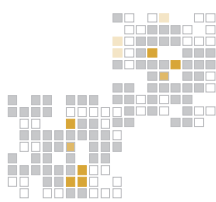


¿EDITORES “MALABARISTAS” O EDITORES PROFESIONALES? MODALIDADES ASOCIATIVAS DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL LIBRO ARGENTINO

“JUGGLER” EDITORS OR PROFESSIONAL EDITORS? ASSOCIATIVE MODALITIES OF DISTRIBUTION AND COMMERCIALIZATION OF THE ARGENTINE BOOK

EDITORES “MALABARISTAS” OU EDITORES PROFISSIONAIS? MODALIDADES ASSOCIATIVAS DE DISTRIBUIÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DO LIVRO ARGENTINO

66



Lucía Coppari

■ Lucía Coppari é Doutora em Ciências Sociais, com Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea e Licenciatura em Comunicação Social. Atualmente, realiza pesquisa de pós-doutorado no Instituto de Estudios en Comunicación, Expresión y Tecnologías (IECET), vinculado ao CONICET, na cidade de Córdoba, Argentina.

■ *Lucía Coppari es Doctora en Ciencias Sociales, Magíster en Comunicación y Cultura Contemporánea y Licenciada en Comunicación Social. Actualmente realiza una investigación posdoctoral en el Instituto de Estudios en Comunicación, Expresión y Tecnologías (IECET), vinculado al CONICET, en la ciudad de Córdoba, Argentina.*

■ E-mail: luciacoppari@gmail.com

RESUMEN

La investigación tiene como objetivo conocer e interpretar las modalidades asociativas de distribución y comercialización desarrolladas por agrupamientos de editores, y cómo forman parte de las transformaciones más recientes en la circulación del libro. Examinamos las tareas tramitadas por un colectivo, una cooperativa de trabajo y una sociedad comercial para resolver un procedimiento crítico de la cadena de valor del libro como es la distribución de los ejemplares físicos en las librerías.

El interrogante abierto es: ¿cómo conviven la figura del editor “malabarista”, con tareas y vidas múltiples, y la del editor “profesional”, que emana del actual escenario de afianzamiento de los proyectos independientes surgidos en la primera década del siglo?

PALABRAS CLAVE: LIBRO ARGENTINO; ASOCIATIVISMO; DISTRIBUCIÓN; PROFESIONALIZACIÓN.

ABSTRACT

The research aims to understand and interpret the associative modalities of distribution and commercialization developed by groups of publishers, and how they are part of the most recent transformations in book circulation. We examine the tasks processed by a collective, a work cooperative and a commercial society to solve a critical procedure of the book value chain, as is the distribution of physical copies in bookstores.

The open question is: how do the figure of the “ juggler ” editor, with multiple tasks and lives, and the figure of the “ professional ” editor, which emanates from the current scenario of consolidation of the independent projects that have arisen in the first decade of the century, coexist?

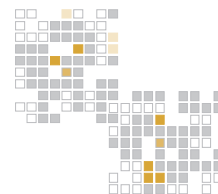
KEY WORDS: ARGENTINE BOOK; ASSOCIATIVISM; DISTRIBUTION; PROFESSIONALIZATION.

RESUMO

A pesquisa visa saber e interpretar as modalidades associativas de distribuição e comercialização desenvolvidas por grupos de editoras, e como elas se inscrevem nas mais recentes transformações da circulação do livro. Examinamos as tarefas processadas por um coletivo, uma cooperativa de trabalho e uma sociedade comercial para resolver um procedimento crítico da cadeia de valor do livro, como é a distribuição de material físico exemplares nas livrarias.

A questão em aberto é: como coexistem a figura do editor “malabarista”, com múltiplas tarefas e vidas, e a do editor “profissional”, que emana do atual cenário de consolidação dos projetos independentes que surgiram primeira década do século?

PALAVRAS-CHAVE: LIVRO ARGENTINO; ASSOCIATIVISMO; DISTRIBUIÇÃO; PROFISSIONALIZAÇÃO.



1. Introducción

La repercusión de la edición independiente¹ en el mercado argentino del libro se amplió a lo largo del siglo XXI por la multiplicación de proyectos y su peso relativo en la producción de títulos, las mejoras técnicas, el despliegue de espacios de circulación y sociabilidad, la actividad en el entorno digital, la formalización de las relaciones contractuales con privados y con el Estado, y las oportunidades de internacionalización. Durante estos años, las tintas han discurrido sobre los cambios en las condiciones y las rutinas de producción, la democratización de la oferta y el acceso (Botto, 2014; Saferstein, 2015; López Winne y Malumián, 2016; Szpilbarg, 2019; Badenes y Stedile Luna, 2020). En este escenario, surge el compromiso de indagar sobre las solidaridades que se concretan por fuera de las corporaciones tradicionales, a la medida de afinidades, necesidades y aspiraciones compartidas *entre* editores.

La investigación tiene como objetivo conocer e interpretar un conjunto de prácticas asociativas que, avanzado el siglo XXI, se fueron multiplicando entre editoriales independientes de Argentina, con diferentes escalas y pautas de coordinación. En términos específicos, estudiamos las modalidades asociativas de distribución y comercialización desarrolladas por agrupamientos de editores, y evidenciamos cómo hacen parte de las transformaciones más recientes en la circulación del libro.

