



HACER LIBROS EN MÉXICO: ENTRE LO PÚBLICO Y LO PRIVADO

UN ANÁLISIS A LA LABOR CREATIVA DE LA INDUSTRIA EDITORIAL MEXICANA DESDE EL SECTOR INDEPENDIENTE Y SU RELACIÓN CON ESTADO. TEXTOFILIA EDICIONES, SEXTO PISO Y NITRO PRESS, Y LA INTERVENCIÓN PÚBLICA INDIRECTA DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE PUBLICACIONES.

TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE DOCTOR EN CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

PRESENTA

David González Tolosa

DIRECTOR DE TESIS

Dr. Jorge Lionel Galindo Monteagudo

COMITÉ TUTORAL

Dr. Alejandro Araujo Pardo

Dr. Sebastián Rivera Mir

PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

FECHA DE PRESENTACIÓN DE EXAMEN: 23 de julio de 2019

SINODALES: Dr. Alejandro Araujo Pardo
Dr. André Dorcé Ramos
Dr. Sebastián Rivera Mir

AGRADECIMIENTOS

Esta tesis investiga los vínculos de cooperación y las redes sociales a través de las cuales se vuelve posible un libro, quizá por ese motivo me encuentro plenamente convencido de que esta investigación depende de muchas personas e instituciones. Comulgo con Howard S. Becker cuando argumenta que los trabajos que a menudo son considerados empresas individuales en realidad son resultado de la actividad conjunta de una serie de personas, personas que pueden estar conscientes, o no, de que aquello que en cierto momento están realizando produce efectos prácticos destinados a concretarse en un producto específico, en este caso mi investigación. Nunca es suficiente la enorme cuota de concentración que se requiere para la escritura de un producto como éste; las ideas y las intuiciones que provocaron mi escritura quedarían incompletas e insabidas sino fuera por intervención de todos aquellos que me acompañaron en este proceso. A todas ellas mi más sincero cariño y gratitud.

Me disculpo si no puedo dar gracias de forma detallada a todos y cada uno de los que participaron en este proceso, el listado sería eterno. Sin embargo, hay personas que no puedo dejar de mencionar. A Dinna, Dinnaru y Sergio, mi familia, ellos me han apoyado en mi amor desmedido a los libros. A Jorge Galindo, Alejandro Araujo, André Dorcé y Sebastián Rivera, sus comentarios y observaciones reorientaron en diversos momentos el sentido de esta tesis y confiaron en mi investigación. A Juan Antonio, quien me acompañó en momentos cruciales de la escritura y que me convidó sin dudarlo, de sus conocimientos. A mis alumnos que, sin saberlo, me ayudaron en clase a esclarecer muchos de los temas que desarrollé en estas páginas; sus dudas y observaciones sin duda aclararon mi propio pensamiento con respecto a cómo abordar mi interés investigativo. No puedo cerrar este listado sin agradecer a Mario Barbosa y a mis compañeros Luis, Mireya, Guadalupe y Nancy, que gracias a su apoyo este ciclo por fin pudo cumplirse.

INTRODUCCIÓN	8
1.1. Delimitación de la investigación: las editoriales independientes y los programas estatales a la producción editorial.....	14
1.2. La aproximación teórica: industria cultural y labor creativa.....	21
1.3 Metodología: entrevistas y revisión de documentos.....	22
1.4 Esquema de la tesis.....	23
CAPITULO I. Propuesta conceptual para el análisis de la industria editorial: <i>industrias culturales, labor creativa, actividad colectiva y convenciones</i>	25
1. INDUSTRIAS CULTURALES.....	26
1.1. <i>Los orígenes del concepto: la Escuela de Frankfurt</i>	26
1.2. <i>La modificación del concepto: de industria cultural a industrias culturales</i>	28
1.3. <i>La aproximación teórica en esta investigación</i>	31
2. LABOR CREATIVA.....	35
2.1. <i>¿Qué implica creatividad?</i>	36
2.2. <i>El marco de análisis de la labor creativa: la producción cultural</i>	38
2.3. <i>La especificidad de la labor creativa: la autonomía creativa</i>	42
2.4. <i>La especificidad de la labor creativa: la división y la organización laboral</i>	44
3. ACTIVIDAD COLECTIVA Y CONVENCIONES.....	46
3.1. <i>Mundos de arte</i>	47
3.2. <i>Actividad colectiva</i>	50
3.3. <i>Convenciones</i>	52
CAPÍTULO II. La industria editorial: un acercamiento a sus tendencias generales y específicas	55
1. LAS TENDENCIAS DE LA INDUSTRIA EDITORIAL A NIVEL MUNDIAL.....	57

	2. LAS ESPECIFICIDADES DE LA INDUSTRIA EDITORIAL EN MÉXICO: EL SECTOR CORPORATIVO Y EL SECTOR INDEPENDIENTE.....	63
	2.1. <i>Tendencias actuales de la industria editorial en México</i>	68
	2.2 <i>Las tendencias específicas del sector editorial independiente: características y elementos básicos para el análisis</i>	72
CAPÍTULO III.	La política cultural y su relación con la industria editorial: de las tendencias generales de intervención pública a la particularidad de la DGP	84
	1. EL MARCO GENERAL DE ACCIÓN DE LA INTERVENCIÓN PÚBLICA INDIRECTA DE LA DGP: POLÍTICAS CULTURALES FRENTE A LAS INDUSTRIAS CULTURALES.....	88
	1.1. <i>La relación de las políticas culturales y las industrias culturales en el marco de la diversidad cultural</i>	90
	1.2. <i>Tendencias específicas de las políticas culturales en México</i>	95
	2. EL PROGRAMA DE COEDICIONES Y SU INTERVENCIÓN EN LA INDUSTRIA EDITORIAL NACIONAL.....	103
	2.1. <i>La Dirección General de Publicaciones y sus marcos de acción como política cultural</i>	103
	2.2. <i>El Programa de Coediciones y el mantenimiento de la bibliodiversidad: resultados y límites</i>	107
CAPÍTULO IV.	Acercamiento a la estructura, organización y gestión de la labor creativa en Textofilia, Sexto Piso y Nitro Press	115
	1. LA CONFORMACIÓN DE TEXTOFILIA, SEXTO PISO Y NITRO PRESS COMO ORGANIZACIONES EDITORIALES.....	118
	1.1. <i>Textofilia</i>	118
	1.2. <i>Sexto Piso</i>	123
	1.3. <i>Nitro Press</i>	130
	2. LA DIVISIÓN Y LA ORGANIZACIÓN LABORAL.....	134
	2.1. <i>Filtrado</i>	137
	2.2. <i>Amplificación</i>	148
	2.3. <i>Coordinación de la labor creativa</i>	156

3.	ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE LAS FUNCIONES EDITORIALES Y LA LABOR CREATIVA.....	162
3.1.	<i>Administración creativa</i>	166
3.2.	<i>Movilización de los recursos laborales</i>	178
CAPÍTULO V.	Las editoriales independientes ante la intervención pública indirecta: los recursos públicos, los esquemas de coedición y la labor creativa	192
1.	LA FUNCIÓN Y LA LÓGICA DE LA INTERVENCIÓN PÚBLICA INDIRECTA EN LAS EDITORIALES INDEPENDIENTES.....	197
1.1.	<i>La construcción del catálogo a través de los fondos de la intervención pública en Textofilia Ediciones, Sexto Piso y Nitro Press</i>	202
1.2.	<i>La adaptación de la labor creativa y las funciones editoriales ante la intervención pública</i>	218
2.	PROGRAMA DE COEDICIONES DE LA DGP Y LAS EDITORIALES INDEPENDIENTES: EL CASO DE TEXTOFILIA EDICIONES, SEXTO PISO Y NITRO PRESS.....	226
2.1	<i>La incidencia del Programa de Coediciones de la DGP en la constitución de los catálogos y la ejecución de la labor creativa</i>	228
2.2	<i>El programa de coediciones de la DGP: el Estado como “administrador creativo”</i>	237
	CONCLUSIONES	254
	<i>La dimensión de análisis</i>	255
	<i>El marco de análisis, la puesta en acción y sus hallazgos</i>	258
	<i>Entonces, ¿independientes por qué y de qué?</i>	263
	BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN	267

Si la edición es conocimiento de los hombres, la edición no es sólo relación cotidiana e intercambio con autores y colaboradores: es también viajar, es también la curiosidad de nuevos encuentros. Conocer a una persona nueva e inteligente es un acontecimiento extraordinario, no es cosa de todos los días [...] Un encuentro intelectual sorprendente, emocionante, es ya en cierto sentido una relación con un autor, con un posible autor. Cuando digo autor no pienso en nada sacralizado; no pienso en una figura mítica que el editor debe limitarse a descubrir, pulir y venerar como una piedra preciosa o imagen santa. Pienso justamente en esa trama de relaciones y encuentros en la cual las personas crecen, las ideas se intercambian, piensan en un trabajo recíproco, algo muy concreto y material. Pienso en ideologías y temperamentos incluso opuestos. Pienso en un catálogo que encuentra sus grandes articulaciones en algunos que se convierten en símbolos, recorridos reconocibles y necesarios.

—Giulio Einaudi

INTRODUCCIÓN

Kenya Bello y Marina Garone, en el texto de presentación de lo que quizá sea la obra más extensa y completa sobre las prácticas editoriales y de lectura a lo largo del siglo XX mexicano, *El libro multiplicado* (en prensa), apuntan que los estudios sobre lo impreso en México —particularmente el libro, la industria editorial, y las prácticas de producción y recepción— se han decantado por la exploración de los periodos anteriores al siglo XX. Y sin embargo, como las mismas autoras señalan, a pesar de la preeminencia de estos análisis centrados en el periodo colonial y del primer siglo del México independiente, existen esfuerzos académicos — coordinados por diversas instituciones y emprendimientos individuales— que buscan registrar y dar cuenta de la actividad editorial en nuestro país a lo largo del siglo pasado y, en ocasiones, el actual. Muchos de estos esfuerzos referidos por Bello y Garone, se enuncian desde la historiografía en sus ramificaciones de historia intelectual, historia cultural e historia de las ideas, principalmente; también se encuentran, aunque en menor proporción, aproximaciones desde la sociología, literatura y bibliología. De estas investigaciones descritas por las también coordinadoras de *El libro multiplicado*, la gran mayoría está avocada al análisis de instituciones y organizaciones público-estatales —particularmente la SEP— y particulares —editoriales privadas, movimientos sociales, etc.—.

