



FUNDACIÓN
alternativss

INFORME SOBRE EL ESTADO DE LA CULTURA EN ESPAÑA 2021

LA INDUSTRIA EDITORIAL,
PRESENTE Y FUTURO DEL LIBRO



Informe sobre el estado
de la cultura en España 2021

INFORME SOBRE EL ESTADO DE LA CULTURA EN ESPAÑA 2021

Dirección

Inma Ballesteros

Coordinación y Edición

Enrique Bustamante

Autores

Manuel Gil y Manuel Ortuño

Marta Magadán-Díaz y Jesús I. Rivas-García

Ana Gallego Cuiñas

Jaume Balmes

José M. Tomasena y Carlos A. Scolari

Javier Callejo

Marta Pérez Ibáñez

Héctor Fouce y Elena Rosillo

Álvaro Fierro

ÍNDICE

7 Prólogo
Diego López Garrido

9 Introducción
Inma Ballesteros

PRIMERA PARTE: LA INDUSTRIA EDITORIAL, PRESENTE Y FUTURO DEL LIBRO

- 15 Industria Editorial: El Buque insignia de la cultura española**
Manuel Gil y Manuel Ortuño
- 27 Evolución histórica y retos de la Edición Española.
Modelos de negocio, evolución digital. Asignaturas pendientes.**
Marta Magadán-Díaz y Jesús I. Rivas-García
- 49 Políticas y valores de la edición independiente en España**
Ana Gallego Cuiñas
- 71 I+D+i y creatividad en la Industria editorial**
Jaume Balmes

SEGUNDA PARTE: VISIONES SECTORIALES Y TRANSVERSALES

- 85 La galaxia transmedia y las industrias culturales**
Carlos A. Scolari y José M. Tomasena
- 97 Desigualdades en el consumo de cultura digital:
género, ingresos y orígenes**
Javier Callejo
- 117 Desafíos para garantizar el futuro del sector
de las artes plásticas y visuales**
Marta Pérez Ibáñez
- 129 El mercado de la música. Reinención y recuperación**
Héctor Fouce/Elena Rosillo
- 143 Encuesta a los agentes culturales**
Álvaro Fierro

POLÍTICAS Y VALORES DE LA EDICIÓN INDEPENDIENTE EN ESPAÑA

Ana Gallego Cuiñas

La edición independiente se ha convertido en uno de los fenómenos más significativos del sector del libro en el siglo XXI. A pesar de lo controvertido de su definición, el término independiente se ha impuesto como modelo de negocio y como política de publicación, aunque hasta la fecha no se haya analizado en profundidad la naturaleza de uno u otro. Con este horizonte, presentamos el primer estudio de conjunto acerca de los distintos modos de producción y distribución de sellos españoles dedicados a la literatura, que no pertenecen a un gran grupo editorial ni practican la autoedición de forma mayoritaria o exclusiva, en virtud del tamaño de sus catálogos.¹ El objetivo final es visibilizar sus prácticas materiales y estéticas a contraluz de cuatro tipos de políticas que equilibran, nutren y ensanchan nuestro ecosistema del libro: bibliodiversidad, igualdad, sostenibilidad e inclusión.

Palabras clave: Multidiversidad, igualdad, sostenibilidad, inclusión, edición independiente, bibliodiversidad.

METODOLOGÍA

Esta investigación está basada en los datos de 81 editoriales independientes de España, recabados mediante dos tipos de muestreo no probabilístico, que hemos llevado a cabo entre junio de 2019 y diciembre de 2020.² Hay que aclarar que no es posible tener acceso al universo de la edición independiente ni en España ni en ningún otro país porque los sellos más alternativos no publican ni con ISBN ni con copyright, lo que dificulta la delimitación de la población total de editoriales que no pertenecen a un gran grupo. Por ello, en un primer momento, nuestro estudio se inició con un muestreo discrecional derivado del conocimiento propio del campo editorial español. Después, se puso en práctica

un muestreo por bola de nieve: a cada editorial encuestada se le preguntó por su colaboración con otras editoriales, que íbamos sumando a la muestra. Finalmente, se contactó con 106 editoriales independientes de España, de las cuales el 76% ha decidido formar parte de este estudio.

1. Por catálogo entendemos el producto resultante de la conjugación de títulos públicos por año y la tirada media.
2. Esta investigación comenzó a realizarse en el marco del proyecto I+D ECOEDIT (<https://ecoedit.org/>) y continuó a través del proyecto I+D LETRAL (<http://proyectoletral.ugr.es/>) de la Universidad de Granada, de los cuales soy Investigadora Principal. Además de España, estudiamos el campo editorial latinoamericano en su conjunto, con una muestra total de 349 sellos independientes. En la recogida y procesamiento de los datos ha colaborado conmigo Tiffany Martínez, miembro del equipo de trabajo.

La recogida de información se ha realizado, en primer lugar, a través de un cuestionario enviado a las editoriales, y en segundo lugar, a través del proceso de alta en la página web de la plataforma ECOEDIT, donde los propios editores se inscriben de forma voluntaria sin haber sido contactados previamente.³ Una vez hecho el procesamiento de los datos, se decide distinguir dos muestras: una compuesta por las 64 editoriales (muestra II) que han respondido todas las preguntas sobre las cuatro políticas estudiadas (bibliodiversidad, igualdad, inclusión y sostenibilidad) y otra muestra (muestra I) que comprende el total de las 81 editoriales, que sólo ha ofrecido datos sobre políticas de bibliodiversidad. Por último, y quizás esta es la aportación más valiosa de nuestro análisis, hemos hecho una división entre *editoriales independientes medianas* y *editoriales independientes pequeñas*, teniendo en cuenta el tamaño de los catálogos, a partir de un corte diferenciador: más de 5 títulos publicados y una tirada media mayor a 500 ejemplares de media. Sin duda, las condiciones materiales de cada sello afectan a sus políticas editoriales y esto nos obliga a diferenciar entre dos modelos claros de negocio o emprendimiento,⁴ que deben ser contemplados y contrastados si queremos ofrecer una cartografía representativa de la extraordinaria heterogeneidad que caracteriza al campo editorial independiente. Esto es: de lo visible y de lo invisible de este grupo, caracterizado por su continuo crecimiento y su alto grado de experimentación.

	Muestra I	Muestra II
Medianas	49	40
Pequeñas	32	24
Total	81	64

POLÍTICAS, VALORES Y AGENDA 2030

La cultura, entendida como un ecosistema cuyas raíces se extienden mucho más allá de las artes y las letras en valores como el desarrollo, la identidad y los modos de vida, aparece en la Agenda 2030 de forma transversal, de forma explícita en los ODS 4, 8, 11 y 12 y de forma tangencial en el 17. Los objetivos vinculados con la dimensión social, económica y ambiental también son evidentes en esta agenda, donde habría de proyectarse una praxis editorial comprometida con nuestra sociedad y con su futuro.

La notable expansión de la edición independiente en el siglo XXI ha supuesto un nuevo modo de entender el sistema editorial en todas sus vertientes: modos de trabajo, confección de los libros, cuidado de estéticas y géneros, impresión, distribución, etc. Estas nuevas formas de *editar* promueven el desarrollo de un espacio cultural bibliodiverso, igualitario, inclusivo y sostenible. Por esta razón, se impone la necesidad de hacer visibles las políticas de estos sellos relacionadas con la Agenda 2030, tanto para mostrar sus fortalezas -apoyarlas y exportarlas- como sus debilidades, en aras de promover políticas públicas encaminadas a intensificarlas y situar a España a la vanguardia del sector editorial. Conocer y fortalecer este tipo de empresas es necesario para lograr ese “crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible y de trabajo decente para todos; un mundo donde sean sostenibles las modalidades de consumo y producción y la utilización de todos los recursos naturales”, tal y como se señala

3. En este segundo caso, nos hemos encargado de cribar las editoriales que encajan en las características de la muestra, esto es, que no se dedican al negocio lucrativo de la autoedición de manera prevalente o exclusiva.

4. Al modelo editorial de los sellos medianos y pequeños habría que sumar el de los grandes conglomerados (que sí ha sido muy estudiado) para tener la radiografía completa de la industria del libro.

en el documento *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible*.

