

De la pequeña edición o los nuevos espacios de socialización

Jacinto Martínez Olvera

Resumen

El presente artículo describe y analiza los procesos por los que atraviesan las industrias culturales latinoamericanas y cómo los cambios globales provocan desplazamientos dentro del campo editorial mexicano. Una de las alteraciones más significativas la encarnan las pequeñas editoriales y sus métodos de trabajo, sus modelos de negocio y sus argumentos estéticos y materiales. Por ello, se analizan las principales características de este tipo de empresas en función de los espacios de socialización que generan y que representan.

Palabras clave: edición, industria, campo, pequeña editorial, colectividad, socialización

Abstract

This essay analyzes the changes Latin-American cultural industries are going through and how these fluctuations are leading to reorganize the structure within Mexican publishing practice. One of the most striking changes is embodied by small publishing projects, their working methods, business schemes and aesthetic and material applications. Therefore, the main characteristics of this kind of projects are described and examined considering the socialization they allow and represent themselves.

Keywords: publishing, industry, small publishing house, collectivity, socialization

Fecha de recepción: 26 de mayo 2015. Fecha de aceptación: 17 de septiembre 2016

1 De la sociedad y la cultura escrita

Para entender los procesos culturales que experimentan las sociedades, la perspectiva histórica despliega una serie de escenarios que permiten asociar los fenómenos actuales con experiencias previas, o la ausencia de éstas, en los diferentes momentos que registra la historia. Por ejemplo, desde un enfoque sociológico, la historia permite reconocer las fases asentadas de la cultura escrita en las tradiciones editoriales y literarias, e ilustrar con fundamento los cambios que determinan nuestro presente.

Analizar la historia del libro en su dimensión social implica atender necesariamente la historia de la lectura, o de lo escrito; es decir, los modos en que los textos han interactuado con sus lectores y las formas materiales que éstos adoptan para su producción y consumo. A través de la palabra escrita, las sociedades han desplegado sistemas particulares de comunicación, además de probar con múltiples materiales que les permitieran conservar y transportar sus textos. Así, el libro moderno es el resultado de siglos de experimentación con soportes y formas, y de su adaptación a diferentes contextos y demandas. El libro, en tanto almacén de la memoria colectiva de una especie que ha hecho de la palabra su instrumento civilizatorio más eficaz, se consolidó como el instrumento que ordena y almacena el saber, permitiendo la socialización mediante un dispositivo que se materializa como vehículo del pensamiento, la palabra y el soporte para la producción artística.

Si asumimos que un libro no es un ente aislado, sino un eje de relaciones, “un mundo de objetos, formas y ritos cuyas convenciones y disposiciones sirven de soporte y obligan a la construcción de sentido” (Cavallo y Chartier, 2001), en realidad, toda elucubración en torno a estos objetos es en cierta medida estéril ante la ausencia de un lector o sociedad lectora que los defina y les asigne un valor. La existencia de un libro como vehículo para la difusión cultural, objeto de colección u obra de arte varía en función de las circunstancias sociohistóricas de su relación con el lector.¹ Así pues, el libro no es un objeto cualquiera, sino uno cargado de connotaciones ideológicas y que determina un status social, lo que lo ha consolidado como uno de los grandes fetiches de la cultura. En este sentido, si bien otras disciplinas estudian al libro a partir de su contenido literario (crítica textual), o desde sus características formales

(bibliografía material), las condiciones actuales exigen entenderlo como un objeto con una historia social, resultado de una evolución dentro de un contexto comercial e industrial.²

Como gran parte de la industria de las comunicaciones, el quehacer editorial está en plena transformación, pues experimenta cambios que modifican sus estructuras internas e inciden en los modos en que los contenidos se relacionan con sus lectores. La labor editorial se ubica dentro de las industrias culturales y, *grosso modo*, se entiende como: a) la venta de libros (donde prima la faceta comercial sobre la creativa y la literaria); y b) las actividades del editor (cuyos rasgos arquetípicos son la potestad sobre los textos publicados, independencia de la circulación y venta, control financiero de la publicación, iniciativa en elaboración de proyectos). La tecnología y el mercado son dos dimensiones que atraviesan íntegramente al sector y cuya evolución redirige permanentemente las convenciones culturales, los cambios que habilitan la intervención de nuevos actores sociales (vinculados a los cambios provocados por la digitalización de lo escrito y un régimen emergente de la cultura de las artes). Por ello, las prácticas y experiencias vinculadas a lo literario y lo editorial no pueden entenderse fuera del diagrama de una imaginación social delimitada. La apropiación de los objetos culturales está enraizada en un sistema de relaciones entre lectores, textos y los materiales que les sirven como soporte, y cuyas prácticas de producción y consumo están sometidas a las transformaciones históricas. Se entiende entonces que *lo editorial* y *lo literario* son un reflejo del campo de la producción de objetos culturales, y que se estructuran en torno a la toma de posición de los actores participantes.