Se puede decir, a partir de lo descrito por Bello y Garone, que si bien la investigación sobre la actividad editorial del siglo pasado y contemporánea se encuentra en franca expansión y consolidación aún falta mucho por explorar, averiguar y explicar sobre la actividad editorial en nuestro país, sobre todo en su momento actual: una actividad dominada por las grandes transnacionales editoriales y el Estado; pero también con una presencia y participación cada vez

más notoria de sellos independientes tanto nacionales como extranjeros en el mercado del libro. La tesis que a continuación se presenta se plantea como un aporte a estas discusiones entorno a los estudios sobre la edición y el libro, y que ya van cobrando cuerpo en diferentes instituciones educativas y de investigación en México.

La aproximación que se ofrece en esta investigación está planteada desde la teoría de las industrias culturales en una clave sociológica. ¿A qué me refiero con esto anterior? Me interesa describir al mundo editorial desde su configuración como industria cultural, como una práctica socio-simbólica que está mediada por necesidades mercantiles, exigencias económicas y de otra índole como pueden ser los intereses estatales. Esta mediación no se puede entender si no se introduce la dimensión social de esta actividad: agentes tanto al interior como al exterior del sector editorial que interpretan, aplican, modifican, definen y negocian las diversas exigencias que orbitan alrededor de las actividades particulares y las cuales lo definen como tal, y que por supuesto también son llevadas a cabo por diversos agentes que cubren un número muy diverso de funciones y actividades. Teniendo en cuenta esto anterior, lo que se desarrollará a lo largo de las siguientes páginas se pueden comprender como una investigación de las prácticas editoriales contemporáneas en México desde la lógica de la producción cultural industrializada, sino como un aporte a las investigaciones en torno a las industrias culturales a partir de la introducción de dimensiones sociológicas de análisis que se aproximarán a las editoriales como organizaciones sociales pero también industriales y económicas que se integran y conviven con otras organizaciones similares. De esta manera, aunque lo desarrollaré con mayor detalle en el primer capítulo de esta investigación, me parece pertinente apuntalar por qué examinar al mundo editorial desde la lógica de la producción cultural industrializada.

El mundo editorial contemporáneo encuentra sus formas esenciales al interior de la producción industrializada. La actividad editorial forma parte de un tipo muy particular de industrias que son denominadas como “industrias culturales”; éstas se distinguen de otro tipo de industrias ya que se encargan de transformar,

diseminar y generar ganancias a partir del uso, la manipulación y la difusión de los contenidos simbólicos, las formas de representación y recursos culturales de ciertos grupos sociales a través de diversos medios de comunicación masivos. Así que, para hablar y pensar sobre la industria editorial es necesario dimensionarla desde el concepto de *industrias culturales*. Este concepto, tanto modelo teórico como objeto concreto de estudio, ha sido aplicado desde muy diversos posicionamientos y contextos para tratar de explicar las cambiantes formas en las cuales las sociedades va orientando su producción simbólica, tanto en su manufacturación como en su circulación y consumo. A 80 años de su primera aparición en el ya clásico ensayo de M. Horkheimer y Th. Adorno, “La industria cultural. La ilustración como engaño de masas” (1944), el concepto se ha orientando en una gran diversidad de discusiones, investigaciones y análisis, y sólo por mencionar algunas de los más recurrentes: análisis de la formación de identidades y el consumo cultural, crítica a la mercantilización de la cultura, y análisis, desarrollo e implementación de políticas públicas.

El término se ha desplegado en una gran variedad de dimensiones al tiempo que genera modelos explicativos para cada una de las coyunturas en las que se sitúa. No es descabellado afirmar que pocos son los temas, problemas y fenómenos relacionados con las formas contemporáneas de producción cultural en donde el concepto de *industrias culturales* no se haya colado para emitir algún diagnóstico, apunte o análisis. La gran variedad de perspectivas que hacen uso del término —sociología cultural, economía política de cultura, economía cultural, estudios culturales e inclusive la filosofía— para explorar los distintos fenómenos relacionados con la producción simbólica en el capitalismo contemporáneo por lo general se concentran en dos polos de análisis: el primero, y en el que se concentran el grueso de las investigaciones, es el examen de las tendencias generales y específicas relacionadas con la producción, la circulación y el consumo cultural;¹ el segundo, con una menor presencia, son los análisis de las condiciones internas de la producción cultural y los arreglos sociales que existen al

¹ Participación económica, mercado, características de la mercancía cultural, el impacto de los medios masivos de comunicación en la conformación de las identidades individuales y colectivas, la conformación de la esfera pública, etcétera.

interior de las organizaciones que producen la mercancía cultural, las condiciones laborales de aquellos que participan en la producción de este tipo de mercancías, la redistribución del poder y el conocimiento, y la reinterpretación de lo simbólico en las actividades laborales del día a día.

La intensión de la investigación que aquí se desarrolla es la de integrar estos dos polos de la investigación para el análisis de las industrias culturales a partir de la observación de un sector que ha ido cobrando relevancia en los últimos 10 años: el sector editorial independiente. De esta manera, me interesa proponer una tesis donde se implemente un análisis al mundo social interno de las organizaciones editoriales independientes, un acercamiento a sus formas de producción desde la conformación de ciertas lógicas de organización social, hasta las formas en que se integran los conocimientos individuales y las actividades colectivas que garantizan la producción de la mercancía que le es distintiva como industria cultural: el libro. Me interesa constituir un análisis donde se privilegie la labor interna de las editoriales como objeto central de estudio, pero donde no se deje de lado las lógicas externas —económicas, corporativas y estatales— que determinan la naturaleza más general de la industria editorial junto con otras formas de pertenencia y formas de operación como puede ser el caso particular del sector independiente de la producción editorial.

De forma general, la industria editorial está constituida por una serie de prácticas sociales que están concentradas alrededor de un modelo de producción que tiene como objetivo crear “[...] productos culturales que entran en el ámbito público [además de que] forma parte de la producción de un discurso y un conocimiento conforme a su constitución social y sus fundamentos institucionales” (Bhaskar, 2014, pp. 34-35). Esta industria, señala Fernando Escalante, no sólo está comprendida por aquellos que publican (editores y editoriales) y aquellos que proporcionan los contenidos (autores), también está compuesta, y complementa sus actividades, a través de las labores que llevan a cabo las librerías y la prensa; y en las actividades que se centran en los públicos, los derechos de autor, las políticas públicas y el mercado (2007, p. 11-13); todos estas funciones se

encuentran abocadas a la filtración, amplificación y distribución de los productos que se generan en ésta. Esta industria no sólo se encuentra mediada por las lógicas de mercado sino también por una serie de relaciones socioculturales — internas y externas a la misma— que moldean las dinámicas de consumo, producción y circulación del libro; estas relaciones están determinadas históricamente y en ellas los lectores y productores han moldeado y compartido dispositivos, comportamientos, actitudes y significados entorno al libro.

En nuestro país estas relaciones de producción, distribución y recepción, además de estar marcadas por estas exigencias del mercado y las ya señaladas en el párrafo anterior, también se encuentran determinadas por la presencia del Estado a través de diversas instituciones y organismos que tienen una participación activa en el sector editorial a través de compras, programas de fomento a la lectura y producción, y políticas culturales. La actividad estatal dentro de la industria editorial mexicana es palpable, principalmente en las actividades de producción y comercialización. Hasta el 2014 —según las estadísticas más recientes de la Cámara Nacional de la Industria Editorial— de los 306 millones de ejemplares que se imprimieron ese año, el 54% (165 millones de ejemplares) correspondió a la producción del sector público (Caniem, 2015). Mientras que del total del ejemplares producidos por el sector privado (141 millones de ejemplares), el 34% (48 millones de ejemplares) fueron adquiridos por el gobierno — principalmente para los programas de Bibliotecas de Aula y libros de texto gratuito para la educación secundaria— convirtiendo al gobierno en la principal fuente de ingresos y canal de ventas del sector privado.

Por supuesto la intervención pública en la industria del libro no está restringida a las actividades de producción y comercialización, también está en sus manos la generación de políticas públicas culturales que promuevan e impulsen la lectura y el consumo del libro,² y que además fomenten la producción editorial de la

² Según un estudio realizado por el Instituto de Estudios Educativos y Sindicales de América en el 2012 titulado *La educación básica en el nuevo milenio*, de la totalidad de alumnos inscritos en la educación básica el 94% está matriculado en alguna escuela pública —dependiente de los estados locales o federal—. Como señala Daniel Goldin en la introducción al libro *Encuesta Nacional de Lectura. Informes y evaluaciones: la escuela es la única institución socialmente obligada a la formación de lectores y el dominio de la*

industria a través de incentivos fiscales, becas, apoyos económicos y participación como coeditores. Desde el Estado se han desarrollado una serie de estrategias como la Ley del libro, el Programa Nacional de Lectura y Bibliotecas Escolares y el Programa de Bibliotecas de Aula, no sólo con el fin de ampliar la capacidad lectora y fortalecer el mercado desde políticas públicas y culturales sino de garantizar el acceso a las mercancías culturales que se están produciendo —mediante el fortalecimiento de la población lectora y también poder acceder o adquirir de manera más fácil el libro—. La presencia del Estado permea las estructuras de producción y circulación de los libros en nuestro país desde la misma constitución de la industria editorial.

No resulta gratuito, entonces, que la mayoría de las investigaciones que tienen interés de analizar a la industria editorial en nuestro país —siguiendo las tendencias de otras industrias culturales— se concentren en las prácticas industriales y de mercado, haciendo énfasis particular en la participación pública: su incidencia económica, la producción de libros que realiza, el tipo de libros que compra y distribuye, etcétera. Se centran en las relaciones a gran escala —empresas, corporaciones e instituciones estatales— y de cierta forma, relegan la comprensión de las formas en que se organiza socialmente la relación entre la actividad editorial estatal y la privada: la división laboral, la definición de roles, las actividades que se llevan a cabo, las maneras en que las políticas estatales inciden en la organización social de la producción, etcétera. Vale la pena señalar que además se privilegia el estudio de los libros de texto y su peso dentro de la configuración de la industria editorial, haciendo de lado otros tipos de libros que el Estado también produce, promueve y distribuye a través de la intervención pública.³

lectura, entonces se asume que el Estado al ser el principal educador en el país se puede decir que la exigencia social sobre la formación de lectores e impulso a la lectura recae sobre de él.

