

LA INDUSTRIA EDITORIAL INDEPENDIENTE EN MÉXICO: LIBROS EN PANDEMIA Y UNA FORZADA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

GUILLERMO GLORIA OKHUYSEN
*UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD XOCHIMILCO*

Resumen

La pandemia por Covid-19 trajo problemas en distintos sectores y el editorial no está ajeno a ello. En este artículo se plantea a la industria relacionada al libro como una que se enfrenta a retos y problemas que se evidenciaron con el desarrollo de esta situación sanitaria. Se analiza al libro como un producto de mercado específico y cuya producción se enfrenta a los problemas debidos a la fragilidad en su estructura. Se hace el análisis de la transformación digital como una forma de redefinir sistemas de trabajo y estrategias. De la misma manera, a partir de la revisión de distintas fuentes es que se plantea la transformación digital y su impacto en las formas de consumo de cultura, en este caso las relacionadas con la producción y venta de libros, tanto en formatos digitales como en físico.

Palabras clave:

editorial, digitalización, pandemia

INDEPENDENT PUBLISHING INDUSTRY IN MEXICO: BOOKS DURING THE PANDEMIC AND A FORCED DIGITAL TRANSFORMATION

GUILLERMO GLORIA OKHUYSEN
*UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD XOCHIMILCO*

The Covid-19 pandemic has brought problems to a wide range of sector and the editorial is one of them. The aim in this article is to present publishing as a sector that deals with challenges and problems that became more evident with this health emergency. The book is analyzed as a product made for a specific market and which production faces problems caused by its fragile structure. An analysis of the digital transformation as a way to redefine work systems and strategies is made as well. And in the same manner, through the review of different sources the digital transformation and its impact in the culture consume manners is analyzed in the relation to the book production and selling in digital and physical formats.

Keywords:

publishers, digital technology, pandemics

El año 2020 resultó catastrófico para varios sectores económicos, de los que el libro no fue la excepción. Pequeñas editoriales desaparecieron, otras entraron en una suerte de suspensión de actividades, quizá para no volver. El mismo panorama vivieron las librerías que, como puntos de venta, se obligaron a cerrar sus puertas y ver partir a la clientela. Con empresas cerrando, empleos perdiéndose y un fuerte golpe económico del que pocas casas editoriales y librerías podrán reponerse se sumó el que para los actores de la industria del libro fue la dura realidad de su sector: no son esenciales.

Las actividades denominadas esenciales son las consideradas de vital importancia para el funcionamiento óptimo del país durante la pandemia del coronavirus o cualquier otra emergencia sanitaria. No es que se cargue contra el libro, la lectura y la libre circulación de las ideas, sino que, en México, la cultura no es una actividad esencial. Para los que se dedican a hacer y vender cultura implica enfrentar una vez más el nulo interés del Estado por las industrias culturales y su potencial económico (García Canclini y Piedras 2008; Piedras 2004).

Porque no se puede hacer cultura sin capital y, en este caso específico sobre la industria editorial (quizá la más antigua de las industrias culturales), la circulación de mercancía en forma de libros y que el posible comprador tenga acceso a una oferta suficiente para satisfacer sus deseos de consumo implica no solo grandes cantidades de dinero; necesario para la contratación de propiedades intelectuales, servicios profesionales, producción, distribución y exhibición, sino que toda esa cadena de valor termina en el dispositivo de lectura llamado libro, un producto que a los editores les molesta sea tratado como mercancía pero que, para el empresario del libro, representa capital congelado hasta el momento de ser vendido y, dicho sea de paso, pagar los salarios de los editores y las regalías de los autores, desde la pequeña casa editorial de un solo hombre hasta el gran conglomerado.

Esta larga cadena de valor para crear productos culturales sin demanda, como lo menciona Max Horkheimer (Horkheimer y Adorno 2016), es el resultado de una industria que poco a poco se ha moldeado a las leyes del mercado capitalista de producir más con menos, en menor tiempo y con mayores ganancias; lo que se puede esperar de cualquier producto satisfactor de necesidades. Pero el libro no es un producto de mercado común, sino específico. No es un producto con grandes audiencias, sino

que se requiere de un público iniciado en la inversión de su capital cultural (Bourdieu 1987). Al combinarse estos factores (el capital congelado, la oferta sin demanda y el público específico) y agregarse una pandemia con la capacidad de paralizar cualquier economía, en la del libro se evidenció la frágil estructura en la que subsiste la edición, especialmente la independiente. Frágil, y también muchas veces obsoleta.

