

El editor como intermediario cultural. El caso de las editoriales digitales en Argentina.

Daniela Szpilbarg.

Cita:

Daniela Szpilbarg (2013). *El editor como intermediario cultural. El caso de las editoriales digitales en Argentina. X Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-038/414>

El editor como intermediario cultural. El caso de las editoriales digitales en Argentina

DANIELA SZPILBARG
CONICET/UBA

Resumen

En la última década se han producido fuertes reconfiguraciones en la industria editorial argentina. En principio se puede pensar en tres procesos que coexisten y que marcan tendencias novedosas en la formación y configuración de los campos editoriales nacionales: la concentración de la industria, la irrupción de las tecnologías y la internacionalización. En este contexto, los editores funcionan como intermediarios culturales a partir del fortalecimiento de emprendimientos de nuevo tipo. Esto se dio también en el marco de una fuerte internacionalización de la industria. El objetivo de esta ponencia es tomar como casos de análisis dos proyectos editoriales digitales, como Teseo y Bajalibros.com, para indagar en qué sentidos sus editores operan como propulsores de procesos de intermediación cultural. Trabajaremos a partir de datos estadísticos y entrevistas en profundidad a sus directores para determinar los sentidos de estos nuevos procesos culturales.

Introducción: acerca de algunas transformaciones en la industria del libro

Pensar la industria editorial de la última década, supone centrarnos en tres procesos simultáneos que permiten pintarla en una forma completa. Procesos aparentemente separados pero que guardan íntimas relaciones: en primer lugar, pensamos en el surgimiento profuso de editoriales independientes, lo cual establece una oposición con los procesos de concentración. El segundo proceso central se vincula con la presencia y progresiva influencia de las tecnologías de comunicación, redes sociales y digitalización en esta industria, con las consecuencias que éstas tienen en la producción, comercialización y consumo de obras literarias. En tercer lugar, la internacionalización de la industria, que se vincula con la época histórica y que confluye en una situación de distribución del poder en los distintos lugares del mundo. Desde este punto de vista de la internacionalización de la industria, surgen instancias globales como las ferias, los agentes literarios, los Programas de Traducción, las empresas multinacionales de digitalización de obras, las Alianzas Internacionales de Editores, etc.

Lo que llamamos *globalización* lejos de abrir un espacio de circulación libre, consiste en una lucha por la redefinición de los territorios de distribución de productos culturales, (Sapiro, 2009) intercambios entre distintos territorios que, en el caso del libro, se encuentran determinados por factores complejos: la organización del mercado en áreas lingüísticas, la existencia de zonas geográficas en las cuales se inscriben los países y sus industrias culturales, como la dirección que muestran estos flujos, todo lo cual se ha expresado en una *recomposición del espacio editorial*.

En efecto, si bien la internacionalización del mercado editorial no es nueva, se ha acelerado considerablemente en el período que acabamos de mencionar, destacándose por una creciente concentración de los sellos que son adquiridos en operaciones de compra o fusiones internacionales. Este reordenamiento del mercado mundial del libro, ha puesto en evidencia la fragilidad de las industrias editoriales de los países con débiles políticas culturales para el libro.

Para tener un ejemplo que ilustra esta situación: España exporta a América Latina 340 millones -en dólares- de libros, mientras toda ella no alcanza a exportar más de 10 millones de dólares a España, siendo uno de los problemas principales la incorporación al mercado de los derechos de autor. En este sentido, América Latina se perfila como simple *receptora pasiva*.

Pensar estos tres procesos de los que hablábamos anteriormente (la concentración/independencia, la irrupción de las tecnologías y la internacionalización de la industria) implica tener en cuenta una línea que los atraviesa y que está dada por la relación Estado-Mercado. En función de esta relación, nos proponemos contextualizar el campo editorial argentino de la última década a partir de estos procesos, pero haciendo foco en las maneras en que lo transnacional se despliega dentro del campo editorial vinculándose con lo local, particularmente enfocados a analizar entonces el surgimiento de una editorial que se presenta como “digital”.

