juntamos con el objetivo específico de la Feria del Libro que el stand es muy caro y para estar, no tenemos otra forma. Y la realidad es que hay que estar.

¿Cómo surge Solidos platónicos?

En 2014, nosotros entramos por la ventana. Se habían juntado entre varios editores. Conocíamos a Alejandro de Criatura editora. Faltaba una editorial para que den los números

y entramos. En ese momento, no nos conocía nadie. Habíamos publicado a Zizek, y fue nuestra puerta de entrada a un montón de lugares, como Sexto Piso y FCE en Chile.

Hicimos la prueba y entramos. El nombre Sólidos Platónicos, surge porque son unas figuras geométricas que tienen ocho lados y justo en el stand éramos 8: Gourmet Musical, Criatura editora, Aquilina, Librería, Letranova, Sigilo (en ese momento era Paprika), Wolcowicz y Godot.

¿Cuál fue el objetivo de Sólidos Platónicos?

El objetivo era ir a la Feria del Libro de Buenos Aires, estar en el stand para compartir gastos. Después, y de ahí surge nuestra amistad con Leandro de Gourmet Musical, a partir de eso hicimos un rastreo de las ferias del interior del país a lo largo del año y eran un montón. Ferias que organizan los municipios y te invitan y te pagan todo, otras donde tenés que pagar vos, chicas, medianas, grandes.

Ese año con Marcelo Silveyra que atendió el stand, recorrimos todo el país previa creación de un fixture con todas las ferias y ver en cuales se vende y cuáles no. Fue una experiencia donde el único que se sumó fue Leandro y lo mantuvimos hasta antes de la pandemia. No a todas, porque algunas rinden más, otras menos. Pero en el año, entre 10 y 15 ferias de distintas ciudades vamos.

¿Llegaron a ir juntos a alguna feria internacional?

No, nosotros hemos ido a la feria de Guadalajara del 2014 al 2019 pero como Godot. El stand de Guadalajara sale un huevo, pero rinde, es una linda feria.

¿Es el germen de Carbono?

No, al contrario. El germen de Carbono es la separación de ese grupo. Desde el 2018, veíamos el problema grandísimo que había de distribución de nuestros libros. En ese año, la editorial ya estaba asentada. Victor y yo trabajábamos a tiempo completo en la editorial.

Habíamos empezado a crecer, a publicar más libros, etc. Dijimos: “necesitamos una mejor distribución”, hablamos con nuestro distribuidor, que era Galerna, y les hicimos algunos planteos de que queríamos vender más, crecer y necesitamos un poco más de información, no para cagarle la venta en las librerías sino saber dónde están, para saber que librería apuntala”.

Ahí nos dimos cuenta de que, lo que debe pasar con todos los distribuidores que tienen más de 100 editoriales, no nos quisieron dar más información. Ahí pensamos en hacer algo propio y surgió Carbono. Que al comienzo fue un quilombo infernal pero hoy estamos super contentos, ya tenemos tres personas contratadas y sumando una cuarta.

Está funcionando porque ahora tenemos toda la información, el control de los libros, es un trato super bueno con los gerentes de Cúspide y Yenny, que son gran parte de la venta y con las otras librerías. Si estuviéramos con otro distribuidor no venderíamos lo que vendemos.

Carbono, ¿nace como distribuidora?

Nace y será la distribuidora. Después pensamos que podemos hacer para que crezca. Ahí empezamos a tirar ideas y una de ellas fue la del Club de lectura, que arma Sebastián Lidijover y nos fue super bien. Es un club diferente, no mandamos los libros, sino que armamos un mail por semana y la gente va y compra el libro en la librería, eso genera un movimiento. Siempre estamos pensando en qué podemos hacer para vender más en librerías que nos da la presencia.

¿Qué editoriales conforman Carbono?

Leteo, Godot, Sigilo, Gourmet y Barret, editorial española que los empezamos a distribuir con ediciones locales, no con importación. El libro se imprime acá, se vende en pesos a un precio razonable. Entonces llega con esa condición, imprimen tres o cuatro títulos por año: el primero fue Panza de burro que en España vendió una bestialidad y acá metimos la primera reimpresión al mes, funcionó muy bien.

¿Cómo surge el concepto de bibliodiversidad?

La bibliodiversidad surgió en base a lo que dijo Pablo Avelutto en la Feria del Libro de 2016. Que explicó que con la apertura de las importaciones los lectores de Stephen King iban a poder comprar sus libros, libros que ya estaban presentes. Además, la otra gran mentira es que los libros nunca se dejaron de conseguir, caros, pero estaban los libros importados. No era que estaba cerrado, estaba protegido. Por ahí te salía el triple, pero se podía conseguir.

Lo que va a entrar son saldos de libros que, en lugar de mandarlos a picar, los mandan para acá. No todos serán libros malos, pero van a competir en igualdad de precios un libro de Ciruela que uno nuestro. Los libros importados vienen en firme, el que los importa ya los paga. El editor local no le vende en firme, sino que le consigna, por lo tanto, estás otra vez en desigualdad.

Que todos puedan tener las mismas condiciones de participar en un mercado muy complejo y difícil y posibilidades en un campo donde hay pequeño, mediano, grande y gigante. Es cierto que muchas veces, como es el caso de La Coop que son editoriales muy chicas que ellos se están moviendo y muy bien. Algunas son minúsculas, pero si no estuvieran juntas no tendrían posibilidades.

¿Cómo fue el surgimiento de la Feria de Editores?

La primera fue en 2013, nació cuando con Victor fuimos a ver a nuestro distribuidor, esto fue antes de Sólidos Platónicos, las editoriales pequeñas no tienen un espacio en la Feria del Libro y, ni siquiera existía los 7 logos porque no estaba permitido compartir un stand todavía.

Vimos que faltaba un espacio para esas editoriales puedan tener ese contacto directo con los lectores, tiramos ideas en un Kentucky de Belgrano y Entre Ríos con Victor, los dos venimos de la Carrera de Comunicación, tuvimos contacto con la gente de La Tribu para hacer algo en el auditorio. No teníamos un mango ni expectativa de que fuera nadie, convocamos a algunas editoriales, hubo algunas que nos dijeron que un fin de semana ni a palos.

La idea nuestra era que sea una feria donde vaya al lector y los stands sean todos atendidos por editores, que se genere el contacto entre el lector y el editor que en la Feria del Libro eso en general no pasa, salvo en las editoriales más chicas. En general no está el que eligió el libro, el traductor sino un vendedor que no aporta un diferencial. Cada stand, la condición que pusimos y hubo algunos que no les gustó, es que tenía que estar atendida por los editores. Nosotros las elegimos, hicimos una lista y fuimos invitando. En general salió rápido, lo que nos quedaba era darle mucha difusión. Sobre todo, en las editoriales más chicas y en la primera vino bastante gente.

La primera que fue un sábado, la hicimos justo cuando es la tormenta de Santa Rosa, a fines de agosto, lo que llovió ese día. Arranco a llover a las 8 de la mañana y no paró nunca.

Toda la calle inundada, era el horror. Dijimos debut y despedida, les pagaremos las pizzas a las veinte editoriales que vinieron.

En la segunda nos contactaron dos conocidas de la carrera que se dedicaban a la prensa y les gustaba el evento y nos ofrecieron ad honorem darnos una mano con la difusión. La segunda explotó, no se podía caminar. Muchas editoriales que en la primera no habían venido se empezaron a sumar. Siempre fueron un día y se daba un espacio adicional donde podías vender 40, 50, 80 libros en 4 horas. Pasaban escritores y venían a saludar. Se dio un evento mucho más grande de lo que imaginamos, nos empezamos a quedar cortos. Después de la cuarta nos dimos cuenta de que algo había que hacer.

La que hicimos en agosto de 2015 estuvo repleta, mucha gente se quejó de que no podía entrar. Era un colapso de gente, no había espacio para moverse. Y acordamos que había que hacerlo en otro lado, porque no se iba a poder caminar.

Agosto es un buen mes para el editor, buscamos un lugar más grande y cobremos para cubrir los gastos. Conseguimos la Galería Central Newbery, una galería de 400 metros cuadrados donde habrá 90 editoriales que ya estaban confirmadas e inclusive quedaron algunas afueras. Tenemos 50 en lista de espera por si se baja alguna, somos muchísimas editoriales.

Nuestra idea es que funcione y se instale como la Feria del Libro, que los editores sepan que hay que estar. Una feria paralela, que busca a un lector interesado en saber un poco más de los libros, del proceso. Se genera un ida y vuelta, un contacto distinto, sugerencias, críticas y eso nos suma mucho.

¿Lo que los unía a todos era que todas las editoriales eran chicas?

Si, fue esa la idea. Éramos todas independientes, chicas que no teníamos guita para estar en la Feria del libro y queríamos tener ese espacio con los lectores y mostrar lo que hacemos, ese fue el punto de unión.

En la de Central Newbery fue la primera en dónde la rompen, ¿no?

Si, esa fue la primera en la que nos dimos cuenta de lo que generaba la FED, hubo gente quejándose en redes porque no había podido entrar, nos reclamaban por el lugar, porque no se podía circular. Lo mismo nos pasó al año siguiente cuando la hicimos en Santos 4040, era el triple de grande y nos pasó lo mismo.

Ese fue el detonante para buscar un lugar más grande, porque era insostenible y fuimos al Konex. No había tantos lugares de buen tamaño para hacerlas y para nosotros es innegociable hacer las cosas de a poco.

Hay muchas cosas que de afuera no se ven, pero de Santos 4040 al Konex, el costo de alquilar fue sideralmente mayor, por eso hubo que hacer una ecuación muy fina para agrandarnos y que nos dé el cuero para poder solventarla. Fue una re jugada que nos salió re bien porque el público respondió, pero podría haber salido muy mal.

Pasamos a tener, además, un montón de problemas que antes no teníamos: contratar iluminación, internet y que ande, de hecho, en el primero cuando empezó la feria no anduvo, Victor tuvo que involucrarse, hablar con los proveedores. Aparecieron una serie de quilombos que en los otros formatos no pasaban. En Santos eran 80 editoriales y en el Konex eran 200/250.

¿Qué tenían en cuenta a la hora de elegir una editorial para que participe de la FED?

Tenemos una serie de parámetros: editoriales universitarias no, porque más allá de que hay algunas que están buenísimas, son un tipo de editorial que está anclada a la plata del Estado, que no por eso está mal. Pero la idea del riesgo de la actividad editorial, éstas no lo tienen, porque se sostienen vendan o no. Editoriales religiosas, de medicina, jurídicas: ese tipo de editoriales no es lo que a nosotros nos interesa. Todo lo demás nos interesa, narrativa, teatro, ensayo, poesía entre otros.

La FED no es democrática y no nos interesa que lo sea, hay ciertos parámetros que tenemos. Cuando nos mandan una postulación, hablamos con colegas. Hay una especie de consejo asesor que nos orienta acerca de las editoriales. Tenemos mapeadas, en todo el país debe haber 500 editoriales de las temáticas que nos interesan y en la FED entran solo 250.

¿La FED la pensaron de alguna manera como una unión entre todos?

Si, estaba eso sobre la mesa. Por supuesto que la parte de organización, decisión, etc. caía sobre nosotros. A diferencia de la Feria del libro donde tu barrera es la plata, acá además hay otros criterios y otras intenciones más allá de la mera posibilidad de pagar el stand. Acá por más que puedas pagar el stand, no vas a tener el lugar asegurado. Hay determinados criterios que guían esa decisión y uno es que sean editoriales independientes, que haya una lógica sobre los catálogos que no es la de los grandes grupos.

¿Cómo es su relación con la Feria del Libro de Buenos Aires? ¿Cómo interactúa con ella?

Efectivamente, desde el primer momento nunca planteamos a la feria en contra de, para hacerle frente a, nada que ver. De hecho, nos llevamos super bien con la gente de la Fundación El Libro y siempre, desde el momento que surgió, el trato fue super bueno. De

hecho, Jorge Gutiérrez Brianza nos aconsejó en un montón de cosas, cómo hacer mejor las cosas. Nunca pensamos la FED como contra la feria del libro, o una respuesta a la Feria del Libro. Fue una respuesta para ese espacio que queríamos las editoriales más chicas

¿Son como una especie de complemento?

En realidad, lo que vemos es que es otro público. El público que va a la FED va a pasear, lo siente como una salida. Da vueltas, se toma algo, vuelve a entrar. En el Konex la gente se quedaba, pero sobre todo es gente que va a comprar. Nosotros tenemos un fotógrafo que se llama Matias Moyano y está buenísimo ver las fotos de la gente que viene con la pila de libros, contenta y esa es gente que después, en todas las FED, desde el primer Konex trabajamos con Alejandro Dujovne para entender cuál es el público de la FED.

Una de las cosas que surgió, es que la mayoría de la gente no va a la Feria del Libro. Podemos pensarlo como un complemento, pero son públicos totalmente distintos. La gente que va a la Feria del libro puede ir tranquilamente a la FED. Al aglutinar tantas cosas diversas permite que un público no tan afín, se acerqué a ver qué pasa.

¿Cómo ven el sistema de saldos?