Obsoleta porque se resiste a aprovechar las características positivas del extenso territorio que componemos los que hablamos español (CERLALC 2016). También una estructura que se resiste a enfrentar la realidad de un mercado global: si se quiere sobrevivir en el mundo de la publicación de libros y aportar a una bibliodiversidad que cada día se vuelve un poco más ciudadana del mundo, es necesario que estos sean leídos por más personas y lo más lejos posible de su lugar de origen (Colleu 2008; Hawthorne 2018). Algo que será muy difícil y hasta imposible de lograr si se continúan con tiradas de 300 ejemplares que buscan agotarse entre los conocidos cercanos al autor.

Ante el panorama incierto sobre el futuro de la edición independiente en México se vuelve necesario tomar medidas para sufragar los daños ocasionados por el paro económico. Si bien el final del año 2020 se dio con una pequeña recuperación de actividades y la vuelta a la circulación de libros en puntos de venta con la reapertura de librerías y las medidas de seguridad controladas, también se presentó un interesante fenómeno: el de la transformación digital.

Transformación digital es el nombre utilizado para identificar el proceso en el cual las organizaciones redefinen sus sistemas de trabajo y estrategias para obtener un mejor rendimiento al digitalizar sus acciones y establecer el uso de nuevas tecnologías (Schwab, Davis, y Nadella 2018). Ahora que la transformación digital es la realidad de muchos mercados, vemos un fuerte retraso tecnológico en las industrias creativas de menor tamaño, donde se encuentran los agentes independientes y pequeñas empresas culturales que forman la mayoría poblacional de los distintos sectores de la cultura y en la que pertenece la edición independiente (Pinhas 2013).

Cabe resaltar que, si este retraso digital no permeó al interior de algunas empresas culturales que sí han sabido adoptar y aprovechar la transformación digital, es porque estas tienen el perfil de las industrias que explotan a los productos culturales y creativos más con un fin mercanti-

lista que el de promover la libre expresión de las ideas y el engrandecimiento del espíritu humano (Schiffrin 2001). Esto se debe precisamente a que dichas empresas culturales y creativas han dedicado esfuerzos económicos y de capacitación de personal, así como la expansión de su plantilla con profesionales del sector de las TIC para adaptarse a un entorno digital cuando este se perfilaba como la siguiente opción en cuanto a la manipulación de procesos, pero persiguiendo un fin puramente económico (Bhaskar 2017).

La transformación digital impactó tanto nuestra vida como nuestra manera de consumir cultura (y de leer), así que no se debe hablar en pasado sino en presente y es donde radica uno de los grandes conflictos que se tienen en a la gestión editorial y el hacer cultura con las tecnologías de la información y la comunicación (CERLALC 2020; Parks 2017). En el campo artístico, cultural y creativo se habla de las TIC como un fenómeno que involucra internet, las redes sociales y la mensajería instantánea, quizá el video *streaming* y los videojuegos de nueva generación (que al momento de realizarse este trabajo estaba por estrenarse la octava), es decir, se mira sólo la cara que se da al público, pero no se entiende el trasfondo que representa la transformación digital para la industria cultural y en concreto, para la editorial independiente.

Podemos refutar que lo anterior solo hace referencia a que “los que tienen la guita para innovar son las transnacionales: ellas van a dar el primer paso; los que tienen que hacer punta son los que van a depender de eso dentro de diez años” (López Winne y Malumián 2016:146) y que el editor independiente es el verdadero impulsor de la bibliodiversidad, de acercar al lector títulos que desafíen su pensamiento crítico y amplíen sus fronteras literarias (Pinhas 2013). Sin embargo, la realidad actual de las pequeñas editoriales regionales apunta más a la supervivencia económica que al ejercicio arriesgado de apostar por nuevos autores, “tenemos desafíos más concretos, como conocer mejor la distribución, entender cuándo hay que reimprimir, afianzar las ventas al exterior... en ese contexto el *e-book* por ahora es secundario” (López Winne & Malumián, 2016, p. 147), es decir, el editor independiente se encuentra en la misma posición capitalista de un gran sello editorial y de igual forma lucha por la subsistencia económica (Martín B. 1987).