Si una historia del libro es también una historia de la lectura, de sus diferentes soportes y de sus lectores, como estableciera D. McKenzie, es necesario comprender los modos de apropiación simbólica del libro, ya que el significado atribuido a un texto es un producto histórico, situado en el cruce entre las competencias o expectativas de los lectores y los dispositivos, gráficos o textuales que los organizan (Chartier en McKenzie, 2005). Se trata de conocer los procesos de producción, las formas de consumo y su desarrollo en relación con los cambios históricos y culturales que experimentan las sociedades, procesos que permiten explicarnos el presente y sugieren futuros posibles (Chartier, 2009). Para esta finalidad, la edición ofrece un espacio rico en información, ya que “representa siempre un microcosmos de la sociedad de la que forma parte, refleja sus grandes tendencias y fabrica en cierta medida sus ideas” (Shiffirin, 2001: 11). Hay que recordar que el lector accede a los textos a través de formas que no responden a la voluntad del autor, sino que son el fruto de distintos procesos de mediación dirigidos a

transformar un texto en un libro, resultado de operaciones varias que implican decisiones, técnicas y competencias múltiples. Así pues, la edición, planteada como la “selección de contenidos y su publicación bajo ciertos criterios editoriales” (Calasso, 2008: 120), es un fenómeno social y cultural que permite el análisis, a la luz de los cambios que se suceden históricamente, del desarrollo de la cultura escrita y los modos que las sociedades han ido implementando para su uso (Cavallo y Chartier, 2001). Los editores³ y editoriales son formaciones intelectuales que fungen como un observatorio privilegiado para analizar las transformaciones de la cultura en la historia reciente. El editor es un agente que se debe a la interpretación del campo con base en su sensibilidad y la integración de conocimientos, de métodos de trabajo y de experiencias, propias y ajenas. El editor, como mediador de cultura, ciencia, arte y conocimiento, es una lente que filtra la recepción de los objetos culturales sobre los que las sociedades constituyen su memoria y desarrollan su pensamiento crítico y estético.

2 De la digitalización, concentración y desintermediación

La actual coyuntura del campo en la que se insertan los proyectos y actores editoriales está enmarcada por dos circunstancias que transforman las estructuras de lo escrito: la digitalización de los medios de comunicación y los procesos de concentración de las empresas productoras. El primer fenómeno es la revolución tecnológica,⁴ nueva fase técnica que trasgrede las prácticas tradicionales de lectura y escritura, y que además impone cambios jurídicos, económicos, culturales y sociales. De hecho, la revolución actual es más grande que la del siglo xv con Gutenberg, pues ahora no sólo se modifica la técnica de reproducción, sino también los soportes. Todo esto transforma la manera en que los lectores leen, los autores escriben, los editores publican y los libreros venden (Darnton, 2009). Esta época de grandes cambios la conducen los nuevos canales de comunicación que permite internet y las nuevas tecnologías que abaratan los medios de producción. La aparición de nuevos espacios y modalidades de acción impulsa cierta democratización de la cultura, ya que este proceso se ha caracterizado por un empoderamiento del lector que supuestamente adquiere la autonomía de escoger entre lo que compra y lee (aunque los mismos espacios de consumo estén a su vez delimitados por un corte ideológico y sus fronteras de circulación e influencia). El impacto de la experiencia digital es relevante respecto al modo en que ésta desafía las categorías tradicionales que imperan en la cultura de lo escrito, pues “las mutaciones de nuestro presente modifican todo a la vez, los soportes de la escritura, la técnica de su