Examinamos las tareas tramitadas por

un colectivo, una cooperativa de trabajo y una sociedad comercial para resolver un procedimiento crítico de la cadena de valor del libro como es la distribución de los ejemplares físicos en las librerías, definidas como los puntos de venta privilegiados del sector independiente. Nos referimos respectivamente al trabajo de Malisia, La coop y Carbono. Posteriormente, discurrimos sobre otro caso testigo como es la unidad de distribución de la editorial Blatt y Ríos.

Es preciso anticipar que, desde su constitución, en función de los procesos organizativos y la variación de las rutinas de trabajo, las editoriales independientes van (re)definiendo sus modelos de negocios y experimentando diferentes métodos de distribución hacia el canal librero, como son la distribución tercerizada, la distribución por cuenta propia y, más recientemente, la distribución asociada que nos ocupamos de analizar. En palabras de Gustavo Velázquez (2020), la distribución aparece como problemática estructural para las editoriales pequeñas, vinculada con su visibilidad y subsistencia. Por ello, la asociación constituye una alternativa que permite repartir la carga logística y favorecer el intercambio directo con las librerías. De esta manera, las relaciones que se generan tienen como ventajas la inmediatez y la posibilidad de ajustar los despachos y las rendiciones a las necesidades concretas de cada una de las partes. Velázquez introduce un análisis comparativo respecto de la distribución por terceros –que si bien favorece la construcción de mercados resulta poco efectiva para los sellos de rotación lenta y tiradas cortas– y la distribución por cuenta propia, cuyos requerimientos –la inversión en el montaje logístico y la dedicación laboral– se ven “salvados” cuando las editoriales incurren en alguna modalidad de asociación. Como veremos, la viabilidad y ejecución de estos sistemas responden también a los contextos de producción y las reconfiguraciones en el oficio/

1 Autores como Hernán Vanoli (2009), José de Souza Muniz Jr. (2016), Hernán López Winne y Víctor Malumián (2016), Daniela Szpilbarg (2019), Daniel Badenes y Verónica Stedile Luna (2020) han realizado significativos aportes sobre la independencia en la edición desde Latinoamérica. La Cámara Argentina del Libro (CAL) utiliza el término “pymes independientes” para nombrar a las empresas del sector editorial comercial cuyas publicaciones están dirigidas a canales de venta exclusivos del producto libro. Estas editoriales pequeñas y medianas producen novedades con tiradas cortas y menor rotación en librerías, lo que se vincula a necesidades específicas.

profesión de editor.

Además, es necesario registrar la concentración geográfica que obstaculiza la democratización de la producción y la circulación federal por el territorio nacional. Un dato significativo de la Cámara Argentina del Libro (CAL, 2024) es el que revela la histórica concentración de la actividad editorial en CABA (representa el 55 por ciento del total) y la provincia de Buenos Aires (18 por ciento), a gran distancia secundadas por provincias como Santa Fe y Córdoba. Dicha concentración se replica en la actividad librera: en un informe de la Cámara Argentina de Publicaciones (CAP, 2018), se cuentan más de mil librerías en el territorio nacional,² con una distribución también centralizada.

En el desarrollo que sigue constatamos tanto la eficacia comercial como la potencia político-cultural de la distribución y venta asociadas, en condiciones de participación estatal oscilante que no logra tejer redes de contención para el desarrollo diverso y federal del libro argentino, así como de reiteradas y sostenidas crisis económicas. Incluso, las prácticas asociativas en cuestión se vienen concretando a través de intersticios en las adscripciones territorializantes del capitalismo contemporáneo, como la del emprendedor cultural: con las contribuciones de raíz foucaultiana de Jaron Rowan (2010) e Isabell Lorey (2016; 2008) reconocemos allí un modelo de empresarialidad que paradójicamente se sustenta en la ética de la autonomía, la realización creativa del propio proyecto y, a la vez, la resignación de las seguridades laborales y la precarización de sí. Estas particularidades del trabajo de los productores culturales también son puestas de relieve por las revisiones heterodoxas que introduce Bernard Lahire (2010) sobre

la perspectiva bourdiana, en términos de su participación no exclusiva, a veces discontinua o intermitente, como miembros de un campo.

A partir de las mencionadas herramientas conceptuales y las categorías vertidas por los entrevistados, el interrogante abierto es: ¿cómo conviven la figura del editor “malabarista”,³ con tareas y vidas múltiples, y la del editor “profesional”, que emana del actual escenario de afianzamiento de los proyectos independientes surgidos en la primera década del siglo? Advertiremos que el asociativismo modula en diferentes sentidos las trayectorias editoriales, los desarrollos profesionales dispares, y consecuentemente las irregulares inversiones de tiempo y recursos, sin quedar exento de conflictos asociados a la administración o la generación de acuerdos atinentes a los cursos de acción, la equidad laboral, o el patrocinio de las instituciones.

2. Alternativas de asociación

El estudio analiza las modalidades asociativas de distribución y venta que implican una logística establecida y regular por parte de editores agrupados para colocar sus producciones en el canal librero. Sobre cada caso, los editores implicados argumentaban las posibilidades y los límites de estas sociedades, admitiendo en sus discursos los cambios registrados en los roles y las condiciones de producción y circulación de los últimos años.

