

Pequeño editor y la situación del sector editorial infantil y juvenil en Argentina (2001-2014)

*(1) Por Diego Bianki

¿Existe hoy una amenaza sobre los editores independientes? ¿Cuál es la relación entre las editoriales independientes y las editoriales transnacionales? ¿Hay políticas de estado que puedan proteger a sellos editoriales emergentes? ¿En qué pensamos cuando decimos que somos independientes?

Éstas son algunas de los interrogantes que se plantearon en el *III Salón del Libro Iberoamericano de Gijón*, en España, dentro del *Encuentro de Editores Independientes de América Latina* del año 2000.

A poco más de diez años de esa fecha, hoy, en mi país, podemos seguir haciéndonos las mismas preguntas, ya que la coyuntura y las circunstancias no han cambiado de manera notable desde esa fecha en Argentina. La gran crisis económica, conocida por todos, propició a partir de 2001 que muchas de las editoriales fueran compradas por empresas transnacionales, quedando dentro del mercado apenas unos pocos sellos de origen independiente. Esta crisis editorial no sólo redujo drásticamente la cantidad de libros editados durante ese periodo, sino que además cercenó nuestro espacio de trabajo como autores y propició que sean los más grandes quienes una vez más impongan las condiciones que rigen en el mercado. Para decirlo brevemente y citando palabras de un experimentado editor como lo es André Schiffrin de The New Press:

“(…) la vertiginosa transformación del mundo editorial en el contexto de la globalización, transformación cuyo signo más notorio no es ya la simple desaparición de los pequeños sellos o la absorción de empresas a nivel nacional sino la adquisición del control de todos los medios de comunicación por parte de los –pocos– grandes conglomerados internacionales, en cuyo seno la edición representa sólo una pequeña parte de la actividad, viene enfrentando al mundo editorial, cada vez de un modo más acelerado y perentorio, al interrogante –y al desafío– de si es posible sostener y continuar proyectos por fuera de esta creciente concentración empresarial”.

Tal vez sea difícil responder a ese interrogante sin haber experimentado el camino de la edición independiente. En el año 2002 fundamos *Pequeño editor*, Ruth Kaufman; maestra, licenciada en letras, editora y escritora; Patricia Jazan, gerente de Latingráfica, imprenta dedicada al rubro editorial y nuestro servidor Diego Bianki, diseñador e ilustrador devenido en editor, con una breve y anterior experiencia en la materia, hecha a través de la edición de una revista anual de artes visuales, entre los años 93 y 98, que incluía el comic, el grabado, el diseño, la ilustración y la literatura. Esa revista de doscientas páginas se llamaba Lápijaponés.

Ante la toma de conciencia de los problemas que sufríamos los autores de las ilustraciones y los textos, dentro de un limitado contexto fruto de la crisis, decidimos fundar *Pequeño editor*. Este sello estaría dedicado a la producción de libros ilustrados, y además respetaría en sus contratos los derechos morales y patrimoniales de los autores, entendiéndose como tales tanto a los escritores, como los ilustradores.

A la fecha de hoy, los fundadores, que sólo contábamos en aquel entonces con nuestro capital de trabajo, seguimos comprometidos con la edición independiente, habiendo editado hasta ahora cerca de 50 libros, fruto de la pasión y de once intensos años de trabajo.

Pequeño editor es un sello argentino fundado en 2002, dedicado a la producción de libros ilustrados para pequeños lectores y grandes curiosos. Se trata de un proyecto editorial de carácter autoral con espacio en cada libro para la experimentación en lo visual, en lo literario y en la fusión de ambos lenguajes.

El grupo gestor de pequeño editor está formado por un equipo de edición trabajando en forma cooperativa con diseñadores, fotógrafos, ilustradores y escritores.

Pequeño editor propone reglas de juego que potencien las energías creativas de escritores e ilustradores y junto con ellas, las capacidades lúdicas y creativas de los niños y adultos lectores.

Con este breve texto fundacional, quedaron explicitadas nuestras expectativas e intenciones, y damos a conocer que somos autores decididos a independizarnos de las estructuras que ayudan a la proliferación de libros hechos a través de herramientas que proponen segmentar el mercado y homogeneizar el gusto para la obtención de una mayor rentabilidad. En *Pequeño editor* intentamos dar respuesta a esta situación de la manera más pragmática posible, es decir, **no haciendo libros pensados para el “mercado de la novedad”**, o dicho en palabras del fundador y director de *Anagrama* Jorge Herralde: “creando un catálogo” como contrapartida, que proponga y propicie un contexto editorial que ayude a sostener un espacio de pluralidad que garantice la *bibliodiversidad*, con proyectos que tengan un origen verdaderamente vocacional. ¿Pero basta con “crear un catálogo” o con tener buenas intenciones?