De esta manera, los ODS a los que responden las políticas y valores desde los que analizamos a las editoriales independientes españolas son: el ODS 5: “Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas”, que cristaliza las **políticas de igualdad** y las de bibliodiversidad, como la presencia de mujeres en los catálogos editoriales. Más allá de lo social y lo económico, es decir, más allá de poner fin a la discriminación contra las mujeres y de ofrecer igualdad de oportunidades en puestos de mando

(como puede ser un equipo editorial) y en el acceso a profesiones normalmente ocupadas por hombres (como el escritor), es importante poner el foco en el papel de la mujer en la cultura del libro. Por otro lado, las **políticas de bibliodiversidad** (que apelan asimismo al ODS 4 y 10) significan la “multiversidad cultural”, tal y como la definió Susan Hawthorne (2019), esto es, la diversidad de géneros literarios (narrativa, poesía, teatro, ensayo), la presencia de autores noveles e internacionales en los catálogos, las traducciones, la co-edición, las prácticas asociacionistas y colaborativas, etc.

Tabla 1: Políticas y valores de la edición independiente

Políticas y valores	
Políticas de Bibliodiversidad <ol style="list-style-type: none"> 1. Presencia de géneros literarios 2. Procedencia de los autores 3. Presencia de autores noveles 4. Presencia de escritoras 5. Publicación de traducciones 6. Formato físico mayoritario 7. Publicación en formato electrónico 8. Licencias (ISBN, Copyright, Copyleft) 9. Gremios y asociaciones 10. Coedición 11. Autoedición 11. Publicidad en medios de comunicación 12. Redes Sociales como herramienta de difusión 13. Tipo de capital 14. Formas de distribución 15. Ferias del Libro 	Políticas de Igualdad <ol style="list-style-type: none"> 1. Enfoque de género en la línea editorial 2. Presencia de mujeres en el equipo editorial 3. Presencia de mujeres en editoriales 4. Formas de trabajo con asociaciones feministas 5. Prácticas igualitarias 6. Política establecida contra el acoso
Políticas de Inclusión <ol style="list-style-type: none"> 1. Publicaciones en formatos adaptados 2. Presencia de autores con diversidad funcional 3. Colectivos en riesgo de exclusión en plantilla 	Políticas de Sostenibilidad <ol style="list-style-type: none"> 1. Venta en pequeñas librerías y librerías tradicionales 2. Distribución sostenible 3. Uso de materiales reciclados

Fuente: Elaboración propia

Por último, no podemos olvidar que las editoriales independientes son -también- empresas, por lo que es importante tener en cuenta el ODS 8, que busca “Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos”. Esto se traduce en nuestro caso en el análisis de la contratación de personas que pertenecen a colectivos en riesgo de exclusión, el establecimiento de políticas contra el acoso, el uso de formas de distribución sostenible, el uso de materiales reciclados, la coedición o la publicación de libros en formato electrónico, entre otros. Por todo ello, el desarrollo de **políticas de inclusión** (ODS 10) y de **políticas de sostenibilidad** (ODS 11 y 15) será también primordial para nuestro estudio.

EL CONCEPTO DE INDEPENDIENTE EN LAS EDITORIALES ESPAÑOLAS

Señalábamos al comienzo de este trabajo la controversia que suscitaba la categoría de *independiente* en la industria del libro. Por este motivo, pensamos que era esencial preguntar a los agentes del sector si se consideraban o no *independientes* y qué idea tenían de este concepto. Así, el 84% de las editoriales medianas y el 86% de las pequeñas se autodesigna independiente. Todos los sellos medianos de nuestra muestra indican como indispensable no estar ligados a ningún grupo empresarial o gran grupo (político o económico) y que las publicaciones no estén sujetas a un objetivo comercial. De hecho, una de las respuestas más repetidas es el deseo de cuidar la selección de libros y crear un catálogo con una línea editorial clara, en muchos de los casos asociada a la transformación social y a nuevos modos de lectura. En cuanto a los pequeños sellos, sobresale también el compromiso con las literaturas y los autores marginales; así como la libertad de no estar sujetas a las ten-

dencias del mercado. Incluso en varias ocasiones se liga la concepción de editor a la de artesano, con la idea de que cada libro sea único, más allá de la sistematización que imponen determinados aspectos del quehacer editorial (impresión, distribución, etc.).

En cuanto a las editoriales que no se consideran independientes, la mayoría evidencia la problemática que acompaña el uso de esta categoría al no expresar con nitidez de quién o de qué se es independiente. Las otras nomenclaturas propuestas son: editorial alternativa, microeditorial, autogestionada (donde se traslada el peso al carácter asociativo y a la autogestión libre de mediaciones) o editorial pequeña, siendo esta última la segunda más destacada en los formularios.

POLÍTICAS DE BIBLIODIVERSIDAD

El análisis de los datos de las políticas de bibliodiversidad que desarrollan las editoriales independientes españolas se ha abordado desde dos perspectivas: la primera, basada en valores no ponderados, considera que cada una de las editoriales tiene el mismo peso dentro de la muestra. Este estudio comparativo uno-uno nos permite revelar y poner en valor las políticas de los sellos menos visibles en el mercado del libro.⁵ La segunda perspectiva parte de la ponderación de los datos en función del tamaño que ocupa cada uno de los catálogos de las editoriales, lo que evidencia que los catálogos más grandes pesan más en el mercado, es decir, ocupan mayor espacio de visibilidad en lo que podríamos llamar la *librería independiente nacional*. Con esta operación combinada podemos calibrar hasta qué punto repercute el tamaño de una edito-

5. Esta es la metodología única utilizada en el análisis de las políticas de igualdad, sostenibilidad e inclusión.

6. Establecemos un paralelismo con la conocida noción de 'literatura menor' de Deleuze y Guattari.

rial en el impacto de determinadas políticas o valores que pluralizan y protegen el ecosistema del libro. Sin duda, el papel de las editoriales independientes es cardinal para lograr una bibliodiversidad efectiva en el mercado español de la lectura, puesto que son las que más apuestan por géneros *menores*⁶ -menos comerciales- como la poesía o el teatro, por escritores desconocidos, por modos de producción y distribución alternativos, etc.

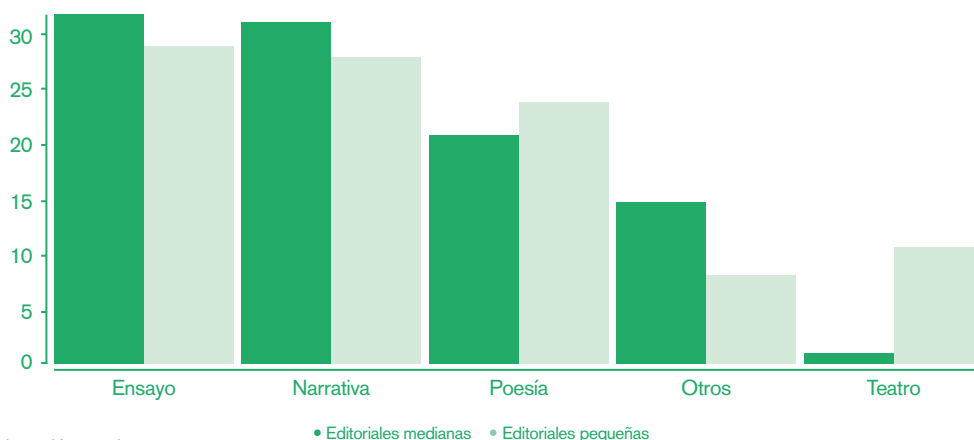
Géneros literarios

El análisis de los géneros literarios que publican las editoriales independientes medianas y pequeñas devela que el campo es muy heterogéneo, pues la variabilidad de los datos impide obtener una media sin ponderar que represente al conjunto de las muestras. Las medias ponderadas de cada género ponen de manifiesto que el ensayo y la narrativa ocupan bastante espacio en los catálogos. El 94 por ciento de las editoriales medianas publica en mayor o menor medida **narrativa**, género que representa una media del 31 por ciento de los catálogos. Por su parte, el 75 por ciento de las editoriales pequeñas cuenta con una me-

dia del 28 por ciento en el catálogo. Aunque son más las editoriales que apuestan por la narrativa, el género más publicado es el **ensayo**: el 78 por ciento de las editoriales medianas y el 53 por ciento de las pequeñas lo publican, lo que significa el 32 por ciento y el 29 por ciento respectivamente de los catálogos.

