

# Del autor al lector: nuevas formas de legitimidad y circulación de la literatura en la era digital.

Fernando Agustín Urrutia.

Cita:

Fernando Agustín Urrutia (2024). *Del autor al lector: nuevas formas de legitimidad y circulación de la literatura en la era digital*. V Congreso de Consumo Cultural "Armando Capalbo". Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/fernando.agustin.urrutia/35>

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



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>.

# *Del autor al lector. Nuevas formas de legitimidad y circulación de la literatura en la era digital.*

URRUTIA, Fernando Agustín/ Universidad Nacional de La Plata - [urrutiafernando4994@gmail.com](mailto:urrutiafernando4994@gmail.com)

---

*Eje: Estudios sobre el libro y la edición en la cultura del consumo. Tipo de trabajo: ponencia*

---

<sup>a</sup> *Palabras claves: autoedición – información – público – editor - autor*

## › **Resumen**

Mucho se ha hablado sobre el conocido slogan de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, “Del autor al lector”, ya que, quienes pertenecen al mundo de la cultura y, particularmente, al mundo de las Letras, no pueden pasar por alto el hecho de que los escritores producen textos, no libros, y que este nunca llega a manos del lector sin antes haber pasado por un sinnúmero de intermediarios y procesos. Agentes, editores, correctores, librerías, publicistas intervienen en la transformación del texto en mercancía. Sin embargo, la era de la información exponencial, los nuevos medios de comunicación, las redes sociales y los cambios políticos y socioeconómicos que surgen de la mano de la posmodernidad, ponen en jaque la figura tradicional del editor y los mecanismos de valoración simbólica de una obra literaria. En este sentido, es cada vez más frecuente que los escritores se autoediten y autopubliquen, se vuelquen a la coedición y el micromecenazgo o *crowdfunding*, y formen su propio público a través de las redes sociales como Facebook, Instagram o Twitter, es ese mismo público que consume en tiempo real el agente legitimador del contenido, en lugar de los parámetros culturales clásicos encarnados, por ejemplo, en un buen editor. Reflexionar sobre estos nuevos fenómenos que han tensionado el mercado editorial y el campo intelectual de los últimos años a partir del análisis de casos concretos es el objetivo de este trabajo.

## › **Introducción**

Mucho se ha hablado sobre el conocido slogan de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, “Del autor al lector”, ya que, quienes pertenecen al mundo de la cultura y, particularmente, al mundo de las Letras, no pueden pasar por alto el hecho de que los escritores producen textos, no libros, y que estos nunca llegan a manos del lector sin antes haber pasado por un sinnúmero de intermediarios y procesos.

Históricamente, la publicación de un libro suponía que ese texto que el autor finalizaba había logrado atravesar el filtro del editor, quien, con su criterio, su erudición, su pericia y experiencia validaba, legitimaba o sentenciaba el *valor* -o no- de la obra. De este modo, el editor, en palabras de Roger Chartier:

se encarga de reunir el conjunto de las selecciones que deben hacerse para publicar un libro: elección del texto, elección del formato, elección en cierto sentido de un mercado a través de la publicidad y de la difusión, lo que significa que el editor desempeña un papel central para unificar todos los procesos que hacen de un texto un libro” (Chartier, 1999, p. 67-68)

Con el tiempo, al editor se le sumaron los agentes literarios, los correctores, libreros, publicistas y un largo etcétera de actores que intervienen en lo que Maite Alvarado denomina un “paratexto editorial que se ocupa de la transformación del texto en mercancía” (Alvarado, 2006, p. 31). Así, detrás del libro que llega a las vidrieras y que el futuro lector paga en la caja de la librería para luego disfrutarlo en sus horas de soledad y reflexión, se esconde en realidad un complejo entramado de profesionales, de técnicas y saberes, de tensiones y peripecias entre los escritores y sus editores que son moneda corriente entre los estudiosos de la literatura.