En Argentina, un editor pequeño, que edita entre cuatro y doce libros al año, debe ganar espacio permanentemente dentro de las bateas de las librerías, luchando continuamente contra cientos de ediciones promovidas por estructuras mayores de producción, como la de las editoriales transnacionales, que editan al año entre cuarenta y sesenta libros dentro del sector, y que cuentan además con grandes aliados, como los medios de comunicación masivos que forman parte de estos grandes grupos económicos. Ellos apoyan sus productos con mecanismos muy potentes de promoción, concebidos desde la industria del entretenimiento, que se utilizan para controlar los canales de distribución y, con ellos, los de la posible venta y rendimientos derivados. A esto debemos sumarle el desinterés de la mayoría de las librerías y cadenas, que al igual que las empresas transnacionales, tratan de apuntar a la búsqueda de la mayor rentabilidad económica, dejando de lado la búsqueda del equilibrio entre lo que es un bien cultural y un producto manufacturado. Afortunadamente existen todavía, para poder establecer algo de equidad a la diversidad del mercado, no sólo las editoriales independientes, sino también aquellos pocos libreros –como muchos de los aquí presentes– que, aliándose a dichas propuestas, ayudan en el delicado equilibrio de esta ida y vuelta entre lo que es negocio y lo que es la puesta en valor de la obra de autores que están por fuera de los dictámenes del mercado.

No podemos dejar de mencionar que también existen en circulación algunas colecciones de las editoriales transnacionales que se suman a esta contribución de diversidad bibliográfica. No obstante, creemos que no es un esfuerzo suficiente por parte de las mismas, ya que la mayoría del material editado es fruto de lo propiciado por el “mercado de la novedad”.

Sabemos que, a la hora de decidir editar obras nuevas, conocer *a priori* si aquellas tendrán una buena recepción del público es casi imposible, y más difícil aún, saber si el librero condicionado y supeditado al manejo propuesto por las grandes editoriales le dará espacio y tiempo de permanencia en las mesas de novedades, las cuales están estrechamente ligadas al acortamiento de la vida útil de las nuevas ediciones. Y es que, según estadísticas, el 80% de la producción editorial desaparece seis meses después de su lanzamiento. ¿Cómo dar solución a problemáticas como éstas en un mercado tan polarizado?. Inconvenientes como éstos, nos obligan a buscar nuevas alternativas de distribución para poder llegar a nuestros posibles lectores, obligándonos lamentablemente a salir del espacio de las librerías en busca de nuevos contextos que permitan la exhibición y vehiculización de nuestras ediciones. También, a raíz de esta delicada problemática vinculada a la distribución y exhibición, acabamos de fundar una distribuidora con editores colegas, en busca de un espacio común que nos permita mostrarnos de manera mucho más visible y tomar contacto directo con los canales de venta, relación inmediata que no nos ofrecía la distribución tradicional.

Hemos tenido que trabajar muy fuerte en el área de promoción, dentro de los medios de prensa y con nuevas herramientas de comunicación como blogs, páginas webs y redes sociales, así como en *(2) eventos desde los cuales destacamos la importancia de la gestión cultural que la editorial debe llevar adelante para poder dar a conocer su origen, nuestra labor y la de nuestros autores, una manera de abrirnos camino entre los diferentes actores y difusores que conforman un espectro interesado en las nuevas propuestas. Afortunadamente existe un balanceo a través del grupo que está conformado no sólo por aquellos libreros interesados por un catálogo cuidado, sino también por el Estado, que interviene con sus compras masivas, y que nos permite a pequeños y grandes obtener recursos frescos de esas ventas convocadas a través de licitaciones. Ambos son fundamentales eslabones para conseguir que las nuevas generaciones de autores, y aquellos proyectos arriesgados concebidos desde la pasión, puedan tener un lugar más destacado y con mayor permanencia, aun ante el avance de las editoriales transnacionales, que consideran a la mayor parte de sus colecciones como un producto más de los manufacturados en el mercado de la globalización.

Si bien muchos proyectos emergieron en estos últimos diez años en Argentina, aportando una dosis mayor de diversidad, apoyada por estas compras del Estado que ayudan a ofrecer cierto contrapeso, difícilmente sean suficientes para contrarrestar en este corto lapso los vicios generados por los más grandes.

Ahora bien, espacios de discusión, como el que hoy nos convoca, nos permitirán intercambiar experiencias y opiniones y ayudar a que tanto distribuidores como librerías –no independientes– puedan consustanciarse con la problemática de los más pequeños y repensarnos todos en medio de los albores de los nuevos cambios evolutivos vinculados a las nuevas tecnologías, *(3) “dando por finalizado el reinado del libro impreso, que ha persistido por más de mil años en nuestra civilización, y que en adelante pasaría a ser la quinta forma del libro de la historia”. Aunque tal vez esta nueva forma del libro y su inmediata antecesora, ya sean como aquellas galaxias de las que los científicos nos cuentan que si bien sus estrellas aún emiten luz, ellas ya no existen.

*(1) Diego Bianki es actualmente el director de Arte de Pequeño editor.
Dirigió el sello entre los años 2002 y 2012

*(2)Eventos:

El arte desarma tu cabeza <http://www.pequenoeditor.com/nosotros/gestion-cultural/60-nubes-para-tod-s.html>

Palabarería, un libro hecho en vivo <http://www.pequenoeditor.com/nosotros/gestion-cultural/43-trimarchi.html>

*(3)Pequeña historia del libro de José Martínez de Souza. Ediciones Trea, Barcelona.

* Fuente : Actas del Ier Ecuentero de Editores Independientes de América Latina