

# Una transformación necesaria. La construcción de un público lector independiente en la era del e-commerce y su impacto en la actividad editorial.

Fernando Agustín Urrutia.

Cita:

Fernando Agustín Urrutia (2024). *Una transformación necesaria. La construcción de un público lector independiente en la era del e-commerce y su impacto en la actividad editorial. VI Congreso de Consumo Cultural Armando Capalbo. Universidad de Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/fernando.agustin.urrutia/36>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/ph2p/hRB>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.  
Para ver una copia de esta licencia, visite  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

# *Una transformación necesaria. La construcción de un público lector independiente en la era del e-commerce y su impacto en la actividad editorial*

URRUTIA, Fernando Agustín / Universidad Nacional de La Plata - urrutiafernando4994@gmail.com

---

*Eje: Interacción y expansión del consumo en la era digital. Tipo de trabajo: ponencia*

---

<sup>a</sup> *Palabras claves: e-commerce – nuevo público lector – editoriales independientes*

## › **Resumen**

En el ámbito de la cultura, el surgimiento de las redes sociales ha transformado para siempre los modos de circulación, publicación y comercialización de la información, de los contenidos artísticos y académicos. En el mundo del libro, particularmente, el impacto ha sido tal que se ha llegado a una situación de exceso de información en la cual el rol de las editoriales y librerías tal como las conocíamos se ve amenazado. Hoy el buen criterio, la pericia y la visión comercial de los editores son habilidades de suma importancia en la Era del Algoritmo, sobre todo si se desea mantener la bibliodiversidad en el mercado editorial, generalmente dominado por grupos concentrados que son motivados por intereses económicos antes que culturales o simbólicos. En este contexto, los editores y libreros independientes han aprovechado las nuevas tecnologías para transformar los modos de comercialización del libro y eludir así la concentración monopólica del sector. El *e-commerce*, las redes sociales, la promoción del libro en grupos y páginas que pueden atraer a un potencial público lector se han vuelto una práctica fundamental para la supervivencia de las editoriales y, sobre todo, de las pequeñas librerías especializadas que pueden colocar en el mercado las reducidas tiradas de nuevos libros que se intentan editar por fuera de las grandes cadenas multinacionales. Poner el foco en estas nuevas prácticas de edición y comercialización del libro, y reflexionar sobre la lectura en un mundo exponencial, es el objetivo de este trabajo.

## › ***La Era Exponencial***

Vivimos en lo que podríamos llamar un “Era exponencial”: los cambios socioeconómicos producidos por los avances científico- tecnológicos desde la segunda guerra mundial han triplicado el monto de bienes y servicios producidos por la humanidad desde sus inicios. La medicina, las telecomunicaciones, los modos de producción, la defensa y los métodos de comercialización han dado saltos ciclópeos en cuanto a su rapidez, su eficiencia y su eficacia a lo largo de muy pocos años. En el ámbito de la cultura, particularmente, el surgimiento de internet y de las redes sociales han marcado un hito en los modos de circulación y publicación de la información y de los contenidos artísticos o académicos. El impacto ha sido tal, que se ha llegado a una situación de exceso de información en la cual el rol de las editoriales y librerías se ve amenazado. Para graficar un poco la crisis de exceso de información en la que vivimos, el investigador alemán experto en el tema Martin Hilbert (2009) plantea que si pusiéramos toda la información producida por la humanidad en libros, acabaríamos con nada menos que 8000 pilas extendidas de la Tierra al Sol (a 149.6 millones de kilómetros). Y lo que es aún más aterrador: dicha cantidad de libros se duplica cada año...

## › ***La dualidad del objeto libro***

No debería sorprender, entonces, que se enciendan cada vez más sirenas de alarma frente a la posible desaparición del objeto libro o de la figura del editor frente al imperio de lo digital. Vale recordar que el libro posee dos lógicas incorporadas en su propia definición. Una cultural e intangible, casi imposible de valorar, y otra absolutamente material, vinculada al soporte de este contenido, que tiene su interfaz por excelencia, aún en esta consolidada era digital, en el libro impreso. Tal como señala Pierre Bourdieu, el libro es “un objeto de doble faz, económica y simbólica, es a la vez mercancía y significación; el editor también es un personaje doble, que debe saber conciliar el arte y el dinero, el amor a la literatura y la búsqueda del beneficio” (1999, p. 242). Trabajar con libros significa trabajar con productos, pero también con sentidos. Los libros son productores de sentido, son proveedores de maneras de ver el mundo y constituyen los artefactos que portan el reflejo y la identidad de un tiempo histórico. Un escritor, un editor, un librero es un trabajador que produce nada menos que el conocimiento, la cultura y el arte de una época. Así, el mundo del libro es un súpersistema de preservación y transmisión de cultura y saberes con una incidencia fundamental a la hora de garantizar la diversidad de una sociedad.