Un libro mío nunca le va a llegar a un saldero, nuevo cielo y tierra para saber cómo está ahí si lo llegó a ver. Random House, Alfaguara imprimen un libro, como es más económico hacer por mucha cantidad lo hacen, venden por librerías y a los 3 meses lo que no pude vender lo saldan a \$20 y listo, ya recuperaron la inversión y sacaron la ganancia.

A mi si me importa lo que pasa con mis libros entonces no lo voy a saldar nunca, no importan los tiempos que puedan tardar en venderse. Igual a todas las editoriales como La Bestia Equilátera o Eterna Cadencia no saldaríamos ningún libro.

Nuestro plan como editorial es que Zizek se va a vender más rápido que Guzmán, el primero tardará 2 años y el segundo 5. La idea es que los libros tengan una long tail, que no haya picos ni bajadas de venta. Si todos mis libros del catálogo vendieran 20 libros por mes, estamos hablando de 1200 libros por mes. Es un punto fuerte de cara a los escritores saber que sus libros no se van a saldar.

¿Los alcanzaron las compras para la CONABIP?

A nosotros nunca nos compraron, a los Sólidos Platónicos nunca nos compraron. No sé a quién le compran, en el último llamado nos preseleccionaron 6 títulos, el anterior 4 pero nada, ya no te pones contento. Si pegas una compra son 1500 ejemplares de una vez.

La CONABIP tiene distintas temáticas. Es una oferta descomunal, si nos ponemos a sumar los números de todas las editoriales que existen. Te armas una lista de 30 mil títulos de los cuales compran 100 o 200. Es muy difícil que te toque a vos. Es una buena iniciativa, pero no termina de ayudar.

¿Cómo los encontró la pandemia y cómo están saliendo de la situación?

El primer golpe fue durísimo, veníamos creciendo re bien, Carbono super aceitado. Cuando decretan el cierre en marzo de 2020, muchas librerías comenzaron a demorarse en los pagos, e incluso las cadenas empezaron a decir que los cheques que teníamos, no los depositemos porque iban a rebotar.

Pasaron los meses y por suerte en abril, se permite el delivery de libros y nos hizo mantener a flote. Ahí armamos la web: “Librerías con delivery”.

A la vez de que nos mató, como teníamos el catálogo digitalizado. Fue un mes de mucha venta y publicidad de e-books. Ese mes fue de cero pesos que ingresaron por la distribuidora,

pero pudimos pagar los sueldos con la venta de los libros digitales. Muchas editoriales que no tenían su catálogo digitalizado tuvieron que hacerlo en ese momento. Creo que al menos sirvió para eso.

Con el delivery funcionando, dentro del panorama terrible que fue y sigue siendo la pandemia, nosotros pudimos salir a flote. Creo que también tiene que ver, con que por mucho tiempo el único producto cultural al que podías acceder era el libro. Entonces, eso nos salvó.

¿Cómo fue la versión virtual de la FED?

Primero, veníamos sosteniendo que no la íbamos a hacer por la pandemia y la virtualidad, creíamos que La FED era presencial o no era. Con el tiempo, hablando con colegas y habitués de la FED. Nos dimos cuenta de lo importante que era, entonces nuestra conclusión fue: no la podemos hacer presencial, pero hagamos algo para poner al libro como foco, hicimos una FED virtual para sostener el evento como tal.

Charlando con Matías de Brezal surgió la idea de ver si Cultura de Ciudad nos podía dar una mano con la logística y ofrecer a las editoriales que la logística de las ventas dentro de CABA sea con el envío sin cargo, y se hicieron cargo.

Como excepción sumamos a las librerías y distribuidores. Se armó una versión digital, con un sitio con todas las editoriales y que cada editor pueda elegir un medio de contacto: Google Meet, Instagram, Zoom, alguna plataforma de interacción. De esa manera simulamos la experiencia de la FED.

Nosotros a las 19 h abríamos el Google Meet y ahí estaba yo charlando con el público. Por otro lado, cada editorial elegía una librería. La librería vendía los libros por esa edición. Queríamos que toda la cadena estuviera presente para afrontar esta crisis juntos.

En el 2021, vamos a experimentar con una FED presencial y un sitio e.-ommerce que manejará la Librería Cespedes para ver si funciona. En ese sitio van a estar los libros y editoriales de la FED, si llegase a funcionar lo hacemos de nuevo y rotamos la librería; el primer año Cespedes, el siguiente otro.

La idea es que cualquiera que esté fuera de Capital o no quiera ir a la presencial por algún factor en esta situación de pandemia, que tenga la posibilidad de entrar a un sitio y comprar lo que hay en la FED presencial. Este año serán 220 editoriales aproximadamente, y todas van a ser locales. Por temas sanitarios no va a haber extranjeras.

¿Qué creen que significa ser una editorial independiente?

Es un término que sirve descriptivamente, para resumir. Pero el punto central es que son editoriales que funcionan con lógicas diferentes a los de los grandes grupos como Random House, Planeta y Alfaguara.

Las lógicas de publicación, de venta, no saldar libros. No apuntamos a un best seller, si la pegamos buenísimo. No está mal, me encantaría tener alguno, pero no es un objetivo, llegará solo. No hacemos publicidad en vía pública, no las podemos hacer por una cuestión de costos.

En lugar de gastar 20 mil pesos en un cartel, sacamos otro libro. Va mucho más allá de una cuestión de costos. Si me sobran 30 mil pesos no pongo una publicidad, sino que sacó otro libro. Ellos se manejan distinto más allá de tener más o menos dinero. Es otra concepción del dinero.

Planeta compró Paidós, y la transformó en un desastre, gracias a que hacen cosas mal. Nos generan un resquicio para tener posibilidades a nosotros.

Independiente significa que no hay una línea que te indique lo que publicás, no importa si funciona, si se vende.

Entrevista a Marcos Almada

¿Cómo fueron tus comienzos como editor?

Yo era un consumidor de libros, un comprador de saldos de Corrientes y Parque Centenario. Mucho tiempo de mi vida compre libros usados, hoy ya hace mucho que compro libros nuevos y de sellos editoriales contemporáneos, cercanos, independientes, una palabra que está en juego pero que sirve para identificar, sirve como una especie de marca social, si vos le decís a tu tía que tenés un libro de un sello de una editorial independiente, ella va a saber de qué hablamos.

Hay que reivindicar la palabra independiente, los españoles y los alemanes nos están diciendo que latinoamericanos y que argentinos tenemos que leer, es impactante, es una realidad económica y política.

Alto Pogo surge, creo como todo sello editorial, nos juntamos un grupo de amigos que nos juntábamos a leernos entre nosotros, charlar, comer, trabajar el texto del otro. Hay una necesidad que tengo de publicar al otro, ¿por qué motivo yo te publicaría a vos, trabajaría y perdería el tiempo con vos, después de hacer el libro, me juntó con un diseñador, lo diseña, hay que venderlo, hay un festival, te llamo para que vayas, te armo una mesa para que estés con otros autores? Todavía no tengo la respuesta, pero sé que me gusta.

Nos juntamos y pensamos en armar un sello, empezamos a buscar el nombre y apareció POGO, después tuvimos que cambiarlo porque la Cámara Argentina del Libro ya había inscripto en el 2009 una editorial con ese nombre que tenía un solo libro, pero eso ya nos lo impedía. Después surge ALTO POGO, hablando con Nico Correa, que formaba parte de este grupo de posibles editores, y propuso ALTO que viene de un lugar distinto al pogo, que se enfrentan.

Había ganado un fondo metropolitano con un libro mío y cometí el error de publicarlo con pogo, una novela mía. Y cuando ya empezaba a trabajar con otros libros, una antología, un libro de cuentos y uno de poesías; los chicos no estaban para arrancar, no tenían tiempo y arranqué solo ayudado en números con mi mujer. Después uno de ellos, Hernán Brignardelo nunca me dijo que no, pero no podía. Nico Correa después se sumó desde la parte de poesía, armó una colección dentro del sello dedicado a eso, yo solo lo ayudé un poco en pre y producción.

Teníamos el conocimiento de palpar el ambiente, ya estaba trabajando en un programa de radio en FM La Tribu, que lo hacíamos con Hernán y dos amigas. El programa trabajaba con lo independiente, lo alternativo, lo off en todas las expresiones culturales, yo tiraba más para la literatura y pasaron muchos escritores por ahí. Íbamos a ciclos de lecturas y centros culturales que se leía en vivo. Hace varios años que leo exclusivamente libros nuevos de estos sellos que te comentaba, además de leer lo que no se publicó aún con nuestro sello.

Ya estábamos metidos en el ambiente de la cuestión literal, ya hablaba con editores, yo escribo. Por suerte encontré gente muy generosa, que comparte información y te va orientando. Armamos Alto Pogo y participamos de la Exposición de la Actual Narrativa

Rioplatense, que fue una propuesta que nos hizo Ana Ojeda a Nicolás y a mí para incluir autores actuales en actualidad. Con cuatro tiradas de 40 libros. Ese grupo se disolvió.

Arrancó todo en el 2013, nos nutrimos de la gente que teníamos alrededor, amigos escritores que publicamos cosas de ellos y recomendaciones de ellos. Ahora empezó a ser más conocido el sello y está llegando textos de gente que no conozco. El primer año publicamos tres libros, el segundo 4, el tercero 8. Queremos sostener el crecimiento y siempre haya cosas nuevas.

Me di cuenta de que había un montón de trabajo que yo no quiero hacer, pero que hay que hacer, aunque no me guste. Tiene que ver con la distribución, la venta. Yo no tengo un sello editorial por el simple placer de publicar y leer, eso lo hago desde que arranqué esto. Pero yo quiero que los libros se lean, para eso o los regalo o los vendo. Si los regalo, publico un solo libro. La idea es que la editorial se autofinancie y produzca su propio dinero, que consiga subsidios. Nosotros no ponemos plata, un capital extra en el sello, estamos obligados a venderlos y hay que moverse mucho para ello y uno solo no puede.

¿Cómo surgió la iniciativa de la cooperativa?

Tiene dos puntos históricos que tienen que ver con lo que fue La Coop después, yo participe en Zona Futuro, un ciclo que hacía Esteban Castromán, un espacio que funcionaba como un radar buscando nuevas alternativas en lo cultural, muy abocado a lo literario. Teníamos un programa de radio en La Tribu que lo hicimos ahí.

Un ciclo que se llamaba Pista y lo que habían hecho es darme la posibilidad de contar en 10 minutos un sello editorial nuevo, chico. Ahí nos conocimos con algunos sellos de La

Coop y entre bambalinas, nos juntábamos y nos quejábamos. ¿De qué se queja un editor? De las dificultades que tiene la distribución. Todo esto fue en el año 2014.

Habíamos empezado a hablar, juntarnos a tomar cerveza para ver el tema de distribución y comenzar a ir a ferias. El punto neurálgico era trabajar en conjunto la distribución, todos teníamos 4 o 5 libros en la calle y hacíamos la distribución nosotros, entonces cada vez era más difícil reponer, cobrar y no queríamos ir a las distribuidoras más grandes y consagradas porque sabíamos que no nos iban a dar bola como necesita una editorial independiente.

Después pasó el Encuentro de la Palabra que se hizo en Tecnópolis, que nos invitaron a participar, ahí estaba el pasillo de las editoriales independientes, ahí compartimos stand con otras dos editoriales, Editorial Conejos también compartió con otras dos y ahí dijimos por qué no compartimos espacios. Ahí empezó el germen de las ferias, en lugar de viajar todos separados, generando un gasto mayor a las ferias a la hora de invitarnos. Entonces cuando ofrecíamos nuestra participación, avisábamos que iban 20 editoriales, pero viajaba una sola persona.

Con el tiempo eso creció y comenzamos a ofrecer contenido, en 2018 y 2019 producíamos contenidos para las ferias. brindábamos talleres, cobrábamos por eso y le pagábamos a los escritores que los hacían. Se empezó a armar lo de producción y es un gran déficit para las editoriales y librerías independientes cómo comunicar los libros, visibilizarlos. Si tenés una librería estás todo el tiempo laburando ahí como librero, no tenés tiempo; como editor lo mismo.

Nos dimos cuenta de que había algo interesante para hacer en conjunto, nos hicimos cargo también de una distribuidora, algo chiquito con una persona en bicicleta, muy a tracción a sangre. Hasta que, en un momento, cuando la distribuidora estaba casi formada y trabajando con algunas librerías, nos dimos cuenta de que no funcionaba. Apareció Juan Crasci, que ya formaba parte de la cooperativa, editor de Años Luz, y se ofreció para hacerse cargo de la distribuidora, para trabajar como administrador de la Unidad.

El trabajo que hizo Juan desde que lo agarró, a fines de 2015 y le dio un cambio grande. Es una persona muy obsesiva con el laburo, conoce el rubro y encontró un trabajo con las librerías muy grande y la hizo crecer a full. Ahora incorporamos un corredor, uno que nos da una mano con toda la parte logística.

El germen fueron estos dos lugares que si nos juntamos y aunamos fuerza íbamos a hacer algo interesante: las ferias y la distribuidora. Ahora hay otros objetivos, que fuimos encontrando en el camino, como la librería. La idea es poder formar unidades de trabajo y preparar a gente para que las lleve adelante. Yo estoy trabajando fuerte lo que es la comunicación, que el 2020 nos hizo ver que era un gran déficit nuestro, comunicar lo que hacemos, lo que hacen las 18 editoriales, la librería.

