

SOCIALES en DEBATE 10

Otro saldo ya pronto serás

Contradicciones y obstáculos
en el campo editorial argentino

ALEJANDRO DUJOVNE (IDES-CONICET)

DOCTOR EN CIENCIAS SOCIALES E INVESTIGADOR DEL CONICET CON SEDE EN EL INSTITUTO DE DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL (IDES). CODIRECTOR DE LA MAESTRÍA DE SOCIOLOGÍA DE LA CULTURA Y ANÁLISIS CULTURAL DEL IDAES, UNSAM. CO-COORDINADOR DEL NÚCLEO DE ESTUDIOS SOBRE EL LIBRO Y LA EDICIÓN EN EL IDES.

HEBER OSTROVIESKY(UNGS)

CIENTISTA POLÍTICO (UBA), MAGÍSTER POR EL INSTITUTO DE ESTUDIOS POLÍTICOS DE PARÍS. TRABAJA COMO DOCENTE E INVESTIGADOR EN EL CAMPO DE LAS POLÍTICAS CULTURALES EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE GENERAL SARMIENTO (UNGS-IDH). ES EDITOR EN CAPITAL INTELECTUAL Y FUNDÓ LA EDITORIAL FUTURO ANTERIOR. FORMA PARTE DEL GRUPO EDITOR DE LA REVISTA *CRISIS*.

La industria editorial argentina, alguna vez la primera del mercado de habla castellana, se encuentra atravesada por una serie de contradicciones y obstáculos estructurales que limitan su desarrollo y condicionan los modos de producción y circulación de libros. El estudio de estos fenómenos es un punto de partida necesario para abrir un debate en torno al papel del Estado y la política en el mercado del libro. Este trabajo pretende entonces proponer, en primer lugar, una serie de pistas para un análisis general de las transformaciones de la industria del libro a escala global, señalando en un segundo momento las modalidades en que éstas se manifiestan en el ámbito de lengua castellana y, de manera especial, en el caso argentino. Finalmente buscará contribuir a la reflexión en torno a la clase de políticas públicas del libro y la lectura que contribuirían a la resolución de los problemas del espacio editorial argentino.

I- Transformaciones contemporáneas de la edición: concentración y financiarización

Frente a las perspectivas economicistas dominantes, resulta útil volver a Pierre Bourdieu, quién señaló cómo el mercado de bienes culturales admite criterios de jerarquización y una economía particular. Los bienes culturales, y los libros desde ya, presentan características específicas en sus modos de producción, circulación y apropiación, que responden a una lógica tripartita: económica, política y cultural. En este sentido, de acuerdo a los análisis más recientes, entre los cuales se destacan los trabajos de Gisèleapiro, a nivel internacional nos encontramos con aquella oposición que Bourdieu había analizado para el caso de la industria francesa del libro hacia 1999, en un artículo fundacional para los estudios de sociología de la edición: por un lado el circuito de la gran producción editorial gobernado por la lógica mercantil y de rentabilidad a corto plazo (propia de los denominados grandes grupos editoriales), y por otro lado un circuito de producción acotado, con su propia lógica, sus

reglas y sus principios de reconocimiento simbólico, relativamente autónomos de aquella lógica mercantil (cuya producción editorial se vincula fundamentalmente al campo literario de calidad y al campo científico). Sapiro analiza los modos en que esas características y tendencias distintas y contradictorias se manifiestan en las estrategias de los distintos agentes de la industria editorial contemporánea: los grandes grupos multimediáticos, los editores, las políticas públicas, los agentes literarios, los traductores, etc., y sus efectos en la producción editorial y en la circulación de las ideas escritas.