El proyecto de distribuidora en el colectivo Malisia,⁴ de la ciudad de La Plata, se configuró hace más de una década. En paralelo se estableció la librería, y a lo largo de los años se fueron realizando diferentes eventos, hasta concretarse

² El informe de la CAP señala que, para los editores comerciales, este número se puede traducir en unos 400 a 600 clientes activos (dependiendo de sus respectivos catálogos y estrategias de venta).

³ El término es empleado por Marcos Almada de la editorial Alto pogo y La coop, uno de nuestros informantes.

⁴ Conformado por las editoriales platenses Club Hem, Pixel, EME y FA.



el armado regular de lo que actualmente es la feria de libros Edita. También se materializaron otras iniciativas, como la inauguración del sello editorial Malisia o el lanzamiento de una revista para la difusión de voces y novedades relativas al sector.

La distribución fue asumida por los editores agrupados en el colectivo debido al diagnóstico sobre las vacancias e intermitencias en la llegada de libros de colegas desde otros puntos del país a la ciudad de La Plata. El testimonio de Agustín Arzac, de la editorial Eme, sintetiza aquel estado de situación y contribuye a ejemplificar las condiciones más generales de centralización geográfica en la producción y circulación del libro argentino: “Un editor de Córdoba piensa la distribución en Buenos Aires y no la piensa en La Plata” (2019). La tarea consistió entonces en montar una red de distribución que desde hace varios años viene remitiendo libros de otras editoriales independientes a las librerías de su ciudad y alrededores, incluida la propia gestionada por el colectivo. De tal manera, se suplen las gestiones que debería encarar particularmente cada editor interesado con las librerías, ofreciendo una propuesta *customizada* y basada en el conocimiento pormenorizado del circuito platense. Fuera de dicho circuito, las editoriales reunidas en el colectivo disponen cada una sus propios sistemas de distribución.

La librería es el espacio donde se materializa el proyecto colectivo de Malisia y se exhibe el catálogo que el grupo de editores ha venido configurando a su alrededor a lo largo de los años. Su establecimiento se prefiguró en C'est la vie, la casa cultural que los acogió en la etapa inicial, donde instalaron una incipiente “estantería”⁵ de libros. Tiempo después se produjo el traslado a El espacio, en la intersección de diagonal 78 con

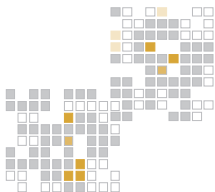
calle 6, que ocupan hasta la actualidad. Allí tiene sede comercial la librería, que funciona como una unidad de negocio atendida y administrada por algunos de los participantes de Malisia.

Con el crecimiento y consolidación del proyecto sobrevino la necesidad de diferenciar cada una de las unidades de negocio –de primera, la distribuidora y la librería– y las tareas administrativas relativas a las ventas y rendiciones. Arzac rememoraba una “reunión fuerte” que marcó esa bisagra, donde se establecieron una serie de acuerdos iniciales sobre los alcances y límites de la organización colectiva, los compromisos laborales relativos a las cuentas y la participación de cada uno.

En este marco de definiciones comenzó a proyectarse el sello Malisia, con el objetivo de dar respuesta a propuestas autorales que no ensamblaban en los catálogos particulares de las editoriales y/o demandaban asesoría y servicios profesionales para su publicación. El sello se constituyó como nueva unidad de negocio con tareas específicas distribuidas entre algunos de los integrantes, y la eventual contratación de correctores y diseñadores externos. De esta manera, y en paralelo, se instauraba para ellos una vía de ingreso económico.

En términos jurídicos formales, el colectivo optó desde los comienzos por el régimen de monotributo de sus integrantes, a los fines de resolver las demandas inmediatas. El plan original, no obstante, fue y continúa siendo el de constituir una cooperativa de trabajo. Oportunamente, con este objetivo, se realizaron cursos de formación y se delinearon las primeras gestiones, pero las dilaciones propias del proceso y los cambios de coyuntura política truncaron aquella iniciativa. Al respecto, Arzac analizaba:

⁵ Este término es utilizado a modo de eslogan para definir el proyecto de librería.



Nosotros funcionamos como una cooperativa de hecho, porque hay un montón de ingreso que es distribuido de forma equitativa [...], y en cuanto a las tareas tratamos de ser lo más equitativos. Desde cuántas personas van a cada feria, para que no sean siempre los mismos, cuando hay algún viaje tampoco sean siempre los mismos, y llevar las cajas a las librerías. Tratamos de que eso esté lo mejor compensado posible (2019).

En palabras del editor y librero, si bien se logró un funcionamiento cooperativo en términos consuetudinarios, la formalización persiste como una “deuda” del colectivo, por el ordenamiento y el cumplimiento de obligaciones que dicho estatuto prescribe. Con todo, la concreción de la cooperativa conllevaría instancias de (re)organización atinentes a la distribución del trabajo y los excedentes. En este sentido, los integrantes del colectivo se pronuncian con sensatez respecto de las tensiones que eventualmente pueden producir acontecimientos de este tipo en su devenir. Aun valorando y priorizando los vínculos de confianza, las visiones y los intereses compartidos, la coordinación soporta dificultades y conflictos derivados de las diferencias y la necesidad de establecer acuerdos.

