



El patrimonio editorial: algunas características a partir de dos estudios de caso

Elizabeth Hutnik

IdIHCS, Facultad de Humanidades y Cs. de la Educación
Universidad Nacional de La Plata / CONICET

Resumen

Se analizará el cambio producido en los últimos diez años dentro de la industria editorial a partir de entrevistas a especialistas del campo y bibliografía pertinente. Se prestará particular atención a la incorporación de nuevos soportes de producción y consumo editorial, la digitalización de los fondos editoriales, la política comercial, la calidad de la edición, el precio y características de venta al público y la distribución. La transición del objeto-libro al objeto-digital es un proceso complicado, rodeado de interrogantes y alteraciones de concepciones tradicionalmente establecidas, vinculadas al patrimonio cultural de lo escrito. Así, el libro y su irrupción en el universo digital presenta un fuerte impacto en la creación literaria y científica, en los modos de leer, en la propiedad intelectual y en los conceptos clásicos de comunicación y acceso al conocimiento. Teniendo en cuenta que además de un bien económico, sujeto a las leyes del mercado, el libro es un bien cultural, la predicción documental y el instinto de algunos entrevistados sugiere la futura coexistencia de ambos formatos más que la superación de uno por otro.

Palabras clave: industria editorial – nuevas tecnologías – objeto libro – objeto digital

Este trabajo se presenta como un fragmento dentro de una investigación mayor ligada al campo editorial, más específicamente, al cambio producido en los últimos diez años dentro de la industria editorial. A partir de entrevistas a especialistas del sector y bibliografía pertinente pretendo dar cuenta de ciertas variaciones que se observan en la edición, por ejemplo: la incorporación de nuevas tecnologías de producción y consumo editorial, la digitalización de los fondos editoriales, la política comercial, la calidad de la edición, el precio y características de venta al público y las modalidades de distribución. La transición del objeto-libro al objeto-digital es un proceso complicado, rodeado de interrogantes y alteraciones en las nociones tradicionalmente establecidas acerca del patrimonio cultural de lo escrito.

Para esta presentación elegí contrastar dos experiencias editoriales representativas de modelos comerciales alejados idiomática y geográficamente pero que, sin embargo, muestran puntos de contacto interesantes. Los casos que citaré son el de Fondo de Cultura Económica (FCE), casa argentina; por un lado, y el de Gallimard, casa francesa; por el otro. Los datos que analizaré son producto de entrevistas semi-estructuradas (Descombe 1998), realizadas con los directores editoriales de cada una de las mencionadas casas, en 2009. Las entrevistas guiadas a partir de un cuestionario semi-estructurado me permitieron extraer información clave de la actividad, de otro modo inaccesibles, ya que difícilmente las empresas privadas



exhiben públicamente sus datos. Se trata, en este sentido, de información no observable por métodos alternativos, en lo referente a la toma de decisión sobre tiradas, curvas de ventas; particularidades de la nueva relación autor-editor, autor-lector, y editor-lector; la relación con el campo académico como generador de conocimiento editorial y, por supuesto, las experiencias, impresiones y percepciones profesionales acerca del nuevo escenario comercial.

Los informantes *claves* (Gorden 1975) para esta investigación son los directores editoriales del sector de ensayo de las mencionadas casas editoriales. El criterio de selección de casos tiene que ver con la idoneidad y las posiciones únicas que ocupan estos sujetos dentro del sector. El lugar de los encuentros para realizar las entrevistas fueron las oficinas de cada uno de los informantes. En cuanto a la dimensión temporal de extracción de muestras (Hammersley & Atkinson 1994) reitero que las entrevistas se realizaron en un lapso cercano: la de Gallimard en febrero de 2009 y la de FCE en mayo del mismo año, para garantizar una coyuntura y un contexto tecnológico equivalentes.

Los objetivos que guiaron el armado del cuestionario fueron:

1. Relevar las políticas editoriales que suponen mecanismos de apropiación del conocimiento, modos de divulgación, técnicas de distribución y promoción, manejos de stock y decisiones ligadas a las cantidades y temáticas que integran los diversos catálogos editoriales locales.
2. Explorar el efecto de la “revolución digital” en el contexto de una tradición de lectura alterada por la incorporación de nuevos soportes editoriales.
3. Caracterizar los roles y conceptos tradicionales de autor, libro, editor, stock, distribución y derechos de autor tras la explosión digital.
4. Indagar las posibilidades de convivencia o supervivencia de diversos soportes de contenidos.