No obstante, en la actualidad estas funciones del editor se han sufrido una rauda transformación. La era de la información exponencial (Hilbert, 2009), de los nuevos medios de comunicación, las redes sociales, los cambios políticos y socioeconómicos que surgen de la mano de la posmodernidad y la globalización y que irrumpen en todos los niveles de la vida (Lipovetski, 1983; Bauman, 2015; Han, 2014) ponen en jaque la literatura tal como la conocíamos, y, por extensión, también a la figura tradicional del editor. En primer lugar, se nos presenta el problema del exceso de información en general, y de publicaciones en particular. Para ponerlo en datos, Martin Hilbert, uno de los mayores especialistas en *big data* del mundo, cita un estudio realizado en 2006 que reveló que entonces había “40 exabytes de información existente en el mundo, lo que correspondería a aproximadamente 750.000.000 de veces la información que contienen todos los libros escritos durante la historia de la humanidad.” (2009, p. 68) Pero esto no termina aquí. En 2015 Hilbert replicó el estudio y concluyó que había 5 zetabytes de información, es decir, un 1 con 21 ceros, o, en términos prácticos, el equivalente 4500 pilas de libros desde la Tierra hasta el Sol. Y lo que es aún más impresionante, concluye Hilbert, es que esa información se duplica cada dos años y medio. (Hilbert, 2017) Por tanto, el desafío al que se enfrenta la humanidad es de magnitudes bíblicas, y el mundo del libro y la edición, particularmente, no está exento de esta mutación a gran escala. El primer indicio es la exorbitante cantidad de libros que se publican. Según la UNESCO, en 2016 la cifra ascendía a 2.2 millones de libros al año, que se sumaban a los 143 millones de libros registrados por sistema ISBN que ya existían (Vonne, 2017). En Argentina, por ejemplo, anualmente se registran alrededor de treinta mil libros. En el campo académico, por su parte, hay una explosión de tesis publicadas: en España, por

citar un caso, se publican cerca de veinte mil tesis doctorales al año (Sanmartin, 2016). Esto nos habla menos de una explosión del mercado editorial tradicional que del auge de nuevas formas de edición y publicación. De hecho, la era digital ha inaugurado el boom de la autoedición y la autopublicación. Para ponerlo en números, según un artículo de Claude Nougat a partir de datos difundidos por Amazon, en internet se publica un libro cada cinco minutos, lo que significa un total de 12 libros por hora (Nougat, 2014). En este contexto, el mundo del libro y la edición se enfrentan a una obligada metamorfosis. Al respecto, el editor e investigador inglés Michael Bhaskar en su libro *La máquina de contenido* (2013), intenta reconfigurar la figura del editor frente al desafío del mundo digital.

Crear al Nuevo Editor y enfrentar el desafío digital no es un problema de negocios, sino, sobre todo, conceptual. ¿Qué es un editor? Si la respuesta para los editores de libros fuese, en cualquier momento, 'productores y editores de libros', entonces sin duda sufrirían a la hora de enfrentar la clase de cambios tecnológicos que se han presentado durante los últimos doscientos años. Si en cambio se consideran enmarcadores y amplificadores de contenido -editores de contenido en el sentido más amplio-, tendrán mucho mejores oportunidades de aceptar las duras realidades del cambio tecnológico y económico. Si los editores recuerdan que el futuro de la ampliación es más importante que sus modelos de negocios vigentes, las cosas se ven bien. (Bashkar, 2014, p. 236)

El optimismo de Bhaskar se basa en que define la edición como “una máquina de contenido en la medida en que unas cuantas operaciones sencillas bastan para constituir el acto de publicación.” (2014, p. 322). Dichas operaciones son los marcos y los modelos -ligados al contenido que se quiere publicar- y los procesos de filtrado y ampliación, es decir, discriminar “la paja del trigo”, primero, y expandir, dar a conocer, acercar contenido valioso al público, después. Si los nuevos editores aceptan que hoy en día, en mitad de la plétora incontrolable de información inútil, la función de filtrar y ampliar contenido es esencial, entonces podrán sobrevivir, según Bhaskar, a la avalancha tecnológica que los azota. Ahora bien, a pesar de la capacitación y el esfuerzo que puedan hacer los editores, la realidad, como ya dije, es que las nuevas herramientas y plataformas que internet ofrece a los autores están minando poco a poco aquellas funciones básicas de la edición.