reproducción y diseminación, y las maneras de leer” (Chartier, 2009: 11). Por ello, la transición de lo material a lo digital promete nuevas formas para la inscripción y circulación de los textos, y supondría la realización de aquel sueño ilustrado kantiano donde cualquiera puede participar activa y críticamente en el espacio público. La digitalización de lo escrito determina muchas de las prácticas englobadas en lo literario, pues están cambiando las formas de leer, lo que se suma a la disponibilidad exponencial de los materiales o las velocidades y modalidades de circulación de los textos, procesos todos que retramitan la gramática interna de la experiencia literaria. El recambio generacional tecnológico da un giro a la industria, pues tanto la movilidad de la información como los medios para la producción y distribución se vuelven cada día más accesibles. El hecho de que la capacidad productora llegue a más gente se refleja en el florecimiento de microeditoriales locales, lo que es la base para la diversidad, a riesgo de perder la intermediación a cargo del editor, y el carácter supuestamente profesional que caracteriza a las empresas con mayores recursos. Ciertamente es que un mayor consumo de bienes culturales, gracias a la masificación de las terminales digitales, y el abaratamiento de la producción, ha resultado en la individualización del consumo y la personalización de la demanda.

En segundo lugar está la cruzada de conquista y acumulación encabezada por los grandes grupos transnacionales de la comunicación, que ya poseen grandes sectores de la industria global, proceso con el que el libro se ha convertido en un objeto de consumo producido bajo la lógica del espectáculo. Desde inicios de la segunda mitad del siglo xx, acuerdos en las altas esferas empresariales, con sus diligencias y cabildeos con los Estados, han impuesto el consumo de ciertos medios, conceptos y dispositivos que privilegian la comunicación audiovisual y la cultura de la imagen (*homo videns*). Con la consigna de sinergia como motivo casi religioso, las megaempresas de comunicación han ido adquiriendo la mayoría de las grandes casas editoriales,⁵ que han impuesto sus criterios mercantiles y deciden qué se publica y qué se lee. La función primordial del editor como mediador fue sustituida una estructura, el *comité editorial*, colectividad en la que en muchos casos el editor queda subordinado a los administradores y mercadólogos. Este sistema de orden capitalista impone el consumo de productos efímeros, volátiles y desechables. En el caso de las iniciativas editoriales, contrario a toda su tradición centenaria, ahora promueven el consumo de lo nuevo y el desecho de lo viejo, los editores profesan y practican el cálculo mercantil, el diseño del éxito y el manejo de las comunicaciones. El culto al *bestseller* se ha apoderado de una parte importante de la producción cultural, impulsado por extremidades tan poderosas como la

industria cinematográfica y la gran librería con su esquema publicitario, y la tiranía de las novedades es el eje conductor de la industria editorial contemporánea, marco que dirige y restringe a su modo las prácticas lectoras. No está de más acentuar el riesgo que representa el hecho de que un puñado de empresas gestione el conocimiento y el flujo de la información: que los actores que están al frente de los actuales cambios hacia lo digital⁶ sean quienes ven en ellos una fuente de ganancia potencial debe considerarse una señal de peligro (Darnton, 2009).

El advenimiento de los procesos de concentración y transformación digital ha sido vertiginoso y tomó a muchos por sorpresa, entre ellos al gremio editorial, que intenta adaptarse a la velocidad que los constantes cambios le exigen. En un mundo donde el índice de producción de libros es mayor al del crecimiento de la humanidad, se está incubando un escenario en el que es cada vez más fácil producir y más difícil vender en mercados cada vez más segmentados y competitivos (Zaid, 2010). Si bien a nivel macro la segmentación de la demanda se corresponde con una fuerte diversificación de la oferta, es importante reconocer que los mercados y las zonas de cruce entre prácticas, campos literarios y el campo intelectual aún son principalmente nacionales; las grandes industrias eligen, en consecuencia, segmentar los mercados de acuerdo con unidades de negocio regionales. El reordenamiento consecuente a la revolución tecnológica y a los procesos de transnacionalización y concentración de la industria del libro ha provocado desfases y oportunidades de acción donde proyectos de capital nacional y pequeñas editoriales vocacionales pueden competir con sus propias armas en una coyuntura que transita de una cultura de la superproducción hacia la producción diferenciada, en la que cada consumidor puede ser un agente activo en los circuitos de intercambio (prosumidor).⁷ Con tal apertura del campo se plantean nuevas reglas de juego que inciden en la legitimación de las jerarquías y los roles de los agentes en su interior, reconfiguración que provoca la emergencia de nuevos actores y estrategias en los canales de circulación y venta de objetos culturales. La propensión contemporánea a la ruptura, como la transgresión de los espacios normalizados del mercado, la intromisión en los canales de consumo y el cambio de la asimilación lineal pasiva por una experiencia integral e inmersiva, son cambios que enmarcan una tendencia que enfatiza, como asumiera Bordieu (1999), modelos de producción en función del gusto.