La aceleración del proceso de unificación de un mercado editorial mundial, se debe en gran medida a las estrategias de concentración e internacionalización de los grandes grupos editoriales. Ejemplos conspicuos de ellos son la adquisición de Harper Collins a fines de los 90 por Newscorporation del magnate de los medios Ruppert Murdoch, o las compras que en Francia se llevaron adelante bajo la orientación de grandes grupos como Hachette y, en su época, Vivendi; en Alemania Bertelsmann, en Holanda Elsevier, en Italia Mondadori, en Inglaterra Pearson, en España Planeta, por solo nombrar algunos. En España y América Latina esta lógica se traduce en la supremacía económica, comercial, logística y mediática avasallante de dos grandes grupos transnacionales, Penguin Random House y Planeta, frente a una multitud de pequeñas y, cada vez menos, medianas estructuras editoriales. Basta ver los 100 títulos más vendidos cada año en el mercado argentino para captar la primacía de estos dos grandes grupos y los diferentes sellos que cada uno de ellos reúnen en la facturación total del sector. Una lógica en la que unas pocas decenas de títulos se convierten en “grandes éxitos” y una infinidad de “novedades” terminan al cabo de pocos meses convertidas en saldos o en la picadora de papel. Frente a esa lógica del mercado internacional de circulación de los textos, se desarrollarían entonces estrategias de ajuste o resistencia de los editores de creación o “independientes”, gracias a proyectos como las coediciones internacionales o las políticas de nichos editoriales: especialización en temas específicos, como los ensayos críticos, que los grandes grupos descartan pero que mantienen un lectorado suficiente para garantizar la existencia de los denominados “resistentes”.

Ahora bien, en la lógica previa a estas grandes transformaciones, el precio de un libro en el mercado se definía por los costos materiales de la producción, el beneficio del editor,

los pagos de los derechos de autor y de los distintos intermediarios en el circuito del libro. Pero la lógica que diferenciaba a la industria del libro era la de ser una industria fundamentalmente con eje en la oferta y solo parcialmente en la demanda. Por el contrario, en este nuevo contexto de concentración y *financiarización* de la edición —ya que los grandes grupos editoriales abren sus capitales a la participación de diversos accionistas de los orígenes más variados— los dos vectores que antes eran periféricos a la industria del libro se transformaron en los más decisivos e hiper-profesionalizados: la distribución y la prensa (hoy reformateada bajo los conceptos de promoción y marketing editorial). La distribución es el sector del circuito del libro que mayores ganancias genera y que los grandes grupos manejan con gran profesionalismo, dado que son los únicos con la infraestructura, capacidad económica y “oferta” necesaria para llegar a todos los puntos de venta y modernizarse permanentemente. La prensa por su parte, permite la existencia real de los libros en un contexto de sobreproducción.

La tarea del editor se transforma en estos casos en gran medida en identificar y adaptar un producto para que tenga éxito en el mercado en el plazo más breve posible. Y esta lógica no predomina exclusivamente en los grandes grupos.¹ Durante los últimos años la apertura del capital de las grandes empresas editoriales a actores financieros se dio en proporciones inusitadas. En los países europeos, en Estados Unidos, en Asia, y también en América Latina sectores mayoritarios de la edición son ahora propiedad de estructuras económicas que funcionan regidas por una lógica esencialmente financiera. Ya no hablamos entonces meramente de grupos con estrategias de desarrollo transnacional, sino de actores financieros cuya lógica fundamental es la de alta rentabilidad en el corto plazo.

Los nuevos actores clave de este campo son ahora los fondos de inversión, además de los grandes grupos de comunicación. Hoy son estos los actores que dominan el sector editorial. Estamos entonces frente a un movimiento que está modificando la naturaleza

¹ Una serie de entrevistas que realizamos durante los últimos meses con editores principalmente argentinos, como parte de un trabajo de investigación en curso, nos ha permitido identificar cambios rotundos en la tarea del editor durante las últimas décadas en estructuras editoriales que forman parte de grandes grupos editoriales, pero también en estructuras editoriales que intervienen preferentemente en el circuitos de producción y circulación más acotados.

misma del libro y que desestabiliza un sector cultural hasta ahora clave para la construcción de ciudadanía y la democratización del acceso y la producción cultural e intelectual en una sociedad democrática. Por estas razones una de las hipótesis que podemos permitirnos esbozar aquí brevemente es que de la revolución conservadora que marcó la etapa de industrialización de la edición de libros, y que fue analizada detalladamente por Pierre Bourdieu, hemos pasado a una nueva etapa, dinamizada por la lógica de las finanzas. La originalidad de esta etapa de la industria editorial *financiarizada* reside en la consolidación de una nueva racionalidad empresarial que no asume al mercado simplemente como un hecho natural limitado por la acción del Estado, sino que se propone como objetivo construir al mercado.