En este camino de exploración y formación constante, los integrantes del colectivo abrevan los debates públicos que incesantemente se van produciendo sobre el hacer editorial. Desde 2017, la revista *Malisia* vehiculiza sus inquietudes y preguntas, y así quedaba asentado en la primera nota editorial:

Malisia lleva apenas tres años y medio de existencia y su dinámica tiene más que ver con el tránsito por territorios siempre inexplorados, que con ensayar rutinas sobre lenguajes y procedimientos aprendidos de antaño. En principio por la inexperiencia que supone lo

breve de nuestra apuesta y, a su vez, por la permanente transformación que caracteriza al campo de la edición.

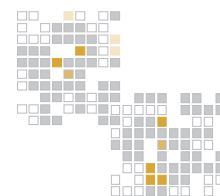
Oficio más que profesión, aprendizaje más que certezas, un origen marcado por un doble movimiento: un interrogante seguido de una afirmación a modo de hipótesis que solo comprobamos (o no) en el ejercicio del hacer. Puro movimiento.⁶

La coop está formada por un grupo de socios editores⁷ que trabajan en diferentes unidades: la participación en ferias, la distribuidora, una librería. Luego, se conformó a su alrededor una pequeña comunidad de editores-clientes, que adquieren los servicios de distribución. La cooperativa se constituyó en el acto performativo de denominación del colectivo, y posteriormente se organizaron las gestiones para adquirir estatuto formal. Los prolegómenos de este agrupamiento de editoriales tuvieron lugar en el marco de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, con la conformación de un stand colectivo que, desde 2015, alberga e irradia actividades y proyectos que vienen afectando la propuesta del evento. Paula Brecciaroli, editora en Conejos, contrastaba la improvisación de los primeros tiempos con la rigurosidad propia del armado formal, cuando determinaron encarar colectivamente la tarea de distribución:

Empezamos como algo súper improvisado, una reunión de editores que nos llevábamos bien [...]. Lo empezamos a mostrar como La coop, pero cuando empezó la distribución de alguna forma había que facturar, toda esa cuestión, así que se nos impuso la legalidad. Es

⁶ Sitio para consulta: https://issuu.com/malisialibros/docs/malisia__1_issu.

⁷ Entre los socios se encuentran los editores de Conejos, Alto pogo, Añosluz, Santos locos, Audisea, Mágicas naranjas, Club cinco, Espacio Hudson.



muy complejo armar una personería jurídica (2019).

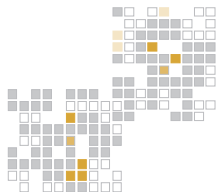
Desde la perspectiva de la editora, el desafío enfrentado como colectivo se destaca adicionalmente por los escasos antecedentes de cooperativas que asocien a editores de diferentes proyectos, y la repercusión favorable de la que viene gozando entre colegas y en la cadena de valor. En paralelo con esta valoración positiva del mutualismo entre editoriales, las posibilidades de cooperar y prorratar las cargas financieras y laborales, se reconocen también los obstáculos: el trabajo adicional a las actividades circunscritas al propio sello, la dedicación heterogénea de los socios, la interdependencia para la toma de decisiones de manera resolutive. La editora se refería a las dificultades de conciliar la anexión de nuevas tareas a las otras tantas que los integrantes ya vienen desempeñando. “Tengo la cooperativa, tengo una editorial, quiero escribir y la vida misma... ¡caos!” (2019), sintetizaba.

Esta multiplicidad de roles asumidos, por lo general en varios de los eslabones de la cadena de valor del libro, es vista como un factor de incidencia en el funcionamiento de la cooperativa. “De hecho nos pasa que alguien que, por ahí, en un momento estaba súper ayudando, hoy no puede ayudar más y hay que reorganizarse” (2019), registraba Brecciaroli. Luego, en La coop, las tareas se han ido distribuyendo a la par de la conformación de comisiones o áreas relativamente autónomas, que favorecen en la organización interna. Como describíamos para el caso de Malisia, aquí también algunos socios se ocupan de actividades vinculadas con la distribución, mientras que otros se encuentran abocados a la librería o la producción de eventos. Los beneficios de la dinámica de trabajo que han ido modelando radican en el criterio de asignación de las tareas de manera equitativa y solidaria, y en la dirección más eficiente de los

esfuerzos individuales cuando se asumen roles múltiples, tal como apuntaba Brecciaroli. En los términos de Lahire (2010), cuando la inversión de tiempo en ese “juego” no es exclusiva. En definitiva, los socios desempeñan operativamente las tareas que hacen a su objeto, mientras que la gestión y resolución de temas generales se realiza en la clave democrática y horizontal que manda el estatuto cooperativo.

La distribución asociada constituyó uno de los ejes medulares del armado de La coop. Anteriormente, cada editorial socia venía resolviendo, de acuerdo a sus posibilidades y conveniencia, entre la distribución propia y la tercerizada. Los límites de estas experiencias frente a la alternativa cooperativa definieron el rumbo. Por un lado, aunar y simplificar el circuito de librerías que antes varias visitaban particularmente, con mayor desgaste y menor impacto. Por otro lado, consolidar el vínculo y hacer más eficiente las gestiones con librerías interesadas en los catálogos ofrecidos por las editoriales socias, en lugar de formar parte del inventario amplio de cualquier otra distribuidora y sus condiciones ya preestablecidas.