En tercer lugar aparece la **poesía**, presente en el 45 por ciento de los catálogos de las medianas y en el 69 por ciento de las pequeñas, ocupando el 21 por ciento y el 24 por ciento de media. En último lugar encontramos el **teatro**, publicado sólo por el 14 por ciento de las editoriales medianas y por el 11 por ciento de las pequeñas, lo que supone únicamente el 1 por ciento del total de catálogos de las primeras y el 6 por ciento de los de las segundas. En cuanto a la categoría **“Otros”**, que incluye todos los títulos que no se pueden encuadrar en los géneros estudiados (libros infantiles, libros de fotografía, comic, ilustraciones, etc.) destaca que el 65 por ciento de las editoriales medianas y el 50 por ciento de las pequeñas publican este tipo de libros. Este sorprendente dato habría de cristalizar la proliferación de libros transgénicos -que no se avienen a un solo género literario- y el auge del género

Figura 1: Géneros literarios (%) (valores ponderados)



Fuente: Elaboración propia

infantil. Sin embargo, esta categoría no tiene excesivo peso en los catálogos, suponiendo el 15 por ciento de media en las medianas y el 8 por ciento de media en las pequeñas.

De los datos sin ponderar se extraen también conclusiones interesantes acerca de la prevalencia de cada género literario en los catálogos. Entre las medianas encontramos únicamente cuatro editoriales que publican un 100 por ciento de narrativa (Sajalín, Drá-cena, Amor de Madre y Automática) y entre las pequeñas dos (Ahab y El Antro), por lo que inferimos que la diversidad genérica es raigal para la edición independiente. No obstante, sobresale, tanto en medianas como en pequeñas, la presencia de un alto porcentaje de narrativa: más del 30 por ciento de las editoriales medianas publican entre un 80 y un 100 por ciento de narrativa mientras que más de la mitad de las pequeñas publican entre un 20 y un 40 por ciento. Esto es: los sellos pequeños segmentan mucho más sus catálogos para garantizar su supervivencia.

Respecto al ensayo, no hay ninguna editorial mediana ni pequeña que lo publique en exclusiva. La mediana que más publica es Capitán Swing, con un 95 por ciento de ensayo que se combina con la publicación de un 5 por ciento de narrativa. De las pequeñas, tres publican un 60 por ciento de ensayo (Calumnia Editors, Kaótica Libros y Ático de los Libros) y no hay ninguna que publique más de un 80. En cuanto a la combinación con otros géneros, sobresale su conjugación con la narrativa en ambas muestras.

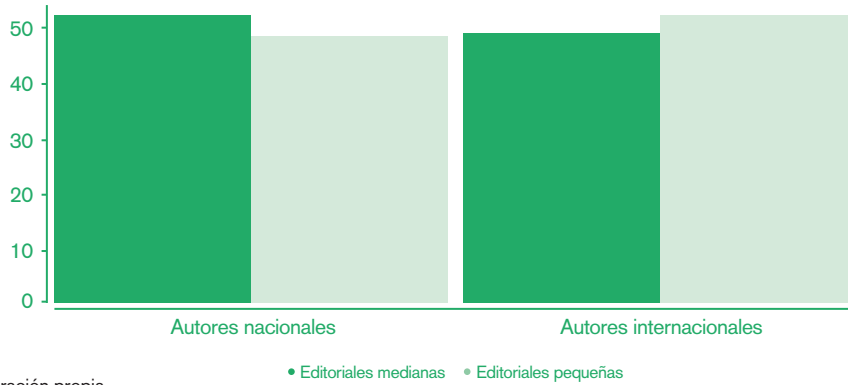
En relación con la poesía, no hay ninguna mediana que publique este género únicamente. La Bella Varsovia es la que más publica, un 95 por ciento, incluyendo en "Otros" el 5 por ciento restante. Sin embargo, entre las pequeñas sí encontramos dos editoriales que se dedican por entero a este género: Kriller71 y Arrebato Libros. Destaca que tanto en las medianas como en las pequeñas la mayoría

de las editoriales (el 40 por ciento de las medianas y el 30 de las pequeñas) publican en torno a un 1 y un 20 por ciento de poesía. Mientras que en las medianas hay menos editoriales con un alto porcentaje de poesía en el catálogo, en las pequeñas la media es más estable, encontrando un 20 por ciento de editoriales que tienen en sus catálogos entre un 80 y un 100 por ciento de poesía.

En lo que a la publicación de teatro se refiere, es reseñable que ninguna de las editoriales medianas analizadas posee más de un 20 por ciento de teatro en su catálogo, siendo el máximo el 14 por ciento de Libros del Innombrable y suponiendo únicamente un 1 de media. En las editoriales pequeñas encontramos sólo dos editoriales que publican este género: Ediciones Antígona un 70 y Lastura Ediciones un 5 por ciento. Aunque no sean muchas las pequeñas que publican teatro, la media es bastante superior a la de las medianas: un 13 por ciento. Esto subraya el alto grado de bibliodiversidad y de atención a géneros menos rentables de los pequeños sellos.

Procedencia de los autores

En la ponderación de datos ofrecidos por las editoriales medianas se observa que en lo visible se publican más títulos de autores nacionales que de internacionales. Sin embargo, en los valores no ponderados se invierten los números con un 46 por ciento de autores nacionales frente al 54 de autores internacionales. Si bien los datos están muy ajustados y se observa una tendencia al 50 por ciento, la comparación de ambos valores muestra que las editoriales españolas tienen políticas explícitas de internacionalización, mientras que los valores ponderados revelan una mayor apuesta de las editoriales con catálogos más grandes por la literatura nacional. Por el contrario, en las editoriales pequeñas se observa la tendencia a publicar más escritores

Figura 2: Procedencia de los escritores (%) (valores ponderados)

Fuente: Elaboración propia

internacionales que nacionales. Sin embargo, en los valores no ponderados (nacionales: 61 por ciento/internacionales: 39 por ciento) se comprueba que son las editoriales con catálogos más grandes las que más publican a escritores internacionales proporcionalmente. En lo no visible, por tanto, las editoriales independientes españolas apuestan por la literatura nacional en términos generales.

Hay que añadir que tanto los sellos medianos como los pequeños que más literatura nacional publican tienden en sus catálogos a incluir más narrativa; mientras que las que publican mayoritariamente literatura de autores internacionales apuestan tanto por la narrativa como por el ensayo. Esto nos lleva a deducir que hay una inclinación por la introducción de obras de pensamiento en otras lenguas en nuestro país.

Presencia de escritoras, noveles y traducciones

En las editoriales medianas la **publicación de mujeres** escritoras es similar en los valores ponderados y los no ponderados —siendo ligeramente inferior en los últimos—, lo

que denota una tendencia a la equidad en el género de los autores publicados. En este rubro, despuntan sellos como Liana, Ménades, Torremozas y Amor de madre que cuentan con más de un 80 por ciento de escritoras mujeres en sus catálogos. Todas publican una mayoría de narrativa salvo Torremozas con un 85 por ciento de poesía en su catálogo.

En las editoriales pequeñas, los valores ponderados nos dicen que la media de mujeres en el total de catálogos es del 43 por ciento. No obstante, en los valores no ponderados este porcentaje sube 10 puntos, lo que supone que las editoriales con un catálogo más pequeño son las que más apuestan por la publicación de obras escritas por mujeres. La mayoría de ellas publica narrativa o poesía, toda vez que hay una tendencia general a publicar a más escritoras mujeres en las editoriales con más autores nacionales.