En el caso de Gallimard, el entrevistado respondió, en general, muy brevemente las preguntas, pero su discurso permitió explorar claves de acceso al mundo editorial francés. Entre los conceptos referidos por el editor, hay uno que vale la pena destacar y tiene que ver con la “punción socio-mediática” que ejercen la crítica y los lectores frente a las traducciones incorporadas al catálogo. Analizo la noción de “punción socio-mediática” como un *código nativo* que transmite un matiz de “castigo” asociado a la práctica de traducción. La sociedad francesa castiga al editor que traduce demasiado. En consecuencia, durante la primera parte de la entrevista las categorías dan cuenta de una política editorial muy volcada hacia el interior, al espacio nacional, y sólo en un segundo lugar aparece la mirada o la relación con lo global. Es interesante notar que el entrevistado no habla de “globalización”, pese a que el concepto fue introducido en varias preguntas. Es en cambio el *mercado global*, el que actúa sobre la política editorial y sólo a través de ella tiene un vínculo con las nuevas tecnologías.

También son interesantes las categorías usadas en relación con el derecho de autor por ejemplo el derecho económico y derecho moral que juegan a la hora de formular contratos editoriales. Sin embargo, el entrevistado no especifica su postura frente al problema que se avecina en el terreno de lo legal.

No obstante, sí explica que, para él, la relación autor-lector se da en el papel y no en el ámbito de lo digital. Se podría pensar entonces en la idea de legitimidad del papel frente a la ilegitimidad, o tal vez, volatilidad del medio electrónico. Es destacable a partir de su discurso



el cariz de “desaparición y pérdida” que caracteriza el nuevo lugar del autor y también del editor. Esta mirada lleva implícita una concepción del libro digital y las nuevas tecnologías en el futuro como un escenario en el que, al menos, habrá una cuota de disminución o reducción en un sentido. Esa disminución, tal vez asimilable a una inhabilidad o desventaja de los actuales actores del mundo editorial puede verse mitigada con la llegada de las nuevas generaciones al campo, según él.

En el caso de FCE, su política editorial aparece muy ligada a la relación filial-casa matriz. Hay dos categorías que pertenecen a los llamados *códigos in vivo* o nativos: uno de ellos es la “cerrazón del mercado” y el otro el “principio de profesionalización” que deben adquirir los editores de la era digital. También es interesante la fuerte imagen de “lector especial” asociada a Fondo de Cultura mencionada una y otra vez. El énfasis del discurso está en el polo receptivo más que en el de la producción y esta tendencia se da a lo largo de diversos tópicos de la entrevista.

En cuanto a las nuevas tecnologías (NNTT), hay un tono de especulación en todo lo que refiere a su introducción en el sector. Esta actitud va en la línea de muchos editores españoles que hablan de “sentar las bases de lo que está sucediendo, más que pensar en el futuro”. No obstante, dice el informante, hay líneas de acción que desde la empresa comienzan a ponerse en marcha. Sin embargo, más que concentrarse en las NNTT, el entrevistado piensa en el proceso, es decir, en el pasaje del libro-papel al digital. Esa transición supone, también aquí, una pérdida, una cierta resistencia y una puesta en cuestionamiento de prácticas asociadas con el objeto tradicional. Pero simultáneamente abre una ventana de posibilidades y curiosidad desde la propia actividad del editor. Su postura termina por ser bastante conciliadora. Otra vez la llegada de generaciones más jóvenes al sector editorial es percibido de manera positiva.

La concepción del libro digital y las nuevas tecnologías en el futuro son abordadas desde los problemas que podría plantear el tema del derecho de autor, pero al mismo tiempo se analizan las consecuencias directas para la práctica editorial: el interrogante por la edición sin editores, la resistencia frente al cambio, el rol de las nuevas generaciones, la calidad y competitividad del libro.