La irrupción de la *cibercultura* y la digitalización en el campo editorial

Juan Mendoza (2011) sostiene un esquema integrado por tres etapas, que implicarían un momento de hegemonía de la cultura letrada, luego la cultura industrial y luego la cibercultura. Lo industrial estaría marcado por un salto cuantitativo de la cultura por los nuevos medios tecnológicos, radio, TV: la ampliación de los públicos marcaría la diferencia entre la sociedad de masas y la cultura letrada. Así, a partir del siglo XX emerge la edad cibernética, que se integra con las anteriores y esta cibercultura, caracterizada por una “desjerarquización entre lo alto y lo bajo” (Mendoza 2011:92), marca el momento de un nuevo tipo de ediciones.

En la misma línea, cuando diversos autores como Castells describen la actual configuración social como “sociedad red” hacen referencia a un cambio profundo en los sistemas de comunicación, ya que una cultura no son sólo contenidos, sino también prácticas y medios de transmisión a través de los que se comunican los individuos. La división de las culturas en orales, gráficas y electrónicas hace referencia precisamente a los sistemas de transmisión de los diferentes contenidos. La "sociedad de la información" o "sociedad digital" se configura mediante la conjunción de dos elementos: la informática, tecnología de procesamiento de datos vinculada con la computadora como elemento central y las redes de comunicación: tecnología que posibilita la distribución de información digitalizada. (Aguirre 2009)

La característica más sobresaliente del proceso de digitalización es que permite convertir en información elementos que antes estaban sujetos a condiciones

espaciotemporales restringidas. Vamos a considerar que el sector editorial y literario está integrado por diversos actores: escritores, lectores, críticos, editores, libreros, y por distintos momentos: "creación o producción", -que contempla la producción intelectual de los textos-; el sector "productivo-distributivo", en el cual se elaboran materialmente los textos insertándolos en un soporte determinado y el momento del consumo. En relación con esto, hay que decir que los últimos cinco siglos el libro ha cumplido este rol predominante de "soporte legítimo", cuestión que como adelantamos, comienza a verse modificada.

En cuanto a la digitalización, la transición del libro-objeto al libro digital supone un complicado proceso que está rodeado de interrogantes vinculados al patrimonio cultural de lo escrito. Así, la irrupción del libro como fuerte impronta en el consumo y el comercio con modalidad digital, plantea impactos en los modos de leer y en los modos de regular y legislar la propiedad intelectual.

El mercado global de los libros es el que actúa sobre la *política editorial* de los distintos emprendimientos, y es a través de ella en que el mercado tiene efectos en el vínculo que se genera con las nuevas tecnologías. Se supone además que, como veremos, la digitalización supone editores más adaptados al "principio de profesionalización" que supone que deben adquirir algunas habilidades que los mantengan dentro de las tendencias y que puedan reencauzar sus proyectos en la dirección en que sea necesario.

Un tema por demás interesante que plantea la digitalización es la entrada en el mundo del libro de actores que tradicionalmente no pertenecían al mismo. Hablamos de multimedios de comunicación como es el caso de Google, que a través del proyecto de Google books, logró intervenir en la trama de publicación y consumo de los libros¹. Como decía, partiendo de la base de que hay una trama de producción autoral, editorial y comercial en relación a la obra, el soporte juega un rol importante ya que con el cambio de soporte aparece un nuevo modelo de transmisión de la información y por ende surgen actores que no pertenecen al mundo editorial, así como surgen, por ejemplo y atendiendo al caso del que hablábamos, los *derechos digitales* que un autor o una editorial puede tener sobre una obra. Arduo camino que debe la ley abrirse entre los avances vertiginosos de la tecnología. Es justamente en esta encrucijada donde aparecen además los debates en torno al rol que el Estado debe cumplir en este tipo de situaciones,

Por último, y antes de centrarnos en el caso de Teseo como la primera editorial que nace digital, aludimos al libro electrónico y los e-readers, que son los dispositivos portátiles para transportar bibliotecas digitales. La expansión en la digitalización de textos editados en papel, y la producción de textos exclusivamente en formato digital, provocaron que a fines de la década del 2000 comenzaran a comercializarse los dispositivos cuyo fin fuera transportar y permitir su lectura, al mismo tiempo que ofreciera las funciones de ajustar el tamaño de los textos, agregar comentarios, navegar

¹ Sobre este tema, puede consultarse el trabajo de Elizabeth Hutnik que analiza en detalle este proceso.

por internet o participar en foros y redes sociales. Si bien el soporte tradicional en papel sigue siendo mayoritario, el crecimiento de los libros electrónicos fue sostenido en los últimos años. Hay un creciente número de sitios gratuitos donde se pueden descargar libros electrónicos. Además, la venta a través del portal de comercio electrónico estadounidense Amazon.com -que comercializa este formato desde 1995- fue mayoritaria por sobre el formato en papel de libros durante 2009 (Ensinck, 2010), dos años después en que saliera a la venta el Kindle, primero de los sucesivos soportes móviles de *e-book*.