La diferencia es que una editorial grande busca diversificar sus ingresos echando mano de todos los recursos a su alcance mientras que una

pequeña editorial cierra sus posibilidades al terreno seguro de la edición impresa, sin innovar en sus procesos (Hawthorne 2018). Claro está que no todas las editoriales independientes se conforman con lo análogo, pero también es cierto que son pocos los que se arriesgan, porque “quizá el error más común de los editores es esperar que el libro digital se venda solo, [...] el *e-book* también necesita una inversión de tiempo y trabajo para una eficiente comercialización” (López Winne y Malumíán 2016:146), así se continúa en el terreno de lo comercial y se vuelve a presentar el conflicto que envuelve al desconocimiento de la transformación de procesos en la producción, distribución y comercialización del libro (Piccolini 2019).

Como la actividad que se encarga de llevar al público productos culturales desarrollados a partir de propiedades intelectuales, en su caso con formatos de lectura, la industria de la edición independiente puede aprovechar varios de los recursos que la digitalización de procesos trae consigo, como lo son la reducción de costos y un mayor conocimiento del mercado (Shatzkin y Riger 2019). Apropiarse de estos nuevos conocimientos no desplaza los saberes previos, pues la transformación digital se rige por la premisa de no descartar todo lo que se tiene, pero tampoco forzar a que funcione todo lo que ya se tiene (Schwab et al. 2018).

Como se comentaba, la pandemia trajo el fenómeno emergente de una transformación forzada: editoriales y librerías que antes evitaban todo lo que tenía que ver con redes sociales se vieron en la necesidad de abrir sus cuentas de Facebook e Instagram para tratar de colocar sus libros en las manos del público, encontrándose con una logística muy elaborada, con costosos envíos a costa del comprador pues no contaban con ningún convenio con paqueterías. Comenzaron a preguntarse cuáles son los mecanismos para vender a través de *Amazon*. Evaluaron la posibilidad de digitalizar algunos de sus títulos para distribuirlos a través de plataformas como *Kindle*, *Google Play Books* y *Apple Books*. Incluso optaron por regalar sus libros en PDF buscando visibilidad y la empatía de los lectores. Al final intentaron todas las estrategias que una vez detestaron, pero lo hicieron a ciegas.

Incluso algunas de las editoriales independientes más grandes de México (Almadía, Era y Sexto Piso) que podrían ser las que mejor enfrentarían la transformación digital, que se encuentran en grandes librerías de México, España, Argentina y Chile, que han exportado su sello para

operar en los principales núcleos de edición en español; evidenciaron la frágil estructura de la edición independiente y lanzaron una campaña de fondeo, ventas de emergencia y viralización de contenidos llamada “dependientes de lectores”, pues la pandemia los llevó al borde del colapso y la quiebra financiera (Almadía, Era, y Sexto piso 2020).

Ahora estas editoriales independientes (algunas de las que ya confesaron su dependencia) buscan el rescate por parte del Estado; mediante manifiestos y demandas al mecanismo cultural de gobierno exigen que se intervengan políticas públicas para que el sector de la edición independiente no muera, exigiendo partidas presupuestales especiales y la compra de sus catálogos completos para nutrir un sistema de bibliotecas abandonado. Piden, además, excepciones de impuestos especiales para paliar los estragos de la desaceleración económica y apoyo para la modernización del sector y mejorar la competencia. Pero piden, sobre todo, el reconocimiento del Estado hacia la cultura como una actividad esencial (CERLALC 2020).

Lo que están solicitando son fondos públicos para inversiones privadas (los pagos de salarios), compras gubernamentales de libros que sus propios editores declaran, nunca encontrarán un lector que los merezca, pero que ellos consideran deben existir, una manera elegante de decir que publican para ellos y no para un público (Schavelzon 2020). Piden no el rescate del sector, sino el aval del Estado para seguir operando como talleres personales disfrazados de editoriales independientes y convertirse en una suerte de trabajadores del gobierno que no rinde cuentas. Bajo el manto de pureza del que los editores independientes suelen cobijarse para defender una bibliodiversidad de textos magros e intimistas, niegan la realidad de que lo que publican no resulta de interés para el público, como se refleja en la gran cantidad de ejemplares que se mueren embodegados, los mismos que le quieren vender a la fuerza al Estado; si el lector no quiere esos libros entonces que los obliguen a comprarlos a través de sus impuestos.