Son 18 editoriales que distribuimos, no todas forman parte de la cooperativa. La cooperativa está formada por personas, la gran mayoría de esas tienen un sello editorial, pero cuatro personas somos las que manejamos la cooperativa. Además, tenemos cooperativistas que trabajan con nosotros, el que se encarga de la comunicación, el de la logística. Empezamos a incorporar a la cooperativa gente que trabaja en áreas particulares. Somos una cooperativa editorial, pero no todas las editoriales que distribuimos forman parte de la cooperativa.

Al principio estábamos Alto Pogo, Conejos, Años luz, Santos Locos. En esas editoriales están las personas que llevábamos y llevamos adelante administrativa y financieramente a La Coop. Juan que trabaja en la distribuidora, Paula y yo que llevamos la librería con Hernan Brignardello que es el administrador. En el principio estuvieron Hudson, que dejó de formar parte del trabajo cooperativo, Club5 lo mismo, China editora formó parte, pero ya ni siquiera de la distribución, Mágicas Naranjas. Muchos sellos estuvieron cuando se formaba, y cada uno raleo su participación, hoy no forman parte de las decisiones que toma la cooperativa.

Es el camino para acceder al mercado, en las ferias de las provincias hay distintos mercados si uno pretende que sus libros se van a vender en librerías solamente está muerto como sello, cuando hablamos de la distribución y la circulación en realidad es que el autor viaje, con el libro pero que vaya el autor. Que vaya a un festival en Santiago de Estero.

Nosotros no publicamos solo un libro, publicamos gente que escribe libros, no es sólo el libro y me olvido. Nosotros formamos una sociedad con el autor, seguimos trabajando con el autor. Nosotros no cobramos por publicar los libros a los autores y posibilitamos desde la gestión que el autor pueda moverse y mezclarse con otros autores para que se conozca bien, le da una riqueza más grande.

Con la Coop logramos eso y estamos pensando en otras cuestiones, trabajando fuertemente en lo que es la distribución.

¿Cuál es el inconveniente que querían resolver?

Yo solo cuando tenía 3 libros, agarraba la bicicleta e iba a tres librerías, había que ir cada 15 días para ver si se habían vendido los libros y que me paguen, pero no lo tenía

sistematizado. Un día no podés ir a uno, otra te pide un libro y no podés ir. Y además de la editorial, tengo otro trabajo. Y eso hace que pierda tiempo para ponerme hacer lo que me interesa que es leer y trabajar en los libros.

Mi idea cuando comenzamos era tercerizar lo que no nos gusta hacer, pero antes había que sistematizarlo, teníamos que armar un plan de trabajo nosotros. Éramos doce sellos, uno de ellos es Box que es un sello de poesías de Bahía Blanca de larga data que tiene 250 títulos, en la bicicleta no podés distribuir todo eso, ya necesitas un auto, tenemos una persona que se encargue de eso, que estamos formando, que distribuya como nosotros queremos, a prueba y error, pero es importantísimo que la distribución funcione, que sea sistematizada, que el engranaje funcione, esto en Capital Federal, imagínate en la provincia. El problema es la logística, la distancia y el tiempo.

No trabajo con ninguna distribuidora, porque no trabajo de igual a igual, no va a trabajar conmigo y nos vamos a poner de acuerdo con los intereses de cada uno y no tiene en cuenta mis necesidades. Ahora yo sé que una distribuidora grande, las pequeñas están desorganizadas y te pierden libros, si le caen 20 sellos ya después no puede porque no se organizó como, por ejemplo, nos estamos organizando nosotros que arrancamos y nos dimos cuenta de que había un montón de problemas y lo fuimos solucionando en el camino. Porque el estar en el terreno, te da conocimiento, hablas con el librero.

Si voy a una distribuidora grande que es la que te puede distribuir en todo el país y te hace firmar un contrato de exclusividad, que hace que me lleve los libros a 30 librerías de Capital Federal, pero yo quiero que vaya a 35 y te dice que no, porque en esas 4 o 5 no trabaja. Y que yo no pueda llevar libros a esas, me parece deshonesto, pero como es grande uno va más achicado.

Mis libros no los laburan igual que a Alfaguara y Planeta, porque ellos ponen plata, reportan más ventas, pero no buscan los motivos de porque no se venden los libros, no le buscan una vuelta. Y el tema de los pagos, no te pagan enseguida, no te dicen en que librerías están, no me dan a elegir en cuales quiero estar. Se quedan con el 20% el distribuidor, el 40% las librerías, después nosotros le damos el 10% al autor. Y si subimos los precios no nos lo compra nadie.

Nosotros en Alto Pogo y en La Coop trabajamos con precios bastante accesibles, tratamos de afinar mucho el lápiz para que los libros se vendan. Estamos publicando autores inéditos, que es la primera vez que publican y no son conocidos y los ponemos en juego, para eso hay que venderlos.

En esas reglas de juego es más interesante, si a mí no me interesa laburar con vos porque las condiciones no me parecen favorables, vos me podés decir, anda y labura solo. Nosotros estamos haciendo eso, armamos nuestra propia distribuidora, estamos muy contentos. Vamos a poder tener control, cada sello editorial, de todo lo que se vende, de todo lo que circula.

Necesitas gente, que labore con vos, pagarle, generar esa plata. Estamos armando un montón de pequeños trabajitos relacionados con la literatura que nos den plata por afuera de la venta de libros para poder con ese dinero pagar estos gastos y no sacarle plata al libro, si no pongo plata de mi bolsillo y vendo, con esa venta tengo que pagar gastos como una oficina de depósito, que la pagamos entre todos, le pagamos al que va a las ferias.

Estamos interesados en que otros sellos editoriales se cooperativicen, para que en un futuro nos podamos vincular, asociar para que entre todos distribuyamos en todo el país y en

Latinoamérica para liberarnos de las distribuidoras. Juan Crasci viajó viajando a Santiago del Estero cuando se juntaron sellos de Tucumán, Jujuy, Salta con la intención de cooperativizarse. Para sobrevivir al mercado no queda otra que estar unidos.

Godot, sello editorial sólo y funciona muy bien. Se junta con otros sellos solo para la Feria del Libro, Sólidos Platónicos. Tiene libros particulares, puntuales. El ensayo vende mucho más que la literatura. Ahora empezaron a publicar a vivos, no sólo muertos. Están apuntando, sin salirse del ensayo, están trabajando con autores contemporáneos porque está buenísimo también que ellos puedan trabajar con el pensamiento contemporáneo. Sin abrirse del juego que ellos pretenden, van a ganar otros lectores.

Muchas reuniones, hablando mucho. Teniendo mucha paciencia. En el trabajo editorial hay que tener paciencia y hay que luchar contra la ansiedad, nuestra y del autor. Yo tengo autores que me están pidiendo cosas e información. Eterna Cadencia, Clásica y Moderna, Norte, Arcadia, Punto de Encuentro, La Vaca Mariposa, Librería Mi Casa, están todo el tiempo trabajando para conseguir lectores, son muy inteligentes. A mí no me llama ninguna librería para decirme que hay alguien que quiere comprar mi libro y me lo manda, si el autor tiene mucha gente cautiva, su círculo de influencia, amigos, parientes, que le quieren comprar el libro que nos lo mande a nosotros. Esa entrada es al 100, en la librería perdés ese porcentaje.

Si nosotros nos nucleamos como sector podemos ir a pelear precios, porcentajes, políticas culturales. Todos desperdigados no.

¿Cómo surgió el espacio de la librería de La Coop?

Apareció el lugar y, más allá de todos los riesgos, nos daba cierta centralización del trabajo, para captar sellos editoriales que queríamos, armar un lugar de reunión.

Hacemos hincapié que trabajamos mucho en lo social, cuando podíamos hacer la presentación de un libro, lo hacíamos en un bar para que después nos podamos quedar hablando, editores con escritores, con posibles lectores. Una librería es un lugar de reunión de lectores, como las viejas librerías que los lectores iban, se quedaban. Como un centro cultural pero más chico.

Por eso cuando hablamos de nuclearnos buscamos eso, trabajando lentamente. Después la idea es estar todo el tiempo comunicados para que la literatura circule como debe. Nosotros que estamos metidos no conocemos a cinco escritores tucumanos contemporáneos. Hay que hacer un censo como no lo hace el Estado. La librería también es eso.

Nosotros estuvimos en la Feria del Libro a 10 metros de los sólidos platónicos y a la vuelta de La Sensación que eran cuatro sellos. Nos mandábamos gente, no decíamos ahí no vayas. Si nos preguntaban por libros de ensayo, los mandábamos a Godot, con policiales a Aquilino.

¿Cómo fue la organización interna?

Como digo siempre, somos una cooperativa de editoriales, pero llevada adelante por personas. Te pongo un ejemplo, Editorial Conejos tiene tres editores, pero la que trabaja en la cooperativa es Paula. Los otros dos laburan para Conejos. Porque no tenía sentido que, si trabajaban dos de la misma editorial, serían dos votos, no estaba bueno. Entonces lo fuimos armando y hoy son personas las que llevan adelante.

Cada uno fue encontrando su lugar, lo que le interesa hacer y donde puede trabajar y colaborar. Los sellos que empujaron el carro fueron Alto Pogo, Santos Locos, Conejos y Años Luz, los otros acompañan, una vez me preguntaron: ¿qué puedo hacer para ayudar a la cooperativa? Y mi respuesta fue concreta: editar libros, que sean lindos, edita novedades todos los años, hace tu trabajo con la editorial.

Muchos tenían la deuda con la cooperativa, muchos estaban muy complicados de laburo. Por eso, directamente les sacamos ese sayo. Si fuéramos a necesitar gente para la cooperativa, vamos a buscar a gente puntual que pueda hacer ese trabajo que se necesita y esos trabajos hay que pagarlos. Espacios para cubrir, tenemos 500 pero guita para pagarlos no.

Yo tengo el sueño de contratar una persona que se encargue solo de contenidos cooperativos, que se encargue de trabajar con la red de cooperativas, que investigue todas las redes que hay. Ese nexo hoy soy yo, porque no hay guita para pagarle. Yo hoy estoy empapándome para poder coordinar en algún momento a esa persona. La idea es que la cooperativa crezca.

Fue muy importante que en la pandemia esto se mantuviera, logramos mantener la cabeza a flote y si no nos mató el macrismo, no nos mató la pandemia, estamos vivos. Hay muchísima fuerza de laburo, si hay una guerra y tengo que ir, voy con esta gente. Es laburar, confiar en el otro. La cosa funciona, se resuelven cosas.

Hemos crecido como personas con la cooperativa. La pandemia nos puso a todos en la situación de dedicarse a las cosas importantes, y las que no lo son bueno, que estén ahí.

Las cosas tienen un tiempo, si no maduran y no suceden, saber soltar. Ser maleables, saber cuando las cosas pueden funcionar y otras que no.

¿Cuándo estaban todos a la par ustedes eran los que lo llevaban adelante?

Si, tiene que ver con tomas de posición respecto de objetivos, que vos decís, los tengo ahora y los voy a poder cumplir dentro de 5 años. Siempre hay un horizonte de expectativa, que no todos comparten.

En un momento ninguno pensaba tener un stand en la Feria del libro de Buenos Aires, y llegamos a tener un stand doble y somos uno de los grupos editoriales ahí adentro que más quilombo hace. Nosotros producimos un montón de actividades en los sectores que te permite la feria y en el stand, 21 días de brindis.

Trabajamos con todas las editoriales, con los autores, comunicamos lo que hacemos. Eso lo fuimos logrando con el tiempo. También este grupo arrastró al resto, porque tenemos mucho voluntarismo y aunque a veces nos equivocamos, las cosas se traban. Ninguno de los que trabajamos vive de esto, nosotros queremos que en algún momento esto suceda, pero hoy las editoriales viven de nosotros más que viceversa. Alto Pogo vive de mi fuerza, de mi laburo y de la capacidad de gestión que puedo tener para trabajar con más gente. Ahora no significa que yo viva de la editorial, toda la guita que me da la editorial la pongo en la editorial. Aspiro a que en algún momento esto mejore.

Más allá de que la situación económica no cambió mucho, las condiciones de ustedes cambiaron mucho con la librería, la distribuidora, ¿no?

Ninguno de nuestros sellos sería hoy lo que es, si no fuera por estar dentro de La Coop, yo sé que los libros los saco y que llegan a las librerías por el trabajo que hace Juan y yo no me tengo que ocupar. Puedo poner mi fuerza de trabajo en editar, en comunicar los libros, en viajar a otras ferias.

Si no fuera por La Coop, Alto Pogo no podría haber crecido lo que creció, tener el catálogo que hoy tiene, la cantidad de libros en las librerías. No podríamos estar pensando en los acuerdos con otros actores, sino fuera por esta fuerza de laburo que se ve.