En cuanto a la presencia de escritores noveles o inéditos en los catálogos de los sellos medianos hallamos una media, en valores ponderados y no ponderados, del 20 por ciento en los catálogos. Las editoriales que más noveles publican se dedican mayoritariamente al género narrativo, seguido por el

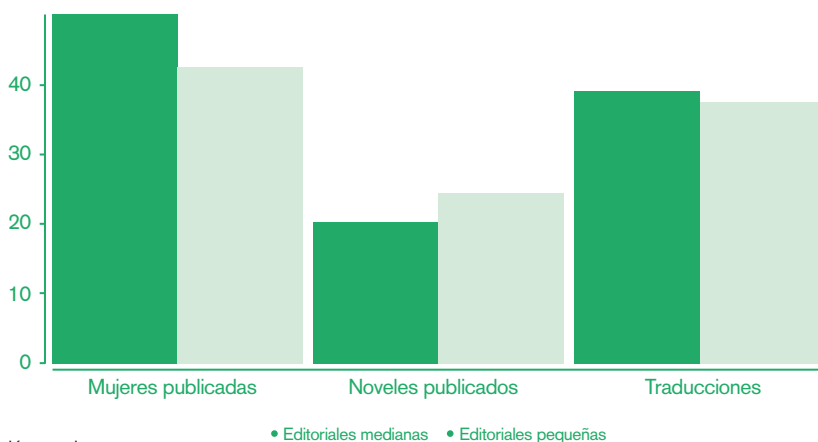
ensayo y por la poesía. Contrariamente, en las editoriales pequeñas la diferencia entre los valores ponderados y los no ponderados es significativa. Si en los valores ponderados se observa que la presencia media de escritores noveles en los catálogos es del 24 por ciento; en los valores no ponderados se expresa que la presencia media de noveles es cercana al 46 por ciento. Esta variación entre ambos datos responde a que las editoriales pequeñas con un catálogo mayor publican menos escritores noveles, lo que supone una menor presencia de estos en el mercado. La mayor concentración de escritores noveles se da en editoriales que publican mayoritariamente poesía, seguidas por las que publican narrativa.

En el análisis de la **publicación de traducciones** de las editoriales medianas vemos que los valores ponderados muestran una mayor presencia de títulos en lengua original mientras que los datos no ponderados revelan que de media el 50 por ciento de los catálogos de las editoriales estudiadas son traducciones. De estos datos se extrae que las editoriales

medianas con catálogos más grandes apuestan en mayor medida por obras escritas en lengua original, aumentando de esta forma el valor ponderado. Las editoriales que publican más de un 80 por ciento son las más representativas del panorama independiente español: Gallo Nero (con un 100 por cien de obras traducidas), Editorial Barrett, Impedimenta, De Conatus, Cabaret Voltaire, Liana Editorial, KatakraK, Turner, Nórdica, Alpha Decay, Capitán Swing y Automática. En conclusión, aunque son varias las editoriales con amplios catálogos que publican un alto porcentaje de traducciones, la mayoría de los sellos pequeños y medianos publican entre el 20 y el 40 por ciento de traducciones, reduciendo la media de lo ponderado (o visible).

En las editoriales pequeñas, por el contrario, no hay variación entre los valores ponderados y los no ponderados lo que muestra que el porcentaje de traducciones no varía en función del tamaño del catálogo. Las editoriales que más traducciones publican son Greylock, Ravenswood Books y Ático de los libros, aun-

Figura 3: Presencia de escritoras, noveles y traducciones (%) (valores ponderados)



Fuente: Elaboración propia

que ninguna supera el 75 por ciento del total de su catálogo. Estas editoriales además destacan por contar en su catálogo con un amplio porcentaje de mujeres escritoras.

Coedición y autoedición

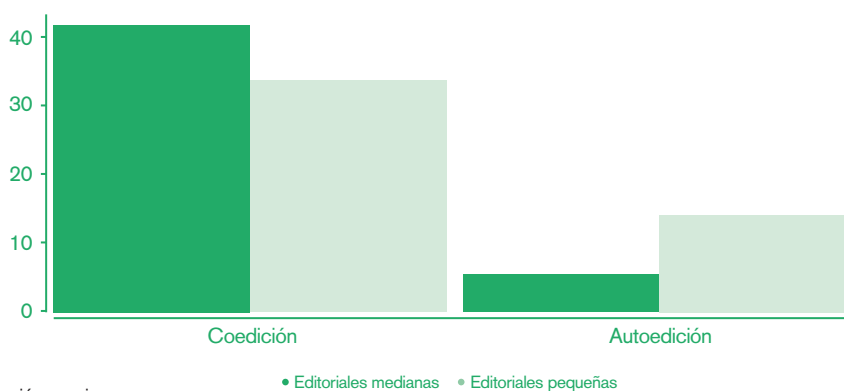
Los valores ponderados y no ponderados en la realización de coediciones apenas varían ni en las editoriales medianas ni en las pequeñas. Sin embargo, sí que observamos una diferencia entre las dos muestras: mientras que un 60 por ciento de las medianas sí realizan coediciones, sólo el 34 por ciento de las pequeñas llevan a cabo esta práctica que, sin duda, requiere de mayor visibilidad y de más redes de contacto. Por otro lado, los valores ponderados y no ponderados de la autoedición sí varían tanto en las medianas como en las pequeñas: los ponderados indican que el 5 por ciento de las editoriales medianas y el 13 por ciento de las pequeñas practican la autoedición, mientras que en los no ponderados estos porcentajes aumentan del 5 al 10

por ciento y del 13 al 19 por ciento. Esta diferencia pone de manifiesto que los catálogos más grandes tienden menos a la autoedición que los sellos pequeños.

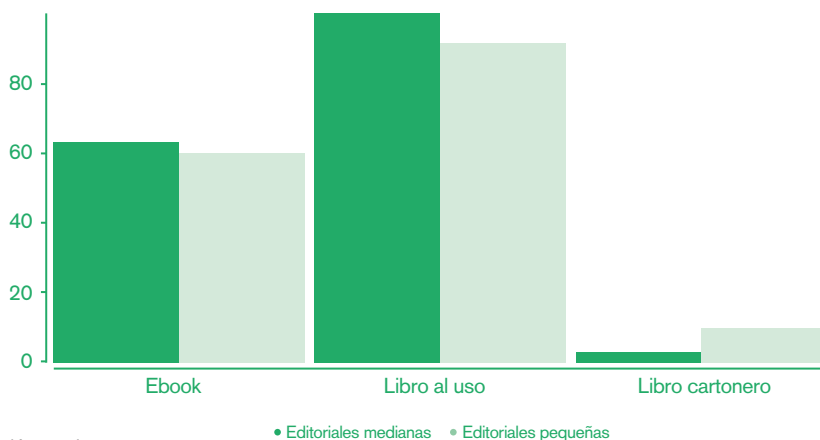
Formatos de los libros

Tanto en las editoriales medianas como en las pequeñas encontramos que el porcentaje ponderado de editoriales que publican *ebook* es similar: en torno al 60 por ciento. Si bien la variación entre datos ponderados y no ponderados es pequeña sí es reveladora, ya que demuestra que las editoriales con mayor catálogo, las medianas, son las que más publican en formato electrónico. En relación con los formatos físicos, el más usado es el libro, así como la mayoría de editoriales que publica en formato cartón -las denominadas cartoneras- son pequeñas.

