

INDUSTRIA DEL LIBRO

El impacto sistémico de las transformaciones tecnológicas de la edición: caracterización a partir de las variaciones productivas en el campo editorial



Martín Gonzalo Gómez: Magíster en Ciencias Sociales y Humanidades con mención en Comunicación por la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ). Editor con formación en Gestión de Proyectos (Universitat Politècnica de València). Investigador categorizado del Sistema Científico Nacional Argentino (área Literatura y Lingüística). Director de proyectos de investigación con reconocimiento institucional (UBA). Profesor adjunto y docente regular de la carrera de Edición de la Facultad de Filosofía y Letras (UBA). Dicta materias y seminarios de grado, posgrado y extensión universitaria. Autor de libros, ponencias y artículos sobre comunicación, cultura y edición. En el ámbito profesional realiza trabajos de edición en ciencias sociales y humanidades.

¿Cuál es el futuro del libro en esta nueva era? Tal es la pregunta Geoffrey Nunberg en *El futuro del libro*,¹ y que había recorrido un congreso celebrado en julio de 1994 en el Centro de Semiótica y Estudios Cognitivos de la Universidad de San Marino.

En esos años de expansión de los primeros navegadores web gráficos, entre debates sobre “la era de la información”, el carácter “simbólico” del libro y el “hipertexto”, se destaca uno de los documentos: “Los libros en el tiempo”. Allí Carla Hesse, eludiendo a todo determinismo tecnológico, piensa en la edición como un *modo* de producción cultural, más allá del *medio*, centrándose en sus funciones: la autoría, la edición, la lectura y la comunicación a través del libro.

Desde esa perspectiva, podemos anticipar que las variaciones en el producto editorial tienen que ver con cómo se institucionalizan esas funciones: qué significan crear, editar, leer y comunicar en cada momento histórico y ámbito social. Por eso, la expositora plantea estudiar los cambios actuales a la luz de la historia del moderno sistema editorial, para dar cuenta de que toda nueva tecnología, antes de inventar problemas hasta entonces aparentemente inexistentes, actualiza o reformula cuestiones transversales e inherentes al acontecimiento editorial.

Esta propuesta invita a comprender la situación actual en cuanto a las transformaciones en la edición a partir de asumir una mirada de largo alcance. La edición a lo largo del siglo XX adquirió determinadas características que fueron modelando el campo a partir de cambios económicos (con sus estrategias de subsistencia), comunicacionales (relación con otros medios), políticos (decisiones sobre qué editar y por qué) y profesionales (el rol de los actores involucrados).

1 Nunberg, G. (comp.) (1998). *El futuro del libro*. Barcelona: Ed. Paidós.

Y en el último tramo del siglo se dan ciertas condiciones específicas que van a determinar un nuevo escenario para la transición hacia el siglo XXI, donde la tecnología incide en la discusión sobre los derechos de acceso a la cultura. Variables centrales de este proceso son el reemplazo del equipamiento tecnológico destinado a la producción y su necesaria relación con campos como el de los derechos sociales o el económico, dado que permiten apreciar, por ejemplo, la concentración e internacionalización de los mercados culturales.

En aquel trabajo sobre “el futuro del libro” se realiza una genealogía del “moderno sistema literario”, mostrando cómo sus transformaciones ocurren de forma integrada en cuanto a quiénes producen, qué producen, y quiénes leen, en vinculación con los profundos cambios sociales de finales del siglo XVIII. Sobre esa base, Hesse propone pensar la reelaboración de ese sistema en la “época electrónica”, revelando que los cambios no son meramente técnicos, sino que reconceptualizan problemas, formas y expresiones ya existentes.

Aquí, la propuesta es recorrer determinadas situaciones de los elementos que conforman el campo de la edición, para hacer visibles variaciones que concurren en un momento histórico donde nuevamente el ecosistema de medios se encuentra en una profunda reformulación, tanto en la relación entre texto y tecnología del producto editorial, como en la autoría de los discursos, el impacto en las comunidades de lectura y las nuevas configuraciones de la subjetividad y la gestión editorial.

Se trata, en suma, de tomar aspectos destacados para poder conceptualizar y así aportar a una comprensión transversal de las transformaciones que vive el campo editorial como manifestación cultural de una sociedad de tipo informacional.