3 La pequeña edición como espacio de socialización

De acuerdo con los Indicadores del Sector Privado en México, las cifras de la producción de libros en México revelan una industria potente, esfuerzo que sin embargo no se refleja en la venta de los ejemplares, mucho menos en su lectura. Localmente, la actividad editorial recae en la labor tres sectores desiguales: las empresas transnacionales, el Estado o sector público,⁸ y el sector privado local (que se puede clasificar entre las editoriales consolidadas y un cúmulo de proyectos pequeños a los que se ha denominado *independientes*).⁹ La grave crisis económica y de monopolios que viven los mexicanos se complementa por un dramático índice de lectura per cápita y una aún más trágica incoherencia entre los libros que se producen, los que se venden y los que se leen, desfase que da rostro a la edición global.¹⁰ Los números millonarios no han hecho más que ocultar un problema mayor que afecta a la industria y sociedad simultáneamente: los programas de fomento a la lectura y los tirajes millonarios para las bibliotecas escolares se revelan disfuncionales, y mientras las inversiones apuestan por los nombres, con campañas de publicidad para nuevos proyectos colosales, las bibliotecas se van quedando solas y las librerías se rinden ante su infortunio. Al cuestionarse la poca y decreciente venta, es preciso reconocer que si no se venden más libros no es porque los lectores no lo deseen así, sino porque no pueden. A profundidad, la crisis editorial en tanto consumo es una y se agudiza: los lectores son siempre los mismos y ese espectro no aumentará, al contrario, recula. Las casas editoriales buscarán la rentabilidad disputándose la atención de un público lector, comprador de clase media cuyo poder adquisitivo merma dramáticamente: “El sector socioeconómico de los compradores de libros es uno delimitado y rígido, sin posibilidades de crecimiento: profesores, estudiantes, gente culta, escritores y lectores emergentes” (Zaid, 2010).

Los momentos de crisis, del griego *kri/sis*, además de su latente condición negativa de emergencia, son también un espacio de oportunidad, de cambio y mutación de paradigmas; implican, literalmente, la oportunidad de toma de decisiones. Y en un contexto de crisis económica y transformaciones de las macroestructuras mercantiles, la actualidad de la industria editorial y del comercio del libro posiciona a la pequeña edición como uno de sus principales actores, no en términos económicos, pero sí en cuanto a dinamismo y renovación. Con base en el análisis de las prácticas y las condiciones estructurales del campo,¹¹ la voluntad de una comunidad transgeneracional que trabaja con objetivos afines ha resultado en la proliferación de pequeñas iniciativas que apuestan por publicar, contracorriente, textos y autores a

su juicio pertinentes. El crecimiento de la pequeña edición, aunque aún representa poca relevancia a nivel macroeconómico, es crucial para comprender el nuevo escenario que se dibuja para la industria editorial, pues mediante la creatividad, la flexibilidad y el compromiso con el trabajo mismo, transgreden y moldean los canales del mercado.

Mientras la gran industria es productora en serie de libros de calidad flexible para públicos de exigencias flexibles, esto es, dirigidos al gran público, la pequeña industria busca y encuentra a su lector en aquellos conscientes de lo que buscan, compran y leen. Hay proyectos de todos tipos, y las diferencias existen y se materializan en sus contenidos, catálogos, paratextos, estilos gráficos, en sus operaciones de lectura, en su vinculación con instituciones, tertulias, bohemias o manifiestos. Incluso podría armarse un mapa con luchas y disputas, envidias, celos, pleitos y melodramas; todo por las posibles influencias, tradiciones o críticas soterradas entre lo que significa ser escritor y editor. Dentro de todo esto, hay proyectos¹³ que han desarrollado modelos y estrategias de acción sostenida para la generación de un espacio propio dentro del mercado y cuyo capital social es baluarte para concebir comunidades de lectoescritura, presenciales o virtuales. Estos microespacios de socialización son el escenario que ha permitido a los pequeños proyectos, atendiendo a la rentabilidad económica, implementar maniobras aplicadas a la gestión, producción, distribución y venta. En colectivo configuran un espacio de intercambio cultural de gran vitalidad, reflejo de la importante reestructuración que viven las industrias culturales, su producción y su consumo a la luz del presente histórico.