## › ***El rol del editor y las editoriales independientes***

Ahora bien, en esta Era Exponencial en la que vivimos, el editor debe atenerse más que nunca a los conceptos de "organización" "selección", "corrección" y "calidad", todos términos asociados a la tarea que debe cumplir hoy un editor: seleccionar información, discriminar lo relevante de lo irrelevante, convertir el texto o bien en libro físico o bien en material circulante, en información accesible y, sobre todo, significativa. El criterio, la pericia y la expertise son habilidades de suma importancia en la Era del Algoritmo y de la plétora informática, sobre todo si se desea mantener la bibliodiversidad -“una gran cantidad de títulos publicados no garantiza una amplia bibliodiversidad” (Sablich, 2022a, p. 13)- en el mercado editorial, generalmente dominado por grandes grupos concentrados que actúan sobre el sector con una lógica más mercantil que cultural o artística. En este sentido, es interesante recordar la declaración de la Alianza de Editores Independientes:

La bibliodiversidad es la diversidad cultural aplicada al mundo del libro. Haciendo eco a la biodiversidad, hace referencia a una necesaria diversidad de las producciones editoriales puestas a disposición de los lectores. Si bien los grandes grupos, con su producción masiva de libros, contribuyen a la formación de una cierta oferta editorial, la bibliodiversidad está íntimamente ligada a la producción de los editores independientes. En efecto, gracias a su libertad de expresión, los editores independientes son garantes de la pluralidad y la difusión de las ideas, son los verdaderos actores y defensores de esta diversidad cultural adaptada al libro (Sablich, 2022a, p. 129).

La importancia de las editoriales independientes, entonces, es vital, y por ello el perpetuo reclamo por la implementación de políticas públicas que permitan no solo la subsistencia sino también la expansión del sector cobra una especial relevancia si pensamos que trabajar con libros significa, también, trabajar en una industria. La industria editorial como industria cultural está sometida tanto a las leyes y vaivenes del mercado como al impacto de las políticas económicas y las políticas públicas destinadas al sector, pero es un sector que posee, además, un valor de desarrollo que excede a la actividad misma y que puede concebirse con un objetivo de desarrollo más amplio, tal como señala Gilles Colleu en *La edición independiente como herramienta protagonista de la bibliodiversidad* (2008):

Los productos culturales son portadores de valor y de sentido, de expresiones e identidades específicas, que pueden —sin que esto sea antinómico— ser también factores de desarrollo para todos los Estados. La diversidad cultural puede existir por el desarrollo de industrias capaces de afirmarse a escala local y mundial, ya que el libro es un bien emblemático que permite a una voluntad política desarrollar un sector cultural económicamente estratégico (p. 75).

## › **La industria editorial: un área estratégica en peligro**

El sector editorial debería pensarse no solo como una industria prometedora y rentable si se la impulsa con inteligencia, sino también como un “sector cultural económicamente estratégico”. En este sentido, podemos sostener que el libro es un factor de desarrollo cultural y social, pero también de desarrollo económico en su carácter de producto. Y es en ambos sentidos que precisa de las herramientas del Estado, en consenso con el sector privado, para poder consolidarse y expandirse. Tal como sostiene la investigadora mexicana Rosa Luz Dávila Castañeda (2005)

De acuerdo a las consideraciones de los especialistas, la política del libro debe partir del consenso entre el Estado y el sector privado y considerar la posición estratégica del libro tanto en materia cultural como económica; asimismo, ha de dotar al sector de un marco jurídico que integre todas las medidas relativas al libro en un solo instrumento legislativo y ampliar la formación de los recursos humanos, todo ello bajo la consideración del sector del libro como un todo integrado, por lo que dichas medidas deben de tomar en cuenta a los diferentes actores involucrados (p.15)

Sin embargo, en Argentina, lamentablemente, el proceso estancamiento económico con alta inflación y pérdida continua del poder adquisitivo de los salarios que comenzó en 2014, se agravó en a partir de 2016, echó raíces con la crisis cambiaria de 2018 y la llegada del FMI, explotó en una brutal y estirada recesión a partir de la pandemia del Covid-19, y que se sigue profundizando de modo cada vez más preocupante en un contexto de intolerancia –por no decir violencia- política e insatisfacción democrática, ha puesto a toda la industria cultural, y al mundo editorial en particular, en una situación de extrema fragilidad. Sin ir más lejos, en diciembre de 2023, en uno de sus primeros actos de gobierno, el presidente Javier Milei firmó el Decreto 70/23 que, entre otras incontables medidas, derogó la Ley 25.542 de Defensa de la Actividad Librera, que fue un logro colectivo del sector librero nucleado, sobre todo, en la Cámara Argentina del Libro (CAL). Dicha ley dispone que los editores deben definir el precio de los libros que publican y que ese precio debe respetarse por todos los vendedores -ya sean librerías pequeñas, medianas, cadenas y grandes superficies. En este sentido, el precio fijo favorece el fortalecimiento de una industria editorial nacional sustentable y diversa. Según el comunicado de la Cámara Argentina del Libro sobre la derogación de la ley:

El establecimiento de un único precio para cada libro que se publique en nuestro país ubica a todas las librerías en situación de igualdad permitiendo la coexistencia y competencia en múltiples puntos de venta. La pluralidad y diversidad de librerías es fundamental para garantizar el acceso al libro y a la lectura en todo el territorio nacional. Caso contrario, son las grandes cadenas, plataformas y grandes superficies los que acaparan el mercado de venta del libro, eliminando a la competencia, concentrando el mercado, determinando qué se lee y por consiguiente, qué se publica. Se introducen, así, tres principios: primero, la función de que las librerías deben desempeñar para garantizar que un bien cultural como el libro pueda llegar a quienes lo demanden; segundo, el rol que la librería debe asumir en la defensa de la singularidad de la cultura y de la industria que la promueve, y, tercero, el papel que las librerías mipyme y pyme tiene como motor económico local. (2024, p. 1)

## › **El e-commerce y un caso de estudio: Big Sur Libros**

Si antes la colocación de libros no comerciales y de alto valor simbólico-intelectual era, por lo menos, difícil, hoy se ha vuelto un frustrante laberinto kafkiano. En este contexto, la flexibilidad y la astucia emprendedora de los editores y libreros independientes los han llevado a explotar como nunca antes el instrumento tecnológico. De hecho, la pandemia del Covid-19 ha significado un giro copernicano en la implementación de estas nuevas prácticas digitales. Al respecto, es interesante el testimonio de Cecilia Fanti, librera de Céspedes Libros en Buenos Aires, Argentina. Durante casi cuatro semanas no pudo abrir las puertas de su negocio así que decidieron poner en marcha una estrategia puramente digital. “Atendíamos los pedidos por WhatsApp, mail, tienda *online* y distribuimos con un servicio de mensajería gracias a una persona que trabaja con nosotros” (Barragán, 2020), cuenta Cecilia en una nota para el diario *El país* de España. Y agrega “Las librerías independientes, como Céspedes Libros, somos centros de cultura local. un lugar en torno al que la gente hace comunidad. Lanzamos un *voucher* que se llamaba ‘Lectura futura’ de 500 y 1000 pesos. Con él, la librería te regalaba un 10% y vos lo podías usar en el futuro como una compra adelantada. Eso nos ayudó a pagar los gastos las primeras semanas” (Barragán, 2020).

Desde entonces, el *e-commerce*, las redes sociales, la promoción del libro en grupos y páginas que pueden atraer a un potencial público lector se han vuelto una práctica fundamental para la supervivencia de editoriales y, sobre todo, de las pequeñas librerías especializadas que pueden colocar en el mercado las pequeñas tiradas de nuevos libros que llegan de los sellos que intentan editar por fuera de las grandes cadenas multinacionales. En este sentido, resulta paradigmático el caso de la librería enteramente virtual Big Sur, de origen platense, y que se expandió a todo el país gracias a la promoción de libros en grupos universitarios y artísticos que operan en Facebook, Instagram, Telegram, TikTok y otros. La librería no posee un local propio -de hecho, en su dirección hay una casa de computación cuyo segundo piso funciona, a su vez, como depósito y empaquetado de libros-y eso la llevó a promocionarse, por ejemplo, en los grupos de estudiantes de la carrera de Letras de la Universidad de La Plata, de la Universidad de Buenos Aires, la UNAJ, y muchas otras. Esta práctica nos habla de un método que ha florecido a partir de las nuevas tecnologías y que permite rastrear y crear un público lector interesado en los nuevos productos editoriales, y que ha sido imprescindible para la supervivencia del sector durante la pandemia:

vemos un aprovechamiento de las nuevas tecnologías casi artesanal, pero que funciona por la forma de relacionarse de la librería con sus nuevos clientes que viene construida desde tiempo atrás. Este sistema de capitalización solo es posible cuando se ha establecido previamente una vinculación personalizada y con un fuerte valor simbólico. Este trabajo es previo a la crisis, y se relaciona con una forma alternativa de abordar y posicionarse como vendedores de libros. (Sablich, 2022b, p. 6)

Por otra parte, en su presentación oficial, la propia librería hace explícita su intención de posicionarse como una librería independiente y especializada, lo que demuestra la conciencia siempre presente en este sector de ser agentes culturales garantes de la bibliodiversidad:

En el año 2014 y movilizadas por las ganas de trabajar con libros abrimos en la ciudad de La Plata **Big Sur**, una librería pequeña e independiente que, desde sus inicios, se dedica casi exclusivamente a la literatura, el arte y las ciencias sociales.