Texto y tecnología del producto editorial

En las transformaciones del objeto editorial en el entorno mediático actual confluyen tanto cuestiones epistemológicas como técnicas. Las primeras actualizan debates dentro del campo del diseño desde la posmodernidad, y las segundas reformulan la interfaz de comunicación, dentro de la continua tensión entre delimitación —en torno a la unidad editorial “libro”— y continuidad o dispersión —en torno a discursos que atraviesan diversos medios—.

La interfaz técnicamente se puede entender como la forma de interactuar con una máquina o programa de la manera más simple e intuitiva posible. En el producto editorial, conecta de forma indisoluble lo material con lo simbólico, intencionalidad y técnica. Esta conexión depende de la tecnología en uso, que en momentos de transformación renueva la discusión entre lo conceptual y lo técnico.² Desde finales del siglo pasado se combinan las influencias de los movimientos artísticos de comienzos de ese siglo, las subsecuentes escuelas de diseño desde su profesionalización, y las tecnologías digitales. Esta confluencia ofrece un arsenal de enfoques con los que encarar un problema de comunicación sistémico.

Un momento clave se da en la década de 1980, al confluir el auge de la Posmodernidad (que arrasa parámetros racionales y estéticos que portaba el diseño) con la aparición del ordenador Macintosh de Apple y la consecuente ampliación de las posibilidades técnicas. Diversas consecuencias comporta este fenómeno para el diseño editorial, entre otras (Pelta, 2004): la intrusión de las formas visuales en el contenido textual; la exaltación de textos en función de palabras significativas; la colocación de textos sobre imágenes para enfatizar aspectos asociativos; la proliferación de estructuras paralelas en las páginas; la ruptura de la retícula compositiva; y la creciente experimentación.³

En los comienzos del siglo XXI se renueva cierto fundamentalismo tecnológico propio de fines del siglo pasado, signado por la preeminencia del “cómo” por encima del “qué” y el “por qué”: las posibilidades técnicas subvierten al método.

En cuanto a la ampliación del espectro de posibilidades técnicas de configuración editorial, se extiende el concepto de *paratexto* hacia el de *interfaz*: los mensajes editoriales no se “adosan” exteriormente a la obra, sino que ya forman parte de ella, se funden al texto.⁴ Esto se observa, por ejemplo, con elementos como la disposición y agrupamiento de textos y blancos o las jerarquías tipográficas.

Tal extensión conceptual es particularmente necesaria en el estadio comunicacional actual, donde la lectura de un mismo

2 Ver Cerezo, J. M. (1999). *Diseñadores en la nebulosa. El diseño gráfico en la era digital*. Cap. 2. Madrid: Ed. Biblioteca Nueva.

3 Ver Pelta, R. (2004). *Diseñar hoy*. Cap. 1. Buenos Aires: Ed. Paidós.

4 Ver Scolari, C. (2004). *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Ed. Gedisa.

texto, sea desde una novela hasta un sitio web, requiere un estándar de diseño responsivo que adapte automáticamente los elementos de interfaz para diversos dispositivos. Así, por ejemplo, un texto en una gran pantalla puede mostrar un diseño con múltiples columnas, mientras en una más pequeña se ve ese contenido en una sola, redistribuyendo hipertextos.

En momentos de reformulación del ecosistema de medios, el producto editorial pasa progresivamente de lo secuencial y estático a lo simultáneo e inmediato, con nuevas escalas perceptivas que reconfiguran el sistema comunicacional.⁵

La confluencia de lo epistemológico y lo técnico puede observarse en el devenir de las narraciones que atraviesan las unidades editoriales, y que se mueven entre distintos medios. Este fenómeno fue estudiado por Steimberg como *transposición*, operación por la cual una obra o género puede cambiar tanto de medio como de lenguaje.⁶ Es decir, se adapta a otra tecnología y sistema de signos -esos dos polos que definen el objeto- y encuentran en dichas "adaptaciones" nuevos espacios de circulación en el cine, en la televisión y en los medios de consumo en línea. Este pasaje entre medios impacta en las representaciones de la obra en su comunidad lectora. De aquí que las portadas de las nuevas ediciones de obras que pasaron por el cine, contengan referencias a esa transposición (imágenes de actores o escenarios, nuevos nombres, etcétera).