Hacia el final de la charla el informante introduce la idea de “sofisticación” del libro en relación con las NNTT y el rol del editor en la era digital. Esta idea puede ser entendida como una clave en la comprensión del nuevo rol del editor dentro del proceso productivo.

Cruzando la información de las dos entrevistas, hay tres temas relacionados entre sí que se ponen en juego. El primero refiere a la conformación del catálogo. Mientras que para Gallimard el lugar que ocupan las traducciones es muy secundario, en FCE el fondo editorial de traducciones constituye un acervo valioso para los lectores del área. Así, en el primer caso, el lector francés de ensayo no sólo no se interesa por autores extranjeros sino que además “castiga” al programa editorial que pone el ojo en el exterior. Se habla de “punición socio-mediática” frente al acto de publicar literatura de ensayo originariamente en lengua extranjera, más allá de la relevancia, calidad o importancia del contenido. La situación de FCE es muy diferente, ya que tanto desde un perfil ligado al prestigio editorial como a una variable económica, la incorporación de autores en otras lenguas genera un plus de valor y de acceso al conocimiento muy apreciado por el lector. Ofrecer un catálogo variado, de calidad y que además suponga el relevo del pensamiento en diversas partes del mundo fue una de las estrategias innovadoras que aplicó FCE a mediados del siglo XX y que luego



marcó tendencia dentro del campo. No sería descabellado asumir que ese mismo gesto de atención hacia lo que sucede afuera sea el motor de cambio de empresas como FCE en un momento de revolución tecnológica.

En este sentido, y en segundo lugar, la conformación de un catálogo no puede abstraerse de una realidad mayor como es el proceso de globalización que involucra también al mundo editorial. La empresa francesa parece no mirar “hacia fuera” y el exterior parece no tener demasiado lugar para penetrar en el universo impreso francófono. En los pocos casos en los que esto sucede se trata de la incorporación de textos y autores norteamericanos. Muy por el contrario, el caso latinoamericano pone reiteradamente en escena los efectos de la globalización. Los códigos in vivo: “cerrazón del mercado” y “principio de profesionalización” marcan el traspasamiento total del mundo internacional en la esfera de lo local. La mirada es incluso menos apocalíptica respecto de los nuevos tiempos que corren, y es más conciliatoria que la del director francés, por ejemplo, al referir al tema de la “combinación de lo local con lo extranjero”. Este horizonte que va más allá de la frontera de lo local no se da únicamente a partir del universo norteamericano, al que se le presta atención, desde luego, sino que se sigue de cerca la producción teórica de países del este y también la tradicional corriente europea, sobre todo – irónicamente – la francesa.

Por último, ambos relatos hacen referencia a la importancia de las nuevas generaciones dentro del paradigma de las NNNT. Coinciden en que los jóvenes vendrán o están “formateados” para trabajar con los cambios tecnológicos y naturalmente les darán importancia dentro de los procesos editoriales. El discurso de la segunda entrevista, no obstante, es menos retórico y más comprometido pues sugiere actividades de formación que el equipo de FCE ha comenzado a hacer, en vistas, sobre todo, de capacitar a estos profesionales jóvenes. Gallimard, por su parte, avanza con mucha cautela y lentitud en la incorporación del universo digital a sus procesos editoriales y comerciales.

Las entrevistas dan cuenta de cierta uniformidad temática al tiempo que presentan algunas divergencias. Respecto de la conformación del catálogo, hay un interrogante clave: ¿cómo afectará el nuevo soporte digital a la política editorial?

En principio, los directores editoriales intentan definir qué es, cuál puede ser su recorrido y si será algo diferente al libro tradicional. Hay una intención mayor por fijar conceptos de base, capacitarse y familiarizarse con las nuevas tecnologías, más que por hablar de futuro del objeto.

Tanto en el caso francés como en el argentino, la gran dificultad es cómo reconvertir el sector. Teniendo en cuenta que además de un bien económico, sujeto a las leyes del mercado, el libro es un bien cultural, la predicción o el instinto de los entrevistados sugiere la futura coexistencia de ambos formatos más que la superación de uno por otro.

