

## Concentración, independencia y diversidad editorial

### *Concentration, indépendance et diversité éditoriale*

#### **Bertrand Legendre**

Director Labsic y Labex ICCA, Université Paris 13  
legendre.bertrand@wanadoo.fr

#### **Resumen**

El propósito de esta intervención es abordar el tema de las condiciones en que se articulan tres nociones: concentración, independencia y diversidad editorial. Partiendo de una parte de la comunidad profesional, así como ciertos discursos de los medios, de algunos observadores y del público, vemos que ciertas posiciones expresadas tienen dificultades que les impiden escapar a un tipo de radicalismo que denuncia la concentración y exalta las virtudes de la independencia y de la diversidad. Quisiera tratar de abrirme paso por una senda quizás algo más compleja entre estos dos polos. Por un lado, el que denuncia las lógicas de algunos grupos y, por otro, el de la idealización del *“small is beautiful”*. Esta tentativa se apoyará en la observación del paisaje editorial francés.

**Palabras Clave:** Concentración, independencia, diversidad editorial.

#### **Résumé**

L'objet de cette intervention portera sur les conditions d'articulation de ces trois notions que sont la concentration, l'indépendance et la diversité éditoriale. Partant du constat que, dans une part de la communauté professionnelle comme dans tout un pan du discours des médias, des observateurs et du public, les positions peinent à échapper à un certain radicalisme qui dénonce la concentration et exalte les vertus de l'indépendance et de la diversité, je voudrais tenter de me frayer un chemin, sans doute un peu plus complexe, entre ces deux pôles, celui de la dénonciation des logiques de groupes d'un côté, celui de l'idéalisation du « Small is beautiful » de l'autre. Cette tentative s'appuiera sur l'observation du paysage éditorial français.

**Mots Clés:** Concentration, indépendance, diversité éditoriale.

Para realizar, muy sucintamente, un estado del arte del paisaje editorial francés, podemos comenzar recordando algunas cifras.

- El conjunto de la actividad editorial francesa generó en 2010 ingresos por 2.838.000 millones de euros (estadísticas anuales del Sindicato Nacional de la Edición, SNE).
- Este paisaje editorial tiene contornos muy elásticos, dependiendo del punto de vista que se adopte. En términos de ganancias, alrededor de 300 editoriales obtienen el 90% de estos 2.838.000 millones de euros (SNE). Otras 600 editoriales, tienen el 10% de los ingresos restantes. Desde una perspectiva bastante amplia, se puede considerar que 3.000 editoriales son conocidas por los circuitos de distribución de libros. Desde una perspectiva aún más amplia, si se incluye a las asociaciones, a los organismos y a las empresas que tienen alguna actividad editorial secundaria o esporádica, se puede llegar a 10.000 estructuras que tienen, al menos, un título en su catálogo.

Es inútil insistir en que estas cifras ocultan realidades muy diversas con respecto a la envergadura y al funcionamiento de las editoriales o estructuras del ámbito editorial.

La actividad editorial francesa se caracteriza por el alto nivel de concentración que lleva a constatar que son ocho grupos los que, por sí solos, obtienen alrededor del 70% de los ingresos globales. Estos grupos son Hachette, Editis, Médias-Participations, La Martinière/Le Seuil, Flammarion, Gallimard, Albin Michel y Actes Sud.

Otro punto, aún más importante, y que debe destacarse en esta breve presentación, consiste en que la distribución del libro en Francia la aseguran, esencialmente, algunos de los principales grupos editoriales. Los seis primeros son: Hachette, Editis, Médias-Participations, La Martinière/Le Seuil, Flammarion y Gallimard<sup>1</sup>. Cada uno de estos seis grupos tiene su propia estructura de distribución que trabaja para las editoriales del grupo en cuestión y también para otros editores, de menos envergadura. Entonces, podemos estimar que unas 300 editoriales son distribuidas por estos seis grupos.