El caso de la transposición conjuga operaciones del objeto (paratexto/interfaz) tanto como del discurso (lo narrativo) y la experiencia de lectura, lo que muestra lo sistémico en la práctica de las dimensiones de la edición. A su vez, aquella cuestión tecnológica y esta textual dan cuenta del recorrido transversal de la dimensión objetual, donde el mero "libro" es, antes que la finalidad de la edición, un nodo circunstancial del discurso social donde lo material y lo simbólico configuran una puerta de acceso a la cultura.

Texto y creación en el discurso editorial

El discurso de los medios como reflejo de los temores que parecían exorcizarse en aquel congreso de los años 90, de acuerdo a Scolari,

5 Ver McLuhan, M. ([1964] 2007). *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona: Ed. Paidós.

6 Ver Steimberg, O. (1993). *Semiótica de los medios masivos*. Buenos Aires: Ed. Atuel.

puede ser atravesado por relatos sobre su propia caducidad,⁷ que se expresa en la idea de la extinción del medio.⁸

Pero lejos de cumplirse estos escenarios literales, el ecosistema de medios persiste en la integración de diversas expresiones, propiciando nuevas formas discursivas y productos. Desde el origen de la cinematografía (cuando de Lumière a Méliès se pasa de la documentación de fotografías animadas a la construcción de ficciones), la vinculación de lo literario (en la forma libro) con lo audiovisual (en la forma cine o televisión) es representativa de esta trama mediática, así lo indica Oubiña.⁹ Un caso visible son las "adaptaciones" por inserción en la dinámica del mercado: la cantidad de novelas llevadas a pantalla es inabordable, de hecho, abundan reseñas, listas y análisis especializados.

El proceso conceptual implica la mediación de un género particular: el guion, donde la obra se concibe con lenguajes, recursos y temporalidades de la narración audiovisual. Sobre esa base, el pasaje a la nueva producción implica la transformación de palabras, adjetivaciones o metáforas, en encuadres, secuencias o musicalizaciones, que van trazando una nueva experiencia de lectura.

La discursividad editorial en su vinculación mediática, desde la perspectiva del cine, genera un objeto que puede ser desde una metáfora hasta una variación del producto: metáfora sobre la industria cultural en su conjunto a partir de alguna de sus ramas tanto como sobre los medios de comunicación en contexto político. Y variación, de un ensayo, por ejemplo, sobre crítica sociocultural, tanto como de una obra literaria, en los casos mencionados. A su vez, esta situación puede incluir la metáfora del escrito, por ejemplo en la forma del libro dentro del libro.¹⁰ Estos casos de ficciones sobre problemas sociales, interpretaciones de obras sobre la cultura y metáforas sobre los medios, dan cuenta de la multiplicidad inagotable de relaciones sistémicas de la edición.

Este potencial discursivo se proyecta cada vez más a escala global, a partir de la integración comunicacional y negocios multimedia.

7 Ver Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones*. Barcelona: Ed. Gedisa.

8 El fin del libro, como en *Fahrenheit 451* (Bradbury, 1953), en la forma de prohibición y grandes quemados, o del cine, en *Cinema Paradiso* (Tornatore, 1988), nostalgia que acaba en un incendio del celuloide.

9 Ver Oubiña, D. (2000). *Filmología. Ensayos con el cine*. Cap. 15. Buenos Aires: Ed. Manantial.

10 Por ejemplo, respectivamente: *Pajarito Gómez* (Kuhn, 1965); *El ciudadano Kane* (Welles, 1941); *La sociedad del espectáculo* (Debord, 1967); y *1984* (Orwell, 1948).

“Transformaciones de las Industrias Culturales en la Era Digital”

Las condiciones tecnológicas y económicas favorecen el pasaje a escalas regionales y globales con productos que conforman un *imaginario transpositivo* en diversos soportes y lenguajes, eso es lo que sostiene Steimberg.¹¹ Sobre esto abundan productos diversos y de gran éxito pasajero con impacto sincrónico.¹² Géneros como el “fantasy” o la “ciencia ficción post apocalíptica”, pueden llegar a altas ventas y potenciar producciones que se retroalimentan en formatos audiovisuales,¹³ agenciando importantes retornos a editoriales grandes y medianas.

Toda esta vinculación medial tiene un desarrollo narrativo y empresarial. No es un fenómeno nuevo, de época,¹⁴ pero sí adquiere un valor distintivo como vía del proceso de concentración/expansión, tanto económica como discursiva. Esta dinámica de producción amplía la difusión de imaginarios y representaciones a escala global.