Por eso el presente texto declara que la pandemia expuso lo que ya se sabía y no se quería admitir en la industria editorial independiente: en cuestiones de competencia va muy atrasada. Se publican libros que difícilmente alcanzarán un público y se suele culpar al mal gusto del lector y no al mal gusto del editor (Saferstein 2018). Y si bien la pandemia es un evento extraordinario que no podía ser previsto en cuanto a magnitud y

temporalidad, sí puede decirse que la economía de varias empresas culturales y específicamente del sector editorial (hablando del caso de México, pero no hay duda que sea el mismo panorama en otras latitudes) ya venían arrastrando una crisis financiera que era paliada con el día a día; alguna venta institucional, una coedición con alguna universidad; un pago atrasado; incluso una maquila de servicios profesionales salvadora que les permitía llegar al final de mes. Empresas, servicios, productos y cultura que no se encontraban en posición para iniciar una transformación digital se enfrentaron con un paro general de la economía al verse suspendidos los canales tradicionales de mercadeo.

El conflicto de lo digital en el libro

La modernidad y la adopción de sus productos, como la tecnología digital, nos obliga a cambiar la manera en que vivimos, pensamos, nos relacionamos y consumimos, todas ellas partes de la cultura y nuestras expresiones culturales, como la lectura. Las habilidades que hemos desarrollado a través de una vida de convivir con el libro de papel se ven en la necesidad de reinventarse al tomar un dispositivo electrónico y cargar un libro digital. Hojear el libro se reemplaza por el desplazamiento lateral. Cada libro se siente igual en nuestras manos, puesto que no sostenemos el libro *per se*, sino nuestro dispositivo móvil. Los números de página son un concepto abstracto puesto que la extensión del libro digital está calculada en número de caracteres desplegados en pantalla, lo cual es dinámico en función del tamaño de letra que seleccionemos “eso puede resultar un problema para los académicos: es difícil consignar adecuadamente una referencia si no se tienen los números de página” (Parks 2017:17).

Lo importante de un libro es lo que contiene, el poseerlo sin leerlo quizá nos permita proyectar una imagen culta ante los familiares y amigos que contemplan nuestra biblioteca personal, pero no aporta nada más al pensamiento crítico tan necesario en una sociedad como la nuestra. Sólo al terminar los libros y comprenderlos, es que realmente se puede decir que un libro nos pertenece, algo ajeno a la propiedad del libro como objeto. Así, al no ser poseedores de un objeto tangible, el libro electrónico parece ser más coherente con el fin primordial del *libro*, la transmisión de conocimiento “sin dar ninguna gratificación fetichista a medida que tapizamos nuestras paredes con nombres famosos” (Parks 2017:15).

Ciertamente el libro electrónico vive en la metáfora de lo que representa el *libro* como transmisor, más no como objeto, por ello se entiende el rechazo que el amante del libro le profesa a lo que tenga que ver con digitalizar de alguna manera su mundo conocido, lo cual puede verse extendido a otros grados de coleccionismo, como los amantes de la música del cine contra los servicios de *streaming*. “¿Qué es lo que estos literatos tienen miedo de perder si la novela en papel realmente entra en declive [...] con suerte no es la calidad del papel lo que determina nuestro gusto por los clásicos” (Parks 2017:12).