## INDEPENDENCIA

De forma paralela, la edición francesa también se caracteriza por la creación permanente de muchas editoriales pequeñas, sean estas recientes o no, a las que se

---

1 Desde entonces, Gallimard absorbió al grupo Flammarion en septiembre de 2012.

puede calificar bajo el término de “hormiguero”. En un estudio consagrado al análisis de la tasa de creación y de mortandad de las editoriales, se pueden establecer varias constataciones:

- Se constata, en primer lugar que, de las 700 editoriales que fueron creadas entre 1988 y 2005, una de cada dos dejó de existir durante los cinco años posteriores a su creación.
- Podemos ver tres perfiles de fundadores de editoriales: profesionales que ejercieron algún oficio en la cadena del libro; profesionales venidos de otros sectores laborales pero dotados de aptitudes particulares, ligadas al sector del que vienen, que les permiten especializarse en algún sector específico la edición; y autodidactas apasionados.
- La tendencia apunta hacia la profesionalización. Se manifiesta en los estatutos jurídicos adoptados y en el tipo políticas editoriales, que se especializan cada vez más.

Sin embargo, para la mayoría de estas pequeñas estructuras editoriales, cuyas prácticas, ritmos y modelos económicos son a menudo incompatibles con las lógicas industriales, sus problemas para acceder al mercado siguen siendo la dificultad principal.

Entre aquellas editoriales que desaparecen, las causas de su renuncia se deben al agotamiento de los recursos financieros, pero también a la falta de proyectos o al cansancio de los responsables frente a las dificultades varias del sector y a la ausencia de resultados estimulantes. Se comprueba que, en muchos casos, la pasión o un proyecto intelectual suelen ocultar la necesidad de una reflexión empresarial.

Por lo demás, la esperanza de vida de las nuevas editoriales se reduce significativamente cada vez que surge una crisis. El año 1993, que fue marcado por las consecuencias económicas de la primera guerra del Golfo, es un buen ejemplo en lo que a esto respecta. En estas circunstancias de crisis, las editoriales más vulnerables no son ni las más jóvenes ni las más modestas, sino más bien aquellas que han estado en actividad durante varios años y han establecido compromisos en el proceso de desarrollo con recursos a crédito, efectivos asalariados, comercialización delegada, etc. Como están en una fase de inversión, y no han alcanzado un nivel de actividades que les permita resistir ante las dificultades, no disponen de ninguna solución para solventar sus gastos. Demasiado pequeñas para atraer la confianza de socios –*partenaires*–, estas editoriales son demasiado grandes para escapar a las dificultades, mientras que otras editoriales, que funcionan en condiciones estrictamente mínimas, logran con mayor facilidad adoptar una actitud de espera hasta que pase la crisis.

Si se mira este movimiento con detenimiento, se puede percibir la fragilidad y la gran precariedad de una buena cantidad de editoriales nuevas así como las condiciones

de vida insostenibles de muchos creadores de estas editoriales. Al mismo tiempo, se observa la capacidad que este movimiento tiene para renovar el paisaje editorial. Para tan solo citar algunos ejemplos, mencionemos las editoriales tales como *Le Diable Vauvert*, *Bragelonne*, *Circonflexe*, *Dakota*, *Le Dragon d'Or*, *Lé oScheer*, *Ibis Rouge*, *L'Iconoclaste*, *L'Olivier*, *La Dispute*, *La Fosseauxours*, *Le Pommier*, *Les Arènes*, *Mango*, *Nouveau Monde*, *Sabine Wespieser*, *Textuel*, *Verticales*, *Viviane Hamy*, *Zulma*.

En total, se han creado cerca de 100 editoriales desde 1998 que ocupan hoy un lugar en el paisaje editorial francés al lado de los actores dominantes.

El examen de esta situación nos permite observar la relación entre los grupos dominantes y los independientes. Las nuevas editoriales que sobreviven en el paisaje editorial son generalmente las que, desde el inicio, logran asegurar su distribución a través de alguno de estos grupos dominantes.

Esta constatación, tal vez un poco disonante, abre el camino a diversas reflexiones sobre las condiciones de viabilidad de las estructuras editoriales y sobre la relación entre artesanía e industria, entre independencia y concentración.