El funcionamiento sistémico del discurso de los medios, tal como afirma Castoriadis, potencia las posibilidades de instalación de imaginarios sociales instituyentes con el impulso de revistas, películas y radios.¹⁵ La búsqueda, defensa y transmisión de ideas y posturas locales muchas veces se encuentra en discusión con estas representaciones impuestas con la fuerza de lo global. No es la edición en sí la que comporta determinadas formas literarias y expresivas: la discursividad sociocultural articula y atraviesa los medios de cada época y lugar. Así constituyen, por la dinámica de circulación, formas comunicativas colectivas en las que el discurso se anuda con la materialidad de la experiencia de lectura.

Impacto de la edición en sus comunidades de lectura

Las formas comunicacionales señaladas indican que las

11 Steimberg, O. (2013). *Semióticas. Las semióticas de los géneros, de los estilos, de la transposición*. Buenos Aires: Ed. Eterna Cadencia.

12 Por ejemplo, desde la serie de Harry Potter hasta la de 50 Sombras de Grey, pasando por las sagas de la ciencia ficción juvenil, como Los juegos del hambre y Maze Runner.

13 Consultar en el Diario La Nueva: “El fantástico año de las sagas juveniles”, 16 de junio de 2013.

14 Como ejemplo se puede mencionar la editorial de Jorge Álvarez y su disquera Mandioca, desde donde se integra todo un universo literario-musical de productos culturales.

15 Ver Castoriadis, C. (2006). *Figuras de lo pensable*. México: Ed. Fondo de Cultura Económica.

comunidades de lectura desarrollan hoy competencias variadas de interacción con la creciente y multimediática información. Roncaglia señala una situación compleja de lectura textual, sonora, visual y multimedial que genera múltiples experiencias de fruición:¹⁶ desde situaciones relajadas donde la información conduce la lectura sin exigir intervenciones activas de elaboración y manipulación al nivel de las descritas, hasta el ir hacia la información, en un uso activo de absorción, elaboración y modificación.¹⁷

El pasaje de imprenta a digital acompaña este movimiento en la experiencia y la fruición de lectura, de situaciones más pasivas a interactivas; esto ocurre más rápidamente en algunos géneros (enciclopedias, diccionarios, cursos) más que en otros (novelas de lectura extensiva y lineal).

En ciertas ocasiones la experiencia con la información tiene una función “secundaria”, cuando por ejemplo se percibe un medio de fondo (televisión, radio, música) mientras se realiza otra actividad (por ejemplo estudiar). Esta experiencia puede determinar la forma de los productos, por ejemplo en la publicidad, cuando desarrolla sus propias formas discursivas por medio de la repetición o la música en estructura de jingle. En el consumo de información “en movilidad”, en transporte, la atención está comprometida en leer, escuchar música o radio. En suma, hoy “leer” implica la experiencia de sumergirse sincronizadamente, navegar entre medios, tecnologías y formatos discursivos diversos.

En este siglo se piensa la práctica de la *autocomunicación de masas* porque los usuarios pueden generar sus contenidos, elegir las plataformas de circulación e influir en la recepción, y llegar a una audiencia global.¹⁸ Esta concepción se basa en una comunicación en red que se experimenta descentralizada, autodirigida y autogestionada, pero que pone a su vez a disposición de las empresas que gestionan la información que los usuarios producen.¹⁹ Esta autocomunicación coexiste con la

16 Roncaglia, G. (2012). *La cuarta revolución del libro. Seis lecciones sobre el futuro del libro*. Villa María: Ed. Eduvim.

17 Ejemplos: la lectura novelada y mirar una película; o bien la lectura hipertextual y los videojuegos.

18 La expresión autocomunicación de masas es aplicada por Castells, M. y Arsenault, A. (2008). “The Structure and Dynamics of Global Multi-Media Business Networks”, en *International Journal of Communication*, núm. 2, pp. 707-748. USC Annenberg Press.

19 Ver, por ejemplo, el caso de datos de usuarios filtrados de la red Facebook a la consultora electoral Cambridge Analytics: “Una fuga de datos de Facebook abre una tormenta política mundial”, en *El País*, 20 de marzo de 2018; “El caso Facebook y el

forma tradicional de comunicación masiva, más visiblemente jerárquica y centralizada.

