

Para mi resulta bastante difícil explicar qué es astiberri, cómo surge y en qué momento nos encontramos ahora. Es difícil porque desde dentro resulta muy confuso juzgarla, ver el camino recorrido y diferenciar etapas, por lo tanto supongo que lo que viene ahora, a pesar de mi intento de sinceridad y síntesis no es más que una visión parcial de cómo hemos llegado a donde estamos ahora, sea donde sea que estemos.

Astiberri surge casi por casualidad, sin demasiada premeditación, sin estudios de mercado previos, casi sin conocimientos sobre la profesión.

La idea un tanto naif de partida era que en el momento en que empezamos a trabajar había un hueco para una editorial como la que pretendíamos hacer, centrada más en la calidad que en la comercialidad y que buscaba un público formado, culturalmente inquieto.

En el nacimiento de la editorial se dan varias circunstancias que coinciden en el tiempo:

-hay una red de librerías especializadas fuerte y de tamaño respetable. Es decir creemos que hay un núcleo de distribución básico con el que podemos trabajar.

-comienza a introducirse el cómic en otros canales: de momento sólo Fnac, pero en poco tiempo otras cadenas de librerías y librerías independientes comienzan a trabajar el cómic...

-Editoriales pequeñas e independientes extranjeras como Fantagraphics, Drawn & Quarterly, Top Shelf en América o L'association, Cornelius y otras en Francia demuestran que la opción es viable.

-En España una pequeña editorial asturiana (Dude Cómic) compra licencias importantes de cómic independiente norteamericano, demostrando que esa opción no sólo es posible para las editoriales catalanas asentadas desde hace tiempo. Asimismo De Ponent comienza a rescatar autores consagrados, con ediciones en formato libro muy cuidadas.

-Hay pocas editoriales editando y hay mucho material extranjero que apenas se ve en el mercado... estamos en un periodo de impasse en el que el formato NG apenas ha calado (la mayoría de obras de este tipo se siguen publicando en formato cómic book por parte de la Cúpula, la factoría...)

-Tras el cierre de la línea laberinto de Planeta y de la independiente Camaleón ediciones, apenas hay espacios para que publiquen los nuevos autores nacionales.

En esta situación decidimos incorporarnos al mercado y lo hacemos con una apuesta que no tengo muy claro si fue buena o mala. Comenzamos editando una revista gratuita de información sobre cómic "Trama", se trataba de una revista mensual (11 números al año) que se financiaba con la publicidad de las librerías especializadas, que reciben una cantidad de ejemplares de la misma dependiendo del tamaño de la publicidad contratada.

Con esta apuesta pretendemos por una parte potenciar esa red de distribución (las librerías especializadas) dotándola de una herramienta de fidelización de los clientes y además conseguir una buena carta de presentación de la editorial.

Cuando me refiero a que no sé si fue una buena idea, lo hago porque supuso muchísimo trabajo y desgaste personal, y además nunca llegó a ser rentable, lo que contribuyó a las dificultades económicas que la editorial atravesó los primeros años. Aunque también es cierto que fue una revista muy bien recibida que ganó 3 años consecutivos el premio del público del salón de Barcelona

Nuestro planteamiento inicial fue un tanto ingenuo: tratamos de, apostando por altos criterios de calidad, cubrir casi todos los terrenos del cómic, como si fuéramos una gran editorial, editando álbum europeo, comic americano, humor, revistas, cómic infantil y novela gráfica... poco a poco y de una manera orgánica vamos abandonando algunas líneas y centrándonos en la que creemos que tiene más futuro: la NG, aunque no por ello hayamos renunciado a publicar obras que se puedan enmarcar en otras corrientes de cómic.

La NG se convierte en nuestra principal baza por varios motivos. Nos gusta mucho y vemos que la mayoría de los talentos más interesantes que están surgiendo trabajan ahí, además somos de los primeros en apostar por ella, con lo que conseguimos posicionarnos como una editorial de referencia en este terreno y además vemos que es por aquí por donde creemos que va a ir el futuro del cómic, no solo para los nuevos autores sino también porque creemos que es por donde se van a poder incorporar más lectores adultos nuevos al medio. En eso creemos y a eso dedicamos nuestras fuerzas a partir de entonces.

Desde la distancia creo que nuestro gran acierto fue, una vez decidimos apostar todo a la editorial, tomárnoslo muy en serio y de la forma más profesional posible, con un alto nivel de exigencia hacia nosotros y hacia nuestras ediciones:

-Somos de las primeras editoriales de cómic en tomarnos en serio la promoción de las obras, en hacer presentaciones, cuidar a la prensa...

-Intentamos seguir una política de autores apostando y tratando de mantener en nuestro catálogo aquellos autores que creemos que representan nuestro ideal de cómic, desde extranjeros como Jeff Smith, Craig Thompson, Edmond Baudoin, Jason, Eddie Campbell o Guy Delisle, por citar unos pocos a otros nacionales como Paco Roca, Alfonso Zapico, David Rubín, Santiago García o Ramón Boldú... Algunos de ellos nuestros mayores bestsellers y otros sin embargo de ventas discretas, aunque creemos que fundamentales para nosotros.