En esta situación de tensión, lo que está en juego es el acceso al mercado. Sobre esta cuestión es necesario volver a dar algunas cifras para ilustrar a grandes rasgos el paisaje de la venta del libro en Francia.

Este paisaje está marcado por la proximidad de unos 500 a 600 puntos de venta de primer nivel (las "mejores" librerías); por 1.500 a 3.000 puntos de venta del segundo nivel y por 800 hiper-mercados. No tomaremos en cuenta los puntos de venta de tercer nivel ni tampoco de los supermercados, dado que afectan muy poco a los pequeños editores.

Entre los años 1970 y 1980, muchos de los nuevos pequeños editores optaban por asegurar por sí mismos su difusión y su distribución, a veces en nombre de la independencia, a menudo también porque no encontraban alguna estructura que asumiera esta función. Esta solución, casi siempre dejó rápidamente en evidencia sus límites: ¿cómo trabajar con varios cientos de libros sin estar equipado ni con la más mínima herramienta informática o logística, y también cuando se ignora todo lo de las prácticas comerciales de la profesión? Desde los años 1990, con el movimiento de modernización de las librerías, la auto-difusión se volvió incompatible con las prácticas de gestión de los puntos de venta. Si el acceso a los puntos de venta se ha vuelto más complicado, está claro también que, por poco que se respete una base mínima de prácticas profesionales consideradas como indispensables, los pequeños editores independientes son capaces de encontrar apoyo en las librerías de primer nivel. En su mayoría, estos pequeños editores no constituyen un desafío financiero para estos puntos de venta, pero el lugar que ahí encuentran está sólidamente determinado por la búsqueda de un valor agregado, en términos de imagen, en relación con la gran distribución y por preocupaciones propias relacionadas con la "bibliodiversidad".

Si estas grandes librerías garantizan a los pequeños editores una considerable comercialización, su sólida profesionalización les impone un doble juego: favorable para aquellos editores que han adoptado prácticas rigurosas de información, regularidad y comercialización; desfavorable para todos aquellos, que con prácticas de *amateurs*, no alcanzan a reunir las condiciones mínimas que se requieren en el plano comercial.

Todo esto nos lleva a considerar que los nuevos independientes, que logran tener una actividad editorial exitosa hoy en día, logran asociar su trabajo editorial, de tipo artesanal, con estructuras industriales externas para su comercialización.

Desde esta perspectiva, el tema de la independencia se ve ligado a la profesionalización. Porque el hecho de ser independiente requiere, al mismo tiempo, un conocimiento exhaustivo de la cadena del libro, diversas competencias técnicas, medios financieros y un proyecto intelectual. La situación de los pequeños editores parece reservada solo a profesionales experimentados y bien integrados en el sector editorial. Sin embargo, entre las editoriales creadas durante estos últimos veinte años, muchos creadores no logran reunir la totalidad de estos requisitos. Entre ellos se pueden vislumbrar tres grandes tipos :

- *Profesionales que provienen del sector del libro:* Lectores, críticos, editores, responsables de comunicación, representantes, libreros, muchos de estos creadores de editoriales han ejercido, previamente, en estructuras grandes o medianas. A menudo, estos trabajan solos y retoman en la editorial que han creado la especialidad que tenían en la editorial que dejaron.
- *Profesionales que provienen de otros sectores y expertos en algún sector específico:* Estos creadores, sin experiencia previa en el sector editorial, pero con buenos contactos en su sector de origen, han descubierto alguna carencia en el campo de su especialidad y deciden remediarla: la edición científica es el sector en que se encuentra la mayor cantidad de profesionales que tienen este perfil. Algunos, que ya tienen experiencia en materia de creación y de gestión empresarial, pueden transferir a la actividad editorial recursos, humanos y financieros, provenientes de su actividad inicial.
- *Autodidactas apasionados que entran en el sector editorial por amor a la literatura y a los libros:* Muchos editores comprometidos y militantes pertenecen a esta categoría, en la que también se puede incluir a algunos colectivos de autores. Este tipo de colectivo es, en particular, bastante frecuente en el ámbito de los *comics*.