Si bien las tradiciones de lo literario y lo editorial son sistemas de sociabilidad y códigos que se actualizan en prácticas y objetos culturales, también constituyen dispositivos que fabrican realidades que en el espacio público articulan el canon y sus respectivos contracánones. Por ello la pequeña edición es al mismo tiempo un modo de articulación de lo emergente en términos del campo editorial, y de emergencia de lo desarticulado en el campo literario (Vanoli, 2009). Ya que en la pequeña edición el factor comercial queda subordinado a su incidencia social mediante modelos de intervención artística e intelectual, florece en su práctica una política de la resistencia, un activismo cultural en el que la escritura y la edición se solapan. Son proyectos en una posición liminar y son síntomas de cierta desindustrialización en la producción de objetos en algunos sectores de cultura.

Las pequeñas editoriales vocacionales no se organizan como empresas entendidas del modo tradicional, sino que aspiran a funcionar como principios organizadores de comunidades de lectura¹⁴ donde la relación personal en eventos, presentaciones de libros, lecturas en vivo y ferias, sumado al sistema de sociabilidades virtuales como blogs, redes sociales y sitios web, constituyen un catálogo de iniciativas autogestivas para la subversión. Es este un horizonte común para una militancia que comparte un sistema de creencias no articuladas basado en valores y estímulos prácticos que superan los matices ideológicos, estéticos y literarios. Los momentos de inestabilidad social y económica¹⁵ sintetizan procesos muy complejos, lo que provoca que la acción política se resignifique desde la lógica de la organización asamblearia, horizontal y autogestionada. La producción de objetos culturales es reflejo de la red de relaciones en la que se inserta, la que es cuestionada por las nuevas prácticas que se autolegitiman y que se valen de la generación de redes colaborativas al interior de los campos. Estas redes y relaciones, basadas en el capital social y la cercanía que se procura con los públicos lectores, fundamentan la democratización al campo que se reconfigura (Vanoli, 2009).

Ya sea por necesidades intrínsecas del campo cultural, la reivindicación de la literatura, el “porque me gusta”, o “porque podemos hacerlo”, por las condiciones del mercado y la industria, la crisis económica o la subordinación al espacio literario internacional; todas son razones que constituyen el *ethos* de un grupo de editores y escritores que, amparados bajo una sensibilidad empática, deciden invertir tiempo e ingresos personales en una actividad que genera pocos dividendos, pero despliega una fuerte configuración identitaria. Es un sector del campo cuyos integrantes si bien se debaten entre la misión histórica de la literatura, la bibliología y la bibliofilia, también intentan balancear su activismo con la rentabilidad económica. Son proyectos que funcionan a partir de una inversión inicial de sus impulsores, que buscan complementar con otros afluentes monetarios en una mezcla de inyecciones personales, enardecida búsqueda de subsidios del Estado, algún mecenazgo privado, vinculación con otras editoriales o instituciones y la propia colaboración de los autores. Por ello es fundamental el cultivo de relaciones y redes, pues las identidades se constituyen con base en afinidades electivas que sostienen a las editoriales con base en: a) las maniobras creativas en cuanto a manufactura, concreción virtual o de gestación de canales de venta, y b) la elasticidad para la maximización de recursos y la puesta en circulación de las obras que funcionen como puntos de encuentro en comunidades de lectores potenciales.

El sociólogo argentino Hernán Vanoli argumenta que en la pequeña edición, en su caso la de Argentina, la creatividad como insumo puede rastrearse en tres acciones concretas. Explica que en un momento histórico como el actual, cuando la edición subordina la escritura, para leer cualquier documento es necesario considerar la materialidad que lo constituye. Una buena parte de las pequeñas editoriales apuestan por la materialidad y el diseño de los objetos para implantar una identidad diferencial y ampliar conceptualmente la obra editorial. La calidad de los objetos responde a los de la propuesta concreta, la que a su vez se ajusta a los recursos disponibles. Para ello se recurre a la impresión y encuadernación caseras, reutilización de materiales o diseño y distribución propia, y se apoyan en las amistades o profesionales conocidos. Estas características no sólo establecen una diferencia con las grandes editoriales, sino con otras pequeñas que funcionan como simples proyectos comerciales, diferencia que logra la identificación visual y vinculación afectiva entre lectores y objetos.

El segundo factor creativo es el aprovechamiento de la web, que para esta generación de editores es constante y fundacional: se trata de un espacio que puede fungir como superficie de promoción, canal de venta, sitio de interfaz con los lectores, territorio de búsqueda de novedades y espacio complementario de publicación. El uso de las redes sociales, páginas web y blogs, además de la posibilidad de difundir los textos publicados, convierte a internet en un elemento central del quehacer de la pequeña edición, al que se le da un uso utilitario más que empresarial.