Es preciso tener en cuenta que la aparición de estas nuevas tecnologías y sus consecuentes prácticas entran en tensión con las instituciones literarias tradicionales y las formas de edición conocidas, así como también ha cambiado a las personas, *en tanto* lectores. Ya no se es “lector” como en décadas pasadas, ni estudiante, ni espectador de una película: hoy los individuos son también internautas: personas que leen, aprecian algo e interactúan, todo al mismo tiempo. Ser internauta supondría más acción: mirar, leer, contestar correos y buscar información, lo cual para el autor aumenta, para muchas personas, la posibilidad de ser lectores y espectadores. (García Canclini 2007)

El futuro ya llegó: editoriales digitales. El caso de Teseo

Si bien no vamos a detenernos en los procesos productivos, es preciso resaltar que nos encontramos ante una etapa del capitalismo de características salientes respecto de periodos anteriores². Se llama “capitalismo informacional” o “capitalismo cognitivo” para hacer referencia a la centralidad del conocimiento y la tecnología en los procesos de valorización y producción, con los efectos que esto supone a la hora de observar el comportamiento de diversos agentes que forman parte de los procesos de formación de valor en el área cultural. El análisis del capitalismo de la década del 90 y comienzos del siglo veintiuno se vincula con la profundización de la internacionalización financiera y comercial y su vínculo con las TICs como una clave que inaugura la época actual. Por otro lado, el lenguaje y la comunicación se reconocen como centrales en este tipo de sistemas productivos: “El punto crucial es que mientras la producción material de objetos es demandada al sistema de máquinas automatizadas, las prestaciones del trabajo vivo, en cambio, se asemejan cada vez más a prestaciones lingüístico-virtuosas” (Virno 2003:58).

² Diversos autores llaman *capitalismo cognitivo* a la mutación actual del capitalismo, atendiendo a que si bien son muchas las denominaciones (Sociedad de la información; net-economy; weightless economy), todas intentan reflejar un cambio vinculado con pensar que han cambiado totalmente la naturaleza del valor, forma, lugar y modalidades de extracción, en términos de cambios en el régimen de acumulación capitalista y cambios en las relaciones de producción, transición que supone también el cambio del régimen salarial. Se destaca también la pregunta acerca de si existen leyes para esta nueva economía, y se menciona que la economía de lo inmaterial se vincula con la digitalización y la canalización casi instantánea de los datos y la reducción casi a cero de los costos de reproducción del conocimiento. (Moulier Boutang 2004: 110-111).

En palabras de Dantas, “la información emerge como fuerza productiva determinante” (2003:217) y esta “acumulación flexible” provoca cambios en las relaciones y prácticas del trabajo³. En relación con esto, es indudable que estos cambios afectan a la industria editorial en diversos aspectos que hemos anteriormente explorado. Provocan además la necesidad de adoptar nuevas competencias a la hora del trabajo del editor como figura principal de las editoriales. Hipotéticamente, sostenemos que los editores jóvenes se encuentran en un momento de transición en el cual comienzan a precisar nuevas competencias y habilidades vinculadas por un lado a las tecnologías y por otro lado a la planificación de la editorial como un proyecto factible de ser proyectado internacionalmente. Dos ejes son centrales, entonces, para ilustrar a grandes rasgos estos cambios: por un lado, la proyección de las editoriales al exterior y su relación a mercados más amplios, y por otro, la incidencia en la aplicación de nuevas tecnologías de la comunicación e información a las distintas fases del proceso productivo que generan nuevos modelos editoriales.