Nació con el objetivo de poder darle visibilidad a un montón de nuevas editoriales que surgieron al calor del nuevo milenio, y que fueron agrandando sus catálogos proponiendo un abanico enorme de autorxs emergentes, escritorxs jamás traducidxs en el país, y temáticas que planteaban discusiones nuevas para tiempos nuevos.

Desde su creación sentimos la necesidad de poner a circular ideas, narrativas, discursos y autorxs marginadxs por la llamada “academia” e invisibilizadxs por ese monstruo de muchas cabezas que se conoce comúnmente como “industria editorial”

Venimos a discutirlo todo a través de los libros, y a proponer una mirada nueva de la sociedad porque definitivamente ya **“no queremos ser más esta humanidad.”**

Gracias por acompañarnos.  
**Francisco y Leandro**  
(BigSur, 2019)

## > **Conclusión**

En un escenario de crisis e incertidumbre, la sobrevivencia de la bibliodiversidad es puesta en duda todos los días. Las políticas públicas necesarias para el sector de la edición y la cultura ocupan las últimas posiciones en una agenda pública que mira con horror una pobreza que coquetea con trepar al 60%, una caída del salario real estrepitosa y una inflación del 236% interanual en el momento de escribir este ensayo. Sin contar la implementación de programas de ajuste del gasto monitoreados por el FMI... La situación es y seguirá siendo delicada, por lo que la asociación de editoriales y librerías en instituciones y cooperativas que cierren filas y logren crear un circuito alternativo sólido y solvente basado, sobre todo, en las herramientas que hoy nos provee la tecnología –como la estrategia implementada por Big Sur– serán no solamente un método, sino una *necesidad*. En este sentido, no dejan de ser prometedoras iniciativas como la edición digital de la Feria de Editores realizada en 2021, la implementación del *Book Day* por parte de la Asociación de Editores Independientes de Chile, o el movimiento *Eu Apoio a Livraria do Bairro* impulsada por el Grupo Record en Brasil. Son solo algunos ejemplos de una transformación todavía incipiente, pero altamente necesaria. Creo firmemente que es imperativo para todos los que conformamos el mundo del libro fortalecer los circuitos virtuales y pulir con criterio e inteligencia las estrategias de difusión, publicidad y ampliación de la información y la cultura independiente bajo la bandera imprescindible de la bibliodiversidad.

## > **Bibliografía**

Barragán, Almudena (26 de mayo de 2020) Las librerías independientes en Latinoamérica: “Nos han salvado nuestros seguidores de redes sociales”. *El país*.

[https://verne.elpais.com/verne/2020/05/26/mexico/1590464549\\_345835.html](https://verne.elpais.com/verne/2020/05/26/mexico/1590464549_345835.html)

Bourdieu, Pierre (1999). *Intelectuales, política y poder*. Eudeba.

Cámara Argentina del Libro (2024) *Comunicado de las instituciones del sector del libro en defensa de la Ley 25.542*.

<https://www.camaradellibro.com.ar/7920-2/>

Colleau, Gilles (2008) *La edición independiente como herramienta protagónica de la bibliodiversidad*. La Marca.

Dávila Castañeda, Rosa Luz (2005). “El libro en América Latina: situación actual y políticas públicas”. *Boletín Gestión Cultural*, 13, 1. <https://uchile.cl/dam/jcr:6dba6b90-8dc4-4f7e-b21a-72dd92e5d202/libroenlatinoamericadavila.pdf>

Dujovne, Alejandro (2022). *Agenda para el desarrollo de una Iberoamérica lectora y creativa. El ecosistema del libro en Iberoamérica, un estado de la cuestión*. CERLALC.

De Diego, José Luis (2015). *La otra cara de Jano: una mirada crítica sobre el libro y la edición*. Ampersand.

De Diego, José Luis (2019). *Los autores no escriben libros. Nuevos aportes a la historia de la edición*. Ampersand.

Hilbert, Martin (2009). *¿Quo vadis, tecnologías de la información y de las comunicaciones? Conceptos fundamentales, trayectorias tecnológicas y el estado del arte de los sistemas digitales*. CEPAL

Big Sur Libros (2019) “Manifiesto” <https://bigsurlibros.com.ar/>

Sablich, Lucas (2022a). “Políticas públicas relacionadas con la actividad editorial”. Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires/Sholem Buenos Aires.

Sablich, Lucas (2022b) “Reflexiones sobre la actividad editorial en un contexto de crisis”. Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires/Sholem Buenos Aires.