### › **Lector legitimador: nuevas formas, nuevos valores**

Hoy los escritores se autoeditan, se autopublican, y establecen con sus lectores una relación directa a través de las redes sociales. De hecho, es a partir de ellas que los nuevos escritores diseñan, filtran, dirigen y amplifican ellos mismos sus contenidos sin necesidad de contratar una editorial tradicional para darse a conocer o para saber si su obra merece ser publicada. Esto también se ve potenciado y beneficiado por los cambios cada vez más acelerados de los hábitos de lectura: según el *Informe anual del libro digital 2021* de la empresa Librandia, la pandemia y el aislamiento provocó un salto cuantitativo en el

consumo de libros digitales: “El año 2020 fue un año excepcional que conllevó un crecimiento de la lectura digital nunca visto en la última década (un 37 % en el caso del libro digital en lengua española en todo el mundo y un 43 % en España)”. (Librandia, 2021) Estos números se incrementan a un ritmo del 4% anual desde entonces (Librandia, 2022). La combinación de las herramientas digitales a disposición -redes sociales y plataformas de autopublicación como Lulu.com, Bubok, Kobo Writing Life, Barnes & Noble Press, entre otros-, así como los cambios en los modos de lectura (Chartier, 1999) resultan en una nueva forma de legitimación de la literatura: antes, el editor operaba también como un erudito, un experto capaz de valorar una obra en función de un canon, de una tradición y de reglas estéticas específicas relacionadas con la literaridad de una obra. Hoy, advierte Daniel Benchimol esa función recae exclusivamente sobre el público:

En la actualidad, los sistemas de valoración de una obra son otros, no porque los que antes eran relevantes hayan desaparecido [...] sino por la creciente importancia de los lectores como legitimadores de un contenido, que impactan en la visibilidad de una obra mediante comentarios y calificaciones en tiendas de libros, en redes sociales o blogs. El fenómeno de los *booktubers* es uno de los ejemplos más notables de este fenómeno: dichos personajes son hoy tan importantes para la venta de un libro como lo era tiempo atrás la prensa escrita. (Benchimol, 2018)

En efecto: los seguidores ofrecen sus *likes*, hacen comentarios, sugerencias, generan interacción algorítmica que indican al escritor qué tema atrae más la atención y por lo tanto aumenta el número de seguidores, sin importar su valor literario. El escritor puede así buscar su lector a través de las redes, o incluso puede volcarse al micromecenazgo o *crowdfunding*, es decir, conseguir financiamiento previo por parte de su público para que escriba sobre un determinado tema. Claramente, en esta modalidad la frase “Del autor al lector” sí cobra verdadera relevancia, ya que es el mismo lector quien, sin intermediarios, opera como agente legitimador del contenido.

### › **Autoedición y print on demand: la nueva escritura en la era digital**

La autoedición, con el desarrollo de internet, no solo es más habitual, sino que además es muchísimo más barata. Los gigantes de la distribución de libros (como Amazon, con su Kindle Direct Publishing, Google, Nook, etc.) se lanzaron progresivamente a crear plataformas para difundir contenido. La llegada del *ebook* hizo que los precios de edición bajaran todavía más, lo que explica que en los últimos años su relevancia haya aumentado de manera considerable. Según señala Daniel Benchimol (2017), en América Latina, entre los años 2006 y 2016, se registraron 88.819 libros bajo el signo de autopublicación, lo que marca un 351% de incremento durante ese periodo y una tendencia al alza contundente en las próximas décadas, fundamentalmente en formato de libro electrónico. De hecho, según Pedro Huerta, director de contenido

de Kindle para América Latina, en Amazon el 30% de los libros más vendidos en español corresponden a escritores que se autopublican. Entre sus principales motivaciones se encuentra la de obtener una fuente de ingresos -los autores obtienen regalías de entre 50 y 100% de sus ventas, cuando en la edición tradicional suele ser del 10%-; el alimento del propio ego -de hecho, se las suele llamar *vanity editions* o “ediciones de vanidad”-; o bien constituye para algunos una manera de llegar al mercado del libro tradicional llamando la atención de las editoriales tradicionales. De este modo, el libro en formato papel quedará relegado cada vez más como un objeto de lujo y como un símbolo de legitimación de un artista: la masividad se encuentra en el universo virtual, pero la consagración de un escritor sigue siendo la publicación del libro, aunque queden exentos los circuitos de valoración especializada como la edición, la crítica académica, los premios literarios, entre otros. Esto abre la puerta a otro fenómeno: las editoriales por encargo, que funcionan bajo el mecanismo *print on demand*, o impresión por demanda, y que aceptan absolutamente cualquier tipo de contenido. Es el caso de CreateSpace de Amazon, LibrosEnRed o Editorial Académica Española. Algunas, como la editorial argentina Dunken, incluso ofrecen promoción y distribución del libro, pero siempre a cuenta del autor. En cualquier caso, la figura del editor o de la edición entendida en su formato clásico brilla por su ausencia. Puede pensarse que la omisión generalizada de la figura del editor se debe al supuesto ahorro económico que esto implica, o la “mayor libertad” que tendría el autor al “autogestionarse”. Pero en muchos casos se debe también a la ignorancia sobre su función, a la falta de consciencia y valoración social de su trabajo, ya que, al no haber mediadores, todo recae sobre los hombros del autor, tal como comenta Jorge Magano, escritor español:

El autor debe hacer absolutamente todo. No hay un equipo que te ayude con la edición, la maquetación, las cubiertas o la ilustración, a menos que lo contrates con tus propios recursos. Para mí, lo más cansado ha sido la promoción. Tener que difundir tu trabajo en blogs o redes sociales me ha resultado muy agotador. Ese tiempo podría utilizarlo para escribir (citado en Bautista, 2015).

## > **A modo de cierre**

En la era de la información exponencial, del metaverso y de la inteligencia artificial, las ediciones digitales están creando un nuevo y poderoso nicho que amenaza a la industria editorial tradicional. La figura del editor como descubridor de talentos, como crítico y como persona capacitada en el arte de enmarcar, filtrar y amplificar quedará en un lejano segundo plano, pues ahora el escritor no solo puede autoeditarse y autopublicarse con un par de *clicks*, sino que el valor de su obra literaria, la legitimación y consagración del libro y de su autor, ya no lo otorga el sello editorial ni la crítica especializada, sino los lectores, los fans y los consumidores de contenido que comentan y comparten en sus redes lo que produce y publica el escritor en tiempo real. Son las redes sociales, y no las ferias editoriales, las que cumplen el

tan impugnado slogan “Del autor al lector”; y es también la nueva era digital la que ha modificado, quizás para siempre, la historia del libro.

## Bibliografía

Alvarado, Maite (2006). *Paratexto*. Eudeba.

Bautista, Eduardo (2015). "La autopublicación es un giro empresarial para ahorrar sueldos: Magano" en *El Financiero* (México), disponible en [www.elfinanciero.com.mx/after-office/la-autopublicacion-es-un-giro-empresarial-para-ahorrar-sueldos-magano.html](http://www.elfinanciero.com.mx/after-office/la-autopublicacion-es-un-giro-empresarial-para-ahorrar-sueldos-magano.html)

Benchimol, Daniel (2017). "El creciente fenómeno de la autopublicación" en *cerlalc.org*, 29-11, disponible en <https://cerlalc.org/el-creciente-fenomeno-de-la-autopublicacion/>

Benchimol, Daniel (2018). *Radiografía de la autopublicación en América Latina*. CERLALC, disponible en <https://cerlalc.org/publicaciones/radiografia-de-la-autopublicacion-en-america-latina/>.

Chartier, Roger (1999). *Cultura escrita, literatura e historia*. Fondo de Cultura Económica.

Bhaskar, Michael (2014). *La máquina de contenido*. Fondo de Cultura Económica.

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

Hilbert, Martin (2017). "Obama y Trump usaron Big Data para lavar cerebros". *The clinic*, 19 de enero de 2017.

Libranda (2021). Informe anual del libro digital 2021. Disponible en [https://libranda.com/informe\\_anual\\_libro\\_digital\\_2021/](https://libranda.com/informe_anual_libro_digital_2021/).

Nougat, Claude (2014). "To Self-Publish and Perish: Buried Under 3.4 Million E-Books". Disponible en: <https://claudenougat.blogspot.com/2014/08/to-self-publish-and-perish-buried-under.html>

Sanmartín, Olga (2016) "El boom de las tesis doctorales: 12.100 lecturas en un año". *El mundo*, 8 de marzo de 2016. Disponible en: <https://www.elmundo.es/sociedad/2016/03/08/56dc6d7546163ffd4c8b45aa.html>

Taycher, Leonid (2010). "Books of the world, stand up and be counted! All 129,864,880 of you." : <http://booksearch.blogspot.com/2010/08/books-of-world-stand-up-and-be-counted.html>

Vonne, Lara (2017). "¿Cuántos libros existen en el mundo?" Hipertextual, 28 de abril de 2017. Disponible en: <https://hipertextual.com/2017/04/cuantos-libros-existen-mundo>

Wikipedia (s.f). "Books published per country per years". Recuperado el 11 de marzo de 2024 de <https://www.wikiwand.com/en/Books%20published%20per%20country%20per%20year>