³ Este tipo de análisis se pueden situar en una tradición analítica de las industrias culturales que David Hesmondhalgh (2012 [2005], pp.38-40) denomina como “economía política de la cultura”, en éste se destaca la naturaleza de los bienes públicos y privados, la naturaleza distintiva de las mercancías culturales y las lógicas industriales que se generan a partir de este tipo de mercancía (la relación entre producción y reproducción, las lógicas de integración vertical y horizontal, la generación de escases artificial, etc.),

1.1 Delimitación de la investigación: las editoriales independientes y los programas estatales para la producción editorial

Se reconoce en efecto, que para poder emprender un análisis de la industria editorial en México desde la perspectiva de las industrias culturales es necesario plantearse la relación que ésta entabla con el Estado, pero también se deben de reconocer los límites de este tipo de aproximaciones al concentrarse primordialmente en el análisis de las organizaciones comerciales y sus prácticas, y en la comprensión de los marcos institucionales que regulan la producción y circulación de las mercancías. El interés de esta tesis es integrar a este enfoque general una perspectiva que se centre en la ubicación y la descripción de las interacciones sociales que se establecen al interior de la industria editorial, como es el sector independiente, a partir de su interacción con ciertas instituciones y organismos públicos enfocados a la promoción y fomento editorial. ¿Por qué?

Me parece primordial observar, como ya se señaló al principio de esta introducción, cómo una organización industrial como es la editorial, establece ciertas lógicas de producción que exigen cierto tipo de organización y distribución social, ciertos tipos de interacción e integración de conocimientos y actividades para lograr producir la mercancía que le es distintiva, en este caso el libro. También creo que para poder dimensionar de una forma mucho más amplia cómo es que la actividad pública del Estado mexicano se relaciona con la producción editorial del sector privado es necesario determinar cómo ésta puede afectar o no, la organización interna de los espacios donde está interviniendo. Lo que se busca en esta investigación, más allá de comprobar cuantitativamente la intervención

además de analizar el balance que se establece entre la iniciativa privada y la intervención pública, y las variación en los roles del Estado, las corporaciones y los medios de comunicación al interior de la producción cultural. Esta veta de análisis, si bien reconoce la naturaleza distintiva de las industrias culturales y la forma en que se organizan diversos actores institucionales para incidir no sólo en este tipo de industrias, sino también en la forma en que circulan y se producen los contenidos simbólicos, la economía política de la cultura falla en analizar —de acuerdo al propio Hesmondhalgh— las condiciones en las que se encuentran en los trabajadores al interior de estas organizaciones y las maneras en que se organizan y relacionan como resultado del establecimiento de estas dinámicas estructurales que van modificando las prácticas sociales y sus entornos laborales.

estatal en la iniciativa privada y los tipos de relaciones institucionales que se constituyen —que en efecto, es primordial—, es determinar el tipo de agentes sociales al interior del sector editorial que posibilitan la relación editorial entre industria y el Estado: los vínculos que se establecen, los conocimientos y formas de trabajo que se comparten, las relaciones laborales que se entablan y las relaciones de producción que se generan a partir de esta vinculación.

Queda claro que no se pueden abarcar todos los ámbitos en donde la intervención pública se hace presente en relación con la industria editorial, es por esto anterior que me concentraré en un solo sector con el fin de ubicar una acción concreta de la intervención estatal que sea común a este sector. Este sector, como ya se señaló, será el independiente. ¿Por qué?

La industria editorial, de forma general en nuestro país —aunque también es una tendencia internacional— está compuesta por varias compañías cuya procedencia y objetivos pueden ser de lo más variado: encontramos a las organizaciones editoriales que tienen capital extranjero o son filiales de los grandes corporativos transnacionales y se dedican a la publicación exclusiva de literatura y otras que además publican materiales educativos, ofrecen servicios editoriales a terceros —tanto a otras entidades privadas como al sector gubernamental—, también están las que son de capital local y cuya labor, al igual que las transnacionales, se puede focalizar exclusivamente a la producción de libros de literatura o bien, a la producción de materiales educativos y promoción de servicios editoriales a terceros. Además de estas empresas dedicadas a la producción, también la industria editorial está compuesta por aquellas dedicadas a la distribución y la venta de los libros que pueden ser de todo tipo y cubrir diferentes segmentos de mercado que no necesariamente están relacionados con la adquisición directa por parte de un lector.

El sector editorial independiente representa una parte de este gran entramado que es la industria editorial,⁴ y se distingue por agrupar aquellas empresas que no pertenecen ni a los corporativos editoriales transnacionales ni a los nacionales y que, además, buscan de forma deliberada, ofrecer materiales que no se ubiquen en la lógica de publicaciones de esas corporaciones.⁵ Es necesario señalar que este sector no es para nada homogéneo como señala Alejandro Dujvone, en una entrevista al diario *La Nación* de Argentina, entre las editoriales independientes

[...] hay una enorme heterogeneidad [...] Hay editoriales que han tenido un gran nivel de profesionalización [...] y manejan muy bien todos los aspectos de la producción y la comercialización [...] Hay otras que, en términos de distribución, de catálogos o de cantidad de ejemplares publicados, todavía están en un proceso de desarrollo (Gigena, 2017).

Esta misma apreciación es aplicable a nuestro país. En un rápido vistazo a los eventos donde se congregan las editoriales de este tipo —ferias del libro independiente, sobre todo— se puede observar que coexisten en este sector editoriales que van desde la manufactura artesanal, cuyo circuito comercial se reduce a esos espacios de venta directa, pasando por editoriales con tirajes medios —500 y 1000 ejemplares— y cuyos puntos de venta están delimitados a ciertas librerías que se encuentran interesados en su material, hasta llegar a las editoriales que tienen una producción mucho más extensa —de 1000 a 2000 ejemplares—, siendo sus alcances comerciales mucho más amplios y así permitiéndoles compartir el mercado editorial, no sin cierta desventaja, con las editoriales corporativas. A pesar de las enormes diferencias y divergencias en las lógicas de producción y comercialización entre las editoriales independientes se debe reconocer un rasgo de semejanza: no pueden asegurar una rentabilidad inmediata. Al no proponer títulos que se ajusten a las exigencias de mercado más

⁴ En nuestro país no existen cifras con respecto a la participación de las editoriales independientes en el mercado editorial, tampoco hay un registro exacto de la cantidad de este tipo de editoriales en México pero se estima que sus podría existir, según Horacio Romero (2014), casi mil sellos.

⁵ Ésta es una definición provisional. En el capítulo dos se desarrollará una definición mucho más amplia y problemática de este tipo de editoriales.

comunes y populares,⁶ ni tener la infraestructura de difusión y comercialización de las grandes organizaciones editoriales corporativas, no poseen la perspectiva de ventas que les garantice la continuidad o su supervivencia económica. De ahí que se considere necesario la intervención del Estado, y que su presencia se haga más evidente que en otros sectores de la industria editorial. Como señalan Adriana Astutti y Sandra Contreras

[...] es indispensable [...] el desarrollo de políticas nacionales de apoyo al libro que promuevan no solamente la edición [independiente] [...] sino también el desarrollo de mecanismos que favorezcan el flujo de textos —de los textos que “ya están”— en el mercado [...] políticas que reconozcan que el libro nace de la condición paradójica de ser a la vez objeto cultural y mercancía y que su destino final como objeto cultural no es la concreción de la obra en libro sino el encuentro con el lector (2001, p. 775).

Para el sector editorial independiente la intervención del Estado es percibida como algo necesario ya que promueve el mantenimiento de la producción de este tipo de organizaciones y garantiza una participación activa en el sector editorial tanto en la oferta como en el mercado. Se espera que la intervención estatal impulse la denominada *bibliodiversidad*,⁷ es decir el fomento de la diversidad al interior del sector editorial a partir del desarrollo de políticas públicas que no se limiten en apoyar a la producción sino también a la difusión, distribución y desarrollo de lectores (Salas Lamadrid, 2010). En el caso particular de nuestro país, José María Espinasa apunta que la actividad del Estado y su intervención pública deben concentrarse en tres puntos con el fin de promover las participación de las editoriales independientes de una forma mucho más justa y equitativa frente a la dominancia del sector corporativo y multinacional en el mercado (2005, p. 30):

- a. Distribución y ventas
- b. Políticas de apoyos fiscales
- c. Formación de lectores

⁶ Es decir, más conocidas, consumidas y, que bien pueden, ser masivas.

⁷ En el Capítulo II se desarrollará a profundidad qué implica este concepto, de qué manera se aplica y cómo puede ser identificado en las políticas culturales del Estado mexicano.

Teniendo los párrafos anteriores como antecedentes, la presente investigación parte de la siguiente hipótesis: en México, el desarrollo histórico de la industria editorial ha estado condicionada por la presencia del Estado a través de diversas políticas y programas que condicionan las formas en que se va a publicar, distribuir y comercializar su producción de libros, incidiendo también en la organización interna de las organizaciones de este sector, condicionando prácticas laborales, roles especializados y lógicas de trabajo al momento en que las organizaciones editoriales ajustan sus convenciones y esquemas de producción a las exigencias de la intervención pública. Esta relación se hace mucho más patente en ciertos sectores, como lo son el independiente o el educativo, donde la intervención estatal es considerada necesaria dado que no existen las condiciones suficientes para una producción continua, una demanda estable o bien porque es de interés público la producción de ciertos contenidos.