Por otra parte, el libro electrónico no supone descuidar la edición de los contenidos. Al contrario, con el libro electrónico la figura del editor será tanto o más reconocida y seguirá ejerciendo el fuerte componente vocacional de su profesión que lo dota de una energía y voluntad personal característicos del sector. El editor tendrá a su cargo la selección de materiales, la compaginación multimedia, la habilidad de proveer a cada obra de múltiples enlaces y elementos hipertextuales. Respecto de la relación con el autor, el editor entablará un diálogo mucho más íntimo para sugerirle estructuras de contenido alternativas y dinámicas, e incluso para acercarlo al nuevo mundo digital en términos de derechos y



regalías.

Si, como teme el editor de Gallimard, lo que representa el nuevo paradigma del libro electrónico es "el borramiento de la figura del autor", en boca de la editora de FCE esa desaparición tiene más que ver con un modelo de autor conocido y, eventualmente, un tipo tradicional de lector. El libro electrónico permitirá a los lectores utilizar muchos más recursos e intervenir directamente en los contenidos. Para FCE, esto supone un aumento del capital simbólico de la editorial, un plus de valor que transmite a los "lectores fuertes"¹ la certeza de que todos los títulos del catálogo son elegidos, pensados y editados de acuerdo a altos parámetros de "sofisticación" editorial.

Ahora bien, hay un punto sobre el que es muy difícil pronunciarse: los derechos de autor. Existen grandes lagunas legales e inmensos temores causados por la tensión entre los propietarios de derechos y los abanderados de la "sociedad de la información". De ahí, tal vez, la cautela y lentitud en el avance tecnológico, por ejemplo, en Gallimard.

Algunos interrogantes a modo de conclusión

¿Cómo realizar pronósticos ciertos sobre el futuro del libro? Actualmente el debate no se da en razón de la competencia que establecen con él otras formas de comunicación masiva, sino en razón de la sustitución del libro papel por uno digital (Katz 2009). ¿Sustituirá el libro electrónico al libro tradicional? ¿Será el *e-book* el nuevo soporte de lectura para todos los tipos de textos? ¿O para algunos géneros, o para algunos usos, o para algunos lectores? Y, en cualquier caso: ¿qué se venderá y qué se comprará? ¿El contenido completo de la obra o un fragmento? ¿Aquello que se compre, podrá ser compartido o prestado? ¿O para cada nueva lectura deberá pagarse una nueva licencia? ¿Podrá el texto ser modificado por el lector?

Es innegable que se sucedieron cambios culturales que transformaron profundamente la idea de lectura, escritura, autoría, creación y propiedad intelectual. Sin embargo, en qué medida se traducirá el impacto sobre la industria editorial y a qué velocidad ese impacto tendrá consecuencias en el campo editorial local, no puede ser establecido con exactitud.

La pregunta final que propongo es: ¿constituye este nuevo escenario un debilitamiento de los estándares de la edición tradicional o, por el contrario, supone una agudización y una sofisticación de la profesión?

La respuesta no es conclusiva, ni aquí, ni en Francia.

Bibliografía

- Descombe, M (1998). *The Good Research Guide: for small-scale social research projects*, Great Britain, Guildford & Kings Lynn.
- Flick, U. (2004). "Estrategias de Muestreo". Flick, U., *Introducción a la Investigación Cualitativa*. Madrid, Morata: 75-86.
- Gorden, Raymond L. (1975). *Interviewing: Strategy, Techniques, and Tactics*. Homewood, IL, Dorsey Press.

¹ Denominación habitual empleada por los franceses del campo editorial.



IX Congreso Argentino de Hispanistas
"El Hispanismo ante el Bicentenario"



- Hammersley, M. y P. Atkinson (1994). "El diseño de la investigación: problemas, casos y muestras". Hammersly, M. y P. Atkinson, *Etnografía. Métodos de investigación*. Barcelona, Paidós: 41-67.
- Katz, Alejandro (2009). "Los pasados del futuro: claves para entender el negocio editorial hoy". Conferencia dictada el 11 de septiembre en el marco del ciclo de charlas "Opción Libros de Buenos Aires". Dirección General de Industrias Creativas, Ministerio de Desarrollo Económico, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.