Hicimos una cooperativa, una distribuidora y una librería sin aportes financieros, pusimos lo que pudimos y es voluntarismo, lo mantenemos con nuestra fuerza de laburo. Creemos en lo que hacemos, observamos lo que hacen los colegas porque marcan un camino a seguir. Ahora por no ir a las ferias se perdió, pero hay mucha buena onda y hermandad entre editores, no hay mezquindad en el oficio, eso ayuda a crecer. Compartimos información.

¿Cómo fue la relación con el Ministerio de Cultura, que rol tuvo para la formación de La Coop?

Lo que se armó en el Encuentro fue un disparador, un “darnos cuenta”. Si no hubiera existido ese espacio, nosotros nos hubiésemos dado cuenta más tarde, más allá de que muchos teníamos en la cabeza la idea de juntarnos, me parece que fue un empujón muy fuerte.

Los dos años de Teresa fueron muy buenos, hubo ayuda, subsidios, que ahora también los hay y estamos atentos a eso, son la inyección de plata que nos permite hacer cosas. En la pandemia lo hemos pedido para pagar el alquiler, pero siempre los usamos para producir

cosas. Ganamos dos FOMECA e hicimos videos, estamos generando producción de contenido, equipádonos.

A mí me parece que igual, todos los Ministerios de Cultura fallan en algo, ahora estamos en pandemia y yo creo que este gobierno hubiera hecho muchas cosas más si no fuera por eso, incluso del lado de enfrente, en Ciudad también quieren hacer cosas, pero no les dan las herramientas, no le bajan la guita ni la línea, pero tienen muchas ganas de que las cosas funcionen.

Más allá de eso, siempre están las trabas burocráticas, administrativas y económicas que no lo permiten. Hay gente muy idónea y trabajando, pero tardan muchísimo tiempo en diagnosticar. Te dicen “diagnostiquemos” y tenés una reunión en enero para ver las problemáticas del sector y en diciembre volvés a reunirte a diagnosticar. Eso nos pasó en el 2020.

Muchas veces el Estado se cree el dueño de la pelota, vos vas a un territorio y tiene gente adentro y que ya hace cosas, no tenés que ir como Colón a descubrir cosas. Lo que tenés que hacer como Estado es que aquella persona, lo haga y ayudarla para hacerlo. Pensar juntos como poder lograr una distribución lógica para que no le cueste el doble a una librería de Chaco de lo que le cuesta a una de Capital. No se piensa en políticas públicas reales, duraderas; y se tienen que trabajar con la gente de los territorios, no podés armar una política pública para los gastronómicos sin ir a preguntarles a ellos que necesitan o quieren.

Si pensamos en el Ministerio de Teresa Parodi, ¿qué crees que estuvo bueno y que no funciona?

Lo que se pudo hacer se hizo, Teresa estuvo dos años, no cuatro. Si hay alguien que conoce la cultura en Argentina es Teresa Parodi, pero yo critico mucho cuando ponen a un artista en un ministerio, no me gusta. Porque el artista necesita otro vínculo con la gente, el aplauso, más allá de que después no suceda. Vos la podés poner como asesora y un ministro de gestión, que sabe armar las redes para poder vincular a diferentes actores, necesitas una persona que te asesore. No creo que haya que mandarlos así, igual que a Bauer. Telerman podés pensar lo que quieras de él, pero sabe gestionar.

Más allá de eso, si hubiéramos tenido cuatro años más de Teresa, no un ministerio que se bajó a secretaria, si hubieran tenido más tiempo hubieran hecho muchas cosas, porque estaban muy perfilados, lo que se hizo me parece que estuvo muy bien.

Me parece que hubo poco tiempo para poder abrir y ampliar, hoy el manejo de la cultura es un desastre. Todo es en Capital Federal, nada en el resto del país. Nosotros estamos pensando un proyecto muy grande de una plataforma que integre todo, porque es muy diferente la realidad en otros países, los libros salen muchísimo más caros y no hay nada que se pueda hacer.

Teniendo una empresa estatal como Correo Argentino, sería genial que pudieran hacer buenos acuerdos para subsidiar el bolsillo del lector, no a la editorial sino al lector. Hay muchas cosas que se pueden hacer, y no sé por qué no se hacen.

Inclusive no hay políticas públicas que ayuden a las editoriales independientes ni de Buenos Aires, dan paliativos, pero no hay políticas públicas. Una librería no es lo mismo que una carnicería, o un pet shop. Los libros tienen un valor simbólico importantísimo, si mañana no hay libros.

El Estado dice que no puede ayudar a Alto Pogo y dejar de lado a Anagrama... ayudá al más chico, y no estoy hablando solo de darle plata. Arma condiciones de laburo concretas, reales como centros neurálgicos de distribución en Córdoba, Santa Fe, Neuquén. Hay que armar un grupo asesor de editores, libreros que traigan proyectos para que luego el Estado lleve adelante. Como la ley del libro, que se discutió y quedo en la nada por intereses de los grupos más grandes.

¿Cómo fue el nexa con el Ministerio en esas reuniones o espacios de laburo que tuvieron?

Yo creo que no tuvieron tiempo de accionar, sino no hubiera pasado lo que paso después. Reunirse con el sector, hablar con el sector y que propongan ideas para poder solucionar las distintas problemáticas y alguna de esas la incorporan. Hubo cosas que se hablaron en su momento, muchas intenciones, pero por la falta de tiempo y el triunfo de Mauricio Macri no se pudieron hacer. Estaban trabajando fuerte con las ferias del libro, en un momento las ferias era la facturación muy grande, no estábamos en tantas librerías. Hemos llegado a ir en ese momento a 120 ferias, pero en el macrismo eso se desarmo, ibas y vendías tres libros. Bajo la comunicación de las ferias, se gestionaba distinto y eso se notó.

Estaba planificándose, había un impulso de que el gobierno quería armar un stand colectivo. Que no estaba mal como idea original, pero siempre es mejor profesionalizar la gestión de las ferias.

¿Cuáles fueron los pasos importantes que dieron en el principio?

Consolidar la distribuidora fue el primer paso super importante. Y a su vez, ver el crecimiento de la distribuidora.

Tener nuestro primer stand en la feria del libro de Buenos Aires. Ir a ferias y ampliarnos al territorio nacional, haber viajado a ferias nacionales e internacionales como la Furia del libro que fue muy importante, pudimos ir a la Feria de Guadalajara. Ahí vimos otro engranaje de laburo, vimos que las editoriales en Latinoamérica se parecen mucho. Ampliarnos afuera, fuimos ganando nuevas librerías.

Lo más importante fue lograr ser una cooperativa. Hacer participar a la cooperativa en varias presentaciones de subsidios, ganamos un FOMECA y armamos Colectivo Editorial, una serie que está subida al YouTube de La Coop. Ahora ganamos otro para ponerle subtítulos y poder filmar bandas en la librería. Paramos por la pandemia, pero vamos a volver a hacerla.

Cuando decidimos armar la librería, porque es un lugar de encuentro. Estamos preparando un montón de actividades para ofrecer cuando vuelva todo un poco a la normalidad postpandemia, porque la gente va a salir con un hambre de nuevas experiencias y va a haber una extensa oferta, tenemos que adecuar el espacio para mostrar lo que somos, comunicarlo, explorarlo. La pandemia destruyó el proyecto, tenemos que pensarlo de nuevo de cero, porque nosotros vivimos de la sociabilidad, eso hay que rearmarlo.

Después de dos años de laburo, hoy logramos estar en Cúspide. Y estamos tratando de cerrar un convenio para poder distribuir en Chile, en Uruguay a través de un tercero. Esas cosas pasan porque tenemos un montón de librerías en Argentina.

Estamos consolidando una productora de contenidos que se encargue de producir contenidos para las editoriales de La Coop, para comunicar los proyectos, los autores, los editores.

¿Cuál es el cambio grande en el momento que se constituyeron como cooperativa?

Un hito muy importante fue conseguir una contadora que era especialista en cooperativas, que nos ordenó todo. Porque una cosa es armarla y otra es trabajar todo el tiempo, mantener un libro de actas. Nosotros cuando vamos a la Feria del Libro de Buenos Aires, las dos primeras veces, tuvo que facturarle una persona que se le hizo mierda la economía, porque estábamos vendiendo libros de 20 sellos.

Nosotros metimos el expediente en el 2016 y tardó un año y medio en ser aprobado. Generalmente en tres o cuatro meses te dan la matricula. Cambia porque te ordena los aspectos contables, puedes sacar una cuenta en el banco Credicoop, Factura la cooperativa.

Te abre un universo muy rico y complejo de muchas alianzas y confraternidades, donde podés trabajar con distintas cooperativas, armar convenios, además como es una figura jurídica, en Mecenazgo podés pedir determinada suma como figura física, pero como figura jurídica podés pedir 8 veces más.

Podemos presentarnos en el FOMECA, un subsidio que da el ENACOM para productoras audiovisuales, nosotros como cooperativa nos pudimos anotar como productora audiovisual.

Hoy estamos juntos a otro cooperativista, Diego Rey, editor de Hotel de las Ideas, una editorial que también tiene una librería. Estamos armando una comisión, dentro de la Cámara Argentina del Libro, de editoriales cooperativas para que nos represente. Queremos sumar editoriales no cooperativas, pequeñas, que no formen parte de la CAL, que se asocien y tengan la posibilidad, vinculado con el INAES y la Fundación del Banco Credicoop, para darles herramientas para cooperativizarse y hacerlo rápido y con un apoyo. El objetivo es que

la CAL nos represente, no solo a las editoriales medianas porque no hay sellos transnacionales.

La idea es que se armen más cooperativas, para que el día de mañana se forme, si hay muchas, una Federación de cooperativas editoriales.

A la par de ustedes, se intentan armar dos proyectos parecidos: Frente mar en Córdoba y otro en el Norte del país, ¿por qué crees que esos dos no pudieron sostenerse?

El de Frente Mar, fueron un montón de editoriales de Córdoba que no estaban para comprometerse de la misma manera, en la Primera Feria del Libro de Buenos alquilamos dos locales, el nuestro y el de Frente Mar. Hablando con los chicos de Córdoba, firmamos y después se terminó cayendo.

Los chicos de Nudista, una de las editoriales de Frente Mar, terminó participando con nosotros (hoy la distribuidora nuestra los distribuye en CABA y otras provincias). Yo creo que no se pusieron de acuerdo en una idea, hay ciertas cuestiones de personalidad y liderazgo que se dan por decantación: “vos labura allá, yo laburo acá, etc.”.

Yo por mi personalidad soy de ir muy para adelante, medio avasallante, de hecho, a veces fuerzo cosas, que a veces salen mal y hay que volver a hacerlas, pero marcamos el camino. Soy de hacer la ruta a pala ancha, después viene otro y lo asfalta.

Pero me parece que tiene que ver con que eran muchas editoriales. La Coop funciona con cierto porcentaje de inconciencia, tenemos que ir para adelante y fuimos a la Feria del Libro sin saber si íbamos a vender. Me junte con el gerente de la Feria y me dijo “no te preocupes Marquitos que vas a vender”. Y vendimos, recuperamos, aprendimos de esa

experiencia y de cómo laburar en ferias. Ya tenemos cierto nivel de capacidad de registrar de qué cosas hacer y con quién sí y con quién no.

La del Norte, ellos laburaron un tiempo. Frente Mar nació y se rompió al toque, no hicieron ninguna acción. Los del Norte sí, pero muchas editoriales dejaron de existir. Se fue diluyendo, no se constituyeron en cooperativa, ni nada. Tenían toda la impronta, pero de a poco se fue disolviendo. Lo que más hicieron juntos fue ir a ferias. Una vez me llama Victor Malumian, que les sobraba un stand en la Feria de Editores de Santos 4040, y los propusimos a ellos. Tenían todo el ímpetu y era buenísimo, porque en el Norte no hay nada parecido a eso, pero no siguió.

¿Cómo está La Coop en el 2021?

Pasamos un 2020 muy fuerte, reorganizando la librería y la distribuidora. Seguimos creciendo, a pasos menos acelerados, pero seguimos. Hoy La Coop se ve, como ves Carbono, como ves Malisia, como la gente de Madre Selva o La Libre. Son diferentes espacios que confluyen otros proyectos. Porque La Coop es una reunión de proyectos. Ahora estamos armando una comunicación en redes, donde podamos mostrar los 18 logos, con colores diferentes. Somos un espacio multicolor, de muchos proyectos similares pero heterogéneos y particulares. Nos hemos consolidado y hemos consolidado redes con diversos actores, con pares, gubernamentales. Poder dialogar con otros proyectos.

¿Qué es ser independiente?

Todos dependemos del dinero y del mercado, no somos tan independientes, somos igual de dependientes como cualquiera. Somos independientes porque nadie nos dice que publicar porque tiene que ver con una ética, una política, elegimos estilos, géneros y el trabajo

de la lengua, de cómo se escribe, defender cierta idiosincrasia literaria que tenemos hoy acá, si yo publico a un porteño y el personaje que narra está en Buenos Aires quiero que hable como un porteño, no como un español, eso lo defiendo mucho porque nos invaden con formas de escribir y hablar.

Hay españolismos, palabras en inglés que muchos escritores cometen, no beben, toman birra. Cuando pones una palabra tiene que haber un verosímil y trabajamos mucho en eso.