En tercer lugar está la vinculación entre agentes del campo, lo que se materializa en la organización y participación en eventos, lecturas, talleres, ferias, tertulias y demás instancias donde las comunidades se actualizan en la relación personal, cara a cara. Estos canales de venta privilegiados, igual que la modalidad *online*, se saltan la intermediación de librerías y distribuidores, lo que permite una mayor ganancia para autores, editores y lectores. La participación de las casas editoras y comunidades lectoras en este tipo de eventos es un registro de las prácticas emergentes de socialización en el campo editorial (Vanoli, 2009).

Así, entre asincronías y contradicciones se conforma la red de prácticas que sostienen esta estructura del sentir, donde las pequeñas editoriales deben consolidarse como pequeñas empresas medianamente rentables a partir de las colectividades capaces de constituirse como nicho de mercado. Trabajan bajo la lógica del pensar global y actuar local. Su voluntad subversiva y consecuente acción política las hace

afanarse por convicción contra los cotos de poder y sus caducas estructuras de mercado, mediante la innovación en sus prácticas. Son importantes pues representan un núcleo de resistencia y apuesta comercial alternativa ante el avance omnipotente de la industria del entretenimiento, en un contexto en el que la diversificación de la oferta, en el mediano plazo, terminará privilegiando a aquellos productores que generen mayor confianza con su comunidad:

Las pequeñas editoriales vocacionales, de núcleo presencial e interactivo, son un elemento central para comprender el acontecer de la práctica editorial y literaria contemporánea, cuando la circulación, la difusión y la capacidad de generar intersticios sociales son muchas veces hitos que superan la importancia de autores y obras (Vanoli, 2009).

La pequeña edición es pues evidencia de los cambios sustanciales provocados por la innovación tecnológica y el comportamiento del mercado, y su recepción es una experiencia que mientras se consolida desordena las convenciones culturales. Desde un enfoque social antropológico de las prácticas humanas contemporáneas podemos especular sobre los alcances de la mediación de los proyectos editoriales, que implica indagar en la administración y economía de las sociedades del conocimiento mediante su producción literaria y artística. En tanto científicos sociales y editores, la búsqueda debe fundamentarse en la creatividad y prospectiva en el terreno de la posibilidad para observar el despliegue de las verdades particulares en una realidad múltiple. Asumiendo las coyunturas determinadas por la industria y el mercado, que dictan el guion que seguimos las colectividades, como profesionales de la edición debemos procurar ser entes de cambio, capaces de construir estructuras propias y modalidades de acción que cuestionen y generen nuevos espacios de diálogo e intercambio. Los estudios culturales implican crear una coyuntura objetiva a partir de los cambios históricos, y mediante esquemas de percepción, interpretación y acción concreta puede lograrse la incidencia, aunque sea en pequeños pasos, en el mercado, las estructuras de gobierno, las prácticas sociales y los paradigmas culturales.

Notas

¹ De acuerdo con Raymond Williams y su entender de la cultura, las *estructuras del sentir* son una manera en que la cultura es vivida por sus productores y público, experiencia concreta que comprende actividades particulares integradas en las formas de pensamiento y de vida, de producción y de consumo (Altamirano, 1981).

² La teoría de los campos bourdiana parte del supuesto de que la cultura y el consumo de sus objetos no se limitan a un criterio de clases sociales, sino que estas manifestaciones adquieren una diversidad autónoma respecto a las condiciones políticas y económicas de su producción. Este sociólogo francés sugiere la existencia de un espacio institucionalizado con lógicas de funcionamiento específicas (el *habitus*, que se entiende como las disposiciones sociales adquiridas que delimitan la socialización). Esta especificidad no implica una separación entre los agentes sociales, sino que las reglas del campo se resignifican dentro de otros campos, y con ellos sus prácticas. Las distintas posiciones de estos agentes y la desigual posesión de capital económico, cultural y simbólico permite y legitima la reconfiguración de las jerarquías internas (Bourdieu, 1999).

³ Pierre Bourdieu, al llevar su análisis a espacio de las industrias culturales y la edición, establece que esta labor deberá siempre observarse con base en su doble dimensión: por un lado el editor es un agente responsable ante la sociedad de mediar el contenido cultural, y por el otro está a cargo de un negocio. Así, el libro, en tanto bien cultural, opera a la vez como mercancía y como bien simbólico. Por ello hay que pensar al editor como un agente doble, que debe mediar entre el arte y el dinero (Bourdieu, 1999)

⁴ La tecnología es entendida como el conjunto de conocimientos relativos a las habilidades de la humanidad para la producción y el consumo de bienes y servicios, es decir, las artes técnicas e industriales de que dispone una sociedad. En este sentido, podría decirse que en la incidencia humana, la tecnología es la principal fuerza de cambio que existe.