En efecto, las relaciones comerciales con las primeras librerías se concretaron a partir de los contactos más fluidos que cada socio tenía previamente, de manera particular. Luego, Juan Crasci, editor en Añosluz, asumió la coordinación de esta unidad de negocio, y paulatinamente se fue ampliando la red de librerías que reciben y comercializan el catálogo de La coop. El crecimiento de esta comunidad también se produjo por la reputación que el proyecto fue ganando en el sector, cuando los libreros comenzaron a convocar y propiciar la relación comercial. La coop cuenta actualmente con alrededor de 150 puntos de venta en Argentina y distribución ocasional, cuando se concretan viajes, en países como Uruguay, Chile, Bolivia y Perú. En nuestro país, los socios



proyectan un enfoque federal en cada una de sus actividades, y en este marco el objetivo es montar un circuito de distribución que integre diferentes provincias, a contracorriente del desbalance geográfico estructural de la producción y circulación cultural. “Falta un montón. Porque hay algunas provincias que tienen pocas librerías o librerías que no son del todo afines a nuestro material, pero de a poco vamos intentando estar por lo menos en tres o cuatro librerías en cada provincia” (2019), decía Marcos Almada, editor en Alto pogo. El socio evidenciaba que con las librerías geográficamente más próximas y con proyectos afines “el diálogo es continuo”, y que como cooperativa buscan convidar herramientas a los libreros para favorecer las ventas. En concreto, realizar reuniones periódicas y poner a disposición información útil sobre los libros.

La librería de La coop, en el barrio porteño de Almagro, es otra de las unidades de trabajo, de apertura más reciente. Desde hace ocho años, se estableció como espacio que aloja los materiales de las editoriales socias, distribuidas y afines, haciéndose de un lugar en el circuito de librerías de la ciudad a partir de una activa propuesta cultural. En palabras de Almada, la librería es un “lugar de encuentro” donde trabajar “mano a mano” con los editores, autores y periodistas, quienes son convocados regularmente para presentaciones de novedades, dictado de talleres, e incluso como recomendadores de lecturas para el público allegado.

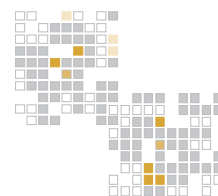
Queda en evidencia que las diferentes áreas de la cooperativa se presentan convenientes y acopladas entre sí, a partir de los acuerdos y la fluidez de la comunicación entre los socios: las redes de sociabilidad se traman desde el interior y hacia fuera del agrupamiento. En esta dirección, Almada refería: “Todo apunta de alguna manera a realizar una gran curaduría, para ofrecerle al lector y la lectora material interesante y renovado todo el tiempo” (2019).

También con asiento en CABA, los responsables de los sellos Godot y Gourmet musical se reunieron en sociedad para resolver la distribución. Carbono es el nombre de la empresa que constituyeron para tal fin, y que cuenta entre sus clientes a las editoriales Leteo, Sigilo, Barrett (Sevilla, España) y Chai. Desde la perspectiva de Víctor Malumián, editor en Godot, la decisión de ocuparse por su cuenta de la distribución en Argentina⁸ maduró a partir del diagnóstico sobre los cambios que viene experimentando el mercado del libro:

Hay, para mí, una crisis en la logística editorial, básicamente el sistema viejo donde alguien agrupaba un montón de editoriales y enviaba un montón de libros, que nunca funcionó eficientemente. Lo que pasa es que siempre había un título que vendía un montón y subvencionaba a todos los demás que no se vendían. Hoy cada vez es más raro encontrar un libro que se venda un montón para poder subvencionar a los otros, y entonces lo que pasa es que los pedidos de reposición son muy chicos. Y las estructuras de este tipo de distribuidoras que tenían 40 distribuidos, 50 distribuidos, implica un corredor que levanta el pedido, un administrativo que lo pasa, alguien que arma el pedido, otro que lo envía. Claro, me piden una reposición de cinco ejemplares y no dan los números (2019).

El editor asumía que la distribución asociada entre editores se construye como alternativa de un sistema considerado obsoleto, priorizando la temporalidad y el enfoque de sus catálogos: “El camino es la asociación de tres o cuatro editoriales, como para generar un volumen lógico, con una estructura flexible que pueda llevar

⁸ En varios países latinoamericanos y España, la editorial Godot tiene presencia con otras distribuidoras.



reposiciones más chicas y trabajar puntualmente la relación entre el público en esa librería y el título que estás publicando” (2019). Por un lado, la distribución asociada permite coincidir de manera conveniente los materiales que se ofertan con el perfil de cada punto de venta. Por otro, habilita una retroalimentación productiva para garantizar disponibilidad y visibilidad.

Adicionalmente, la identidad colectiva de la distribuidora Carbono se afirma entre el público con la actividad del club de lectura homónimo,⁹ que propone a sus “socios” la adquisición y lectura conjunta de un libro por mes, rotando entre novedades de las diferentes editoriales distribuidas. Siendo “socio” se recibe gratuitamente un correo electrónico por semana con anticipos y claves para acompañar la lectura asignada, entre otros beneficios, como descuentos especiales en algunas librerías.

Con similares propósitos se formó la distribuidora de la editorial Blatt y Ríos. A diferencia de los casos anteriormente descritos, en los que la prestación es ejecutada por un agrupamiento de editores, aquí se trata del desarrollo de un servicio en la estructura de trabajo de un sello particular. Blatt y Ríos recorrió la mayor parte de su trayectoria delegando la tarea de distribución en Argentina¹⁰ a otra empresa del rubro, cuando en 2016 comenzó la distribución propia. Luego, desde 2019, presta el servicio a otras varias editoriales que se acoplaron a su estructura.