Queremos ser independientes de los canales que nosotros encontramos para que esos libros se distribuyan, si vamos con Waldhuter o Galerna que después no me informan donde venden los libros, yo quiero saber dónde se venden, a cuanto, de qué manera, y me encantaría saber a quién. Por eso cuando vendo un libro, pido el mail para que me den una devolución para que el autor también la tenga.

La independencia es eso, tener un pequeño negocio y decidir dónde. Y elijo en que librerías no trabajar, trabajar en la que tienen ciertas particularidades, por ejemplo, que te pagué.

Entrevista a Paula Brecciaroli

¿Cómo fue el comienzo de la editorial Conejos?

Editorial Conejos surgió por propuesta de Ariel Bermani en 2010 motivada por las dificultades para publicar que tenían los autores nuevos. En un viaje de fin de semana junto a Bruno Szister, Facundo Soto y Pablo Mambo Rivas nos comentó esto y sus ganas de armar una editorial.

Nunca la pensamos como negocio, sino como una forma de abrir caminos, publicar autores nuevos y libros que eran difíciles de conseguir, ya sea porque estaban descatalogados o se habían editado afuera.

¿Cuáles fueron las dificultades que se presentaron?

Fuimos aprendiendo todo a prueba y error. Todavía hay muchas cosas que vamos modificando y aprendiendo. Las primeras dificultades fueron las de la distribución, encontrar la forma de dar a conocer nuestros libros y que llegaran a más lectores. Esto es algo que no deja de ser una preocupación permanente para las editoriales independientes.

En nuestro caso, nos gusta el contacto directo con los lectores, y por eso, además de la distribución en librerías, apuntamos a hacer actividades, presentaciones y estar en ferias.

Para una editorial pequeña, cada libro que se edita apunta económicamente al siguiente. Manejar con cautela la selección de libros y la economía de la editorial es algo a lo que le prestamos también especial atención.

¿Cómo los afectó los costos de la distribución dentro de la editorial?

La distribución manual, hecha por nosotros, era algo que nos ocupaba mucho tiempo y esfuerzo. No siempre es fácil atender a las librerías y cobrar en plazos razonables. Esa fue la razón por la que decidimos delegar la tarea a una distribuidora. Si bien es cierto que el porcentaje del 60% es elevado, nos permitía tener la posibilidad de estar en más librerías y dedicar más tiempo para otras tareas de la editorial.

¿Cómo surgió La Coop? ¿Por qué unirse?

La Coop surgió del encuentro con otros colegas que tenían las mismas dificultades que nosotros. El tema de costos de imprenta, distribución y las ganas de llegar a ferias de todo el país y del exterior eran preocupaciones comunes. La idea de empezar a juntarnos para buscar soluciones fue propuesta por Marcos Almada, editor de Alto Pogo.

Trabajar en conjunto nos permitió llegar en 2015 a 27 ferias nacionales, un par de ferias del exterior y en 2016 a la Feria del Libro de Buenos Aires, algo que individualmente hubiera sido impensado.

¿Cuáles son sus objetivos con La Coop?

Nuestra idea es que el proyecto crezca y que el modelo se replique entre otras editoriales para poder conformar una red de trabajo colectivo a nivel nacional. El objetivo principal es que nuestros libros tengan cada vez más visibilidad y puedan llegar a nuevos lectores.

¿Cómo los impactó la apertura de la importación de libros?

La apertura de las importaciones en el mercado editorial generó en principio cierta incertidumbre. El ingreso de libros abre a una posible competencia en relación con contenidos y costos. Pero la preocupación real creo que refiere a los precios, algo que sí puede perjudicar directamente a los productores locales.

En relación con los contenidos creo que el material importado apunta a un público diferente del que buscan las editoriales pequeñas o independientes. Y si bien en cuanto al tema de las traducciones puede haber una superposición de ofertas, el valor agregado de una traducción local contra las traducciones españolas favorece a las nacionales.

El desafío sostenido por las editoriales independientes sea en relación con el material importado o las grandes editoriales, es abrir espacio para nuevos autores, recuperar autores olvidados, generar una oferta diferente que se proponga como alternativa al mercado editorial tradicional.

CONABIP, ¿tuvieron libros seleccionados para la compra de ejemplares para bibliotecas populares?

Hasta ahora no hemos tenido libros seleccionados por la CONABIP, pero creemos que es un proyecto muy valioso para el fortalecimiento y la difusión de las editoriales independientes.

Entrevista a Juan Crasci

¿Cómo arrancas en el mundo editorial?

Arranqué de rebote, con unos amigos éramos estudiantes de Letras y queríamos publicar unos poemas que escribíamos, en esa época era mucho más complicado porque no había tantas editoriales. Empezamos a averiguar por nuestra cuenta en imprentas cuánto costaba un libro, cómo había que hacerlo y así fuimos arrancando.

En el 2006 armamos una primera editorial de plaquetas de poesías, artesanal. Mandábamos a imprimir los interiores, las tapas las hacíamos nosotros y así arrancamos, hasta el 2010. Llegamos a sacar un libro más voluminoso de producción industrial y después nos separamos.

Al año y medio, con uno de los socios de esa editorial fundamos Años Luz editora, estamos desde el 2012 con Años Luz y nos unimos en el 2014 a La Coop.

¿Cómo fue tu vínculo con La Coop?

Los primeros que se reúnen son Marcos Almada y Paula Brecciaroli, que se habían visto en un evento y en la Feria del Libro y empezaron a analizar la iniciativa de armar una distribuidora para editoriales como nosotros, que no hacemos una tirada de 3000 ejemplares. Eso fue en abril, mayo y Marcos se fue contactando con otras editoriales.

Con Años Luz en octubre de 2014 nos empezamos a sumar a las reuniones, cuando estaba empezando, éramos 8 o 10 editoriales.

¿Qué te motivó a ser parte?

Por un lado, nosotros con Años Luz veníamos muy por fuera del mundo editorial, éramos de la Universidad de Letras y no estábamos muy al tanto de lo que sucedía en la narrativa contemporánea, no habíamos asistido a talleres, inclusive los autores que editábamos también estaban como nosotros.

Queríamos ponernos más a tiro de lo que pasaba en el mundo editorial independiente y, por otro lado, hacer crecer a la editorial. Nosotros hasta el 2014 hacíamos una distribución propia en 10 o 12 librerías. Y desde que comienza la distribución de La Coop en el 2015 hasta ahora tenemos 300 librerías, no en todas se vende, pero está la logística para que el libro llegue.

Fui quedando yo trabajando en la distribuidora, primero estábamos con otro chico que se fue y yo justo me quedé sin laburo y me ofrecieron hacerme cargo, y lo hice, desde el 2016.

El crecimiento es notorio: tenemos un montón de sellos que constantemente se quieren sumar para que los distribuya La Coop, ya que para sellos de tamaño intermedio es muy complicado entrar a una distribuidora grande como Waldhuter, Big Sur, Galerna. Te piden un montón de materiales y requisitos mucho más duros que los que podemos pedir nosotros, que al ser también editores sabemos cómo se puede manejar una editorial chica o mediana.

Cuando comenzaste con la distribuidora, ¿qué conocimientos tenías de la distribución?

Nada, lo que habíamos hecho con Años Luz: tener nuestros remitos, nuestras facturas, saber que el material que va consignado tenga el remito, aprender los plazos de pago de las librerías o ir a llorar para que te paguen. No había conocimiento formal ni estructura, de a poco la fuimos generando con un reparto propio con la camioneta de un socio de la cooperativa. Estamos trabajando con un sistema sólido ahora, eso es muy bueno.

No teníamos un capital inicial fuerte como para hacer crecer la estructura de una, entonces es todo muy paso a paso. Dos años de mandar con remitos a mano, dos años de trabajar con un sistema, después tener un recorrido de más o menos 100 librerías con nuestra camioneta, después contratar un sistema, desde el 2020 tenemos un corredor en la distribuidora. Antes estaba la persona que hacía el reparto y yo con lo administrativo.

Estamos ingresando a cadenas, ingresamos a Cúspide. Es un trabajo muy arduo que recae en poca gente, hoy somos tres en general lo que hacemos este trabajo. Además, lo que genera un ingreso fijo hoy, es la distribución.

¿Cómo es la organización interna de La Coop?

Sufrió algunos cambios, en una cooperativa las decisiones se toman entre todos los socios, sean 4, 10 o 20. Acá hubo un momento dónde mucha gente por tiempo o motivos personales, no podían hacerse cargo de un montón de tareas que demandaba la cooperativa.

Se pasó de tener reuniones semanales en las que se decidía si había comprar una resma de hojas para imprimir, a no tener reuniones prácticamente. Las decisiones las tomamos más firmemente los que formamos parte de la comisión directiva: Marcos Almada, Paula Brecciaroli y yo, que llevamos adelante el proyecto.

Después hay otros que colaboran como Guillermo con la camioneta de reparto, otras personas que se hacen cargo de la venta en determinadas ferias, pero los que estamos en el día a día somos nosotros tres.

Pasamos de tener un debate de 1 hora y media para definir si vamos o no a una feria a hacer un trabajo mucho más automático, cuando tenés una estructura consolidada es más fácil decidir, no dependes de 5 pesos para comprar una resma o no, estamos en una situación mucho más cómoda y con perspectivas de crecimiento.

¿Cuándo eran las reuniones semanales?

Entre 2014 y 2016 nos juntábamos todas las semanas, inclusive los pagos que entraban por la distribución los hacíamos en vivo, estaba el dinero y lo dividíamos ahí. Era engorroso porque por ahí venían diez editores, eran \$200 para uno, \$400 para otro y estábamos dos horas reunidos para llevarnos muy poca guita.

Ahora está todo automatizado con transferencias bancarias, mucho más serio porque al principio no teníamos la figura legal de cooperativa y nos llevó bastante tiempo sacarla, porque justo hicimos el trámite con el cambio de Gobierno, cuando asumió Macri. El INAES no tuvo autoridades por un año y medio, no podían firmar los trámites. Eso también nos demoró lo estructural, no podíamos tener una cuenta a nombre de la cooperativa. Teníamos que abrir ciertas cuentas con algunas librerías por no tener una figura legal. Al no tener cuenta bancaria o remito a nombre de la cooperativa era todo mucho más difícil. Hacíamos remitos a nombre mío o de Marcos, facturas lo mismo. Eso nos excedió a nosotros por lo que fue el cambio de gobierno y de las autoridades del INAES.

Con Años Luz editora, ¿tuvieron vínculo con el Ministerio de Cultura?

Ese vínculo lo hicimos directo desde La Coop. Había un programa que se llamaba Letras Argentinas que era un stand que el Ministerio hacía viajar por ferias y festivales de todo el país y como nosotros con La Coop ya lo hacíamos por nuestra cuenta, nos sumamos. Hasta que logramos afianzar la distribuidora, nos concentramos mucho en ir a ferias y festivales. Por ahí el mismo fin de semana yo estaba en una feria en Salta o Tucumán y otro socio estaba en el Sur.

Las ventas eran mayoritariamente por las ferias y festivales, porque no teníamos el caudal que tenemos ahora de librerías. Cuando el Ministerio arma ese programa, Marcos Almada habló y fuimos los encargados de viajar, nos hacíamos cargo del stand, llevábamos todos los libros de los sellos de La Coop y otros sellos que participaban. Fueron dos años muy buenos, de mucho viaje a todo el país.

¿Esos viajes se traducían en ventas?

Dependía mucho de la feria y la zona del país, la duración de la feria, el interés del público. En algunas zonas era un paseo familiar y en otras se mostraba mucho interés. En general se vendía y teníamos un saldo muy positivo, además nos servía para poder generar vínculos con librerías de cada provincia, con autores, editoriales, gestores culturales. El saldo fue siempre positivo, incluso en ventas.

Lo que queríamos, más que ir a vender, era generar lazos y hacer conocidos a los sellos en las distintas provincias. Nos hicimos muchos amigos en Jujuy, Tucumán, Santiago del Estero, Neuquén, habremos ido 12 o 13 veces a Córdoba. Una vez que vas, desde la misma feria te siguen llamando para que vayas.

El vínculo con las librerías en el interior del país, ¿sirvió cuando empezaron con la distribuidora?

Si, obviamente donde mejor funciona es donde las ciudades están más desarrolladas como Rosario y Córdoba. En otros lugares es más difícil, pero estuvo bueno poder ir, que nos conozcan y que no lleguen solo los libros y no sepan quien está detrás, quién es el editor o el autor. También lo que buscábamos en las ferias, era lograr que puedan ir autores y eso estuvo buenísimo. Eso sirvió en todo sentido posible.

¿Cuáles fueron los primeros pasos con la distribución?

Cuando arranque, en diciembre de 2015 era medio un caos. Era llevar remitos a mano y un control de stock casi imposible. Imagínate tener 10 o 15 librerías y manejarlo con remitos a mano, y todos los meses llevar material. A medida que vendes, no lo podés descontar de los remitos a mano, entonces teníamos que hacer un doble control con la factura, una planilla en Excel aparte con altas y bajas.