⁵ En la actualidad hay dos ejemplos muy claros de concentración editorial: Por un lado la casa Penguin-Random House -sector editorial del grupo alemán de comunicaciones Bertelsmann, que se disputa el mercado con Grupo Planeta y Grupo Pearson-, recientemente culminó la compra del Grupo Santillana,

empresa que en algún momento fuera de los gigantes que publicaban en español, junto a sus múltiples y tradicionales sellos en América Latina, como Taurus o Sudamericana. La entrada de Bertelsmann al mercado detuvo la concentración española (Santillana, Planeta, Ediciones B) cuya expansión se canalizó a América Latina, viraje que motivó la entrada de capitales múltiples al sector. Se modificaron en consecuencia las cadenas de comercialización a partir de tres fenómenos concretos: a) concentración de procesos productivos, b) financiamiento extranjero y c) inserción de actores transnacionales. Por otro lado Amazon, el gigante de las ventas en línea, que también compite en el negocio de los libros, incide de manera monumental en las tomas de decisiones de las editoriales en tanto que es capaz de condicionar la salida de todos los títulos de una empresa. En el mundo digital, compiten con Amazon otras megaempresas como Barnes & Noble y Hachette, que buscan controlar el incipiente mercado del libro electrónico, coyuntura a la que algunos autores han llamado la Primera Guerra Mundial de la edición.

⁶ Amazon, Google o Adobe son sólo tres ejemplos de empresas que están a la cabeza de la innovación tecnológica en cuanto a la gestión, producción y comercialización de contenidos en el escenario digital, porque imponen sus criterios y determinan las pautas para la integración de productores y usuarios a una dinámica de consumo controlada.

⁷ El término *prosumidor* fue recientemente acuñado a la teoría mercantil y se refiere a aquellas personas que se insertan en la dinámica de mercado mediante la producción de objetos y contenidos culturales, y que por ser consumidores antes de producir, conocen los modelos establecidos y pueden incidir en ellos de manera directa mediante estrategias y prácticas focalizadas (M. Gil, y F. Jiménez, 2008).

⁸ El Estado mexicano actúa como un gran productor y comprador de materiales, especialmente para la educación, con la Comisión Nacional de Libro de Texto Gratuito y el Fondo de Cultura Económica como puntas de lanza. También, dentro de la representación del Estado entrarían todas aquellas instancias editoras dependientes de instituciones de educación superior públicas.

⁹ En un contexto macro, no hay tal independencia en los proyectos editoriales. Generalmente la definición puede reducirse a los libros y editores que voluntaria o condicionadamente escapan al circuito *mainstream* del libro, sus sellos, autores y librerías. El término *independiente* responde a posturas éticas y estéticas respecto al financiamiento en tres líneas principales: la libertad de criterio para publicar, el

origen de los fondos y el fomento a la bibliodiversidad. En realidad, cada uno de los esfuerzos participan, de acuerdo con su tamaño y capacidad económica, de un modelo de interdependencia en el sistema de industrias culturales: las hay grandes, medianas y pequeñas, lo que se relaciona directamente con su capacidad de adquisición de contenidos, el número y la calidad de la producción y la posibilidad de tener presencia en puntos de venta. Por ello, plantear una contraposición entre *grupos editoriales* y las *editoriales independientes* parece un poco apresurada, pues no se puede echar en el mismo saco ni a unas ni a otras, ya que en general son radicalmente heterogéneas. Bajo la clasificación de pequeña edición se engloba toda una serie de emprendimientos que coinciden en tamaño y que comulgan un catálogo de estrategias de acción concretas aquí explicadas.

¹⁰ El conflicto revela una paradoja: empresas e instituciones producen cientos de miles de libros por año mientras el mexicano promedio se aleja gradualmente del hábito de la lectura. Del total de la producción, el 55% le corresponde al sector público por 45% del sector privado; además, el índice de importación está decreciendo desde 2006 (92% producción nacional por 8% de libros importados), lo que genera un valor de 440 mdd por producción conjunta en 2013 (Caniem/Conaculta: 2013) (OMNIPROM, 2014). Fallidos programas de fomento a la lectura, cooptación de la producción de libro para la educación, falta de gestión legislativa para proteger y fortalecer al mercado nacional o un modelo de distribución fallido que limita el acceso del libro a la población son coyunturas de la industria mexicana que el Estado no ha atinado al resolver, si acaso le interesa, mediante la implementación de políticas públicas.