Dada la imposibilidad de analizar cada una de las formas en que se pueden establecer las formas de vinculación entre el Estado y la industria editorial (legislación, programas de coediciones, programas de fomento a la lectura, concursos para adquisición de obra para bibliotecas escolares, etc.), la tesis se centra en la intervención pública indirecta concentrada en el fomento a la producción editorial, particularmente en el Programa de Coediciones de la Dirección General de Publicaciones de la Secretaría de Cultura (anteriormente Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Conaculta) desde el estudio de tres editoriales ubicadas en el sector independiente de la industria editorial: **Textofilia Ediciones, Nitro Press y Sexto Piso.**

¿Por qué estas tres editoriales y este tipo de intervención pública en para tratar de explicar la relación Estado-industria editorial? Se trata de una estrategia para acotar el espacio de investigación. Si el objetivo de ésta es determinar de qué maneras se puede relacionar la industria editorial con el Estado, resulta útil referirse a aquellos espacios en donde esta relación es más visible. El caso del sector independiente, como se ha señalado en párrafos más arriba, es uno de los casos en donde la intervención estatal se vuelve mucho más notoria dado que las

condiciones de su participación en el mundo editorial y su mercado no garantiza enteramente su supervivencia como organizaciones empresariales. Ahora, por qué se seleccionó particularmente el Programa de Coediciones en relación a las editoriales ya mencionadas responde igualmente a una cuestión de focalización. En primer lugar, la selección de este tipo de intervención pública, el programa de coediciones de la Secretaría de Cultura, es una acción del Estado que tiene como objetivo incidir en los procesos de producción editorial al otorgar cierto capital económico a los proyectos editoriales que considera pertinentes o de su interés. De esta manera, me concentraré en una forma específica que puede tomar la intervención pública asumiendo que es en esta forma que los intereses de las organizaciones editoriales se alinean con los intereses estatales, lo que implica el establecimiento de vínculos de cooperación no sólo institucional sino también el desarrollo de conocimientos individuales y laborales que permiten integrar la intervención estatal a la lógica de la producción de la industria editorial. En segundo lugar, el seleccionar tres organizaciones que se ubican al interior del sector independiente⁸ me permite establecer un ejercicio de comparación que ayuda a identificar continuidades y diferencias en la formas que el sector editorial independiente puede establecer vínculos con la intervención pública y de esta manera averiguar si existen diversos modos en que estos vínculos se pueden

⁸ La selección de las tres editoriales se basó, a parte de ser consideradas parte del sector independiente del libro, en los siguientes aspectos:

- a. Que hayan participado en el 80% de las ediciones del programa, que inició en 2013, además de ser acreedores de forma continua: desde el 2013 hasta el último semestre de 2015 —fecha en que se inició la investigación sobre las editoriales—.
- b. Que tuvieran, al momento de la investigación, más de 5 años de continuos de existencia. Hernán López Winne y Héctor Malumián, siguiendo a Esteves Fros y Vanzulli, señalan que para evaluar la gestión de una editorial la unidad temporal debe de ser de cinco años como mínimo, independientemente del tipo de proyecto editorial que se tenga en manos éste requiere de continuidad para establecer una evaluación lo suficientemente efectiva (2016, pp. 34-35).
- c. Que exista una profesionalización evidente en la organización editorial. Con esto me refiero a que estén presentes estructuras de difusión y distribución bien definidas: presencia en los medios, venta de sus mercancías en librerías a nivel nacional, búsqueda evidente de retorno de inversión.

Textofilia Ediciones, Sexto Piso y Nitro Press cumplían con estos requisitos. Vale la pena señalar que en el caso de las tres editoriales existe una cercanía personal con algunos de sus miembros, lo que facilitaba el acercamiento, esto fue un factor determinante para seleccionarlas.

establecer al tiempo que condicionan a las organizaciones editoriales que se ven beneficiadas por la intervención pública en sus lógicas de producción, pasando por su división de laboral y los roles que ello exige.

A partir de lo señalado anteriormente, y con las tres editoriales como punto de partida, el objetivo principal de esta investigación será identificar las lógicas sociales que se despliegan en el establecimiento de las relaciones entre la industria editorial y la intervención pública ejercida por la Secretaría de Cultura, los marcos institucionales en los cuales se insertan, los vínculos de cooperación que desarrollan y las labores y actividades que se llevan a cabo para el mantenimiento de este vínculo. Para cumplir con el objetivo, además de hacer un breve repaso por las condiciones más amplias de la industria editorial y de las políticas culturales en México, se pondrá particular atención en el análisis de las estructuras organizativas de las editoriales seleccionadas con y sin intervención pública para así observar si las tendencias laborales y la forma de organización se modifican cuando se entabla un lógica de cooperación con los programas estatales ya señalados. Por otra parte, se ahondará en los procesos de selección de los títulos de las editoriales a estudiar, haciendo énfasis en las tendencias de selección en este proceso —qué tipo de títulos son los que más se seleccionan y a qué puede responder esta selección—, describiendo su marco normativo y el tipo de política pública a la que se le vincula, esto con el fin de identificar cuáles son las condiciones en las cuales se generan los vínculos entre las editoriales y la intervención pública. El análisis de estos dos aspectos tratará de responder a las siguientes preguntas: ¿de qué manera afecta la intervención pública a las editoriales?, ¿modifican sus forma de organización interna?, ¿la producción de un libro es igual para un libro sin apoyo que para un libro que sí lo posee?, ¿existen roles específicos para llevar a cabo la interacción entre las editoriales y la intervención pública?

La intención de esta tesis no es establecer un marco comprensión general ni elaborar una perspectiva de análisis que pueda ser trasplantada sin más a otros casos de la relación entre la industria editorial y el Estado. El interés de la investigación es sentar un precedente teórico y metodológico para un análisis más

exhaustivo de la industria editorial donde se integren diversos niveles: desde los institucionales —mercado, políticas culturales, procesos de industrialización, etc.—, pasando por la naturaleza de las mercancías culturales, sus modos de producción, su contenido simbólico, hasta llegar a los arreglos sociales al interior de este tipo de organizaciones.

1.2 La aproximación teórica: industria cultural y labor creativa

Esta tesis es primordialmente un trabajo de investigación centrado en las redes y prácticas laborales asentadas en el interior de las organizaciones editoriales. Para analizar a la industria editorial se partirá del concepto de *industrias culturales* tal y como lo comprende David Hesmondhalgh (2012 [2005] pp.38-63; 2011, pp. 2-23): desde un punto de partida sociológico donde no sólo se trate a este tipo de industrias como sistemas económicos de producción sino también como productoras de sentido simbólico, basadas en formas de organización social —que pueden ser complejas o no— y que están condicionadas por procesos socioculturales, políticos y económicos más amplios.

Este término irá de la mano con el concepto de *labor creativa* ya que será de utilidad para el análisis de las redes y prácticas laborales al interior de las industrias culturales. La *labor creativa*, de nuevo retomando a Hesmondhalgh en conjunto con Sarah Baker (2012, pp.52-73), es aquella labor que se requiere para garantizar la producción y distribución de los productos de las industrias culturales; el término se refiere a aquellas actividades centradas en la producción simbólica y aunque éstas se pueden encontrar en otros sectores industriales en el caso de las industrias culturales son la actividad primaria y la principal fuente para la obtención y generación de recursos.

Para complementar esta perspectiva teórica de las industrias culturales me apoyaré de dos conceptos propuestos por Howard S. Becker en su análisis a los mundos de arte: *convenciones* y *actividad colectiva*. Desde la perspectiva de éstos conceptos se tratará de explicar en el análisis cómo la diversidad de labores creativas que se establecen al interior de la industria editorial se coordinan entre sí

al mismo tiempo que se observa como se introducen distinciones entre labores, funciones y puntos de acuerdo para llevar a cabo el trabajo en conjunto.

1.3 Metodología: entrevistas y revisión de documentos

La investigación es cualitativa y analiza la formas en las que se organiza la labor de la industria editorial cuando la intervención pública forma parte de la producción del libro. Retomando el posicionamiento de David Hesmondhalgh y Sarah Baker con respecto a su propia investigación (2012) —centrada en las redes laborales de tres industrias culturales en el Reino Unido—, ésta se plantea como *intensiva* más que *extensiva*: “La investigación intensiva no busca las características comunes y patrones generales de una población [...], como un investigación extensiva lo haría; sus objetivos son investigar cómo ciertos procesos trabajan en un pequeño número de casos, buscando explicaciones acerca de la producción de ciertos objetos, eventos y experiencias”⁹ (ibídem, p. 15). Así que esta tesis, en sus apartados principales, se concentrará en el análisis de las experiencias de aquellos que intervienen de manera directa en la producción del libro y cómo conciben su trabajo de forma cotidiana y cuando la intervención pública se inserta en su espacio de trabajo —dinámicas, convenciones, etc.—. De ahí la decisión de tomar como principal herramienta metodológica a la entrevista a profundidad. A través de ésta se pretende reconstruir los procesos laborales, la forma de organización de la editorial, la circulación de conocimiento editorial y sus convenciones, cómo se distribuyen los roles que intervienen en la producción de las editoriales con y sin intervención, la percepción que tienen de la intervención pública y cómo afecta o condiciona su trabajo.

También se hará revisión de diversos documentos oficiales (actas, reglamentos, informes de gobierno anuales, informes de mercado) y otras fuentes (ensayos, entrevistas en revistas y medios de comunicación, comunicados de

⁹ Traducido del original: “Intensive research does not seek common properties and general patterns of a population [...], as in extensive research; instead, it aims to investigate how processes work in a small number of cases, seeking explanation of the production of certain objects, events and experiences”.

prensa) que se vinculen con la industria editorial, las políticas culturales del Estado y las instituciones públicas. Los datos recogidos tanto de documentos como de las otras fuentes serán útiles para rastrear la conformación de la relación entre la industria editorial y el Estado, y comprender los marcos más amplios — institucionales, mercados, tendencias industriales— donde se establece la labor y la producción de los programas y editoriales seleccionadas para realizar esta investigación. Así, al momento de cruzar información de las fuentes con lo recogido de las entrevistas, permitirá una integración de varios aspectos: de los niveles más generales de la industria editorial y de las políticas culturales con los datos recogidos en el caso particular de cada una de las editoriales aquí analizadas.

1.4 Esquema de la tesis

El **primer capítulo** se ofrece el marco teórico en el que se basa este trabajo de investigación: los conceptos de *industrias culturales*, *labor creativa*, *actividad colectiva* y *convenciones*. Se propone una sinopsis histórica de cómo fueron desarrollándose estos conceptos, qué perspectivas teóricas los han desplegado y qué discusiones han surgido alrededor de éstos, para después ofrecer una síntesis de cómo se abordan a lo largo de la investigación, qué aspectos y problemáticas permiten visualizar y analizar.