La defensa del papel activo de los consumidores mediáticos, en particular lectores de libros, antecede a la comunicación digital. Ya el enfoque interpretativo-cultural se opuso en el siglo XX al rol pasivo al cual confinaron a los lectores las instituciones y agentes que controlan los procesos de interpretación que buscaban informar en su sentido literal: dar forma a contenidos e interpretaciones.

La pasividad que asume la acepción de "consumo" supone separar productores y receptores: los primeros construyen los textos y le imprimen un sentido, mientras que, como dice De Certeau, a los segundos se les imponen esos sentidos y se les condiciona las interpretaciones.²⁰ Pero el uso de libros y productos mediáticos solo circunstancialmente es un acto de imposición, más allá de la experiencia de apropiación e interpretación. Siguiendo este planteo, la sociedad informacional, a través de su estructura en red, se caracteriza por contar con consumidores, usuarios y lectores que se autocomunican e informan: comunican sus propios contenidos (textuales, pictóricos, audiovisuales) y, al apropiarse de ellos e interpretarlos, dan forma y renovado valor.

La digitalización de estas experiencias colectivas ofrece potencialmente la adopción de un papel cada vez más activo, conjuntamente con acceso ampliado, en conflicto con los usos de los datos. El sistema legal global que determina derechos y deberes en torno a estos usos busca optimizar métodos para coaccionar: desde extender los plazos de los derechos²¹ hasta intentar imponer al sistema educativo licencias pagas para copias,²² entre otras determinaciones.

En todo esto, el siglo XXI fue perfilando la figura del "ciudadano

derecho a la privacidad", en *La Nación*, 13 de abril de 2018.

20 De Certeau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano*. Mexico: Ed. Iberoamericana.

21 Como la determinada por el Congreso norteamericano en la segunda mitad del siglo XX, con el propósito de retrasar o gravar el paso de las obras culturales al dominio público.

22 Por ejemplo con el caso del Centro de Administración de Derechos Reprográficos de Argentina (CADRA), un negocio presentado como forma de salvar una situación de "ilegalidad". Consultar "La UBA pagará derechos por las fotocopias que usen sus alumnos", *La Nación*, 14 de mayo de 2009.

mediático" en convergencia tecnológica y variables de cambio que tienden a reformular los roles de productores y lectores, dando nuevas experiencias y formas a relaciones y jerarquías.

Lo jerárquico y productivo de la tecnología se cruzan, como se vio, con lo espacial: de la lectura fija, para leer en un lugar determinado, a la lectura móvil, para transportar, pasando por todo tipo de situaciones intermedias. En esto, la tecnología no determina el discurso, pero puede configurar ciertas experiencias de lectura y acceso, donde el objeto "libro" reformula su rol de medio cultural, a la vez material, textual y económico.

Problemáticas de la subjetividad editorial

Las nuevas mediaciones ponen en vinculación a los actores que ocupan los roles de creación y lectura, inherentes a la acción que transforma el entorno sociocultural. Anteriormente se vio cómo se pueden pensar las experiencias de lectura del siglo XXI, posibles merced a matrices de subjetividad que operan

en las nuevas formas. Una de sus derivas es lo que afirma Sibila: la búsqueda de particularidad, la exaltación del individuo que construye su imagen pública para identificarse en el universo mediático.²³ Otra, el desarrollo personal y colectivo que pueden construir las generaciones que suceden a los llamados "nativos digitales", entre las incubadoras sociales de las redes y la posibilidad de construir nuevos espacios de socialización y participación política, social y cultural.

Los diversos enfoques pueden medirse según el grado de determinación tecnológica sobre las formas de sentir y pensar. Pero la puesta en situación comunicacional y mediática de la edición se ve en las formas mediadas de actuar y relacionarse de los roles de creación y recepción. Un ejemplo ilustrativo es la representación de *La guerra de los mundos* (libro de Herbert Wells, 1898) por parte de Orson Welles en la cadena radiofónica

23 Ver Sibila, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Ed. Fondo de Cultura Económica.

“Transformaciones de las Industrias Culturales en la Era Digital”

CBS, en octubre de 1938, y su comprensión posterior. La experiencia conjuga el desarrollo de la ciencia ficción con el de un “nuevo medio”, la radio, en la escenificación narrativa de un noticiero.