Los responsables reconocían que la curva veloz de crecimiento que tuvo la editorial encuentra parte de sus fundamentos en el trabajo de la distribuidora contratada durante los primeros años, por garantizarles presencia en una red consolidada de puntos de venta. Al mismo tiempo,

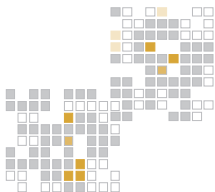
consideraban los problemas que se suscitaban en los plazos de pago, difíciles de compatibilizar con los objetivos de reinversión de la recaudación en el plan editorial. La lectura perspicaz sobre las condiciones de desaceleración y crisis económica que evidenciaban los indicadores los impulsó a desarrollar la distribución propia. La traza del corredor abarca en mayor medida las capitales y grandes ciudades.

En palabras de Mariano Blatt, el armado de la distribuidora implicó para él y su socio, Damián Ríos, un cambio significativo por la mayor dedicación de tiempo, la financiación y el desarrollo logístico: “No dimensionamos lo que era distribuir. O sea, la cantidad de tiempo que dedicás [...]. La demanda de tiempo de logística, y los costos, un montón de cosas” (2019). Con todo y en términos generales, dicho cambio se consideraba positivo, por las posibilidades de gestionar productivamente el dinero de las ventas y, como ya destacaban otros, la proximidad con los libreros: “El trato con el librero es directo, sabés lo que está vendiendo, o si le falta algo a mitad de mes se lo reponés. La distribuidora no lo puede hacer, porque distribuye tantos sellos que no puede, no sabe el uno a uno de cada librería” (2019). La distribución era considerada, entonces, como una tarea necesaria y desafiante para la actividad de editor:

Es la parte para la que uno está menos preparado. O la que uno menos se imaginó que iba a hacer cuando dijo “voy a ser editor”. Bueno, querés hacer libros. Pero... si querés ser editor y querés hacer libros, casi que es necesario que te distribuyas vos, y si te distribuís vos, vas a tener que estar el ochenta por ciento de tu tiempo hablando de facturas, pensando en pagar, esas cosas que nunca te imaginaste que ibas a tener que hacer (2019).

9 Sitio para consulta: <https://www.carbonolibros.com.ar/>.

10 Fuera del país, en Latinoamérica y España, la editorial Blatt y Ríos adquiere los servicios de diferentes distribuidoras.



Desde 2019 y gracias a la estructura ya desarrollada para la distribución propia, Blatt y Ríos ofrece el servicio a otras editoriales que gradualmente fueron sumándose. La distribución resultó una oportunidad para expandir los alcances de la empresa editorial y, correlativamente, las propias competencias como editores. En este proceso, otros editores-clientes confiaron y apostaron al servicio, por adecuarse a sus requerimientos comerciales y de catálogo.

3. Conclusiones. Incidencia de la distribución y comercialización asociadas

El registro de las experiencias y las voces de los editores involucrados nos señalan una serie de movimientos que se han venido produciendo en el proceso de producción y circulación del libro, junto con las modalidades asociativas de distribución y venta. Como primer marco interpretativo, la transición desde la logística propia de cada editorial y/o la tercerización hacia el asociativismo conlleva ventajas comparativas y también problemas, que se evidencian de manera más o menos repetida.

Cuando los editores se reúnen y realizan conjuntamente la distribución hacia el canal librero, es factible compatibilizar esos puntos de llegada con los tiempos y los perfiles particulares de los catálogos. Esto implica establecer un vínculo comercial con librerías que se alinean más adecuadamente con los géneros, los autores, los tirajes, los modos de promoción y difusión. Sumado a esto, los vínculos personalizados con los libreros favorecen la visibilidad que pueden tener las publicaciones en términos de exhibición y asesoramiento del público lector. Asimismo, se agilizan los cobros de los porcentajes por las ventas efectuadas en las librerías en cuestión, abrevando financieramente en reinversiones que posibilitan en cada caso la concreción del plan editorial.

En diferente sentido, los editores asociados

deben atender a la financiación y la capacidad logística que requiere la implementación de un sistema de distribución, pese a la división de las cargas entre varios socios. La movilidad de las publicaciones y la gestión de la recaudación constituyen una inversión considerable de dinero, como también de tiempo dedicado a las tratativas con puntos de venta y proveedores. Por estos motivos, se presentan dificultades para abarcar el territorio de manera extensiva, y el trabajo se vuelve necesariamente más localizado en zonas geográficas favorecidas.

Luego, la comprensión de estas prácticas se completa a partir del análisis sobre las variaciones que se han registrado en las condiciones de producción. Principalmente, la proliferación y paulatina profesionalización de las editoriales pequeñas y medianas, que facilita la formación de sociedades entre colegas que comparten necesidades e intereses comunes. Por añadidura, el problema de la distribución en un país extenso pero cuya geografía cultural está marcadamente centralizada ha venido haciendo mella sobre las posibilidades de alcanzar a nuevos y/o adecuados públicos lectores. Para paliar esta condición estructural, los editores se vienen formando e implicando activamente en circular su producción, una tarea anteriormente más acotada o bien delegada.