¹² El profesional reflexivo es aquel que, poniendo a un lado el instinto y el impulso, toma decisiones en función de la abstracción, reflexión y comprensión del fenómeno social de su trabajo. En el campo de la edición, la tendencia de mercado ha llevado a muchas personas sin competencia a los puestos de decisión, lo que a la larga se ha materializado en estructuras disfuncionales. En los últimos años se han generalizado los proyectos profesionalizantes de los agentes involucrados en los procesos productivos del libro, mediante programas académicos de corte teórico-práctico, además de certificaciones y eventos de difusión y actualización.

¹³ La edición artesanal, por ejemplo, apela a la venta de libros basados en su materialidad, diseño y la satisfacción de lo bien hecho. Son libros que proponen una lectura con el cuerpo y con los sentidos, y que recurren a la sensibilidad de las comunidades de consumo. En México, algunos ejemplos de este tipo de

trabajo, con sus criterios y características propias son: Taller Martín Pescador, Cascada de Palabras, Ehecatl editorial, Editorial Lago, Ediciones y punto, Astrolabio, MiCielo Ediciones, Ediciones amables, cActo, La Cartonera Cuernavaca, Taller Ditoria, Tigre Ediciones, Federación de Sindicatos de Editores, Juan Malasuerte Editores, Lunaria Ediciones, Auieo, Editorial An.alfa.beta, Cohuiná Cartonera, Taller Leñateros, Kodama Cartonera, Caja de cerillos, Tegus Cartonera, C'est un livre, entre muchas otras.

¹⁴ Los proyectos funcionan como agentes de intermediación que buscan integrar y vincular individuos, comunidades y objetos, donde leer opera como un acto social, una forma de estar en el mundo a través de una conciencia individual o colectiva.

¹⁵ En un reflejo nítido de la dinámica moderna, las sociedades participan de una constante reaccionaria ante los procesos de cambio social, la que se materializa en la impronta de prácticas y movimientos culturales y artísticos, que son portavoz de su sentir, sus inquietudes y sus deseos. Las revoluciones francesa o rusa, así como el movimiento estudiantil mexicano, la caída de la dictadura chilena o la más reciente crisis económica argentina, y el gran despliegue editorial generado a partir de ellas, son claros ejemplos de cómo estas desfavorables circunstancias resultan ideales para la consagración de proyectos de comunicación alternos a los canales oficiales, lo que eventualmente se traduce en publicaciones, ya sean periódicas, libros o volantes.

Bibliografía

Altamirano, Carlos, 1981, “Raymond Williams: proposiciones para una teoría social de la cultura”, *Punto de Vista*, núm. 11.

Bordieu, Pierre, 1999, “Una revolución conservadora de la edición”, en *Intelectuales, política y poder*, Buenos Aires, Eudeba.

Calasso, Roberto, 2008, “La edición como género literario”, en *La locura que viene de las ninfas*, México, Sexto Piso.

Chartier, Roger, 2009, “Del código al hipertexto, entrevista con Roger Chartier”, *Letras Libres*, mayo de 2009, pp. 66-75.

Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM), 2013, *Indicadores del Sector Privado en México 2012*, México, CANIEM.

Cavallo, Guglielmo y Roger Chartier, 2001, *Historia de la lectura en el mundo occidental*, México, Taurus.

Darnton, Robert, 2009, “La biblioteca Google, entrevista con Robert Darnton”, *Letras Libres*, mayo de 2009, pp. 76-79.

Gil, Manuel y Francisco Jiménez, 2008, *El nuevo paradigma en el sector del libro*, Madrid, Trea.

McKenzie, Donald, 2005, *Bibliografía y sociología de los textos*, Madrid, Akal.

Omniprom (2014) Informe Omniprom 2014 sobre el libro en México, México, LID, en http://www.omniprom.com/temp/dossier_informe_omniprom_2014.pdf

Shiffrin, André, 2001, *La edición sin editores*, México, Era.

Vanoli, Hernán, 2009, “Pequeñas editoriales y transformaciones en la cultura literaria argentina”, *Apuntes de investigación*, núm. 15, Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires.

Zaid, Gabriel, 2010, *Los demasiados libros*, Debolsillo, Barcelona.