Después, con otro socio de la cooperativa armamos un sistema de gestión propio que no era muy sólido, pero cubría las necesidades básicas de ese momento. Ese fue nuestro primer paso que nos hizo ahorrar mucho tiempo. En definitiva, lo que nos hizo creer, entre otras cosas, fue poder ahorrar tiempo, tener un trato más fluido con librerías, documentos digitales. Ese fue un momento de quiebre para poder automatizar un poco más el trabajo, nos era más fácil poder incorporar nuevas librerías y también poder trabajar con ellas.

Eso fue a mediados de 2016, cuando el sistema paso a ser mucho más confiable y sólido. Ahí empezamos a ser más conocidos e inclusive las librerías comenzaron a contactarse directo con nosotros para tener el material disponible en sus espacios.

Cuando sale el trámite de la cooperativa, en el año 2017. Un trámite que habíamos iniciado el 2 de enero de 2016. En ese tiempo no teníamos ningún papel que muestre la constitución de la cooperativa. Cuando tuvimos la legalidad de la cooperativa, unido al sistema más sólido comenzamos a trabajar mucho más seriamente. Pasamos de ir a una librería llevando libros a nombre de La Coop, con remitos a mi nombre, con la cuenta bancaria de otra persona, era un lío a poder dar una imagen más seria y de una forma mucho más prolija.

A partir de las mejoras en la distribución, ¿pudiste ver cambios también en tu editorial?

Obvio, es que era necesario que sea un crecimiento parejo, no sólo de mi editorial sino de todas las que formamos parte. Muchos sellos empezaron haciendo tiradas de 100/150 ejemplares, que no es nada, pero si tenés 10 librerías te alcanza, y si vendes en una presentación te alcanza. Si la distribuidora crece y tenés 100 puntos de venta, esa tirada no te alcanza, porque esos libros tenés que exhibirlos bien, tienen que ser visibles para el público. Entonces si la editorial no acompaña ese crecimiento, no le va a servir ni a la editorial ni a la distribuidora. Es un juego que tiene que ir parejo.

Nuestra editorial creció bastante y muchos sellos le sacaron bastante el jugo a eso y otros que no. Con Años Luz ya estamos haciendo tiradas de 1000 ejemplares, hay otros sellos que hacen tiradas de 250 y van a otro ritmo. También es un crecimiento en nombres, en categorías de los autores, cuando tenés un sello más conformado, podés conseguir derechos de obras de autores internacionales, hacer traducciones o conseguir autores más importantes de Argentina y Latinoamérica.

Si vos tenés 10 puntos de ventas, a un autor importante no le sirve, no va a dejar de editar en Random para venir tu sello que es casi invisible. Ahí es donde tiene que ir acompañado.

¿Vos pasaste de 100 en el arranque a 1000?

En el 2012 éramos un sello que publicaba más que nada poesía con un poquitito de narrativa, pero nuestro fuerte era la poesía. En nuestro catálogo, que hoy son 60 libros es mayoritario de poesía.

Con el tiempo pudimos editar a un escritor como Mario Montalbetti que edita en España y en un montón de lugares. Y en narrativa, llegamos a publicar a Daniel Mella, autor uruguayo. Para nosotros igual la editorial no es un trabajo formal, porque no sacamos plata de ella, logramos que se sostenga sola y podemos invertir en autores más importantes o tiradas más grandes, estamos tratando de crecer.

Según la distinción de Constantino Bértolo, ¿qué tipo de editor te sentís identificado?

Yo me siento identificado con la primera, pero no tenemos el capital suficiente para ser un mecenas altruista. Todos los sellos de La Coop publican el material que les gustaría leer, no tanto el que se vende, pero hay que hacer un equilibrio y lo ideal sería llegar al editor híbrido.

Somos más el primero que el segundo, pero esa persona tiene mucho dinero como para no depender de la editorial para vivir, edita por gusto y calidad literaria, pero es gente más adinerada. Nosotros estamos dentro de ese pelotón, pero igualmente debemos tener otros trabajos para poder generar ese proyecto.

Lo ideal sería pasar a esa fase dos, hacer un mix entre literatura de calidad y que sea comercial, llegue al público y la gente lo compre y que la editorial, además de mantenerse sola, deje algo de ganancia porque son muchos años de trabajo en los cuales no ponemos dinero, porque la editorial se mantiene sola. Cada uno tiene su trabajo, al igual que todas las editoriales de La Coop. Yo soy el único afortunado que trabajo con los libros, porque mi trabajo es la distribución de La Coop, pero no tengo todo el tiempo que quisiera para dedicarle a la editorial.

Su objetivo hoy, se podría decir que está en editar libros que a vos te gustaría leer.

Exacto, mantener esa línea. Hay muchas tendencias, corrientes, modas que muchos sellos siguen o se tratan de estandarizar para vender, no está mal, es otro tipo de proyecto, pero nosotros queremos seguir por esta senda. Editar poesía de calidad, narrativa, traducciones, tenemos una editorial bastante abarcativa, fuimos bifurcando bastante nuestras colecciones.

Lo que si estamos haciendo es abrir el panorama con literatura latinoamericana, con autores con un poco más de renombre y crecer de ese modo, dentro del margen de lo literario. Todos los sellos de La Coop trabajan con narrativa, poesía, algo de ensayo, pero no se abre mucho a temas sociológicos o económicos, ni tampoco para el libro objeto ilustrado, con dos frases. Tratamos de mantenernos dentro de la literatura.

¿Cómo encontró la pandemia a Años Luz? ¿Y cómo están saliendo?

Nosotros por suerte venimos bastante bien, el 2020 fue un buen año para los sellos de nuestro tamaño. A las editoriales grandes las golpeo mucho más, porque tuvieron que seguir

manteniendo su estructura enorme con una situación mucho más compleja en cuanto a la venta y la comercialización, con muchos puntos de venta cerrados.

Nosotros como tenemos una estructura interna mínima y no dependemos de la editorial para vivir porque nuestros sueldos vienen de otro lado. La editorial se mantuvo y creció en ventas, al igual que todas las de La Coop.

Fue un año de mayor venta, porque al no poder ir a cines, teatros, bares, recitales. Como no se podía hacer nada, la gente compraba libros, era una de las únicas formas de entretenerse: mirar Netflix y leer. Nos dejó un saldo positivo y empezamos a ver cosas que no estábamos viendo, o que por tiempos no podíamos hacer.

Tuvimos mayor venta y menos trabajo, nos permitió tener tiempo para, por ejemplo, meter un proyecto en mecenazgo, empezamos a trabajar con subsidios de otras partes del mundo, ganamos uno en Holanda, otros dos en Francia, de libros que van a salir en unos meses. El premio de mecenazgo es para un concurso nacional de poesía y publicación. Empezamos a ver desde donde podíamos conseguir algo de dinero sin irnos fuera de nuestro proyecto principal. Venimos con una perspectiva de hacer crecer al catálogo con cierta calidad y con un poco de ayuda económica también.

Los sellos de La Coop, todos, sacamos entre 6 y 9 libros por año, libros muy seleccionados y que se vienen trabajando hace años. En breve va a salir de imprenta un libro en el que trabajamos durante dos años. Son procesos largos los nuestros, de todos los sellos. Los libros no salen de un mes para otro. Entonces es leer bastante, seleccionar muy bien el material por el que queremos apostar y lo mismo con lo que es traducciones. Poner el ojo en mucho material que no estuvo nunca traducido al español, presentar material que no se

conocía y no reeditar un libro de Dostoievski que podés conseguir en una librería de saldos por \$200.

Nuestro objetivo es dar a conocer un material que el público no lo haya podido leer todavía, aunque son más difíciles de instaurar, porque son autores menos conocidos o que nunca han sido traducidos en su totalidad. Para nosotros no tiene sentido trabajar con libros que ya están circulando en dos o tres editoriales al mismo tiempo, inclusive de autores argentinos. Alto Pogo esta recuperando libros que estaban descatalogados hace 20 años.

De alguna manera también, ustedes traen a autores que si no fuera por ustedes no saldrían a la luz.

Yo quizá tengo una visión un poco más pesimista. Hacemos mil libros, la circulación es de 1000 personas, por ahí le cambia la vida a 5. Se acotó mucho el mercado editorial, si ves cualquier libro editado en los 1960, la tirada era de 30 mil ejemplares, inclusive en los 70 y 80. Ahora, una editorial mediana o grande, como Random hace tiradas de 3000. Imaginate como se achicó el mercado y el público lector. Algo paso en el medio: la tele, la radio, el fútbol, Netflix. No sé si se lee menos, pero al tener más oferta se diversifica distinto el tiempo.

Además de haber más medios de comunicación, a la par aumento la población. La duda es saber también de esos 30 mil cuantos se vendían.

También tiene que ver, el precio del libro en los 60 quizá era más barato. Ahora un libro promedio está entre 900 y 1500 pesos. El precio de los libros sube todos los meses, al ritmo de la inflación y es medio prohibitivo. ¿Cuántos libros puede comprar una persona con

sueldo promedio? Tres libros con suerte y haciendo un esfuerzo grande, paso a ser un lujo de alguna manera.

Más allá de todo esto, ¿ustedes ven un crecimiento sostenido de la editorial en cuanto a tiradas, la distribuidora?

Yo lo veo más que nada, porque es una estructura muy pequeña y que tenemos muchas cosas por hacer. Una distribuidora consagrada o sellos por ahí más sólidos quizá están en una especie de techo, se tienen que reinventar. Pero nosotros tenemos margen para crecer, para conseguir más puntos de venta, para entrar a cadenas que no estamos. Con la editorial tenemos margen para conseguir contratos con autores más conocidos o prestigiosos. Tenemos ese margen y al no tener gastos fijos grandes podemos seguir subsistiendo, tanto la distribuidora como con el sello.

Entrevista a Claudio Rojo

¿Qué sellos formaron parte del Frente Relámpago?

Los sellos que integraron el Frente fueron: Almadegoma Ediciones (Jujuy), Larvas Marcianas (Santiago del Estero), Killa (Salta), Minibús (Tucumán), Kala (Salta) y Gato Gordo Ediciones (Tucumán).

¿Cómo fue la experiencia?

El trabajo colectivo con los espacios que formaron parte del Frente Relámpago fue muy bueno. Entre 2015 y 2017 logramos consolidar una red que cubría Santiago del Estero, Jujuy, Salta y Tucumán, cosa que permitió a cada sello tener una presencia regular en ferias de todo el país. Quien podía ir a una feria de Córdoba, llevaba el catálogo o parte del catálogo de todos los sellos, así que estábamos permanentemente en circulación.

Un problema que tuvimos siempre fue el acceso a librerías. No era frecuente que nos recibieran los libros. En Santiago del Estero, por ejemplo, las librerías siempre recibieron material nuestro, pero en Salta no (a pesar de contar con material de autores y autoras locales). En Tucumán también tuvimos una dificultad similar. En Buenos Aires, la librería de la Coop sí nos hizo el aguante y tuvo nuestros libros. Pero, en general, lo que movíamos era más por ferias provinciales, algunas gestionadas desde el Estado y otras independientes.

Otra de las cosas que volvió muy importante la existencia del Frente fue la posibilidad de conocer de cerca el trabajo de los compañeros y compañeras editores y, por lo tanto, incorporar herramientas nuevas para hacer mejor el laburo propio. Casi todos y todas empezamos a movernos en lugares donde la única oferta editorial venía de las imprentas, así que no había mucho de donde aprender. También fue fundamental el apoyo y acompañamiento de gestores e integrantes de otros espacios, como Juan Crasci de Años Luz, o Marcos Almada, de Alto Pogo, o Martín Maigua, de Nudista, Flor Arias, gestora cultural de Salta, en fin, gente a la que pudimos acudir reiteradamente y que nos ayudó a construir un espacio en el crecer colectivamente.

¿Por qué razón se disolvió?

Estimo que la razón por la que el Frente Relámpago acabó separándose fue la disolución, desde fines de 2017, de varios de sus sellos. No obstante, los lazos quedaron tendidos y nuevos proyectos han ido surgiendo en este tiempo, con lo cual sospecho que es posible un reagrupamiento con quienes continúen interesados de activar el espacio. Algo interesante, y no menor, es que los lazos de camaradería también permitan que el Frente pueda haber quedado suspendido antes que terminado. Habrá que ver si hay una vuelta al ruedo, una nueva iteración para continuar.

Entrevista a Jorge Waldhuter

¿Cómo fue el comienzo?

Empezamos como importadores netos durante 13, 14 años. Cuando vi las dificultades que podíamos atravesar o lo que se venía en el país, una cosa inédita, comenzamos a trabajar con editoriales nacionales.

Con la traba de libros importados durante los gobiernos kirchneristas, teníamos coartada nuestra posibilidad de seguir trabajando y empezamos a trabajar con sellos locales, nos significó un crecimiento porque pudimos llegar a más lugares que era difícil llegar con libros importados. Y por nuestro trabajo o por recomendación se fueron sumando más sellos.

¿Cuántas editoriales manejaban en el 2016?

No te podría decir cuántas editoriales manejábamos, pero seguro más de una centena. Hay mucha universidad española que traemos solamente para la Feria del Libro, que llegan poquísimos ejemplares, pero no por eso menos importantes.

Generamos una alianza con la editorial, hay un fin último que es comercializar los libros, que tengan buena exposición en librerías, estar al tanto del plan editorial, tener políticas en común de comercialización.