II- Unidad y fragmentación de la geografía hispanoamericana del libro

El hecho de que las fronteras políticas y las idiomáticas no siempre sean coincidentes, significa que las lenguas pueden configurar territorios que trascienden los límites nacionales. Una lengua compartida por dos o más países posibilita la comunicación entre esas sociedades y tiene la capacidad de actuar como principio de identidad común. El espacio de habla castellana es, en este sentido, paradigmático: comprende 20 países (América Latina y España) y cerca de 450 millones de habitantes. Cifras que se incrementan si añadimos aquella parte de la creciente población latina de Estados Unidos que habla esta lengua.

Esta unidad idiomático-cultural no es, sin embargo, tan homogénea como aparenta, ni es uniforme para todos los mercados culturales. Las posibilidades de circulación regional de los distintos bienes culturales dependen de muchos factores: sociales, culturales, económicos, políticos. Y el mercado del libro no es una excepción. Si bien la potencialidad del espacio hispanoamericano para la producción y circulación editorial es reiterada en foros, discusiones y artículos, las más de las veces no es más que de una expresión de deseo. Para los editores y distribuidores que buscan atravesar las fronteras nacionales, la región se muestra desigual, fragmentada y jalonada por numerosos obstáculos que dificultan la circulación de sus obras. Identificar estos fenómenos nos ayudará no solo a precisar la posición de la edición

argentina en el espacio hispanoamericano, sino también a comprender los distintos planos que se superponen y condicionan las posibilidades y modos de circulación de los libros, y por ende de las ideas que estos portan.

El mercado editorial mundial se recorta en torno al poder diferenciado de las lenguas y las naciones. Existen lenguas editorialmente más poderosas, y países con mercados del libro más fuertes que otros. Las cifras de facturación son un indicador posible de estas diferencias: para el período 2010-2012 diez mercados editoriales comprendían el 71% del total global. Estados Unidos se encontraba a la cabeza, seguido por China con poco menos de la mitad del volumen del mercado norteamericano. Continuaban Alemania, Japón, Francia, Reino Unido, Italia, España, Brasil y Corea del Sur. Estados Unidos comprendía por sí solo el 26% del total, y los países de la Unión Europea representaban en conjunto el 33%. Ni México ni la Argentina, principales productores editoriales de la región, figuraban entre los veinte mercados más fuertes.²

Este poder desigual tiene efectos directos sobre las posibilidades de desarrollo de la edición en el país. Primero, el dominio de los mercados editoriales de un grupo de lenguas y países está asociado a los flujos de traducción. De acuerdo al sociólogo Johan Heilbron, la posición de cada lengua en el espacio global de la traducción puede estudiarse a partir de su participación relativa en el número total de traducciones (desde esa lengua hacia otras).

Desde este punto de vista el inglés ocupa un lugar "hipercentral", seguido, en una posición "central" por el francés, alemán y, al menos en las décadas de 1970 y 1980, el ruso. Estas cuatro lenguas representaban para esas décadas tres cuartos del total de lo traducido a nivel global. Tras ellas se ubican el español, italiano, danés, sueco, polaco y checo, y finalmente las que individualmente representan menos de 1% del total de las traducciones en el mundo. En segundo lugar, existe una relación directa entre el poder de los mercados editoriales nacionales y el desarrollo de grandes grupos empresariales de la edición. Estados Unidos, Francia, Alemania, Holanda y España, son los países de origen de las principales corporaciones transnacionales. A los que se suma en los últimos años China, con la emergencia de dos grandes conglomerados editoriales.

² Wischenbart, Rüdiger, 2014, IPA Global Publishing Statistics, <http://internationalpublishers.org/>

Así como entre el conjunto de lenguas a escala global el español ocupa una posición secundaria, dentro de esta los mercados editoriales nacionales ocupan posiciones diferenciadas. Entre los países que conforman el territorio cultural de habla castellana, España domina la producción editorial en términos de producción y exportación, siendo escoltada a cierta distancia por la Argentina y México. Les sigue Colombia, y detrás Chile, Perú, y el resto de los países del continente. De acuerdo a las estadísticas del CERLALC en 2013 España registraba en promedio 244 títulos por día, frente a los 81 de México y 76 de la Argentina.³ Esta marcada asimetría entre mercados editoriales nacionales remite a distintas clases de factores. Algunos son de carácter general, como las dimensiones de la población, el PBI, el poder adquisitivo per cápita, la tasa de alfabetización, los hábitos de lectura, etc. Mientras que otras están específicamente relacionadas con el ecosistema del libro: dimensiones del mercado editorial, regulaciones y políticas públicas en torno a la edición y la librería, de adquisición de libros por parte del Estado, promoción de la lectura, profesionalización de las industrias del libro, gráfica y librería, impulso a la exportación y a la circulación de la producción intelectual en el exterior, etcétera.