En este trabajo quisiéramos, aunque brevemente, caracterizar uno de estos emprendimientos, que consideramos emblemático ya que nace precisamente como *editorial digital*. La editorial Teseo, -con su editor Octavio Kulesz-, es un caso que nos permite ilustrar estas tendencias de las que hablábamos anteriormente. Trabajadores creativos, los nuevos editores que sostienen este tipo de emprendimientos son *intermediarios culturales de nuevo tipo*, una nueva clase creativa que emerge al compás del capitalismo informacional.

Recordemos aquí que los intermediarios culturales han sido definidos por Bourdieu como un sector en expansión de una nueva clase media en ascenso, que ocupa el lugar dominado de la fracción de la clase dominante (Bourdieu 1998). Estos actores “*se hallan dedicados a la provisión de los bienes y servicios simbólicos... comercialización, publicidad, relaciones públicas, producción de radio y televisión...*” (Featherstone 1991: 87) a los que les podemos añadir, entre otros a los editores y nuevos críticos literarios, diseñadores, trabajadores del marketing, decoradores, etc. Aparecen como los “nuevos intelectuales”, portadores y transmisores de símbolos y significados, nuevos estilos de vida y en la búsqueda de nuevas experiencias. La importancia de lo simbólico en el capitalismo cultural y cognitivo, convierte a los intermediarios culturales en productores de signos, mostrando el desplazamiento de los productores de mercancías

³Siguiendo a Moullet Boutang (2004), esta mutación profunda se vincula principalmente con un cambio en la propia naturaleza del valor, que comienza a estar ligado al conocimiento de una manera novedosa. Así, el conocimiento se puso al servicio de la producción en tanto controlar la naturaleza a través de la técnica. En el capitalismo moderno, sostiene también Enzo Rullani (2004), el conocimiento es tan importante como el trabajo o el capital: para valorizarse, el capital debe valorizar el trabajo vivo y el conocimiento. Lo particular es que esta valorización del conocimiento responde a leyes especiales y es diferente de la tradicional formación de valor del capitalismo y por otro lado, “los procesos de virtualización separan el conocimiento de su soporte material y esto genera incoherencias en el proceso de valorización, porque el proceso de transformación del conocimiento en valor no es lineal y estable en el tiempo” (Rullani 2004:101)

en el prototipo del trabajador posfordista. Es importante destacar que los productores culturales y simbólicos que analizamos en este trabajo, son resultado continuo de estas tensiones que se dan a partir de los procesos de globalización.

En base a todo lo anterior, pasaremos a analizar fundamentalmente, la relación que estos editores mantienen con las tecnologías. Esta relación puede pensarse desde distintos puntos de vista: en primer lugar, en el uso concreto de formatos web para la difusión y la construcción de la imagen “virtual” de la editorial. En segundo lugar, como modo de comercialización. Y en tercer lugar, como modo de existencia y desarrollo de la editorial, en el sentido de convertir diversos productos al formato digital, lo cual le da la identidad al proyecto editorial. Este es el caso más acabado de una editorial digital que es caso que deseamos describir, ya que en el caso de Octavio Kulesz, el editor de *Teseo*, puede observarse una particular y cercana relación con la tecnología; lo tecnológico aparece como un “valor” en contraste con los soportes en papel como objetos “arcaicos”.

Teseo es una editorial que nace *digital*, en la que los proyectos editoriales siguen una vía de edición después de la cual pueden comercializarse en formato ebook o a través de impresiones, pero manteniendo el stock permanentemente disponible. Según su misma descripción, que aparece en la página web: “En 2007, la industria del libro daba muestras de gran vigor. En Argentina, el optimismo por la recuperación post-2001 se extendía también al sector editorial, que en 2008 generó más de 80 millones de ejemplares, marca que superaba el récord anterior –los casi 75 millones producidos en el año 2000. Sin embargo, debajo de la superficie podían notarse algunas tendencias de ruptura que serían decisivas en el mediano y largo plazo, entre ellas: la creciente especialización de los lectores; la caída en los tirajes promedios; la llegada del e-book y de otras tecnologías editoriales. *Teseo* surgió precisamente dentro de ese contexto”. Plantean allí que les parecía cada vez más evidente que obras académicas de gran valor dejaban de publicarse porque las tecnologías de la época –pensadas para grandes tirajes– resultaban inadecuadas para la actualidad. La idea fue plantear un catálogo que estuviera siempre disponible para el lector. (Página web de *Teseo*).