El **segundo capítulo** y **tercer capítulo**, de manera conjunta, se centran en la descripción del contexto general de la industria editorial y el programa de intervención pública aquí estudiado: primero, una descripción de las tendencias generales de la industria editorial en México, sus lógicas de producción y mercado. Las tendencias específicas del sector editorial independiente y la manera en que podemos insertar y explicar a las editoriales seleccionadas con respecto a estas tendencias. Después, se ofrece una descripción a profundidad de las intervención pública en el rubro de fomento a la producción editorial señalando a qué lógicas de Estado responden, qué tipo de intervención estatal son y bajo qué marcos de política cultural se pueden comprender. Con la conjunción de ambos capítulos interesa señalar cuáles son las condiciones bajo las cuáles las editoriales

independientes realizan su labor y señalar el papel que desempeña la intervención pública al tiempo que se trata de verificar su pertinencia en el apoyo al sector independiente.

El **cuarto capítulo** se centra en el análisis de la labor creativa y cómo se organiza al interior de cada una editoriales seleccionadas. Se hace especial énfasis en el trabajo individual y la manera en que éste se establece a partir de una cadena de asociaciones e interacciones con otros trabajos; se hace un análisis de la producción cultural al interior de las organizaciones editoriales estableciendo el carácter único de cada actor involucrado en la manufacturación del producto y la forma particular en que se relacionan entre ellos para la manufacturación del libro. Este capítulo examina cómo es que se estructura la labor de las organizaciones editoriales, el tipo de trabajos que se requieren, los arreglos sociales a los que se llegan, los conocimientos que se despliegan para garantizar la producción de la mercancía cultural que le es distintiva: el libro.

Por último, en el **quinto capítulo** se describe cómo la labor creativa de las organizaciones editoriales analizadas en el capítulo anterior se integra a las consideraciones culturales y editoriales del programa de la Secretaría de Cultura. Se examinan los ajustes o adaptaciones de las lógicas de trabajo que constituyen la producción editorial frente a los objetivos que persigue el programa de Coediciones. Este capítulo ofrece una integración del análisis de las tendencias generales de la industria editorial así como las formas particulares de la organización laboral en sus acuerdos internos, sus convenciones organizacionales —perspectivas de análisis desarrolladas en los capítulos anteriores— para así, finalmente, analizar cómo la labor creativa individual, y las redes de cooperación que establece se complementan con las lógicas económicas, corporativas y estatales más amplias.

CAPÍTULO I

Propuesta conceptual para el análisis de la industria editorial: *industrias culturales, labor creativa, actividad colectiva y convenciones*

Esta tesis, como ya se señaló en la introducción, es un análisis sociológico a las prácticas laborales asentadas en la industria editorial en su sector independiente, en particular cuando éstas se encuentran mediadas por una relación con la intervención pública. Para esto la investigación se articulará bajo cuatro ejes conceptuales: *industrias culturales, labor creativa, actividad colectiva y cooperación* con el objetivo de tener puntos de partida analíticos que permitan dar cuenta de una manera general cómo se constituye la industria editorial como organización económica de producción. Estos conceptos provienen de diferentes corrientes sociológicas —estudios culturales, sociología del arte, estudios organizaciones, interaccionismo simbólico— y se espera que provean a esta investigación con una diversidad de herramientas interpretativas que permitan analizar desde diversas aristas un objeto particular como los son las organizaciones editoriales. No se trata de adoptar sin más las posturas teóricas que vienen con estos conceptos e integrarlos en un solo nivel de análisis, de lo que se trata es realizar un ejercicio de adecuación de estas posturas y utilizar sus andamiajes teórico-metodológicos que sean los más pertinentes para los objetos de investigación que interesan en esta tesis y así generar un análisis que se asuma como transversal.¹⁰

¹⁰ *Industrias culturales, labor creativa, actividad colectiva y convenciones* son los conceptos centrales bajo los cuales se articularán los capítulos de esta tesis. Eso no quiere decir que sean los únicos que se utilizarán, en cada capítulo se hará uso de otros que complementen lo propuesto por marco teórico que se desarrolla en este capítulo.

1. INDUSTRIAS CULTURALES

La industria editorial, señala Michael Bhaskar, es la industria cultural por excelencia: “[r]epresenta el potencial reproductivo de la imprenta, la primera tecnología de producción y distribución masivas de objetos culturales e intelectuales” (2014, p. XVIII). Como industria de este tipo, la editorial produce objetos portadores de significados que dan sentido a las conductas y también, pueden cohesionar o dividir a las sociedades donde están insertas.

Las industrias culturales, señala David Hesmondhalgh, están involucradas en la producción y circulación de productos que “[...] tienen una influencia en nuestra comprensión y conocimiento del mundo” (2013 [2005], p.4). Éstas colaboran, desde lógicas de comunicación y entretenimiento, en la conformación de los sentidos de pertenencia, identidad y experiencia colectiva e individual. Se reconoce de manera generalizada el papel primordial que tienen no sólo en la formas de producir y consumir la dimensión de lo simbólico sino también constituye el eje cardinal de la relación que se establece entre cultura, sociedad y economía. En el 2015 la UNESCO señaló que este tipo de industrias juegan un “[...] papel de vital importancia [...] en el contexto socio-económico actual tanto por su potencial económico como por servir de elemento vehicular para la difusión de la diversidad cultural” (UNESCO, 2015); sin embargo esta valorización no siempre fue así.

1.1 Los orígenes del concepto: la Escuela de Frankfurt

Cuando el concepto de *industria cultural* fue acuñado por Theodor Adorno y Max Horkheimer en 1944,¹¹ éste se propuso como una herramienta para analizar la producción cultural de una sociedad que, asumían, había perdido toda capacidad para procesar y nutrir los procesos de subjetividad de la misma manera que había

¹¹ Ya en otro texto, *Culture Industry Reconsidered* (2001 [1963]), Adorno señala que la selección del concepto *industria cultural* no fue gratuito: él y Horkheimer originalmente habían elegido el concepto de *cultura de masas* para referirse al proceso de industrialización de la cultura —y todo lo que conlleva— pero se decantaron por el otro término para excluir una posible interpretación donde se percibiera a la producción cultural contemporánea como una manifestación espontánea de las masas mismas y no como una estrategia por parte del capital para someterlas.

perdido la habilidad de representar las verdaderas condiciones de existencia (2006). Adorno y Horkheimer creían que esto era resultado del desplazamiento de la producción cultural de un estadio artesanal, que dependía del esfuerzo individual que no requería —o muy poca— inversión, a un estadio industrial. Para ellos la cultura moderna es enteramente industrial y genera productos “seguros” y estandarizados orientados a demandas del capitalismo económico. A través de la representación de la “vida promedio”, para los de Frankfurt la cultura está centrada en propósitos puramente de entretenimiento: las películas, el radio, el periodismo y la publicidad se ofrecen como diferentes a un nivel superficial pero conforman entre sí un solo sistema: *la industria cultural*.

Tanto en la una como en la otra misma cosa aparece en innumerables lugares, y la repetición mecánica del mismo producto cultural es ya la repetición del mismo motivo propagandístico [...] la técnica se convierte, bajo el imperativo de eficacia [...] en manipulación de los hombres (Adorno y Horkheimer, 2006 [1944], pp. 208-209)

Desde la perspectiva *frankfurtiana*, los grandes monopolios de producción cultural (musical, editorial y cinematográfica) se articulan como un todo, acoplándose en un solo sistema orientado por una misma lógica y estilo. Este sistema no está aislado y se encuentra relacionado con otras industrias y sus dinámicas productivas y económicas, manteniendo mutuas dependencias y formando parte de una gigantesca maquinaria económica que es el sistema capitalista (ibíd., p.172). Así pues, para Adorno y Horkheimer, la creación cultural en las sociedades industriales está condicionada por la lógica de producción del capitalismo y por tanto, su desarrollo, se orienta, como cualquier otro tipo de industria, en función de la obtención de dividendos y beneficios económicos con la cual sus productos — los bienes culturales— pasan a ser simples mercancías. En las sociedades contemporáneas, desde la visión *frankfurtiana*, la lógica mercantil atraviesa la creación artístico-cultural constriñendo sus potencialidades y su autonomía creadora. La conversión del objeto cultural, en específico la obra de arte, a mercancía no sólo se relaciona con su adquisición a partir de un valor de cambio sino con su transformación en un producto comercializable en el mercado, lo cual, pasa a alterar radicalmente su naturaleza y su calidad: “[...] la cultura es una

mercancía paradójica. Se halla hasta tal punto sujeta a la ley del intercambio que ya ni siquiera es intercambiada; se disuelve tan ciegamente en el uso mismo que ya no es posible utilizarla [...]” (ibíd., p. 206). Por tanto, la población se enfrenta a un poderoso bombardeo de productos simbólicos asombrosamente similares y uniformes, teniendo como resultado que el individuo sólo se relacione con la cultura en calidad de consumidor: adquiere y consume de forma permanente los bienes culturales que el mercado le ofrece:

Para todos hay algo previsto a fin de que ninguno pueda escapar; las diferencias son acuñadas y propagadas artificialmente [...] reducidos a material estadístico, los consumidores son distribuidos sobre el mapa geográfico de las oficinas de investigación de mercado, que ya no se diferencian prácticamente de las de propaganda, en grupos según ingresos, en campos rojos, verdes y azules (ibíd., p. 168).

Esta visión pesimista de la industrialización de la cultura comenzó a tener mayor relevancia en la medida que se integraban los campos de lo social, la economía y la producción cultural. En la década de los sesenta del siglo pasado el concepto de los de Frankfurt se volvió prominente en la medida que académicos lo utilizaban para explicar los cambios que estaban ocurriendo con la integración de los campos ya señalados: “[...] el término [...] fue ampliamente usado en las polémicas en contra de lo que se percibía como limitaciones en la vida cultural moderna, y fue retomado por sociólogos franceses [...] así como por activistas y realizadores de políticas [públicas]”¹² (Hesmondhalgh, 2013 [2005], p. 24).