Las novelas de Wells de fines del siglo XIX (*La máquina del tiempo*, *El hombre invisible*, *La guerra de los mundos*) conforman un canon para los lectores que en esos años son los futuros escritores que impulsarán la ciencia ficción (Asimov, Bradbury, Sturgeon). Cuando Welles transpone *La guerra de los mundos*, la radio cuenta con pocos años de desarrollo. Los consumidores del “nuevo medio” se reparten entre quienes entienden el sentido de la transmisión o asumen la “invasión” como cierta. Al día siguiente los diarios (el “viejo medio”), con sensacionalismo, reportan abandonos masivos de hogares y preparativos para el conflicto (armas, máscaras). Se supone así un lector no formado subjetivamente en la comprensión del género como ficción y del medio como potencial constructor y vehículo de tal ficción, contrapuesto a quienes comprendieron el sentido del evento comunicativo y no se inscribieron en el pánico colectivo, que podían ser ya entonces lectores de ciencia ficción que, como tales, conocían la historia, o bien escucharon las advertencias durante la transmisión, sobre la ficción de los hechos.

Son años de expansión y consolidación de la industria cultural, que conllevan reconfiguraciones subjetivas de los públicos que son objeto de sondeos permanentes. La masividad de los productos culturales impulsa estereotipos sociales, que al mismo tiempo son instituidos (van del acervo social a los medios) e instituyentes (vuelven de los medios al conjunto social) de matrices de subjetividad. La industria del cine de la época muestra, por ejemplo, las representaciones de “la pareja ideal”, y otras.²⁴ Son unidades narrativas que manifiestan un sistema de creencias, valores y prejuicios, disponibles para estructurar el discurso social en los medios. Son unidades representativas de los procesos de formación de subjetividad desde la inscripción de la industria en el discurso social, y por ello claves para observar las relaciones de la edición en su ecosistema.

A causa de estas y otras formas, Berger y Luckmann decían que los medios son receptores y constructores de matrices de subjetividad que median entre las personas y el mundo

social.²⁵ A esto se puede añadir que son instancias de institucionalización de las actividades sociales, que incluyen el proceso creativo que en la edición encarna la figura de la autoría (*externalización*), el carácter de objetividad que alcanzan los productos externalizados (*objetivación*), y la proyección en el imaginario colectivo durante la socialización, que en nuestro caso es la experiencia de formar parte de comunidades de lectura (*internalización*).

Reformulaciones de la *praxis* editorial

La revisión de las mediaciones en el contexto del ecosistema de medios es entonces una cuestión tanto de discurso como de materialidad, subjetividad y objeto editorial, y por ello impacta en la *praxis* misma de la edición: definiciones, estrategias y políticas de los emprendimientos. Su vinculación con comunidades de lectura es a través de una reconfiguración de mediaciones. Así, según el ejemplo de Byung-Chul Han, la información se produce y circula sin intermediaciones tradicionales con formas elocuentes, desde la “autoedición” al “micromecenazgo”.²⁶

Las transformaciones pasan en gran medida por las relaciones, desde la mediación hasta la integración. Uno de los cambios relevantes se da en efecto en la integración, en la escala de negocios, con nuevas lógicas de influencia de los grupos económicos y procesos de concentración: cambios tecnológicos en términos económicos.

En este proceso ocurren integraciones que generan nuevas condiciones de mercado: de forma horizontal, con compras entre editoriales; o vertical, en la unificación de procesos de producción. La *multimedial* muestra las reformulaciones en el sistema cuando se adquieren entre medios, por ejemplo para llevar productos textuales al audiovisual.²⁷ Junto con procesos conglomerados (empresas que pasan a multirrama), las vinculaciones de los medios movilizan los intereses de quienes los gestionan.

25 Ver Berger, P. y Luckmann, Th. ([1967] 2005). *La construcción de la realidad social*. Buenos Aires: Ed. Amorrortu.

26 Ver Byung-Chul Han (2014). *En el enjambre*. Barcelona: Ed. Herder.

27 Por ejemplo, para llevar productos textuales al audiovisual. “Netflix compró la editorial de cómics Millarworld”, en *El Cronista*, 8 de agosto de 2017.