Desde la perspectiva de la gestión editorial; si discutimos la necesidad de formar una sociedad crítica e informada, ¿qué clase de oportunidades, en forma de productos libros, les estamos ofreciendo? ¿son las nuevas tecnologías de la información una posibilidad para permitir el libre acceso a la cultura, es decir a su democratización, sorteando las debilidades y amenazas que los medios análogos llevan a cuevas? ¿Las debilidades y amenazas propias de transformación digital impiden la apropiación de sus saberes y herramientas en pro de una mayor bibliodiversidad? Tal vez las posturas conservadoras en cuanto a la forma en que desarrollamos libros son más parte del problema que de la solución. Debemos reflexionar sobre las oportunidades que perdemos debido al culto al objeto que podrá estar ahí, para la posteridad, con el envoltorio plástico con el que salió de la imprenta y comenzar a pensar en nuestros usuarios-consumidores, pues son ellos los que en realidad mantienen vivo un mercado. Ahí están los *best-sellers* en todas sus formas, desde recetarios de cocina de la dieta keto hasta los libros de autoayuda que demuestran un mercado editorial vivo, quizá no el que desea el editor independiente, pero que tampoco se esfuerza mucho por aproximarse al gran público y lo responsabiliza por su poca dispersión del catálogo (Horkheimer y Adorno 2016).

Transformación digital en la industria editorial

Se cree que la transformación digital es obligarse a vender en *Amazon* o convertir el catálogo a *E pub*, cuando estos son solo dos pequeñas partes (y muy opcionales) de lo que implica una transformación digital. Se refiere más a cambiar la manera de trabajar; adoptar las tecnologías de la información y la comunicación. Escuchar a nuestros lectores, pero también a nuestros libros, pues si bien el comercio siempre ha generado datos, ahora son un recurso tan valioso como el producto que se busca

posicionar. Los llamados Metadatos son la información que está detrás del dato principal (en este caso, la propiedad intelectual y), describen el contenido, calidad, condiciones, historia, disponibilidad y otras características, en este caso, de los libros.

A partir de la llegada al mercado de dispositivos de lectura en pantalla como el Kindle y el iPad, el mundo editorial ha vivido una lucha interna respecto a la sustitución del negocio de los libros impresos por el de los e-books. Tenían en mente el ejemplo de las consecuencias que trajo para la industria musical la digitalización. En la última década las iniciativas por introducir e-books en el mercado no han sido más que tímidos intentos. El libro es un rival muy serio, tecnológicamente hablando. Es también alta tecnología y una ergonomía probada a lo largo de los siglos (Levine 2013).

La edición independiente debe abordar las nuevas tecnologías de la información como herramientas para la difusión y el desarrollo cultural como el medio que se estaba esperando para lograr una auténtica apropiación de la cultura con los grandes públicos. Pese a ello, en el medio existe resistencia en cuanto a su aplicación como eje rector en un proyecto de gestión editorial por considerar que la digitalización suprime el carácter artesanal y humano de los procesos (Levine 2013). Se suele tener una mirada al pasado en cuanto al hacer libros que aporten a la bibliodiversidad se refiere, donde los productos culturales que emplean procesos digitales presentan resistencia para su apropiación por un gremio que procura la conservación del patrimonio como un objeto de contemplación (Giménez 2005), minimizando las nuevas expresiones culturales y rehuyendo a canales de difusión relacionados con tecnologías disruptivas.

Claro que el acceso a internet es un privilegio de clase y claro que hoy en día existe más gente sin acceso a servicios básicos que a una conexión de banda ancha (al momento de redactarse este trabajo se atravesaba por la pandemia de COVID-19, la cual se convirtió rápidamente en un ejercicio empírico de limitación para el acceso a la cultura digital) pero eso solo demuestra la desigualdad social en el acceso a una vida digna y sus servicios básicos para satisfacerla, en la cual el performance, el poemario cartonero y los conciertos de arpa, es decir expresiones artísticas más tradicionales, no forman parte de la canasta básica. Abordar el tema de las nuevas tecnologías en el campo de la cultura causa molestia entre las

mentes más conservadoras y de las que abundan en el tradicional ambiente editorial.

El editor independiente debe aprender que los nuevos (y ya no tan nuevos) territorios digitales no están en conflicto con las expresiones tradicionales de la cultura (Baricco 2017). No rechazan las bellas artes como el teatro o la literatura; no se roban a sus escasos públicos para sumirlos en una espiral de consumo. En el esfuerzo de hacer el acceso a la cultura una verdadera acción democrática no se puede ignorar al público que también consume cultura a través de una pantalla. Las aldeas digitales desarrollaron su propia manera de recibir experiencias, le toca al editor independiente generar contenidos y quizá, algún día volver a convocar lectores para volver a las tiradas de veinte mil ejemplares.