1.2 La modificación del concepto: de industria cultural a industrias culturales

En la medida que el término se esparció en el espacio de la academia éste se transformó en plural: *industrias culturales*. Hesmondhalgh apunta (ibíd., pp. 25-26) que la pluralización no significó sólo una modificación semántica, trajo consigo una reconceptualización del término que rechazaba la aproximación de Adorno y Horkheimer ya que éste sugería una unificación de todas las formas de producción cultural moderna bajo una misma lógica, mientras que el término en plural

¹² Traducido del original: The term [...] became widely used in polemics against the perceived limitations of modern cultural life and was picked up by French sociologists [...], as well by activists and policymakers [...].

apuntaba a la complejidad de la producción cultural industrializada al plantear que existían diferentes lógicas de trabajo en diversos tipos de producción cultural.

Bernard Miège, uno de los principales impulsores de este cambio a plural, señalaba que el rechazo a lo propuesto por los críticos alemanes descansa principalmente en dos aspectos (1989, pp. 9-12):

- 1) *No debe de haber una idealización de la producción cultural pre-industrial:* la introducción de la industrialización y la tecnología en efecto trae consigo la mercantilización de la cultura, pero también implica nuevas vetas e innovaciones en la producción cultural.
- 2) *La producción cultural no está sometida por entero a la lógica del capital:* El proceso de la mercantilización de la cultura es una de las formas de disputa entorno a la producción cultural, es decir existen otras formas que buscan limitar los intentos del capitalismo por expandirse al espacio cultural.

Estas críticas, que se plantearon y desarrollaron desde la década de los sesenta, no trataron de esgrimir argumentos para demostrar los posibles errores de la conceptualización de Adorno y Horkheimer; lo que buscaban, en realidad, era complejizar la apreciación del fenómeno. Como apunta Edgar Morin, de lo que se trataba es de señalar cómo “[...] *la creación cultural no puede estar totalmente integrada a un sistema de producción industrial*” (1966, p. 35), y mostrando “[...] ese mundo estereotipado [...] y, por otra, esa inventiva perpetua [...] *esa zona de creación y talento que bulle en el seno de conformismo estandarizado*” (ibíd., p. 38).

Es a partir de esta reconceptualización del término que se comenzaron a bosquejar las características distintivas de las industrias culturales frente a otro tipo de producción industrializada. Para Nicholas Garnham, cuyo trabajo fue angular para esta caracterización, este tipo de industrias pueden ser explicadas “[...] en los términos de las tendencias generales de la producción de mercancías al interior del modo de producción capitalista modificado por las características de

la mercancía cultural”¹³ (1987, pp. 56-57). La mercancía cultural es el producto distintivo de las industrias culturales, la cual, a través de sus características, dota a las industrias culturales de los rasgos que las distinguen como tal. ¿Por qué y de qué forma logra esto? Retomando de nuevo a Garnham, la producción de mercancías culturales tiene las siguientes características: es un negocio de alto riesgo, existe una constante tensión entre la creatividad y comercio, posee altos costos de producción y bajos costos de reproducción, y las mercancías son bienes semipúblicos, es decir que su uso no se limita a un solo usuario (ídem). A partir de estas características es que las industrias culturales establecen una serie de estrategias para garantizar la distribución, competencia y acceso al mercado de sus productos para así obtener el mayor número de ganancias a través del uso-explotación de lo simbólico. Las estrategias más comunes, que varían de acuerdo a la naturaleza de las mercancías de cada industria, son las siguientes: la construcción de un catálogo/repertorio, la concentración e integración de diversos canales de distribución y comercialización, escases artificial —limitación programada de las mercancías— y la creación de formatos (ibíd., pp. 57-59). Con la pluralización del concepto —a través de diversos autores y marcos teóricos (Miège, Morin, Garnham, Williams, Mills, Lash y Urry, por mencionar sólo a algunos)— se trazan los marcos de comprensión específicos para vislumbrar cómo en las sociedades contemporáneas lo simbólico es producido, distribuido y consumido en forma de mercancías y bajo las disposiciones de competencia del mercado capitalista.

Ahora, si bien tanto el término en singular como en plural gozaban de cierta popularidad, éste sólo se limitaba a los círculos académicos durante esta reconfiguración. El uso extensivo del concepto, sobre todo en plural, vino cuando los realizadores de políticas culturales lo incluyeron en sus programas de políticas públicas, es decir cuando el término comenzó a institucionalizarse. Carrasco y Saperas señalan (2011) que con este proceso se refleja la preocupación por parte de las instituciones públicas —tanto nacionales como supranacionales— por “[...]”

¹³ Traducido del original: [...] in terms of the general tendencies of commodity production within the capitalist mode of production as modified by the special characteristics of the cultural commodity.

comprender las nuevas relaciones entre comunicación y cultura, con la finalidad de emprender nuevas estrategias para el desarrollo cultural [...]” (ibíd., p. 148). La inclusión de término, sobre todo en plural, en los documentos oficiales de los organismos encargados de regular los aspectos públicos del campo cultural puso de manifiesto el interés que supone regular la nueva lógica de intercambio de bienes culturales que implican las industrias culturales y el mercado que enzarzan (ibíd., p. 151). Desde las primeras veces que se hace mención al concepto —*Acta de la 19ª Conferencia General de Unesco* (Kenia, 1977), *Consejo de cooperación cultural* (Estrasburgo, 1978) y la *Conferencia de Atenas* (1978)— se hizo evidente una ruptura ideológica con la propuesta de Adorno y Horkheimer, es decir con la visión negativa de la industrialización de la cultura (la pérdida de la capacidad crítica y la cancelación de las subjetividades), para así nombrar a una nueva forma de producción cultural que se basa en procesos industriales guiados por lógicas de comunicación, economía y comercio, y cómo estos van marcando tendencias para el consumo y circulación cultural en las sociedades contemporáneas.

1.3 La aproximación teórica en esta investigación

Como se señaló al principio de este capítulo, la perspectiva que se utilizará para el análisis de la industria editorial será la propuesta por David Hesmondhalgh en su libro *The Cultural Industries*. Su perspectiva es la conjunción, esencialmente, de dos marcos de teóricos: la *economía política de la cultura* y los *estudios culturales*.

El primero de estos marcos teóricos, para el mismo Hesmondhalgh, es una rama de la economía que pone un énfasis especial en los aspectos éticos y normativos de las organizaciones económicas (2013 [2005] p. 42). Para Janet Wasko, siguiendo el marco de análisis propuesto por Golding y Murdock, la preocupación de este enfoque se centra en la manera que se asignan y distribuyen los recursos —tanto materiales como económicos— al interior de la sociedad capitalista (2005, p. 27). Wasko apunta que la *economía política* documenta y analiza las relaciones de poder, el sistema de clases, las contradicciones y las desigualdades estructurales en el capitalismo (ibíd.). Por tanto, esta orientación analiza a la cultura como algo que es producido y

consumido esencialmente bajo la lógica del capitalismo en condiciones de inequidad en cuanto a la distribución de poder, prestigio y ganancias (Hesmondhalgh, 2013 [2005] pp. 43-44); esto anterior se convierte en un aspecto constitutivo para el análisis de las industrias culturales: se buscan determinar las condiciones específicas de su producción y cómo se interrelacionan con aspectos políticos y sociales; ahonda en las tensiones entre el rol del Estado y el papel de las corporaciones (el balance entre la iniciativa privada y la intervención pública), y aborda al producto de las industrias culturales, la mercancía cultural, desde cuestiones de justicia, equidad y bienes públicos.

Mientras tanto, la aproximación de los *estudios culturales* es para Hesmondhalgh un campo de estudio que “[...] intenta examinar y repensar la cultura considerando su relación con el poder social [...] cuestiones de poder simbólico [...] quién tiene la autoridad para realizar pronunciamientos sobre la cultura [...] cuestiones de subjetividad, identidad, discurso y placer en relación a la cultura”¹⁴ (ibíd., pp. 51-53). Stuart Hall señala que para los estudios culturales resulta de vital importancia el reconocimiento de la heterogeneidad, de la multiplicidad de sentidos, el reconocimiento del poder cultural, de la representación como sitio de poder y regulación y como recurso simbólico para la formación de identidades; también el análisis de lo cultural desde la discursividad y textualidad, desde su estructuración institucional, pero también desde los sitios de resistencia y su representación (2007 [1996], pp. 33-44). Desde estos intereses, la perspectiva que ofrecen los estudios culturales para el análisis de las industrias culturales examina, por una parte, cómo los patrones predominantes del comportamiento cultural hegemónico se reflejan en las industrias culturales, haciendo un énfasis particular en cuestiones de poder, inequidad, construcción de identidades, etnicidad y género; también realizan análisis de las fuerzas políticas y económicas que rodean a la producción de las industrias culturales, así como la distribución de recursos —materiales y económicos— e infraestructura de acuerdo

¹⁴ Traducido del original: [...] the attempt to examine and rethink culture by considering its relationship to social power [...] with questions of symbolic power [...] who has the authority to make pronouncements on the culture [...] issues of subjectivity, identity, discourse and pleasure in relation to culture.

a las diferencias culturales y demográficas con el fin de determinar la manera en que las mercancías culturales son consumidas y apropiadas. Otra de las vetas de análisis de los estudios culturales se concentra en la implementación de las nuevas tecnologías —sobre todo las relacionadas con los procesos de convergencia digital— y cómo éstas generan nuevas posibilidades de participación y colaboración para la producción de mercancías culturales y formas de conocimiento.