-Asimismo hemos tratado de ir incorporando nuevos valores, los últimos que hemos incorporado a nuestro catálogo podrían ser Álvaro Ortiz o Nadar

-Internacionalización: evidentemente nuestro mercado principal es el español pero hemos tratado en la medida de lo posible abrirnos al exterior, tanto a través de la exportación directa de nuestros libros como a través de la venta de derechos, un aspecto que hemos considerado prioritario desde nuestros comienzos, aunque ha sido un trabajo lento que ha tardado en dar sus frutos. Desde el comienzo hemos tenido presencia en Frankfurt y Angulema y hemos tratado de vender los derechos de nuestras obras en mercados internacionales... el camino ha sido duro pero tenemos trabajos de nuestra editorial traducidos al francés, inglés, italiano, alemán, checo, portugués, finés, japonés o coreano.

-La distribución ha sido una obsesión para nosotros también: Trabajamos con una distribuidora especializada en librerías especializadas y con otra en librerías generalistas ya que creemos que nuestro crecimiento más grande puede venir por este lado, aunque de momento represente una parte menor de nuestras ventas.

Si tenemos que hacer un recorrido por la historia de Astiberri, puede ser interesante basarlo en algunos títulos de nuestro catálogo, supongo que si tuviera que volver a hacerlo seleccionaría alguna obra diferente o incluiría alguna más, pero esto es lo que tenemos:

-Mis circunstancias: la primera NG que editamos y uno de los primeros títulos en nuestro catálogo. Cumple todos los requisitos de los que se ha llamado NG casi hasta desde un punto de vista tónico: formato, autobiografía, autor de la nouvelle Bd... además logra ser reconocida en Barcelona donde obtiene el premio del público a la mejor obra extranjera. Comienzan nuestras nominaciones y premios... donde siempre hemos sido muy bien tratados.

-Blankets: De 4 libros a uno, primera apuesta por un libro de volumen. En principio, y como habíamos hecho anteriormente con Malas Ventas, nos planteamos editar la obra en varios volúmenes, tanto por los costes económicos (sobretudo) como por miedo a que el pvp del libro nos haga perder ventas. La presencia del autor en el salón de Barcelona nos convence de arriesgarnos y editarla en un solo volumen de más de 600 páginas. El tiempo nos da la razón: la obra vende bien y tiene gran repercusión mediática

-Bone: Es importante por muchos temas: se trata de una obra ya muy conocida por la que competimos con algunas editoriales mucho más grandes que nosotros. A pesar de todo vamos sin complejos, presentamos un buen plan de marketing y una buena inversión (son 9 volúmenes) y logramos convencer a Jeff y Vijaya que, no solo empatizan con nuestro entusiasmo sino que consideran que nuestra propuesta es la mejor. Esto supone una inyección de moral y económica importante.

-Arrugas y María y yo: aunque ya habíamos tenido algunos éxitos de crítica y ventas, es la primera vez que dos autores nacionales lo consiguen a niveles tan importantes, son dos obras de muchísimo nivel y que se convierte también en grandes best-selles, contribuyen mucho a la visibilización del fenómeno NG, ganan varios premios importante e incluso se ruedan largometrajes a partir de ellos

-Dublinés: supone nuestro segundo premio nacional, confirma nuestra posición en el mercado como referente de NG. Cada vez más autores nacionales quieren trabajar con nosotros (el boca a boca funciona). Desde que se convoca el primer premio nacional hemos tenido siempre obras seleccionadas en las últimas rondas de votaciones.

-Beowulf, Los surcos del azar, No os indignéis tanto, Nela, Papel Estrujado... he seleccionado estos títulos porque comparten una serie de características: todos han sido publicados en 2013, el año que más porcentaje de obras de autores nacionales hemos publicado, todas aparecen señaladas en muchas de las listas de lo mejor del año, de la mayoría hemos vendido sus derechos en varios países... creo que son un buen ejemplo de la situación en la que nos encontramos actualmente desde un punto de vista creativo.

Evidentemente la crisis nos ha afectado, como a todo el mundo, y tenemos una capacidad económica pequeña, por lo somos muy vulnerables a este tipo de circunstancias. A pesar de todo somos optimistas y creemos que el trabajo que se está haciendo es valido y con las miras puestas en el medio y largo plazo, con un poco de suerte, los próximos años van a ser muy interesantes para el lector de cómic español.

En conclusión: hemos tenido mucha suerte y hemos ido con los tiempos, hemos coincidido con las tendencias de mercado en España:

- el auge de la novela gráfica
- una mayor presencia mediática del cómic
- la implantación del premio nacional
- la proliferación de salones, ferias y jornadas
- el aumento de premios y galardones
- un aumento de los puntos de venta en librerías generalistas
- la modernización de las librerías especializadas
- el aumento de calidad en los autores

Nuestros aciertos fundamentales han sido por un lado ir con las tendencias del mercado y por otro transmitir una idea de seriedad y profesionalidad que nos ha hecho trabajar con algunos de los autores más importantes del momento.