Figura 4: Coedición y autoedición (%) (valores ponderados)



Fuente: Elaboración propia

Figura 5: Formatos de los libros (%) (valores ponderados)

Fuente: Elaboración propia

ISBN y Licencias de autor

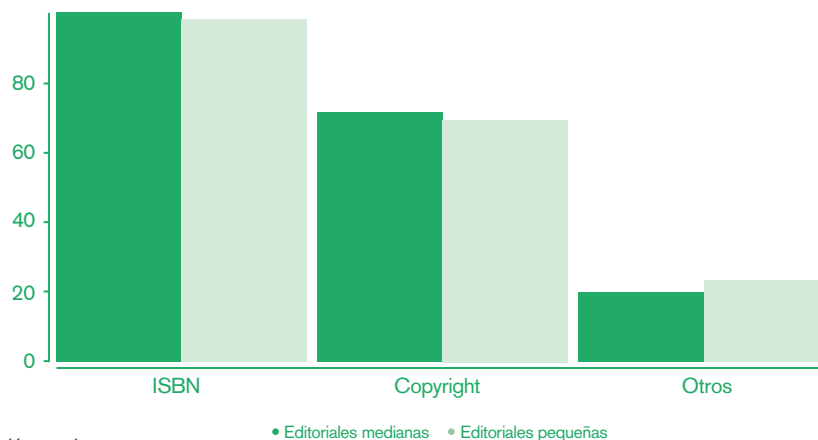
En las editoriales medianas no hay diferencia entre los valores ponderados y los no ponderados en lo que a la utilización de ISBN se refiere: un 99 por ciento de las editoriales usa ISBN y un 1 por ciento no lo usa. Este 1 por ciento lo conforma una única editorial: Ediciones Perdidas. En el caso de las editoriales pequeñas sí se diferencian los valores ponderados de los no ponderados. Entonces, en lo visible encontramos un 97 por ciento de editoriales que publican con ISBN frente al 3 que no lo hace. Sin embargo, en los valores no ponderados, es decir, en las políticas que ponen en práctica las editoriales, el porcentaje de editoriales que usan ISBN se reduce al 85 por ciento. Esto demuestra que un porcentaje representativo de las editoriales pequeñas, la mayoría cartoneras, no publica con ISBN.

Al igual que ocurre con el ISBN, en las medianas tampoco hay diferencias entre los valores ponderados y los no ponderados en el uso de las licencias de autor. El 74 por ciento de las editoriales usa Copyright mientras que el 26 por ciento usa *Creative Commons*,

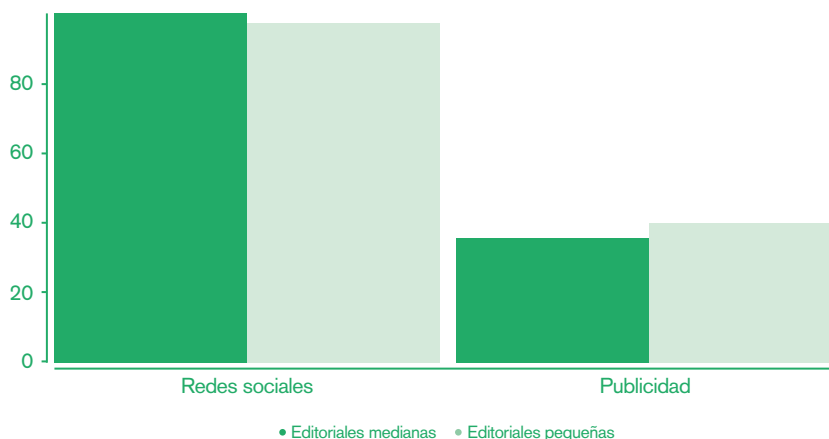
Copyleft o no usa ninguna licencia de derechos de autor. En las editoriales pequeñas, sin embargo, el uso de Copyright aparece aumentado en los datos ponderados, debido a que las editoriales con menor catálogo, en un 38 por ciento de los casos, utilizan *Copyleft*, *Creative Commons* o ninguna.

Redes Sociales y Publicidad

Tanto en las editoriales medianas como en las pequeñas es fundamental el uso de Redes Sociales (un 99 por ciento de las medianas y un 97 por ciento de las pequeñas, tanto en valores ponderados como no ponderados) debido a la visibilidad de estos medios de promoción que además son gratuitos. Por otro lado, en el pago de publicidad sí hay distinción entre los valores ponderados y los no ponderados en ambas muestras. La diferencia, de tan solo unos puntos, en las editoriales medianas nos dice que las editoriales que tienen un catálogo más pequeño contratan más publicidad que las que tienen un catálogo más grande. En las pequeñas, sin embargo, hay más de treinta puntos de

Figura 6: ISBN y Licencias de autor (%) (valores ponderados)

Fuente: Elaboración propia

Figura 7: Redes Sociales y Publicidad (%) (valores ponderados)

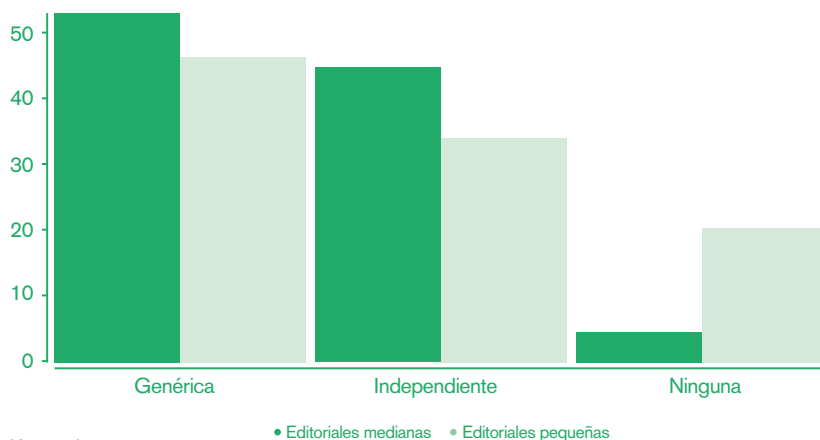
Fuente: Elaboración propia

diferencia entre los valores ponderados y no ponderados, es decir: las editoriales pequeñas que más pagan por publicidad son las que cuentan con un catálogo mayor.

Formas de distribución

En las editoriales medianas los valores ponderados y no ponderados coinciden con la contratación mayoritaria de distribuidoras genéricas. Sin embargo, la comparación entre

ambos valores señala que las editoriales de mayor catálogo tienden a usar más distribuidoras independientes, con un valor no ponderado del 33 por ciento, o incluso a no usar distribuidoras, con un valor no ponderado del 12 por ciento. De este modo, se constata que las grandes editoriales tienden en mayor medida a poseer sus propios canales de distribución o a asociarse con otras editoriales independientes para crear su propia distribuidora.

Figura 8: Tipos de distribución (%) (valores ponderados)

Fuente: Elaboración propia

En las editoriales pequeñas no hay diferencia entre los valores ponderados y los no ponderados por lo que las formas de distribución se dividen del siguiente modo: el 45 por ciento de las editoriales pequeñas trabajan con una distribuidora genérica, el 35 por ciento con una distribuidora independiente y el 20 por ciento no contrata servicios de distribución.

Gremios, asociaciones y ferias del libro

El 65 por ciento de las editoriales medianas estudiadas pertenece a un gremio genérico, el 28 por ciento a un gremio independiente y el 7 por ciento no está agremiada. Los valores no ponderados aumentan el porcentaje de editoriales asociadas a gremios genéricos y reducen las asociadas a gremios independientes. Esto evidencia que el tamaño de los catálogos no es un medidor claro para el gremio escogido, puesto que las editoriales con un catálogo mayor reducen el valor ponderado. En las pequeñas, al contrario, la diferencia en los valores ponderados y no ponderados de pertenencia a un gremio genérico, independiente o a ninguno es muy significativa. Si en los valores ponderados se observa una división que tiende a la proporcionalidad, en

los valores no ponderados las editoriales que no pertenecen a ningún gremio ascienden al 82 por ciento, seguidas por las editoriales que forman parte de gremios genéricos (12 por ciento) y en último lugar las editoriales que forman parte de gremios independientes (6 por ciento). De esta variación se extrae que las editoriales pequeñas apuestan en su mayoría por no agremiarse, puesto que supone un coste económico adicional. Sin embargo, las editoriales pequeñas con catálogos más grandes modifican la percepción de los datos sobre pertenencia gremial.

El gremio genérico al que más se asocian las editoriales medianas y pequeñas estudiadas es la Asociación de Editores de Madrid. El gremio independiente más reseñable es el Grupo Contexto, seguido por el Club de Editores al Margen. En cuanto a las asociaciones con las que trabajan las editoriales del estudio destaca que son esencialmente gremios autonómicos, ocupando el primer lugar la Asociación de Editores Andaluces. Las únicas asociaciones independientes que se señalan

7. Véase los datos suministrados por la plataforma Las mujeres del libro, creada en España en 2018: <https://lasmujeresdellibroparamos.wordpress.com/>

son Editargi (la asociación de editores independientes de Navarra), nombrada por las editoriales medianas, y la Multinacional Cartonera, señalada por las editoriales pequeñas.