Se centran en libros académicos, ya que identifican que los procesos de publicación en esa rama eran más lentos por las demoras en la selección e implementación de los proyectos y el problema de los elevados costos de la impresión tradicional, basada en altos tirajes. Esta editorial entonces maneja su propio sistema de edición digital de libros físicos y electrónicos. Tienen además un sistema de distribución global a través de internet, publicitado a través de sitios como Google books, y esto supone un alejamiento de las tradicionales características de localidad vinculadas al libro. La posibilidad de editar libros que no cuentan con impresión necesaria, supone que los recursos económicos permiten centrarse en la preparación de un catálogo más extenso (300 títulos dentro de los primeros cinco años) que si la editorial fuera de otro tipo.

En cuanto a la distribución, los libros pueden comprarse en versión papel a través de la web, en diversas librerías online (a través de Amazon, en Italia, Francia, Estados

Unidos, España y Alemania -ver figura- y en otras librerías dentro de Argentina), que envían el ejemplar solicitado, impreso a pedido en un plazo promedio de diez días. Los textos también pueden conseguirse en formato electrónico (ebook) a través de un portal de venta de libros como *Bajalibros*. Al mismo tiempo, los libros pueden “hojearse” en pantalla en Google books lo que contribuye a una divulgación en medios digitales. En esta figura, que aparece en la página web, puede verse la estrategia de producción y comercialización-distribución:



Esquema de distribución de la editorial (Página web Teseo)

En una entrevista realizada en 2012, el editor se refería al proyecto como un “híbrido”, ya que según él, la editorial es “digital en el sentido de que no tiene stock, vos podés comprar el libro de a uno, o lo bajás en digital. Aunque en Teseo se venda más en papel, el ebook crece muchísimo más rápido y que el 15% de lo que se vende, es digital”. De esta manera, vemos cómo a partir de una percepción del modo en que la tecnología interviene en la vida cotidiana estableciendo nuevas prácticas, surge una editorial que aparece como un proyecto distintivo y diferente en muchos puntos respecto de las editoriales tradicionales, en lo que hace a la relación entre el editor y el lector, así como entre el lector y los materiales textuales que consume.

Consideraciones finales

A lo largo de este trabajo hemos visto la emergencia de prácticas y soportes que establecen una circulación virtual que progresivamente convive con las tradicionales instituciones del campo, viendo que los espectadores /consumidores pasan a ser participantes. Las figuras del editor, escritor y lector se encuentran en permanente transformación, y sus funciones y modos de interacción han ido reconfigurándose a

partir de la apropiación social de las nuevas tecnologías y las transformaciones de las últimas décadas que se dieron en el interior del campo editorial. De este modo, intentamos por último mostrar un caso de análisis constituido por la primera editorial argentina que se propone ser *digital*, si bien, como su editor aclara, se trata de un proyecto “híbrido”, en el que coexiste la edición en papel y digital y que acaso metaforiza, en su devenir, la actualidad del debate al que asistimos.

Tal como se anticipó en la descripción de las herramientas aparecidas durante la última década, los procesos de escritura, edición y lectura ya no son sucesivos, sino que se entretejen continuamente, provocando la aparición de nuevas prácticas, actores y una reconfiguración de las categorías que teorizan sobre el sistema literario y de edición. A partir de las posibilidades de la tecnología, es posible que la producción de escritura ya no se encuentre separada, ni siquiera temporalmente, del momento de edición y publicación. Por otra parte, la aparición de las nuevas tecnologías, la expansión de los blogs, twitter y facebook en la creación, circulación y difusión literaria, aportan activamente al desarrollo de una esfera pública de lo literario, gracias a las relaciones comunitarias que se tejen entre escritores, lectores e intermediarios. Estas redes no se mantienen exclusivamente en la virtualidad, sino que tienen su correlato en proyectos editoriales y literarios concretos, presentaciones de libros, lecturas en vivo y ferias alternativas e independientes. (Vanoli y Saferstein 2011).