Bibliografía

- Almadía, Era, y Sexto piso. 2020. “Dependientes de lectores”. Recuperado el 21 de diciembre de 2020 (<https://www.dependientesdelectores.mx/>).
- Baricco, Alessandro. 2017. *Los bárbaros: ensayo sobre la mutación*. Barcelona: Anagrama.
- Bhaskar, Michael. 2017. *Curaduría: el poder de la selección en un mundo de excesos*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu, Pierre. 1987. “Los Tres Estados del Capital Cultural”. *Sociológica (México)* 2(5):11–17.
- CERLALC. 2016. “Cultura y Desarrollo. Agenda 2030. Plan de trabajo regional de Cultura para América Latina y el Caribe. LAC UNESCO 2016-2021”. Recuperado el 11 de mayo de 2020 (<https://cerlalc.org/publicaciones/cultura-y-desarrollo-agenda-2030-plan-de-trabajo-regional-de-cultura-para-america-latina-y-el-caribe-lac-unesco-2016-2021/>).

- CERLALC. 2020. “Dosier Lectura en papel vs. lectura en pantalla”. *Cerlalc*. Recuperado el 11 de mayo de 2020 (<https://cerlalc.org/publicaciones/dosier-lectura-en-papel-vs-lectura-en-pantalla/>).
- CERLALC. 2020. “El sector editorial iberoamericano y la emergencia del COVID-19”. Recuperado el 21 de diciembre de 2020 (<https://cerlalc.org/publicaciones/el-sector-editorial-iberoamericano-y-la-emergencia-del-covid-19/>).
- Colleu, Gilles. 2008. *La edición independiente como herramienta protagónica de la bibliodiversidad*. Buenos Aires: La Marca Editora.
- García Canclini, Néstor, y Ernesto Piedras. 2008. *Las industrias culturales y el desarrollo de México*. 2. ed. México: Siglo XXI.
- Hawthorne, Susan. 2018. *BIBLIODIVERSIDAD: un manifiesto para las editoriales independientes*. primera edición. Bogotá: TEIC.
- Horkheimer, Max, y Theodor W. Adorno. 2016. *Dialéctica de la Ilustración: fragmentos filosóficos*. Madrid: Trotta.
- Levine, Robert. 2013. *Parásitos*. Barcelona: Ariel.
- López Winne, Hernán, y Víctor Malumíán. 2016. *Independientes, ¿de qué? hablan los editores de América Latina*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Martín B., Jesús. 1987. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. México: Ediciones G. Gili.
- Parks, Tim. 2017. *Desde aquí leo: miradas al cambiante mundo del libro*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Piccolini, Patricia. 2019. *De la idea al libro un manual para la gestión de proyectos editoriales*.
- Piedras, Ernesto. 2004. *¿Cuánto vale la cultura?: contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*. México, D.F.: CONACULTA.
- Pinhas, Luc. 2013. “La reivindicación de la independencia editorial ante las políticas públicas del libro: ¿qué impacto?” *Revista Comunicación y Medios* (27):66–78.

- Saferstein, Ezequiel Andrés. 2018. “Entrenarse para vender libros. Condiciones para el desarrollo del sentido práctico de los editores de los grandes grupos en Argentina”. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales* 9(1):100–125.
- Schavelzon, Guillermo. 2020. “Ante la emergencia: una propuesta concreta para los escritores y todo el ecosistema del libro”. *El blog de Guillermo Schavelzon*. Recuperado el 21 de diciembre de 2020 (<https://elblogdeguillermoschavelzon.wordpress.com/2020/03/25/ante-la-emergencia-una-propuesta-concreta-para-los-escritores-y-todo-el-ecosistema-del-libro/>).
- Schiffirin, André. 2001. *La edición sin editores: las grandes corporaciones y la cultura*. España: Ediciones Era.
- Schwab, Klaus, Nicholas Davis, y Satya Nadella. 2018. *Shaping the Future of the Fourth Industrial Revolution*. New York: Currency.
- Shatzkin, Mike, y Robert P. Riger. 2019. *The book business*. New York, NY: Oxford University Press.