24 Americanos exitosos, alta sociedad, hombre duro, mujer fatal, familia ideal.

En la integración multimedial lo discursivo subyace en los procesos de transposición, al disponerse de obras en diversos soportes y lenguajes. En lo empresarial, un medio adquiere otro medio y va conformando una red comunicacional que puede reforzarse con medios de producción (impresión), distribución (librerías) y legitimación (premios).²⁸

Bhaskar afirma que en el ámbito de la digitalización, la integración es la culminación de cambios en el flujo de trabajo editorial: el trabajo previo a la impresión ya es “digital”, desde la creación, la corrección y el diseño. El punto de inflexión es la puesta en “red” de esa producción, que reorganiza las estructuras del campo editorial.²⁹

La industria, en su encuentro con la multimedialidad de los materiales y la variación en los tirajes, busca nuevas metodologías de visibilidad de obras. A inicios de siglo comienza a extenderse la impresión digital que posibilita tiradas menores manteniendo costos viables: la tirada media disminuye y la producción deja de ser una barrera para emprendimientos a pequeña escala.³⁰

La contrapartida es el problema de la visibilidad. El gran mercado se satura al tiempo que desatiende los márgenes, sigue su propio ritmo de rotación y obsolescencia. El problema de cómo producir impresos ha sido reemplazado por el de cómo hacer que circulen. Frente a esto, las librerías *online* permiten establecer un contacto directo desde terminales virtuales, con sus comunidades de lectura.

Junto con estas nuevas posibilidades de circulación, el libro digital registra crecimiento desde la primera década del siglo XXI, aumentando el registro de sus títulos (CERLALC, 2012).³¹ Este registro es apenas emergente de un fenómeno más extenso de difusión y lectura más allá del impreso, facilitado por tecnologías digitales de difusión.

Esto, según comenta Pagola, torna inoperantes los tradicionales

28 Un ejemplo es la compra de Norma y sus sellos editoriales por parte de PRISA, grupo de medios de comunicación dueño de Santilla, diarios y emisoras.

29 Ver Bhaskar, M. (2014). *La máquina de contenido*. México: Fondo de Cultura Económica.

30 Consultar el Informe del año 2005 del Centro de Estudios para la Producción (CEP) del Ministerio de Economía, donde se advierte como un “fenómeno” de “oferta a medida” que se observaba como tendencia mundial.

31 Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC). *El libro electrónico: tendencias y recomendaciones*. Bogotá, 2012.

sistemas de control y potencia las posibilidades de acceso.³² Con el tratado internacional de la Convención de Berna, enmarcado en los acuerdos internacionales de la Organización Mundial del Comercio (OMC), los principios básicos del derecho de autor, que surgen en el siglo XIX, contemplan derechos monopólicos y exclusivos. Frente a los renovados debates que trae el cambio tecnológico, la industria procura reforzar controles y vigilancias, por ejemplo acotando la disponibilidad y edición de un libro y recopilando datos de usuarios.³³ Busaniche confirma que la tensión del régimen legal de propiedad intelectual con los derechos humanos se acrecienta y moviliza al sector editorial.³⁴

Esta problemática se conjuga con la tendencia al aumento de la publicación de títulos mientras la tirada promedio tiende a declinar. La variable se correlaciona con diversos modelos de edición, entre la producción a gran escala, con proyección de negocios transnacionales, y la creciente edición emergente, “independiente” o de “autogestión”.

Hoy la facilidad y fidelidad de la reproducción acaba con barreras históricas para la circulación, y esta “desmaterialización” de la obra cultural, conforme la apreciación de Bhaskar parece incidir en la cadena de valor como en la percepción del valor desde la instancia lectora.³⁵ Mientras la convergencia del mercado cultural profundiza las disputas por el control y el poder, la lectura se revela como acto del compartir, amparada en el derecho al acceso a la cultura. Estas tensiones marcan los movimientos de los medios en su ecosistema, mientras se reorganizan sus formas discursivas, sus comunidades y sus profesiones.

Conclusión

El trabajo realizó un recorrido a través de diversas instancias que dan cuenta de variaciones del campo editorial a partir del impacto de las transformaciones tecnológicas

32 Ver Pagola, L. (2010). Efecto copyleft avant la lettre, o cómo explicar el copyleft donde todos lo practicamos. En Busaniche, B. (ed.), *Argentina copyleft*. Fundación Vía Libre.