La fuerza desigual de los mercados del libro de lengua castellana se manifiesta en distintos planos. En primer lugar, en la fuerza de la presencia regional de las obras publicadas por los principales centros editores. España, México y la Argentina, son, en ese orden, los mayores exportadores de libros. España no solo cuenta con un mercado que le permite tener volúmenes elevados de producción, sino que además se caracteriza por un alto nivel de profesionalización en todos los eslabones de la cadena producción y comercialización. En este sentido, la presencia de España en América Latina es resultado tanto de la calidad de la manufactura de sus libros y fuerza comercial de sus catálogos, como del despliegue de redes comerciales en la región.

Esto no significa, como ante señalábamos, que el espacio hispanoamericano pueda considerarse un mercado transparente y libre donde todo libro editado tenga iguales posibilidades de circular. No todo sello tiene la misma capacidad de ingresar a un mercado distinto

³“El espacio iberoamericano del libro 2014”, CERLALC, Bogotá.

al de su origen. Y aun cuando lo consigue no todo libro llega a la mayor parte de los puntos de venta, sean librerías, supermercados u otros. Además de las barreras arancelarias y para-arancelarias, y regímenes de comercio exterior no acordes a la especificidad del mercado del libro, que limitan y encarecen las transacciones, existieron y existen problemas específicos del mundo editorial: desde la ausencia de empresas de distribución y comercialización con una cobertura amplia que simplifiquen esta tarea, pasando por las múltiples y no siempre estables formas y tiempos de adquisición y de pago de los libreros y distribuidores en cada país, hasta diferencias cualitativas en la configuración de los mercados, tales como la existencia, diversidad y sofisticación del periodismo cultural, necesario para visibilizar y promover las obras, problemas de concentración empresarial y geográfica del sector librero, entre muchos otros.⁴ En consecuencia, las chances de que los libros publicados en, por ejemplo, la Argentina puedan tener un alcance algo mayor al del público nacional (e incluso dentro de la propia geografía del país) dependen en alto grado de las medidas políticas, las coyunturas económicas, y las capacidades y recursos de cada editorial.

En segundo lugar, la presencia de España en la región también se da de manera indirecta, a través de los grupos editoriales españoles (aunque no solo españoles, ya que la apertura del capital los torna cada vez menos “nacionales”) que mediante la adquisición de sellos y de la apertura de sucursales en distintas ciudades, pasaron a organizar la mayor parte de la producción editorial de casi todos los países. Si bien las condiciones de posibilidad de desarrollo de mercados editoriales nacionales (con todas las implicancias que esto guarda para la publicación de autores locales), están limitadas, según el país, por la mayor o menor presencia del libro español, no se puede desprender de manera lineal que el cierre de la importación o la limitación a la entrada de los grandes grupos garantiza la emergencia de sellos locales de calidad. Como decíamos, el desarrollo de un mercado está asociado a numerosas variables, algunas de las cuales están específicamente ligadas al ecosistema del libro. Una sociedad con bajo poder adquisitivo, bajos índices de lectura de libros y

⁴ Acerca de los problemas de circulación de los libros en el espacio hispanoamericano ver Elena Enríquez Fuentes, 2008, *El comercio de libros entre España y América Latina: disonancia en la reciprocidad*, Alianza Internacional de Editores Independientes, París. <http://www.alliance-editeurs.org/el-commercio-de-libros-entre,42?lang=fr>; y José Antonio Millán, 2015, “Separados por un mismo idioma: El mercado del libro en español”, *Letras Libres*, junio, México. Págs. 44-50.

pocos puntos venta, no constituye un estímulo positivo para el despliegue de un mercado dinámico. Por contraste, los grupos y sellos españoles pueden ingresar y permanecer en la región gracias a su economía de escala.