En cuanto a las ferias del libro: participan el 88 por ciento de las editoriales medianas y el 66 de las pequeñas. En ambas muestras la feria a la que más acuden es la de Madrid. La segunda más visitada por las medianas es la Feria de Sevilla mientras que entre las pequeñas esta posición la ocupa Expoesía. En cuanto a las ferias internacionales que se nombran en las encuestas, sobresale tanto en las medianas como en las pequeñas, la FIL de Guadalajara. Sin embargo, es reseñable que la asistencia a la Feria de Frankfurt sólo la nombren las editoriales pequeñas.

Tipos de capital

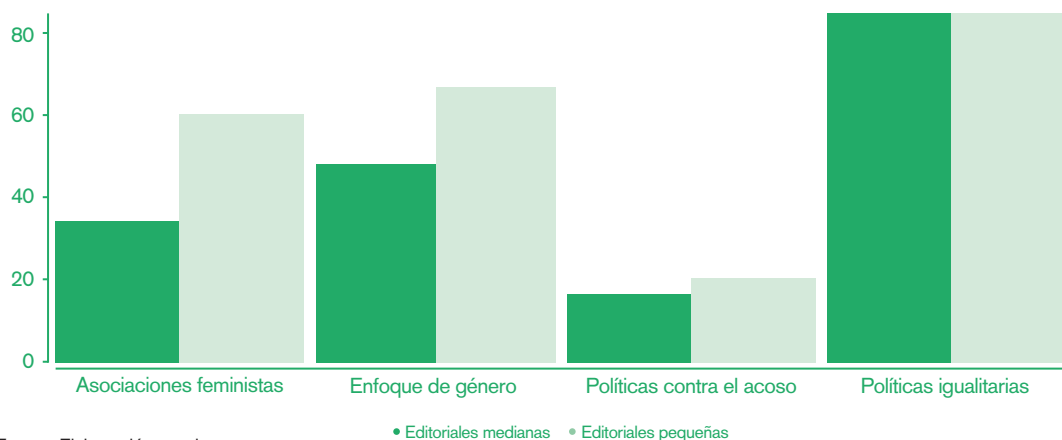
Según los valores ponderados el 89 por ciento de las editoriales medianas encuestadas tiene un capital predominantemente privado; mientras que el 11 por ciento lo tiene de carácter mixto. Los valores difieren de los no ponderados: un 96 por ciento tiene capital privado frente al 4 por ciento de carácter

mixto. Esto muestra que las editoriales medianas con catálogos más grandes reciben un mayor número de subvenciones que las editoriales con catálogos más pequeños. De otro lado, los valores porcentuales ponderados y no ponderados de las editoriales pequeñas coinciden: en el 90 por ciento el capital es privado, en el 9 por ciento el capital es público y en el 1 por ciento el capital es mixto.

POLÍTICAS DE IGUALDAD

Son cuatro los valores que hemos asociado a políticas de igualdad en el ámbito de la edición independiente y, aunque ninguno de los sellos medianos cumple con todos y solo el 14 por ciento de los pequeños lo hace (Ediciones Antígona, Editorial Ultramarina y Ediciones en el mar), está muy presente en las prácticas materiales y simbólicas del sector. No cabe duda de que uno de los compromisos de la cultura del libro española en el siglo XXI habría de pasar por la educación en igualdad a través de la lectura y por la ruptura del techo de cristal en este sector, donde tradicionalmente se ha apartado a la mujer de puestos de responsabilidad.⁷

Figura 9: Conjunto de valores de las Políticas de Igualdad



Fuente: Elaboración propia

Línea editorial con enfoque de género

El número de líneas editoriales con enfoque de género es mayor en las editoriales pequeñas que en las medianas: un 67 por ciento frente a un 48. Si comparamos estos datos con los de países como Argentina o México,⁸ observamos que el porcentaje de las medianas es menor a lo de estos dos países: un 77 por ciento de editoriales argentinas cuentan con enfoque de género en su línea editorial y el 71 por ciento de las mexicanas. De otro lado, el porcentaje de las editoriales pequeñas supera por algunos puntos los porcentajes de estos países, lo que supone que la microedición española tiene un perfil más orientado a cuestiones de género.

Mujeres en el equipo editorial

Tanto en las editoriales medianas como en las pequeñas observamos que más del 75 por ciento de la muestra tiene a mujeres en el equipo editorial, significando el 56 por ciento en las editoriales medianas y el 66 en las editoriales pequeñas, donde además hay más mujeres con cargos de responsabilidad. Esto es: emprendedoras a menor escala. Si observamos las editoriales medianas, que cuentan con un 50 por ciento o más de mujeres en el equipo editorial, el porcentaje se reduce al 60 mientras que en las pequeñas no varía.

Mujeres miembros de la editorial

El 95 por ciento de las editoriales medianas estudiadas cuentan con mujeres en el cómputo total de las personas que forman parte del sello, frente al 83 por ciento de las pequeñas. En las primeras las mujeres suponen un 54 por ciento del conjunto y en las segundas un

62. Hay que resaltar el hecho de que si bien el porcentaje de editoriales con más mujeres en sus filas es mayor en las medianas que en las pequeñas, el porcentaje de mujeres por cada editorial es mayor en las pequeñas. A diferencia de lo que se observa en los valores relativos a la composición del equipo editorial, en el cómputo total de miembros las editoriales españolas medianas y pequeñas se encuentran por encima de las de Argentina y México.

Trabajo con asociaciones feministas

El 35 por ciento de las editoriales medianas de nuestra muestra declara haber trabajado con asociaciones feministas, frente al 63 de las editoriales pequeñas. En ambas, la forma de trabajo que más se señala son las colaboraciones (en un 80 por ciento de los casos). En las medianas las donaciones, la participación en actos de promoción y la recepción de asesoramiento por parte de estas asociaciones se encuentran en el 29 por ciento. Por su parte, en las pequeñas, un 47 por ciento señala haber realizado labores de promoción, el 40 por ciento de donación y el 27 dice haber recibido asesoramiento de estos colectivos.

Prácticas igualitarias

Un 83 por ciento de ambas muestras, medianas y pequeñas, impulsa prácticas igualitarias dentro de su editorial. La actividad que más se señala es la publicación de mujeres escritoras (cerca del 70 por ciento de las editoriales). El 30 por ciento de las medianas informa del uso de lenguaje inclusivo tanto en sus obras como en sus comunicaciones, frente al 50 por ciento de las pequeñas. El 13 por ciento de las medianas promueve la contratación paritaria y casi 17 de las pequeñas. En contrapartida, las editoriales medianas favorecen más la flexibilidad de horarios (disponen de mayor cobertura y capital) para lograr una

8. Estos son los otros dos campos editoriales más importantes en lengua española.

mayor conciliación laboral: un 53 por ciento frente al 21 de las pequeñas. Destaca que el 17 por ciento de las editoriales pequeñas facilita bajas de maternidad y paternidad de la misma duración, iniciativa que no señala ninguna de las editoriales medianas.

Política contra el acoso

El 20 por ciento de las editoriales medianas encuestadas tiene establecida una política contra el acoso, porcentaje que aumenta hasta el 29 en las editoriales pequeñas.