Retomando estos dos marcos teóricos, Hesmondhalgh propone una línea de análisis de las industrias culturales que se puede sintetizar de la siguiente manera (2013 [2005] pp. 35-63):

- Se debe de tomar en cuenta para el análisis de las industrias culturales las dinámicas de producción propias de cada industria —en cada uno de sus momentos— y en la forma en que las políticas de gobierno y la regulación estatal pueden moldear estas dinámicas de producción.
- Las industrias culturales tienen un doble papel: como un sistema económico de producción y como sistema cultural de producción simbólica. “La producción es profundamente cultural y la textos [mercancías culturales] están determinadas por factores económicos [...]”¹⁵ (ibíd., p. 60).
- La crítica a las industrias culturales, sus formas de producción y los efectos que tienen sus productos al interior de las sociedades debe de tomar en cuenta las lógicas de redistribución, tanto de las contenidos como de las ganancias generadas por la venta y distribución de éstos, y sobre cuestiones de identidad cultural y reconocimiento que detonan este tipo de industrias.
- Se debe evitar caer en una lógica de *reduccionismo económico* en el análisis de las industrias culturales, es decir no se puede caer en una explicación exclusivamente de índole político-económico. El análisis de las industrias culturales debe de establecer cuáles procesos económicos y políticos intervienen en las lógicas de producción, distribución y consumo

¹⁵ Traducido del original: “Production is profoundly cultural and texts are determined by economic factors [...]”.

junto a otros procesos y presiones en la cultura: el reconocimiento de estructuras de poder, inequidad y justicia, y plantear la manera en que interactúan entre éstos y cómo inciden en la producción y consumo cultural que se origina en las industrias culturales.

Este modelo propuesto por Hesmondhalgh permite a la presente investigación plantear a las organizaciones editoriales de **Textofilia Ediciones**, **Sexto Piso** y **Nitro Press** no sólo como organizaciones económicas que buscan el beneficio económico al momento de producir y comercializar mercancías culturales o bien, como una meras organizaciones sociales que contribuyen a la producción de sentido simbólico. La perspectiva aquí propuesta complejiza esos presupuestos al plantear un ejercicio de análisis donde se toma en cuenta los contextos sociopolíticos y económicos que rodean a las organizaciones editoriales y de ahí trazar una observación que se centre en las formas en que se establecen sus modelos de producción, organización y distribución. Sumando a estos dos puntos anteriores, se debe de realizar un análisis de las formas de interacción e integración de los conocimientos y las actividades que se generan para producir la mercancía que le es distintiva, el libro y así integrarlo al estudio de las lógicas de la actividad pública en ciertas lógicas de la producción industrial y la manera en que ésta puede afectar, o no, la organización interna de los espacios donde está interviniendo.

Me parece que la integración de aspectos de análisis más amplios en donde se inserta la industria editorial y las formas particulares organizativas de las editoriales aquí analizadas a partir de la perspectiva teórico-metodológica de Hesmondhalgh puede verse enriquecida, como ya se señaló al principio de este capítulo, con las categorías de *labor creativa* propuesta por el mismo Hesmondhalgh junto con Sarah Baker, y la perspectiva de *actividad colectiva y convenciones*, tal y como las formuló Howard S. Becker. Estos tres conceptos se centran en la identificación del tipo de agentes sociales que intervienen en la producción de la mercancía cultural, los vínculos que se establecen, los conocimientos y formas de trabajo que se comparten, la relaciones laborales que se entablan y las relaciones de producción que se generan. A continuación,

detallaré en qué consiste cada uno de estos términos, en cuáles propuestas teóricas se insertan y cuáles de sus características teóricas me sirven para realizar el análisis que se propone esta investigación.

2. LABOR CREATIVA

Michael Bhaskar apunta que al interior de la industria editorial se establecen y desarrollan una serie de prácticas laborales que, concentradas alrededor de un modo de producción particular, están abocadas a la filtración, amplificación y distribución de los productos que se generan en este tipo de industria: los libros (*op. Cit.*, pp. 34-35). Estas prácticas, señala Fernando Escalante (2007, p. 11-13), no sólo están comprendida por aquellas que publican y aquellos que proporcionan los contenidos, también existen una serie de actividades asociadas a estas actividades laborales y que a través de sus funciones específicas, establecen relación con las librerías y la prensa; también existen otros roles que se centran en los públicos, los derechos de autor, las políticas públicas y el mercado, y en donde se integren diversos niveles: desde los institucionales —mercado, políticas culturales, legislaciones, etcétera—, hasta llegar las lógicas internas de producción, definición de contenido, etcétera.

A este tipo de actividades se les puede identificar dentro del concepto de *labor creativa*. David Hesmondhalgh y Sarah Baker definen a este término como aquellas actividades que hacen posible las mercancías culturales siendo la actividad primaria y la principal fuente para la obtención y generación de recursos (Baker y Hesmondhalgh, *op cit.*, pp.8-9). La labor creativa se expresa a través de una división laboral compleja que involucra la participación de un *personal creativo primario* (escritores, actores, directores, músicos), *personal técnico* (operadores de cámara, editores, ingenieros de audio), *gerentes creativos* (productores de televisión, editores de revistas, representantes), *administradores, ejecutivos y personal no capacitado* (ibíd.). David Lee apunta (2011, p.3) que el concepto de *labor creativa* ayuda a establecer el vínculo entre las condiciones de trabajo en las que están insertos los trabajadores culturales y el tipo de mercancías que se producen en estas condiciones de trabajo; por tanto, el término de *labor creativa* establece un tipo de análisis que busca comprender cómo es que se estructura la

producción en las industrias culturales a partir de la identificación de los diversos roles que la comprenden, qué aportes realizan y cómo, entre éstos, se establecen jerarquías, distinciones y reconocimientos al momento de producir una mercancía cultural.

2.1 ¿Qué implica “creatividad”?

Raymond Williams (2003) señala que no existen muchas palabras —al menos en la lengua inglesa— que posean una referencia más positiva que “creatividad”; cuando se califican nuestra labor o a nosotros mismos bajo esta referencia: “[...] naturalmente esto debe de complacernos cuando pensamos en los valores que procura expresar y las actividades que se propone describir [...]” (p. 17). ¿Quién no quiere ser creativo? El problema comienza, señala el mismo Williams, cuando queremos establecer qué involucra este adjetivo: “[...] la amplitud misma de la referencia implica no sólo dificultades de significado sino también, a través del hábito, una especie de repetición irreflexiva que a veces hace que la palabra parezca inútil” (ídem). Es decir, hay un aprieto para identificar las actividades, en sus cualidades y especificidades, de algo o alguien cuando se califica como “creativo” ya que a muy diversas acciones, objetos y sujetos se les puede valorizar como tal.

Williams señala que existen tendencias polarizadas para denominar y calificar a algo como creativo, y que parten de dos valorizaciones antagónicas y las cuales derivaron en tradiciones intelectuales opuestas al momento de valorizar originalmente el acto de creación artística: la visión platónica y la concepción aristotélica. De las lecturas y reinterpretaciones de Platón surgen las teorías de la “imitación” donde el acto creativo es “[...] la imitación de la realidad y puede juzgarse como una forma de aprendizaje o registro o desestimarse como mera ficción [...] o falsedad” (ibíd., p. 33), de lo que se derivaría la idea de creatividad como algo que no es posible. Mientras que la tradición de análisis originada en las interpretaciones del pensamiento de aristotélico encontramos las teorías de la “creación”: el acto artístico “[...] es creación, y ést[e] puede valorarse como revelación o trascendencia o desecharse como simple ilusión y fantasía” (ídem),

donde se inserta la lógica de la creatividad relacionada con la novedad. Lo interesante es que en ambas posturas, por más antagónicas que sean entre sí, se puede encontrar un contraste entre el arte —el acto de creación— y la realidad, entre el creador y el mundo que es observado por éste:

La reflexión [...] sobre el arte [...] ha desarrollado una posición que puede formularse de la siguiente manera. Un tipo de arte, que llamamos representacional [...] propone una mera descripción o reproducción corriente de la realidad [...] Otro tipo [...] a veces llamado romántico [propone una] representación modificada por las reacciones emocionales subjetivas que suscita en el artista: la realidad ha sido organizada, seleccionada, idealizada, caracterizada por la visión personal del artista. Un tercer tipo, por lo común llamado abstracto, no es la reproducción de la realidad ni su modificación subjetiva, sino la expresión directa de una experiencia puramente “estética” [...] es la visión del artística (ibíd., pp. 33-34).

Williams ve en estas posiciones una dualidad falsa, para él la experiencia del individuo es tanto objetiva como subjetiva, involucra siempre factores subjetivos (interpretación y significado) y factores objetivos (la realidad no-humana), y ambas son inseparables: “No es el sujeto que trabaja sobre el objeto ni el objeto sobre el sujeto; se trata, antes bien, de una interacción dinámica, que en realidad es un procesos global y continuo” (ibíd., p. 40): conciencia y realidad se interpenetran constantemente en el día a día de todos los humanos. De este último señalamiento, Williams aduce que la creatividad artística —y por ende el trabajo de los artistas— se debe de entender en los términos de una particular e intensiva forma de “creatividad humana general”. Para el sociólogo inglés la creatividad es, por tanto, algo innato en todos los individuos, es común a todos pero, ¿por qué?

Williams señala que la teoría estética se caracteriza por una exclusión de “[...] la comunicación como hecho social” (ibíd., p.42), sin embargo ésta es crucial en el proceso de creación artística ya que se basa en encontrar y organizar modos de transmisión de la experiencia es decir, de lo que se trata es de comunicar lo que se ha percibido y experimentado: “El acto ‘creativo’ de cualquier artista es, en todo caso, el proceso de elaboración de un significado activo, mediante la comunicación de una experiencia organizada a otros” (ibíd., p.44). Ahora, esta capacidad para organizar la experiencia y transmitirla es, para Williams, común a todos los sujetos: aquellos que se les transmite la experiencia —el público— por

su parte debe reconocerla, interpretarla, describirla e incorporarla a su propia experiencia (de ahí que la experiencia del artista pueda ser rechazada, aceptada o simplemente ignorada). Los receptores están ejerciendo un acto creativo en la medida que también lleva acabo una actividad comunicativa donde se involucra un esfuerzo de interpretación y apropiación. La creatividad en el proceso de creación artística —y en realidad en cualquier proceso que implique la comunicación de experiencia— es ante todo la capacidad de elaborar un mensaje que sea capaz de describir una experiencia, que transmita actitudes, valores, intereses y visiones de vida; las descripciones generadas desde la creación artística “[...] llegan a conformar una red de relaciones, y todos nuestros sistemas de comunicación, incluidas las artes, son literalmente parte de nuestra organización social” (ibíd., p. 49). Aquellos dedicados a la labor creativa se distinguen del resto no porque sean más capaces de elaborar este tipo de mensajes sino porque vuelven a la comunicación de la experiencia su forma central de vida “[...] el trabajo del artista es el trabajo de transmitir [...], utilizando todo su saber en producir y comunicar un mensaje” (ibíd., p. 42). La labor creativa es la labor de comunicación de la experiencia a través de la producción cultural.