Si estos perfiles muestran que no es estrictamente indispensable ser profesional para tener éxito, se observa, sin embargo, que una cierta experiencia en la profesión, así como un sólido programa de edición son la pieza clave del éxito; por el contrario,

la falta de coherencia o de especificidad del proyecto, una cantidad muy reducida o un bajo ritmo de publicaciones perjudican severamente las perspectivas de estas pequeñas editoriales independientes.

Esta constatación es verificable: primero, el contexto general es cada vez más complicado. Segundo, se nota un declive de las prácticas de los *amateurs* (o, tal vez, este declive también puede ser explicado gracias a un desplazamiento de estas prácticas hacia prácticas digitales). Tercero, también se constata una búsqueda de complementariedades entre independientes y editores tradicionales sobre una base de profesionalización reforzada.

En este contexto, el tema de la articulación entre concentración, independencia y bibliodiversidad merece que nos detengamos, por lo menos, por dos razones:

- Para recordar, en primer término, que esta oferta independiente existe concretamente y encuentra su lugar en el espacio del mercado y no únicamente en la marginalidad, lo que se puede apreciar por el fastidio que provoca, de vez en cuando, entre algunos editores grandes que le reprochan el ocupar demasiado espacio en los puntos de venta.
- Para tratar, en seguida, de elaborar una hipótesis cuyo propósito sería el que la edición independiente obtenga alguna ganancia de parte de la industrialización de la producción de los actores dominantes.

Retomando el hecho de la multiplicación de la oferta que pasó, en Francia, de 30.000 nuevas referencias anuales en la década del 70 a cerca 70.000 en la actualidad, es necesario admitir también que el crecimiento cuantitativo de la producción no induce necesariamente a una diversificación proporcional de la oferta. Esta evolución cuantitativa puede expresar mejor la necesidad de multiplicar novedades, aunque estas sean intercambiables, para rentabilizar los instrumentos de distribución industrial y mantener las ganancias, haciendo frente a la disminución del volumen de ventas y a la reducción de la duración de vida de las novedades.

En este contexto, con frecuencia considerado en términos de sobreproducción, lo que marca, más que la abundancia, es la estandarización. La paradoja de un discurso, en el que se mezclan y confunden al mismo tiempo la celebración de la diversidad y la crítica a la sobreproducción o a la inflación de nuevos títulos, se resuelve entonces, a través de la denuncia de una tendencia a la estandarización de la oferta o de la multiplicación de títulos intercambiables y sustituibles. Hoy en día, ampliamente eclipsada en el discurso profesional dado el aumento de la importancia de lo digital y de las interrogantes que plantea, nos preguntamos si la estandarización de la oferta, puede, paradójicamente, crear un espacio favorable para la diversidad. La hipótesis que nosotros formulamos es que se desarrolla, en reacción, un interés de parte de un tipo de lectores y de ciertos puntos de venta, por una oferta más creativa, más original,

similar a lo que se pudo producir en Francia en el ámbito de los *comics*, en el sector de las ediciones destinadas a la juventud y, un poco también, desde hace algunos años, en el campo de las ciencias sociales. Sin duda, se podrían hacer algunas aproximaciones con fenómenos comparables en otros sectores de la producción cultural, como la música y el video, especialmente.

Para terminar, el problema que plantea esta hipótesis consiste en saber cómo dar este paso hacia el lado, esta desviación, con respecto a lo *mainstream* sin encerrarse en la marginalidad. Encontramos aquí los desafíos vinculados a la profesionalización y a la formación profesional, a veces denunciados como un factor de normalización de la creación, pero en los que se puede ver también una de las condiciones requeridas para que la bibliodiversidad también sea una bibliodiversidad accesible para el público.

### **Referencias bibliográficas**

- Legendre, B. (2012). L'indépendance éditoriale: approches Internationales (direction du dossier, introduction). *Communication & langages*, 170, 43- 49.
- Legendre, B. y Abensour, C. (2007). *Les petits éditeurs. Situations et perspectives*. Paris: La Documentation française.
- Legendre, B. y Abensour, C. (2007). *Les nouveaux éditeurs, 1988-2005*. Paris: La Documentation française.