33 Ver las restricciones y vigilancias que ha procurado Amazon a través de sus dispositivos de lectura: “El software de Amazon es malware”, Free Software Foundation (www.gnu.org), 2014.

34 Ver Busaniche, B. (2016). *Propiedad intelectual y derechos humanos. Hacia un sistema de derechos de autor que promueva los derechos culturales*. Buenos Aires: Ed. Tren en movimiento.

35 Bhaskar, M. (2014). *La máquina de contenido*. México: Ed. Fondo de Cultura Económica.

“Transformaciones de las Industrias Culturales en la Era Digital”

de la edición. La evaluación de conjunto da cuenta de la conformación sistémica de este campo productivo dentro de la cultura. La articulación de estas instancias en la forma de dimensiones de análisis permite visualizar un planteo integrador que puede resultar productivo para seguir repensando el campo editorial.

Dicho planteo muestra que los roles que tradicionalmente la Sociología y la Historia han reconocido como parte del campo editorial, son funciones que se articulan efectivamente de forma interrelacionada: el *texto* (o “contenido”), la *tecnología* (o “soporte”), la *creación* (o “autoría”) y la *lectura*.

Sus relaciones las identificamos como: el *objeto* (paratextos e interfaces, que vinculan texto y tecnología), la *discursividad* (determinados textos generados desde una cierta modalidad de creación), la *materialidad* (las experiencias de lectura a partir del uso de tecnologías impresas, digitales, etc.) y la *subjetividad* (miradas que encarna el género a partir de la comunicación entre autores y lectores). Estos vínculos son posibles gracias a la praxis editorial: emprendimientos, empresas, organismos que impulsan iniciativas editoriales específicas que intervienen en las comunidades de lectura vinculadas a los diversos géneros de la edición. Esos géneros editoriales, instancias de visibilización del discurso social, se retroalimentan del canon (obras que se heredan como referencia legítima) y los catálogos (intervenciones activas de editores, empresas, organismos, instituciones).

Este campo ha desarrollado desde finales del siglo XVIII un ámbito especializado de profesiones que se encargan de la gestión de su información. Podemos especificar sus coordenadas de acción en relación con las dos modalidades para la circulación de la información a través de los medios: la *comunicación* (circulación de la información en el espacio de un ámbito social determinado) y la *transmisión* (transporte de la información en el tiempo de desarrollo de una cultura).

A partir de esta distinción es posible entrever el distinto

funcionamiento de la información según se oriente con mayor énfasis en uno u otro sentido. Por ejemplo, mientras un *best-seller* tendrá un fuerte impacto comunicativo (sincrónico), una obra que forme parte del *corpus* literario nacional podrá comunicar generaciones.

Comunicación y transmisión no son categorías que fijen las obras de la cultura, son, al decir de Burello, variables que se combinan y tensionan de múltiples formas.³⁶ Basta pensar en una obra como el *Werther* de Goethe: *best-seller* del siglo XVIII, cuestionado en su época, acabó siendo un clásico propio del canon de Occidente. Mientras la *comunicación* refiere a la circulación de los discursos sociales en un momento dado, la *transmisión* nos ubica en la dinámica de la memoria colectiva. La información social se intercambia de forma recíproca, y se transmite entre generaciones.

Cada medio de comunicación (oral, escrito, impreso) funciona como un instrumento social que a la vez se integra en la sucesión histórica de la transmisión cultural. Sistemas comunicativos como el de la edición, en la perspectiva de este carácter intrínsecamente social, interesan al destino de nuestras culturas como una pauta de trascendencia de lo personal hacia lo colectivo y viceversa. Esto se pone hoy en juego, en la capacidad de comprender de forma integral e interdisciplinaria las transformaciones en marcha.

Se espera con estos aportes sumar conceptos y reflexiones para una comprensión sistémica de los cambios acontecidos en el transcurso de nuestra época dentro del campo de la producción editorial, como herramienta de reflexión para entender y participar activamente en los escenarios presentes y futuros.

*Cada medio de comunicación
(oral, escrito, impreso)
funciona como un instrumento
social que a la vez se integra
en la sucesión histórica de
la transmisión cultural*

³⁶ Burello, M. (2008). Notas sobre el best-seller literario. En *Pensamiento de los Confines*, núm. 22, junio, pp. 129-137.