POLÍTICAS DE INCLUSIÓN

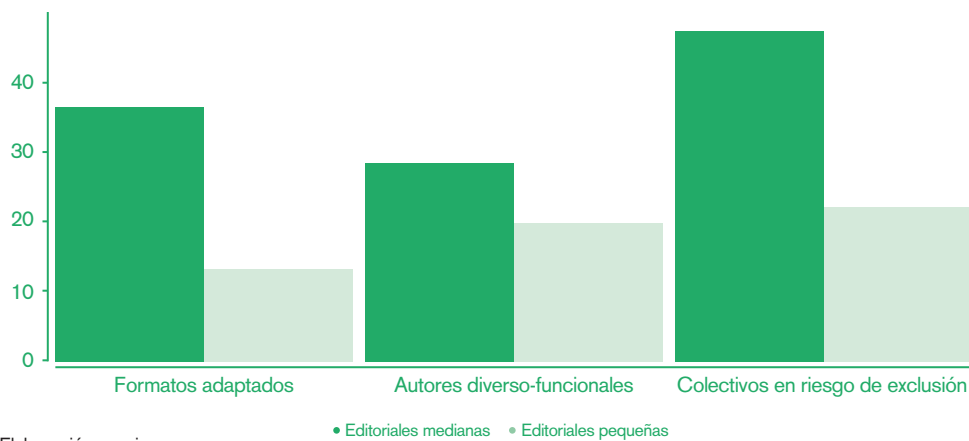
Las políticas de inclusión en el mundo del libro son fundamentales para reducir la desigualdad, adaptar la cultura a la diversidad y fomentar la integración de los colectivos más vulnerables en la industria creativa. Nuestros datos advierten de que ninguna de las editoriales pequeñas cumple con los tres valores que consideramos esenciales dentro de las políticas editoriales de inclusión. Sin embargo, el 12 por ciento de las medianas sí cumplen con estos tres valores: Dos Bigotes, Demipage, Katakarak, La única puerta a la iz-

quierda, Atrapasueños y Capitán Swing. La práctica más fomentada es la contratación de colectivos en riesgo de exclusión, seguida de la publicación en formatos adaptados. Además, esta combinación es la más habitual en aquellas editoriales que cumplen con dos de los valores establecidos para estas políticas.

Publicación en formatos adaptados

Se encuadran bajo el significante ‘formatos adaptados’ todas las obras que se adecuan o se adaptan para llegar a públicos que no pueden leer por diferentes motivos. Así, encontramos adaptaciones de lectoescritura, como la lectura fácil, que consiste en el resumen y la adaptación de los textos a un lenguaje más sencillo y claro que pueda ser entendido por personas con discapacidad cognitiva o intelectual; braille para personas con visibilidad reducida, audiolibros también para personas con visibilidad reducida y para aquellos colectivos que no saben leer y vídeolibros. Los datos de nuestro estudio indican que el 35 por ciento de las editoriales medianas publica libros en formatos adaptados, porcentaje que se reduce al 13 por ciento en las editoriales pequeñas. El formato adaptado que más se

Figura 10: Conjunto de valores de las Políticas de Inclusión (%)



Fuente: Elaboración propia

publica es el audiolibro: el 100 por cien de las editoriales y un 66 de editoriales pequeñas. El otro formato más abonado es el del libro de lectura fácil: un 7 por ciento las medianas y un 33 las pequeñas. Hay que subrayar en este punto que sólo las editoriales medianas publican vídeo-libros o versiones adaptadas para personas con diversidad funcional.

Autores con diversidad funcional

Por autores con diversidad funcional entendemos a aquellos que tienen algún tipo de dificultad que les impide el desempeño de la vida diaria. Así, de las editoriales medianas analizadas el 30 por ciento publica libros de autores con diversidad funcional, porcentaje que disminuye hasta el 21 en las editoriales pequeñas. Ambas cifras se sitúan por encima de los valores de las editoriales argentinas y por debajo de los de México.

Colectivos en riesgo de exclusión

En el rubro de colectivos en riesgo de exclusión incluimos a aquellos grupos de personas que son segregados, discriminados o marginados del mercado laboral, es decir, los diferentes colectivos que tienen mayores dificultades para acceder a un puesto de trabajo, tales como parados de larga duración, gente joven, racializada o perteneciente al colectivo LGTBIQ+. En nuestro estudio hemos constatado que el 48 por ciento de la muestra de editoriales medianas tiene en plantilla a miembros de colectivos en riesgo de exclusión: el 74 por ciento de estas editoriales tienen en nómina una media de 44 por ciento de mayores de 50 años; el 21 por ciento tiene contratados a una media de 33 por ciento de parados de larga duración; el 11 por ciento tiene contratado a una media de 28 por ciento de personas con diversidad funcional y el 5 por ciento tiene contratado a una media de 40 por cien de gente joven.⁹

De otra parte, el 25 por ciento de las editoriales pequeñas tiene contratados a miembros de colectivos en riesgo de exclusión. El 50 por ciento tiene en plantilla a un 75 por ciento de mayores de 50 años, el 17 por ciento tiene en plantilla a un 30 por ciento de inmigrantes, también el 17 por ciento tiene en plantilla a un 1 por ciento de personas diversofuncionales, el 17 por ciento señala tener en plantilla a miembros del colectivo LGTBIQ+ y el 17 por ciento señala tener en plantilla a personas racializadas.

POLÍTICAS DE SOSTENIBILIDAD

Uno de los grandes retos del sector editorial en esta tercera década del siglo XXI que comienza es procurar una edición sostenible. Esto significa, por un lado, publicar con materiales reciclados para no renunciar al formato en papel (que convive perfectamente con el digital) y por otro, procurar una distribución -un modelo de negocio- atento al medioambiente y comprometido con prácticas ecológicas. Sin embargo, nuestros resultados nos dicen que, de las editoriales medianas, sólo el 17 por ciento cumple los cuatro valores que hemos marcado dentro de esta política. En cuanto a las pequeñas, el porcentaje que cumple con los cuatro valores es ligeramente mayor: el 24 por ciento. Los valores de sostenibilidad más recurrentes son: la venta de libros en librerías pequeñas o tradicionales -que representa la protección del comercio local- y la realización de primeras presentaciones en estos espacios. Asimismo, el 90 por ciento de los sellos que venden sus libros en estas librerías, también llamadas independientes, llevan a cabo allí parte de sus primeras presentaciones. De otro

9. La categoría de 'gente joven' ha sido añadida en las respuestas a nuestro cuestionario por varias editoriales medianas (así como las pequeñas introdujeron las de 'colectivo LGTBIQ+' y 'personas racializadas') y habría de aludir a jóvenes adultos en un rango de 25-30 años.

lado, el valor que menos se desarrolla, lamentablemente, es la distribución sostenible.

Librerías pequeñas y tradicionales

El 100 por cien de las editoriales medianas vende sus libros en pequeñas librerías o librerías tradicionales, porcentaje que se reduce unos puntos en las pequeñas: 92. Sin embargo, sólo el 50 por ciento de las medianas realiza primeras presentaciones de sus libros en estos espacios frente al 88 por cien de las pequeñas. Además, el 10 por ciento de las medianas celebra sus primeras presentaciones en estas librerías, porcentaje que difiere enormemente del 67 de las pequeñas.

Distribución sostenible

Definimos la distribución sostenible como las prácticas que buscan reducir el impacto medioambiental derivado de los envíos y traslados de libros, ya sea a librerías o a lectores individuales. Encontramos que el 28 por ciento de las editoriales medianas lleva a cabo prácticas de distribución sostenible: el 27 por

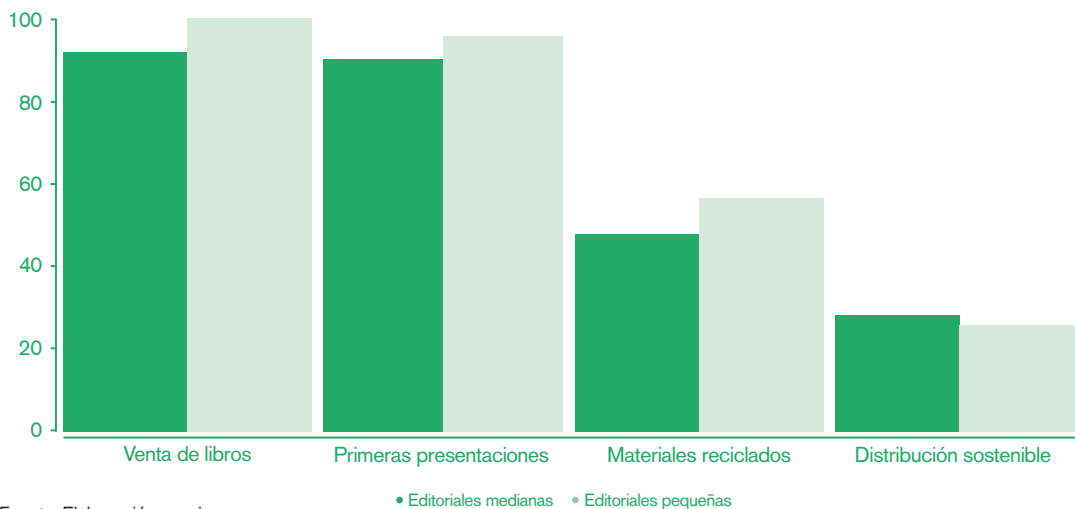
ciento no usa plásticos, el 18 por ciento trabaja con distribuidoras respetuosas con el medio ambiente y el 18 por cien utiliza empresas de mensajería que llevan a cabo prácticas ecológicas. En el 9 por ciento restante encontramos: publicación de ejemplares bajo demanda, distribución en Kilómetro 0, promoción del teletrabajo y uso del correo postal.