Así es como de la distribución tercerizada a la distribución propia y/o asociada se vienen complejizando los alcances de la tarea editorial, a partir de la colocación de los catálogos en un mercado extendido que demanda negociaciones con múltiples actores de la cadena de valor, convenientes con la escala y las características de los sellos involucrados. La opción por la distribución asociada se presenta viable porque se multiplican los socios eventuales y la suma de esfuerzos contribuye a eludir las trabas geográficas y económicas, desafíos que devienen de la creciente profesionalización.



Por tales incursiones, el oficio/profesión viene abarcando, con mayor incidencia en la actualidad, diferentes momentos de la cadena del libro, de su producción a su circulación, ya sea en ferias o a través del canal librero. Como ventaja, el editor conoce exhaustivamente su producto para ofertarlo. Como dificultad, la tarea supone propender de manera más sistemática hacia su “rostro” comercial, usualmente resistido frente al desarrollo de la faceta literaria o cultural. En concreto, se establecen los correspondientes acuerdos comerciales, al tiempo que se pondera el rol del librero como mediador y se producen eventos que interrumpen las rutinas habituales para acercar las publicaciones a sus lectores potenciales. Las actividades pueden ser variadas: desde charlas con autores hasta reuniones de clubes de lectura. Víctor Malumián, editor en Godot y distribuidor en Carbono, asociaba estas tareas con la producción independiente:

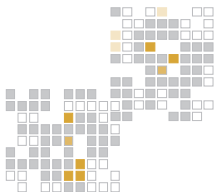
Para mí, el gran punto que hoy por hoy está diferenciando a las editoriales, si querés, independientes de las multinacionales no es tanto el tamaño sino el orden de los factores. ¿Salgo a hacer un focus group a ver qué quiere el mercado y entonces le propongo la variante “b” de lo que viene de moda? ¿O yo publico lo que creo que es interesante para mí y construyo un catálogo ordenado en torno a eso, y después me vuelvo loco tratando de venderlo? No sé, pongo pauta en redes sociales para encontrar a la gente que le interesa eso, lo distribuyo en las librerías especializadas (2019).

La previsión y ejecución de unos modos de distribución y comercialización en conformidad con los catálogos –y no a la inversa– se vuelven una (pre)ocupación del editor independiente, sumadas a las que tradicionalmente recaen sobre esta figura. En varios casos, y porque se trata de pequeñas y medianas empresas con estructuras

de trabajo reducidas y políticas de subsistencia, los editores responsables de los proyectos son también quienes corrigen, maquetan o realizan la prensa y difusión, mientras se tercerizan convenientemente algunas funciones. Marcos Almada, editor en Alto pogo, ejemplificaba: “Nosotros somos dos personas y sumamos a otra, una tercera, y los tres hacemos todo. Por suerte tenemos La coop que soluciona todas las cuestiones logísticas, operativas, pero nosotros trabajamos además en La coop. En estas condiciones, somos malabaristas todo el tiempo” (2019). La metáfora del final sirve para ilustrar los roles múltiples, así como las destrezas necesarias para limitar los riesgos ocasionales.

3.1 ¿Editores ‘malabaristas’ o editores profesionales?

Para comprender más cabalmente la metáfora de Marcos Almada, es preciso atender a la correlación entre las trayectorias heterogéneas y las “múltiples vidas” de los editores: cuando se atienden diferentes tareas, ya sea al interior del sello o bien en paralelo o a su funcionamiento, el editor deviene un malabarista que progresivamente domina sus elementos y combina sus movimientos. Es decir, administra variablemente su tiempo y sus recursos. Por esta razón, en la reelaboración que propone Bernard Lahire (2010) sobre algunas categorías del marco bourdiano, la producción cultural es conceptualizada como un “juego” menos reglado y metódico, muchas veces ocasional, inseguro, precario. En estas condiciones de mayor indeterminación, no obstante, son asequibles las posibilidades de “inventar” otras políticas de trabajo y de vida (Lorey, 2016). El desempeño de diferentes actividades en simultáneo con la edición puede ser tanto habilitante, por la gestión de contactos, *know how* y recursos, como limitante, en términos de administración del tiempo. El desafío consiste en dimensionar la



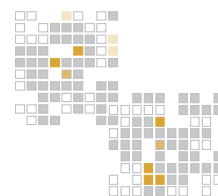
propia escala y proyección, sin perder de vista las solidaridades existentes en la cadena del libro.

La llamada profesionalización de editores y editoriales ha ganado terreno y se cuenta entre las condiciones dominantes de producción del libro durante la última década. Ezequiel Saferstein (2015) considera que los cambios en el mercado a partir de la concentración y extranjerización, la multiplicación de editoriales pequeñas, la prolongación de sus trayectorias, y principalmente la acumulación y adaptación de saberes y prácticas, nos sitúan en un momento de profesionalización de la actividad y – añadimos– de visibilidad y emergencia de necesidades compartidas que pueden ser resueltas mediante el asociativismo. Por lo tanto, la figura del “editor malabarista” convive y se yuxtapone con la figura del “editor profesional”, por la ganancia de experiencias y formación que induce la toma de decisiones fundamentadas sobre asuntos propiamente editoriales, técnicos o de comercialización, en muchos casos de manera articulada entre colegas. Incluso, podría repensarse la figura del “editor independiente crítico” (Noël, 2018), a partir del despliegue de una nueva posición y de prácticas complejas y multidimensionales que continúan orientadas a la creación y la autonomía sobre los catálogos.