¿Cómo es la relación con Cúspide y Yenny?

Uno de los efectos no deseados de la apertura de la importación, que yo agradezco, es que como décadas anteriores comenzaron a entrar saldos de Estados Unidos y España a

precios de Dumping¹¹⁰. Entonces en esas vidrieras podés ver libros de arte de pésima calidad, pero para un público lego, libros que se compran por centavos de dólar y generan una rentabilidad increíble.

El marketing, la publicidad, el estar en centros comerciales. Ellos están en esos lugares. Ellos son nuestros clientes más importantes para determinado tipo de libros, no llevaría un libro de filosofía, no llevaría libros importados porque tenemos pocos para nutrir a una cadena tan importante.

¿Cómo es su vínculo con la bibliodiversidad?

Nosotros trabajamos con librerías de autor, atendidas por sus propios libreros o por un conjunto de libreros que no son los dueños pero que pueden tener la sensibilidad para entender los sellos con los que trabajamos.

La bibliodiversidad: una palabra de moda, que mucho no entiendo que quiere decir, está vinculado a las editoriales independiente. Trabajamos con esas editoriales, pequeñas o medianas, argentinas o extranjeras. Esas editoriales necesitan exposición. Tratamos de conformar un catálogo afín, de calidad y que por más que sean muchas editoriales, no compitan entre sí. Un libro de la editorial Acantilado queda muy bien al lado de uno de ensayos de Eterna Cadencia. Obviamente cada uno va a querer vender su propio libro, pero para determinadas librerías es más importante eso que recibir una caja de Random House o Planeta.

¹¹⁰ Práctica comercial que consiste en vender un producto por debajo de su precio normal, o incluso por debajo de su coste de producción, con el fin inmediato de ir eliminando las empresas competidoras y apoderarse finalmente del mercado.

¿Crees que la importación de libros puede dañar a la industria argentina?

No va a quebrar la industria argentina, sino que la va a ayudar. Si uno quiere comprar un libro producido por una editorial local, que el autor sea local va a querer comprar ese libro, por más que venga un libro de una editorial equis. Mientras tengan el contrato vigente, el libro sea bueno, la edición sea buena, la editorial tenga cierto reconocimiento va a seguir vendiendo. Para un público más lego, o no entendido si quiere hacer un regalo y no sabe muy bien que comprar probablemente vaya a esos libros, pero si querés regalarle a tu hijo estudiante no tiene por qué ir a los extranjeros.

Por un lado, están las editoriales que ya trabajamos y el desarrollo de nuevos vínculos. Tratamos de formar un catálogo general, que las editoriales sean compatibles con los otros sellos que distribuimos.

¿Cómo es el día a día de la distribuidora?

El día a día, recibimos la novedad, procedemos al servicio de novedades a principio de mes, durante el mes se visita la librería, se responden inquietudes o consultas, y a fin de mes se toma la reposición de lo que se ha vendido y al otro mes comienza de nuevo con las novedades del nuevo mes.

Tenemos una cantidad de librerías ya predeterminada, pueden aparecer clientes nuevos, librerías online o personas que tienen emprendimientos de vender por Mercado Libre.

Tenemos vínculos directamente con el lector a través de la página web y las redes sociales. Por ahí al lector le cuesta encontrar nuestros libros, podemos guiar donde encontrarlos, o dárselos en la puerta.

¿Cuáles son los objetivos de la distribuidora?

Primero perdurar, crecer, formar un catálogo mejor, tener la expectativa de que los librereros sigan esperando los libros que distribuimos, conformar un buen grupo de trabajo.

¿Cuáles son los riesgos de la distribuidora?

El distribuidor tiene su riesgo económico. Recibimos un descuento de la editorial y brindamos un descuento a la librería. La diferencia de descuento es nuestra ganancia. Nosotros recibimos un 55% de descuento de la editorial y le hacemos un 45% de descuento sobre el precio de tapa a la librería. Es un riesgo porque tenemos gastos de estibaje¹¹¹ (distribución, hacer paquetes, facturas, remitos, y otros gastos).

Contamos que estén todos, que estén bien y se hace el servicio de novedades. Pensamos cada libro y cada librería. No es lo mismo una librería de Palermo Viejo que una cerca de la Facultad de Sociales. Tenemos un personal estable de 15 personas. Un ritmo de laburo bestial.

¿Cuál fue el momento más difícil y el mejor?

El momento más difícil fue cuando éramos solamente importadores y nos tomó la crisis del 2001, nosotros tomamos deuda en pesetas y tenemos acreencias en pesos. Por cada peso que nos debían, nosotros pasamos a deber 4. Estuvimos tres o cuatro años para ponernos al día, era muy difícil vender libros en ese momento, porque aumentaron mucho.

¹¹¹ Se define como estiba a la técnica de colocar la carga a bordo para ser transportada.

El mejor momento es el de la feria del libro porque tenemos un cara a cara con los lectores de nuestros libros. Es un momento de mucha creatividad, armar el catálogo, recibir los libros, ver armada la mesa. Cuáles son las nuevas tendencias, más allá de nuestros grupos.

Entrevista a Inés Kreplak

¿Cuándo comenzaste a trabajar en el Ministerio de Cultura?

Comencé a trabajar en junio de 2014. Vi la noticia en el diario del cambio de Secretaría a Ministerio y me quise sumar, tengo un puesto de planta permanente en el Estado y es muy común que se hagan préstamos.

Como tenía muchas ganas de ir porque tenía la convicción de que podía hacer cosas piolas. Así entre en la Secretaría de Políticas Socioculturales del Ministerio de Cultura de la Nación.

¿Sabes si hubo algún cambio de secretaria a Ministerio?

Si bien yo llegué posterior al cambio, pero creo que los cambios no tuvieron que ver solo con eso, sino con el cambio de autoridades. Ya que Jorge Coscia dejó el puesto y comenzó Teresa Parodi, no fue sólo un cambio de secretario a ministro.

¿Cómo fue el trabajo con las editoriales?

Empecé a trabajar con un coordinador de proyectos literarios, pero no había nada. Es bastante habitual que la literatura esté bastante desplazada frente a las artes escénicas, el cine, el teatro, la música. En un momento, como éramos siete por computadora en un espacio hacinado, fui a trabajar en el despacho con Franco Vitali, el Secretario del área.

Yo tenía 27 años, no me conocían. Pero Leer es Futuro fue un hit, le estallaron las redes sociales de Teresa Parodi y las redes del Ministerio, porque la gente de Prensa hizo unas fotos preciosas y cuando las subieron, Teresa quiso saber quién lo había hecho.

Cuando se agotaron, Teresa empezó a hablar directamente conmigo por teléfono para ver cuáles eran los próximos pasos. Habíamos impreso muy pocos por falta de plata (habíamos gastado 3 pesos por libro).

Ella propuso hacer un Leer es Futuro 2 con más ejemplares, más presupuesto. Se demoraron bastante y, lamentablemente, llegaron en noviembre de 2015...

¿Cómo fue el contacto con las editoriales?

Yo estudié Letras, conocía editoriales independientes, pero no tenía un vínculo directo, no conocía a los editores. Era una estudiante, una consumidora entusiasta. Conocía las FLIA y había ido a bastantes, conocía al Centro Cultural Pachamamá. Ahora conozco a casi todas las editoriales, los catálogos y si no los conozco personalmente, se quiénes son los editores.

Lo primero que hicimos desde la Secretaría de Políticas Socioculturales por orden del Secretario, Franco Vitali, fue reunirnos con diversos representantes del sector para que entablar un vínculo e interiorizarnos en las principales problemáticas del sector.

Era conocida de Nicolás Correa, un escritor que era compañero de la facultad y había pensado hacer una revista y me había dado unos libros para reseñar. Yo sabía que estaba en la movida de la edición independiente, él tenía una editorial.

Cuando entré faltaba ese dialogo con las editoriales independientes, era un sector que no se estaba teniendo en cuenta y lo llamé a Nicolas Correa para que me dé una mano y me oriente con quienes poder hacer una reunión. A esa reunión asistieron Matias Rek de Milena

Cacerola, Marcos Almada de Alto Pogo, Marilina de GEC, Nicolás que era el nexa y otras editoriales.

Así fuimos comenzando a conocer sellos y sellos y más sellos, hasta que hicimos la convocatoria abierta para el Encuentro de la Palabra. Nuestra idea era dialogar acerca de las demandas del sector, que pasaba y que había que hacer. Hubo algunas rispideces porque algunos empezaron a reclamar pasajes de Aerolíneas, porque querían viajar y “empezaron a bardear”.

¿Cuál fue el diagnóstico previo?

Fue mucho en muy poco tiempo, yo viajaba todos los fines de semana con “Verano de emociones”, y trabajamos de lunes a viernes. Para mí significo muy poco tiempo donde hice muchas cosas, pero en la vorágine cuesta teorizar, porque era praxis pura. Ponerme a pensar en porqué lo hice, obvio que hubo un sustento, pero no se puede pensar y hacer al mismo tiempo en la obra pública. El tiempo de la reflexión y el tiempo de la acción son muy distintos.

No había nadie que estaba mirando esa falta, logramos que se visibilice un problema que antes no, porque era un sector muy individualista, comparado con las artes escénicas, donde un elenco se junta a ensayar, los actores, directores, iluminadores, se forman uniones seguro, tienen el trabajo colectivo más aceitado y la unión y los sindicatos con mucho peso y trabajo.

El Estado tiene que llegar a donde el mercado no llega, o no llega de manera equitativa. El diagnóstico era que la industria editorial estaba muy concentrada, muy difícil garantizar la bibliodiversidad en todo el país, más allá del trabajo de las bibliotecas populares. Esa era nuestra base ideológica para empezar a trabajar: la federalización y pensar en que el Estado pueda compensar las desigualdades del mercado.

¿Cuáles eran las dificultades más grandes que tenían las editoriales cuándo llegaron?

El problema de las editoriales pequeñas y medianas cuando llegamos era la promoción y la distribución. El territorio argentino es extenso y es muy costoso y difícil poder llegar a las librerías de todo el país.

El mercado editorial está concentrado en dos grandes sellos multinacionales y es bastante parecido lo que sucede con los distribuidores y, lastimosamente, cada vez más con las librerías.

Además del precio del papel y la situación tan particular que tenemos en este país con ese tema.

¿Cuáles eran los objetivos que se propusieron en esta área?

La sensación fue que cuando empezábamos a conocer mejor el sector y empezábamos a andar, se terminó. Pero creo que se logró dar un empuje muy grande y ayudar a muchas editoriales de todo el país, con subsidios, becas, viajes, con difusión, promoción y distribución. Se generaron lazos muy productivos. Y, más allá de lo estrictamente editorial, se hicieron enormes proyectos de promoción de la lectura, de la escritura y del libro en general.

Durante los casi dos años de gestión tuvimos muchos encuentros con representantes de sellos editoriales para conocer cuáles eran las problemáticas específicas del sector y para diseñar en conjunto proyectos que pudieran ayudar al sector.

Desde antes, se venía realizando el MICA (Mercado de Industrias Culturales de la Argentina) y también los Pre-Mica regionales, en donde se hacían capacitaciones para el sector. También había subsidios del Fondo de Desarrollo Cultural en diversas temáticas.

En particular desde nuestra área se invitó a todos los sellos denominados "independientes", "autogestivos" o "pequeños" a participar de la segunda edición del Encuentro de la Palabra en Tecnópolis, allí armamos una gran feria en donde cada uno tenía su stand para poder difundir y vender sus libros. En el caso de sellos editoriales de otras provincias, se los ayudó con pasajes y viáticos.

El Encuentro de la Palabra duró 10 días y en esos 10 días se tejieron muchas redes y lazos muy interesantes entre los mismos editores. Entre los sellos se armaron cooperativas como La Coop o Frente Mar de Córdoba. Luego tuvimos una reunión con la ministra Parodi en donde se expusieron diversas problemáticas del sector y desde allí quedó establecido un vínculo que continuamos trabajando para sostenerlo.

Era una política integral de promoción de la industria editorial argentina, con foco en la bibliodiversidad y en la federalización de la palabra, para que el contenido de los libros no solo representara la palabra, gustos y paisajes de las grandes ciudades como Buenos Aires, Córdoba o Rosario, sino que también pudieran hacerse presentes las voces literarias de todo el país.

¿Cuáles fueron los hitos más importantes?

El primero fue convertir a las editoriales independientes en un interlocutor a tener en cuenta, un sector al que dirigir políticas públicas, un actor más a tener en cuenta en el sector. Siempre se llamaba a la CAL (Cámara Argentina del Libro) y a las otras cámaras.

Generamos una noción de que era un movimiento importante, numeroso y que garantizaba la bibliodiversidad y además movía mucho. Era mucho más que la reserva de los clubes, no era solo un semillero. Hay escritores que hacen su carrera en editoriales independientes. Son

importantes también respecto a la plata que mueven. Es verdad que los escritores, y la mayoría de los editores, no viven de eso, pero mueven mucha gaita en gráfica, librerías.