Sin embargo, es difícil establecer cómo se desarrollarán estas tendencias en el futuro, por lo que este trabajo termina, abriendo nuevos interrogantes que surgen del análisis: ¿En qué lugar quedará la cultura escrita? ¿Cuál será el rol del editor en el futuro? ¿Cuál será la forma que asuman las editoriales? ¿Seguirá habiendo editores y editoriales? ¿Reemplazará el libro electrónico al libro en papel? Es innegable afirmar que estamos en una etapa de transición, en la cual se han sucedido cambios culturales que transformaron la idea de lectura, escritura, autoría y creación. Sin embargo, debemos esperar para analizar el impacto de estos cambios en el campo editorial local.

Bibliografía

Aguirre, J. (1997)“La incidencia de las redes de comunicación en el sistema literario”, en *Revista Espéculo* núm. 5, Madrid.

Asociación Civil Chicos.net (2009): *Hacia un entendimiento de la interacción de los adolescentes con dispositivos de la web 2.0. El caso de Facebook*. Chicos.net Ediciones, Buenos Aires

Bourdieu, P. (2000): *Las reglas del arte*, Barcelona, Anagrama.

Bourdieu, P. (2010): *El sentido social del gusto*. Buenos Aires, Siglo XXI

Botto, M. (2006): “1990-2000. La concentración y la polarización de la industria editorial” en De Diego, J. (comp) *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*, Buenos Aires, FCE.

Calcagno, N., “Claroscuros de la integración cultural”, *Página 12*, 7 enero de 2009.

Carlón, M. (2010): “La mediatización del mundo del arte”, en Fausto Neto, A. y Valdetaro, S. (Dir) *Mediatización, sociedad y sentido. Diálogos entre Brasil y Argentina*: UNR. Disponible en: <http://www.bdp.org.ar/facultad/archivos/Mediatizaci%F3n,%20sociedad%20y%20sentido.pdf>

Carlón, M. y Scolari, O. (comp) (2009). *El fin de los medios masivos*, La Crujía: Buenos Aires.

Castells, M. (2001) *Internet y la sociedad red*, Madrid, Alianza Editorial

Chartier, R. (2005) *Inscribir y borrar*, Buenos Aires, FCE.

Colleu, G., (2008), *La edición independiente como herramienta protagónica de la bibliodiversidad*, Buenos Aires, La marca Editora.

Dantas, M. (2003) ‘Informação e trabalho no capitalismo contemporâneo’, en *Lua Nova: Revista de Cultura e Política*, n.60. São Paulo.

Ensinck, M. (2010): “El libro electrónico llegó para quedarse” en *ADN-La Nación*, 169, pp. 4-8, 5 de noviembre.

Fumero, A y Sáez Vacas, M. (2006): “Blogs: en la vanguardia de la nueva generación web”. En *Novática interactiva. Sociedad de la información* n° 183. España.

García Canclini, N. (2007) *Lectores, espectadores e internautas*, Buenos Aires, Gedisa.

Hutnik, E. “Reproducción, norma y valor en el entorno digital: Google Books o la biblioteca de la discordia”, ponencia presentada en el Primer Coloquio Argentino sobre el Libro y la Edición, La Plata, noviembre de 2012.

Manovich, L (2006) *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*, Barcelona, Paidós

Moulier Boutang, Yves. et.al. (2004) *Capitalismo Cognitivo, Propiedad Intelectual y Creación Colectiva*. Madrid, Editorial Traficantes de sueños.

Piscitelli, A. (2006), *Nativos digitales*. Buenos Aires, Santillana.

Shiner, L (2004) *La invención del arte. Una historia cultural*. Barcelona, Paidós.

Vigna, D. (2008): “Literatura y soportes digitales: La irrupción del blog en el sistema literario actual del país”. Ponencia presentada en XII Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación: “Nuevos escenarios y lenguajes convergentes”.

Rosario.

Disponible

en:

<http://www.redcomunicacion.org/memorias/pdf/2008Viponencia%20vigna,%20diego%20ok.pdf>

Vanoli, H. (2009): “Pequeñas editoriales y transformaciones en la cultura literaria Argentina”, Apuntes de Investigación del CECYP, n° 15, disponible digital <http://www.apuntescecyp.com.ar/index.php/apuntes/article/viewArticle/67>