Un tercer aspecto en el que se expresa la desigualdad de poder es en las traducciones. Es decir, en las condiciones de compra de derechos. Las casas españolas tienen, por poder económico y reconocimiento internacional, mayor ventaja para negociar y tener la primera opción en la compra respecto de los sellos latinoamericanos. Una parte importante de la innovación literaria e intelectual pasa entonces por las editoriales españolas.

III- Notas para una política del libro

Si se considera que el libro es algo más que un bien comercial, que no solo debe estar regulado por lo que el mercado determina, entonces el Estado y la política tienen un papel central que desempeñar para revertir los problemas señalados y avanzar hacia un horizonte con un ecosistema del libro más sólido, que retome y potencie una tradición valiosa sin miradas nostálgicas. Apuntaremos algunas líneas que podrían orientar una discusión en esta dirección.

En parte los problemas pueden abordarse a escala nacional, y en otro nivel solo es posible en un plano regional. Siempre considerando al espacio del libro como ecosistema, los Estados pueden desarrollar políticas activas en sus distintos eslabones. El apoyo a la creación y consolidación de librerías es fundamental para expandir el mercado. Los estudios realizados en la Ciudad de Buenos Aires indican que la cercanía y la facilidad de acceso es fundamental a la hora de despertar el interés y la decisión de los lectores de adquirir libros. La Argentina, más allá de su región metropolitana, tiene un déficit de librerías que puede ser compensado con medidas simples y económicas. Asimismo, se debería estimular la profesionalización y desarrollo de las librerías de calidad e “independientes”, es decir, aquellas que trabajan con lógicas diferentes a las meramente cuantitativas. Por razones estructurales, las grandes empresas librerías tienden a privilegiar las obras de los grandes grupos editoriales. De manera que una ampliación de las librerías que responden a otro tipo de lógicas y que

cumplen además una función sociocultural clave a nivel local, no solo facilitaría la llegada del libro a mayor número de personas, sino que fortalecería a los sellos pequeños y medianos.

Por otra parte, los sellos, además de las librerías, podrían recibir distintas clases de apoyo que contribuyan a su profesionalización, modernización en sus metodologías de gestión y a la realización de apuestas estética o intelectualmente más complejas o novedosas que conllevan mayor riesgo comercial. Estos apoyos podrían vincularse al cofinanciamiento y apoyo financiero para colecciones de interés cultural e intelectual pero de rotación lenta, apoyos a la intraducción y extraducción (en este sentido el Programa Sur ha generado avances relevantes con recursos modestos), capacitaciones vinculadas a nuevas formas de producción y comercialización editorial, modernización de las herramientas de logística y distribución mediante acciones que impacten en el conjunto del ecosistema del libro y no solo de sus grandes actores, creación y dinamización de herramientas de gestión y logística que apoyen a las editoriales locales a la hora de exportar e internacionalizar sus catálogos, entre muchas otras. Pero tampoco debería descartarse la regulación de distorsiones que impactan directamente en la competitividad de la industria editorial local, entre las que se destaca la cartelización de los productores y proveedores de papel y el consecuente impacto desfavorable para la industria editorial y la industria gráfica local, que se tornan así poco competitivas y se alejan de cualquier posibilidad de pensar en la exportación y difusión de al menos parte de su producción para buena parte de la lengua castellana.

A nivel supranacional existen distintas instancias políticas y económicas regionales con potencial para intervenir sobre el mercado de la cultura, pero que hasta ahora lo han hecho de manera limitada o nula, tales como la OEA o el Mercosur. Estas organizaciones o pactos podrían trabajar no solo en regulaciones comerciales mínimas, como bajas arancelarias, sino también en el desarrollo de instrumentos concretos que propendan a una circulación más efectiva de los libros. Esto apuntalaría, no solo una democratización y circulación regional de la cultura, sino también el afianzamiento de los sellos al permitirnos ampliar la escala de su producción.

En síntesis, se trata de apuntalar y dinamizar la tarea de una serie de actores claves cuya existencia hoy corre peligro. No será esa la tarea de las editoriales netamente comerciales en la era de la financiarización de la edición. Es un desafío que debería asumirse como parte de una política que tome muy en serio los derechos culturales.