En concreto, el denominado *boom* de la edición independiente trajo consigo alteraciones en los procesos de edición y puesta en circulación, tramando nuevos posibles. La mayor parte de los editores entrevistados fueron extendiendo sus catálogos y, con ello, ajustando

sus procedimientos técnicos y contractuales. Eventualmente se asesoran con colegas y se capacitan en ámbitos de educación formal. Así también, fueron diversificando los canales de salida de las publicaciones, incluidas las convocatorias por fondos públicos, y ocupando nuevos territorios donde ofertar su producción. Se abrieron horizontes para la coedición, la impresión a demanda, el desarrollo de eventos y alternativas de venta, la proyección internacional a través de la compra-venta de derechos, la traducción, las ferias, los medios digitales y la distribución. El desarrollo de la internacionalización es considerado como fase avanzada de profesionalización. La distribución en otros países, ya sea a través de medios propios o de una tercera empresa, e incluso la instalación de sucursales de sus sellos –como es el caso de Blatt y Ríos–, aportan visibilidad e ingresos adicionales, constituyendo índices de crecimiento.

En suma, los alcances y las modalidades de desarrollo profesional son dispares, modelados de acuerdo a los posicionamientos móviles y plurales en el devenir de cada proyecto editorial. Las transformaciones en los modos de vida y trabajo multiplican y precarizan las tareas, allí donde el tiempo y los recursos son escasos, pero no quedan obliterados los horizontes de crecimiento y profesionalización. Entonces se juegan los dotes de editores malabaristas, y el asociativismo se presenta como opción para potenciar voluntades otrora atomizadas o fragmentarias.



Referencias

BADENES, Daniel; STEDILE LUNA, Verónica (Comps.). *Estado de feria permanente. La experiencia de las editoriales independientes argentinas 2001-2020*. La Plata: Club Hem, 2020.

BOTTO, Malena. 1990-2010. Concentración, polarización y después. En: DE DIEGO, José Luis (Dir.). *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2010)*, 2da ed. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2014.

CÁMARA ARGENTINA DEL LIBRO. *Informe de Producción del Libro Argentino 2023*. Disponible en: <<https://www.camaradellibro.com.ar/>>. Consultado el: 27 de junio. 2024.

CÁMARA ARGENTINA DE PUBLICACIONES. *Libro Blanco de la Industria Editorial Argentina 2018*. Disponible en: <http://www.publicaciones.org.ar/>. Consultado el: 27 de junio. 2024.

LAHIRE, Bernard. The double life of writers. *New Literary History*, v. 41, n. 2, p. 443-465, primavera 2010. Trad. por Gwendolyn Wells.

LÓPEZ WINNE, Hernán; MALUMIÁN, Víctor. *Independientes, ¿de qué?* México: Fondo de Cultura Económica, 2016.

LOREY, Isabell. *Estado de inseguridad. Gobernar la precariedad*. Trad. por Raúl Sánchez Cedillo. Madrid: Traficantes de sueños, 2016.

LOREY, Isabell. Gubernamentalidad y precarización de sí. Sobre la normalización de los productores y las productoras culturales. En: *Producción cultural y prácticas instituyentes. Líneas de ruptura en la crítica institucional*. Madrid: Traficantes de sueños, 2008. p. 57-78.

MUNIZ JR., José de Souza. *Girafas e bonsais*. Editores “independientes” na Argentina e no Brasil (1991-2015). Tesis (Doctorado en Sociología) - Universidad de São Paulo, São Paulo, 2016.

NOËL, Sophie. (2018). *La edición independiente crítica. Compromisos políticos e intelectuales*. Trad. por Estela Consigli. Villa María: Eduvim, 2018.

ROWAN, Jaron. *Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*. Madrid: Tradicantes de sueños, 2010.

SAFERSTEIN, Ezequiel. Las consecuencias de la profesionalización del espacio editorial argentino en las pequeñas y medianas empresas: dos estudios de caso. *Estudios de Teoría Literaria*, v. 4, n. 7, p. 67-83, 2015.

SZPILBARG, Daniela. *Cartografía argentina de la edición mundializada. Modos de hacer y pensar el libro en el siglo XXI*. Temperley: Tren en movimiento, 2019.

VANOLI, Hernán. Pequeñas editoriales y transformaciones en la cultura literaria argentina. *Apuntes de investigación del CECYP*, n. 15, p. 161-185, 2009.

VELÁZQUEZ, Gustavo. *Letra chica*. Producción, distribución y comercialización de las editoriales independientes (2011-2015). 175 p. Tesis (Maestría en Industrias Culturales) - Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, 2020.

Entrevistas

ALMADA, Marcos. Comunicación personal. CABA, agosto de 2019.

ARZAC, Agustín. Comunicación personal. La Plata, diciembre de 2019.

BLATT, Mariano. Comunicación personal. CABA, octubre de 2019.

BRECCAROLI, Paula. Comunicación personal. Córdoba, septiembre de 2019.

MALUMIÁN, Víctor. Comunicación personal. CABA, agosto de 2019.

Artigo enviado em 28/06/2024 e aceito em 15/10/2024.