Otro gran hito fue el trabajo con las ferias del libro de todo el país a las que se hacía presente el ministerio de cultura con su stand, llevábamos diversas propuestas artísticas, pero también proporcionábamos un stand gratuito para las editoriales que se organizaban y llevaban un poco de varios sellos a cada feria. Para poder hacerlo hicimos una convocatoria para las editoriales independientes que quieran participar. Luego de las ferias repartían el dinero de las ventas.

Además, al mismo tiempo de Leer es futuro, hubo una bajada, desde Cristina, ya que le interesaba el trabajo territorial con las ferias. Pidió que se haga algo con las ferias porque eran importantes.

Históricamente las ferias del libro y los festivales suelen solicitar ayuda económica o de programación al Ministerio de Cultura. Entonces aprovechábamos y si nos pedían a alguien como Felipe Pigna porque llevaba mucha gente a la feria, lo llevábamos, pero les pedíamos un stand, estadía y comida para ese miembro de las editoriales independientes para que vaya a vender los libros.

Eso estuvo bueno no sólo porque posibilitó que la gente tenga acceso a otro catálogo con libros que no suelen llegar a todo el país, sino que además se hicieron conexiones con editoriales locales, ya sea dejando libros en consignación o generando un reconocimiento con el librero que no los conocía. Se generaron vínculos que a veces son muy complejos entre las editoriales y los libreros. En definitiva, los libreros en las ciudades chicas son los que difunden la literatura. Tengo un tallerista que vive en Frías, Santiago del Estero, que va a la

librería a ver que hay y le pregunta al librero. Funcionan inclusive como bibliotecas, prestando libros.

Él es un poeta que empieza a escribir porque leyó los libros de Santos Locos, una poesía que hablaba su idioma, que sentía que podía escribir algo así, más cercano. Conoció a un autor como Gustavo Yuste porque La Coop fue a la feria de Frias. A veces volvían sin nada, o vendiendo pocos libros, pero se podían abrir estas otras posibilidades.

Otro ejemplo también es el MICA Nacional en el año 2015. Nos pidieron por primera vez mesas, paneles enfocados a las editoriales más chicas. Entonces programamos algunas mesas sobre derechos de autor, cuestiones legales, copyright, debates interesantes como distribución, como armar una editorial, como armar una cooperativa. Todos en base a esos temas que circulaban.

Cuando se armó el Paseo de las Editoriales del segundo Encuentro de la Palabra, articulamos con Tecnópolis que quería hacer una feria. Querían llamar solo a algunas como Eterna Cadencia y otras más populares. Pero nosotros mandamos un listado que habíamos armado de editoriales con los editores que era mucho más completo ya que nuestro objetivo era mucho más amplio y federal. En el marco de ese Encuentro, en el mismo momento que se dieron a conocer los ganadores del **Concurso Federal de relatos** que fue importante.

También se armó un grupo de Facebook llamado "Diálogo entre editoriales argentinas" y allí iban surgiendo cruces, ideas, problemáticas y eso, un canal de diálogo y de conexión.

Intención de Federalización de la palabra, el Encuentro fue un evento, un festejo. En el global, el objetivo fue federalizar la palabra de autores argentinos, no legitimados por

el mercado. En el Encuentro se dio un espacio de conocerse, cada política tiene ese objetivo.

La Red Federal de Poesía, proyecto entre CONABIP, ministerios de Educación y de Cultura de la Nación, y la CONABIP, fue una web que se diseñó con mucho esfuerzo y buscaba vincular a todos los grupos de poetas del país, como una red social, para que se conozcan entre sí, se difundan talleres literarios y editoriales. Era una posibilidad de conectarse con los distintos espacios. Una buena tirada de un libro de poesía, son 500 ejemplares, la base para uno de Narrativa. Lamentablemente, en el 2016 la eliminaron.

Eso tenía que ver con el dialogo y la posibilidad del encuentro. Tienen que unirse como colectivo para reclamar al Estado por sus peleas, por sus derechos. Siempre es mejor hablar con un colectivo, una agrupación que con individuos.

A los escritores se los piensa que son personas solitarias, escribiendo en su habitación, discutiendo con la musa. Pero no debería ser tan solitaria, tienen que haber más espacios colectivos. Esa individualización, de alguna manera, hizo que lleguen solo los letrados, una versión más elitista, pero volvieron al sector mucho menos combativo que otras artes, por lo tanto, los que tienen derechos son los que los reclaman. Lo que paso fue que efectivamente se ocuparon de muchas cosas antes, pero no de lo que el mercado no estaba tomando. A partir de ahí hubo un cambio muy grande y eso quedo de ahí en adelante.

Se trabajo promoviendo escritores, editores, lectores, lectores, escritores ya consagrados como formadores o jurados, pero todo eso se pensó a la vez. No solo a las editoriales independientes, que nadie quedé afuera.

La **Red Federal de Poesía** fue muy importante, ya que las editoriales de poesía son de las más relegadas, dentro del Encuentro de la Palabra, le dedicamos cuatro días a la poesía y se hizo un Festival que se llamaba Poética en el Centro Cultural Kirchner, donde además hubo una feria. Fue la primera vez que se hizo una feria de editoriales en las cuales se priorizaba a la poesía.

¿Cómo se dio Leer es Futuro?

Marcos Almada sobresalió en esas reuniones y quiso volver a reunirse con nosotros después de la primera reunión. Él nos mostró lo que hacía con su editorial Alto Pogo, un libro que habían sacado con el Gobierno de la Ciudad que se llamaba 12 rounds. Y nos mostró algo que nos sirvió de inspiración para Leer es Futuro, que era la Exposición de la actual, unos libritos que nos interesaron un montón. Porque, previamente, yo estaba pensando en lo mismo: hacer libros de distribución gratuita que fuesen destinados, no a las escuelas donde ya lo estaba haciendo muy bien el Ministerio de Educación con las bibliotecas, queríamos conmovier la lectura por fuera del espacio escolar porque muchas veces sucede que la gente que no tiene el placer o hábito de la lectura piensa que eso es para sus hijos: “para mi nene”, “y para vos?”.

Lo pensamos para el marco de “Verano de emociones”. Durante los veranos, en distintos puntos del país, el Ministerio de Cultura junto a otros ministerios se instalaban con recitales, ajedrez, eventos para chicos, estaba CEDRONAR, el Ministerio de Salud, en el verano de 2015 estaban por ejemplo Las Grutas, Ezeiza, Mar del Plata, entre otros. En ese marco desde Cultura fuimos con los libros de Leer es Futuro y además llevábamos a los escritores, y entre las bandas, subieron a leer poesías. Algunos poetas estuvieron arriba del escenario con miles de personas, algo que no es muy habitual.

Con Leer es Futuro vinculamos historietistas y artistas visuales con escritores y editores. Eso generó otros efectos colaterales positivos, por ejemplo, un ilustrador y un escritor formaron una alianza y desde ahí todos sus libros salieron con sus ilustraciones.

Nosotros le pedimos permiso a Marcos y en un principio estaba todo bien, además de él estaban Ana Ojeda, Nicolás Correa y Agustín Montenegro en la Expo. Todos estuvieron de acuerdo, porque era una idea que ya teníamos, pero le agregamos el trabajo con los ilustradores. En realidad, les dimos laburo.

Cuando Marcos nos muestra la Expo, yo le digo que eso es lo que quiero hacer, porque sirve para potenciar a los escritores, a los autores. Entonces le pido que me ayude con la curaduría, no me podía sentar a elegir los libros. Queríamos que sea lo más federal posible, que no sean todos autores desconocidos, que haya grandes, medianos y chicos, porque uno atrae al otro y eleva el nivel del resto. Entonces elegimos a Oyola, que cedió textos que ya estaban publicados, pero en Uruguay, Martín Cantalupi que no había publicado nada y en la primera tanda publicamos a Miguel Briante, un grosor que estaba descatalogado, Arlt que si se leía y a Haroldo Conti.

En la segunda edición estuvieron Bernardo Kordon, Sara Gallardo, Isidoro Blaisten que estaban muertos y los llamamos los padrinos por su compromiso político y estético, porque fueron muy importantes. Marcos empezó a trabajar conmigo palmo a palmo. En ese momento, hablábamos mucho y le pedíamos opinión.

Cuando sale Leer es Futuro, después de pedir permiso. En Facebook hubo una especie de escache por copia porque Ana Ojeda se enojó pero no habíamos hecho las cosas mal,

hicimos todo con muy buena fe. Marcos sentía que eso iba a aumentar exponencialmente el lugar de acción de ellos, para Ana fue una traición.

A nosotros nos gustaba lo que hacían, y al ser más grande el Estado, queríamos pensar en acciones más grandes, a largo plazo con políticas públicas.

¿Propusieron las uniones de las editoriales?

Cuando haces, haces, haces, muchas veces te das cuenta después que además sucedió esta u otra cosa. No sé si buscamos las uniones entre editoriales, pero se dieron.

En el Paseo de las Editoriales en el Encuentro de la Palabra, aprovechamos para que haya un pasillo de editoriales independientes. Fueron muchos días y se necesitaba que siempre hubiera gente atendiendo, no podían quedar los locales vacíos. Entonces se juntaron entre dos o tres editoriales, porque todos trabajaban y dejaban de hacer cosas para participar y era difícil. Eso empezó a armar lazos, estar diez días en un “pasillito”, con todas las editoriales.

Por ejemplo, vinieron editoriales de Córdoba y empezaron a ver como vincularse entre sí, distribuir los libros y ahí se formó Frente Mar, que luego se disolvió y La Coop que sigue hasta hoy unido.

¿Hubo un impulso directo al armado de cooperativas?

Siempre desde el Estado, es más fácil articular con un colectivo que con individuos. No es lo mismo enviar 180 bolsas de alimentos a distintas provincias o ciudades que enviar 150.000 a una dirección y luego lo distribuye, es mucho más fácil.

Vos no podés mandar a 50 personas a una feria (50 pasajes, alojamientos, viandas) no tiene sentido. Ahora, mandas a uno que vende por todos, se puede. Esas cosas terminan derivando en uniones, alianzas, sean cooperativas o no.

¿Qué papel tuvieron en las decisiones de la regulación de las importaciones de libros?

Desde nuestra área siempre nos vinculamos con las problemáticas hacia el interior del país así que de esto no puedo hablarte demasiado. En lo personal creo que la regulación de la importación ayudó a que las librerías dejaran de traer saldos españoles baratos y apostaran a los sellos nacionales, así pudieron tener visibilidad propuestas editoriales muy interesantes y escritores que también valía la pena descubrir.

¿Qué cosas quedaron por hacer?

Nos quedó en el tintero instalar políticas públicas a mediano plazo, porque está buenísimo hacer un Leer es Futuro una vez, pero queda como algo maravillo que sucedió una sola vez, en un pasado muy feliz y ya. En cambio, si se hubiera instalado el espacio de circulación, accesible de libros. A la larga, tiene que ver con una política equitativa de acercamiento y promoción de la lectura.

Eso genera a su vez un mercado más grande, porque hay más lectores, más escritores, más editores.

El **concurso federal de relatos** no solo era premiar a aquellos que sabían escribir, sino visibilizar y darle oportunidades a personas que les interesa explorar el camino de la literatura, pero viven en lugares que no hay talleres literarios, o que no llegan las editoriales. Premiarlos con dinero o la publicación y formarlos, que vengan a una clínica con escritores

importantes. O rodearte de otros tantos que están en la misma que vos que están a lo largo del país.

Hubiera sido lindo que se instalarán y el costo político de suspenderlas fuera más alto. Leer es futuro 2: hicimos una licitación e imprimimos cerca de 48.000 de cada libro, la primera edición había sido de 1000 cada uno. Se hicieron con el objetivo de que sea una política pública: para repartir a las bibliotecas populares, a las escuelas que lo pedían, para hacer eventos de promoción de la lectura y que no fuera una epopeya conseguirlos, o de elite. Todos esos libros quedaron en cajas con la llegada del macrismo, no lo repartieron porque decía Cristina y los repartieron sin un objetivo claro, nada que ver con lo que habían sido diseñados.

El macrismo hizo un evento con los autores de Leer es Futuro 2, en un bar de la calle Corrientes en el marco de la Noche de las librerías, para ir a esa charla, mínimo tenías que pagarte un café, vivir en Capital Federal. Nada que ver con el destino de la política pública, apuntábamos a otra gente, no a la que lee libros y va a comprar libros en la calle Corrientes. No necesitas darle un libro gratis.

¿Qué paso cuando llegó el macrismo?

No comulgo con la ideología de este proyecto político. La noción que tienen de cultura es opuesta a la que tengo yo. De hecho, el área de Políticas Socioculturales pasó a llamarse Secretaría de Cultura y Creatividad. No piensan que el Estado debe estar ahí donde hay una necesidad, ni que debe ayudar a achicar las diferencias que el Mercado y la lógica capitalista imponen sino más bien lo contrario.

Todos los proyectos que tenían sentido como políticas públicas que podían crecer, ponerse a prueba, mejorarse, todas se perdieron con el Macrismo. No se sostuvo ninguna.

Algunos programas, como el MICA siguieron estando, pero no hicieron nada. Con Libros y Casas, armamos una biblioteca nueva, se licito y como los libros decían las autoridades, las mandaron a un depósito en cajas, hubo una inundación y se perdieron, eran miles y miles de libros.