De las editoriales pequeñas el 29 por ciento realiza prácticas de distribución sostenible. El 43 por ciento de estas editoriales no usa plásticos, el 29 por ciento usa materiales reciclados para la distribución (bolsas, embalajes, etc), el 14 por cien distribuye a través de empresas ecológicas y también el 14 por cien usa el correo postal para enviar sus libros.

Materiales reciclados

El 58 por ciento de las editoriales medianas apuesta por materiales reciclados en la producción de sus libros: el 78 por cien utiliza papel de producción responsable (FSC, PEC, PEFC), el 17 por cien trabaja con imprentas que emplean materiales sostenibles (biotintas, etc.) y el 4 por cien utiliza cartón reciclado en la producción de sus libros.

Figura 11: Conjunto de valores de las Políticas de Sostenibilidad (%)



Fuente: Elaboración propia

BALANCE Y PROPUESTAS

Al comienzo de este trabajo partimos de la idea de que las editoriales independientes, como parte del tejido productivo español, presentan modelos de publicación y formas de organización muy variadas, en función de sus condiciones materiales de producción. Esta realidad nos llevó a distinguir en nuestro estudio entre sellos medianos y pequeños para atender tanto a lo visible como a lo no visible en este sector editorial, con un enorme potencial vanguardista y experimental. Con ello, hemos identificado cuáles serían las cuatro políticas -y los valores- más importantes para la consecución de una praxis editorial comprometida con el progreso social y los valores de la Agenda 2030: bibliodiversidad, igualdad, inclusión y sostenibilidad.

A la vista de los datos recopilados en las encuestas realizadas y del análisis expuesto, comprobamos, como era esperable, que las editoriales pequeñas son más bibliodiversas que las medianas -más orientadas a un modelo comercial con garantías- y que la apuesta por la promoción de políticas de género y la inclusión de mujeres en equipos editoriales y en contrataciones es cada vez mayor en todo el sector de la edición independiente española. No obstante, hemos detectado carencias en las políticas de inclusión y sostenibilidad. Es en estas dos dimensiones donde habría de recalar el Gobierno diseñando políticas públicas que apoyen la adaptación de los textos literarios a **formatos inclusivos** (*ebook*, lectura fácil, audiolibro o braille):

- Pensamos, por ejemplo, en la creación de fondos que permitan a las editoriales independientes adquirir herramientas informáticas con las que puedan seguir el ritmo tecnológico de los grandes grupos y a la vez procurar la inclusión de los colectivos más excluidos de la cultura del libro. Tenemos

como modelo el sistema Prêt Numérique en Bibliothèque del Ministerio de Cultura y Comunicación francés, programa que no solo reduce el impacto ecológico de la industria del libro, sino que además cuenta entre sus colaboradores con 960 editores de grupos independientes.

En cuanto al fomento de **valores ecológicos** para la edición, habría que poner el foco tanto en el uso de materiales reciclados e impresión sostenible, como en una distribución respetuosa con el medio ambiente:

- La solución podría estar en el modelo de ley del libro 20.380 argentino, de 2001, en el que se favorecía la circulación del libro con una tarifa postal reducida -que evitaría transportes individuales- tanto a nivel interno (con convenios con empresas postales) como internacional (reducciones aduaneras).

Las posibilidades más realistas que existen para potenciar ambas políticas en España -a tenor de las iniciativas desarrolladas en Francia y Argentina, dos de los países más bibliodiversos del mundo- son:

- Destinar subsidios públicos a la promoción de estas prácticas inclusivas y sostenibles.
- Crear un certificado para prácticas editoriales ecológicas e inclusivas. A nivel internacional existe la certificación EDGE (Economic Dividends for Gender Equality), que ayuda a crear entornos de trabajo más justos y equitativos, optando por el uso de la certificación como herramienta para conseguir beneficios empresariales. Su fama se expande a nivel mundial con 200 organizaciones en más de 48 países. En esta línea se podría pensar en el certificado ECOEDIT -o como se le

quiera llamar- para prácticas editoriales ecológicas e inclusivas. El certificado, en la órbita del Sello de Calidad que ya existe para librerías en nuestro país, podría articularse en dos bloques diferenciados de tal forma que también las grandes editoriales puedan optar a alcanzar algunos compromisos. Y no solo por la necesidad de promover una producción material que sea respetuosa con la diversidad y con el medio ambiente, sino para garantizar una producción simbólica que también cuide y abone el ecosistema del libro. La ecoedición -que por definición consideramos bibliodiversa, igualitaria, sostenible e inclusiva- es el horizonte de futuro de una praxis editorial comprometida y vanguardista.

ANEXO: EDITORIALES PARTICIPANTES EN EL ESTUDIO

Editorial	Muestra I	Muestra II
ACHAB	●	●
ALOHA	●	●
Alpha Decay	●	●
Amor de madre	●	
ARREBATO LIBROS	●	●
Ático de los libros	●	
Atrapasueños editorial	●	●
Automática	●	
Barlin Libros	●	●
Belleza Infinita	●	●
Cabaret Voltaire	●	●
Calumnia Edicions	●	●
Capitán Swing	●	●
CARTONERA ISLAND	●	●
Chamán Ediciones	●	●
Círculo de Tiza	●	
Con Pluma y Píxeel	●	
Crononauta	●	●
Cuadernos del Vigía	●	
De Conatus	●	●
DEMIPAGE	●	●
Ediciones Antígona	●	●
Ediciones del Viento	●	●
Ediciones Dorna	●	●
Ediciones El Antro	●	
Ediciones en el mar	●	●
Ediciones Liliputienses	●	●
Ediciones Menguantes	●	
Ediciones Perdidas	●	●

Editorial	Muestra I	Muestra II
Ediciones Tigres de Papel, S.L.	●	●
Ediciones Torremozas	●	●
Ediciones Trea S L	●	●
Editorial Alrevés SL	●	●
Editorial Barrett	●	●
Editorial Delirio	●	●
Editorial Dos Bigotes	●	●
Editorial Drácena	●	●
EDITORIAL LA HUERTA GRANDE	●	●
Editorial Ñ	●	●
Editorial Periférica	●	●
Editorial Pez de Plata	●	●
Editorial Sexto Piso	●	●
Editorial Ultramarina C&D	●	●
EL PASEO EDITORIAL	●	●
Errata Naturae	●	
Esdrújula	●	
Esto No Es Berlín	●	●
Extravertida editorial	●	●
Gallo Nero	●	
greylock	●	●
Hoja de Lata Editorial	●	●
IMPEDIMENTA	●	●
Índigo Editoras	●	
Isla de Siltolá	●	
Jekyll & Jill	●	●
Kaótica Libros	●	●
Katakak	●	●
Kriller71	●	

Editorial	Muestra I	Muestra II
La Bella Varsovia	●	●
La Navaja Suiza	●	●
La única puerta a la izquierda (LUPI)	●	●
Lastura ediciones	●	●
Lengua de Trapo	●	●
LES EDITORIAL	●	●
Liana editorial	●	●
Libros de arena	●	
Libros del Asteroide	●	●
Libros del Innombrable	●	●
Ménades Editorial	●	●
Nórdica Libros	●	●
papeles mínimos ediciones	●	●
Piedra Papel Libros	●	●
Piezas Azules Editorial	●	●
Ravenswood Books editorial	●	●
redfundamentos SL	●	●
Sajalín editores	●	●
Turner	●	●
Txalaparta	●	●
Vaso Roto	●	
Verónica Cartonera	●	●
Wunderkammer	●	●