2.2 El marco de análisis de la labor creativa: la producción cultural

Para el análisis de la labor creativa es necesario identificar en qué contexto de producción se inserta y bajo qué lógicas se lleva a cabo. Williams, al momento de dejar en claro que la labor creativa es la labor central al interior de la producción cultural, también reconoce que es la primera lo que estructura a la segunda; es decir se trata de las labores específicas —que traen consigo una división laboral— y que hacen posible que un mercancía cultural cumpla su función comunicativa. La producción cultural es el marco operativo en el cual se fijan las lógicas de la labor creativa y por tanto, debe de ser analizada para así acceder a las particularidades de la labor creativa.

La producción cultural, siguiendo a Raymond Williams (1994), no sólo se refiere a la producción de las artes y demás formas tradicionales de producción intelectual, sino a aquellos objetos que son significantes (simbólicos, estéticos e

informativos) para un sociedad. Siguiendo este presupuesto, Baker y Hesmondhalgh (*op. cit.*) apuntalan que la creación de estos productos va desde las artes y la filosofía, hasta el periodismo, la moda y la publicidad, y tienen la intención de informar, formar o entretener.

La lógica de producción cultural es el corazón de las industrias culturales, es la actividad bajo la cual éstas determinan sus características principales como industrias y se distinguen del resto. Hesmondhalgh y Baker (*op. cit.*) señalan que la producción cultural al interior de las organizaciones industriales ha sido abordada a través de diversas perspectivas teórico-metodológicas, de las cuales destacan: la *economía política de la cultura*, los *estudios organizacionales*, la *sociología de la cultura* y los *estudios culturales*. A continuación señalaré en qué consiste cada una de éstas con el fin de comprender cuál es la perspectiva que se está retomando en esta investigación e identificar cuáles pueden ser los rendimientos investigativos de la postura que se tomará en esta tesis:

- **Economía política de la cultura:** Esta perspectiva tiene como objetivo mostrar “[...] cómo las diferentes formas de financiar y organizar la producción cultural tiene consecuencias rastreables para el rango de discursos, representaciones y recursos comunicativos [...] y para la organización del acceso y uso de la audiencia”¹⁶ (Murdock y Golding, 2000, p. 60). En la cuestión de la producción cultural, esta perspectiva se ha enfocado —desde las investigaciones de Bernard Miège— en cómo las fuerzas políticas y económicas moldean el trabajo de las industrias culturales, y la manera en que los trabajadores de este tipo de industrias se involucran en la creación y diseminación de los productos culturales a través de la división laboral.
- **Estudios organizacionales:** Siguiendo lo propuesto por los estudios sociológicos de Gaye Tuchman sobre el periodismo (1978) y el análisis a la lógica de producción de los medios de comunicación masiva propuesto por Herbert J. Gans (1980), esta perspectiva de análisis se concentra en el

¹⁶ Traducido del original: “how different ways of financing and organizing cultural production have traceable consequences for the range of discourse, representations and communicative resources [...] and for the organization of audience access and use”.

estudio de la dimensión organizacional de la producción cultural, haciendo énfasis particular en las rutinas, rituales sociales y los valores laborales. Baker y Hesmondhalgh (*op. cit.*) señalan que a partir de la década de 1990 esta veta de análisis fue aprovechada por los realizadores de políticas culturales como una forma de comprender la manera en que se organiza la innovación en las industrias culturales. Los *estudios organizacionales* asumen la producción cultural como una forma particular de producción y que, por tanto, debe de esclarecerse la particularidad de su organización formal y cómo ésta se desarrolla en espacios laborales específicos.

- **Sociología de la cultura:** Según David Hesmondhalgh (*op. cit.*, pp. 47-48) esta perspectiva, por una parte, ha permitido conceptualizar a la producción cultural no como el resultado de individuos superdotados o con algún especie de genio inimitable, sino más bien como resultado de la colaboración y una división laboral compleja. Becker, DiMaggio, Hirsch, entre otros, mostraron cómo la producción cultural —y el consumo— debían incluirse en contextos más amplios —económicos, políticos y culturales— para analizar las condiciones específicas del producto cultural. Por otra parte, una visión más radicalizada y crítica de la sociología cultural se ha concentrado en cómo ciertas formas de poder e inequidad se han insertado en las estructuras de producción cultural, generando tensiones, principalmente pero no de forma única, entre la creación y las exigencias del mercado. Autores como Bourdieu (1996) han señalado cómo la autonomía de la producción cultural se ha conformado cada vez más desde ciertos imperativos políticos y comerciales, creando una estructura particular de poder y de valorización.
- **Estudios culturales:** Retomando las preguntas con respecto a los procesos de significación, de formación de identidades y sobre cuestiones del poder, Paul du Gay en la introducción a su libro *Production of culture/Cultures of production* (1997) señala que los *estudios culturales* ayudan a establecer a los procesos de producción cultural como “[...] fenómenos culturales [en el sentido] que construyen ciertas formas para

que las personas se conciben y se comportan”¹⁷ (p. 4). Esta perspectiva de análisis converge con los anteriores perspectivas, sobre todo en cuestiones de generación de significados y rituales en contextos de producción específica, pero haciendo énfasis en cuestiones de poder y subjetividad. Hesmondhalgh señala que el gran aporte de esta perspectiva analítica para el estudio de la producción cultural es el acercamiento que realizan a las realidades cotidianas en las que se encuentran aquellos que están involucrados en este tipo de producción y cómo éstos representan y conciben su labor al interior de las industrias culturales (*op. cit.*, pp. 55-56).

Estas cuatro perspectivas de análisis reconocen la existencia de una serie de roles específicos que estructuran la producción cultural, y es lo que en esta investigación denominamos *labor creativa*. Desglosar la lógica de la producción cultural a través de la identificación de estos roles y funciones implica entender cómo se estructura y establece la lógica de producción al interior de las industrias culturales y la forma en que va adquiriendo su especificidad. Retomando de nuevo a Baker y Hesmondhalgh, el análisis de la labor creativa en el marco de la producción cultural es necesario para un análisis más amplio y exhaustivo de las industrias culturales por las siguientes razones:

- 1) Ayuda a entender los aspectos organizacionales de las industrias culturales.
- 2) Ayuda a conceptualizar a los productos culturales como el resultado de la producción colectiva de ideas y no como meros objetos que son resultado de una lógica exclusivamente económica y comercial.
- 3) Ayuda a poner atención a las cuestiones de subjetividad, experiencia e implementación de conocimientos al interior de una organización industrial.
- 4) Establece los parámetros para evaluar el desempeño de los individuos al interior de las industrias culturales en relación a contextos más amplios, como el desarrollo de políticas culturales, la implementación de estrategias industriales o jerarquías culturales.

¹⁷ Traducido del original: “[...] cultural phenomena [...] that construct certain ways for people to conceive and conduct themselves”.

2.3 La especificidad de la labor creativa: la autonomía creativa

Baker y Hesmondhalgh (*op. cit.*, p 61) apuntan que es a través del análisis institucional de las formas en que se organiza la producción cultural que se puede comprender el trabajo que se lleva a cabo en las industrias culturales en su especificidad: la *autonomía creativa*. Aprender las complejidades de ésta ayuda a percibir los aspectos organizativos de la producción cultural industrializada. “Entendiendo la especificidad de la labor creativa nos ayuda a comprender que la autonomía de trabajo adquiere especial importancia —y formas organizativas particulares— cuando se coloca en el contexto de las industrias culturales”¹⁸ (*idem*).

Al interior de las industrias culturales se encuentran dos tipos de autonomía creativa: la estética y la profesional.

a) Autonomía artística:

Andrew Bowie la define como “[...] la idea de que las obras de arte suponen reglas producidas libremente que no aplican a ningún otro objeto natural o producto humano”¹⁹ (2003, p.2 [citado por Baker y Hesmondhalgh, *op. cit.*, p. 62]). Esta autonomía es producto de una serie de procesos históricos pero se debe principalmente a la concatenación del mercantilismo burgués, la emergencia de la razón moderna y la subyugación del campo estético a un valor instrumental. Raymond Williams (1987, pp. 13-18) señala que además de estos procesos, la emergencia de la autonomía artística coincidió con la reconceptualización de varios términos a finales del siglo XVIII y a lo largo del XIX, y que fueron clave para el establecimiento de esta autonomía: *democracia*, *clase*, *industria* y *arte*. Williams señala que la vinculación de los nuevos marcos de comprensión generados en esta reconceptualización permitió que la esfera autónoma emergiera por dos razones: la primera se basaba “[...] en el reconocimiento de un *corpus* independiente de ciertas actividades morales e intelectuales [...]” (*ibíd.*, p. 17)

¹⁸ Traducido del original: “Understanding the specificity of creative labour helps us to understand that work autonomy takes on particular significance — and particular organizational forms — when placed in the context of the cultural industries”.

¹⁹ Traducido del original: “[...] the idea that works of art entail dreely produced rules which do not apply to any other natural object or human product”.

impulsada por el ímpetu de una nueva clase social emanada del proceso de industrialización y que reconocía que cierto tipo de actividades no estaban sujetas a las mismas leyes de la industria y el mercado. La segunda de estas razones, fue un énfasis en el significado y la práctica de arte como “[...] todo un modo de vida, no sólo como una escala de integridad, sino como una manera de interpretar toda nuestra experiencia común, y esta interpretación cambiarla” (ídem).

Los cambios anteriores modificaron, por supuesto, la producción cultural a partir del siglo XIX. Baker y Hesmondhalgh (*op. cit.*, pp. 64-65) apuntan, respecto a este proceso, que lo central fue la transición que se hizo del mecenazgo al mercado y el establecimiento de una serie de arreglos sociales completamente nuevos: las relaciones profesionales basadas en el mercado. “Esta nueva fase, incluyendo esta idea de independencia profesional, significa que la producción para el mercado es un propósito que toma prioridad sobre cualquier otro [...]” (ídem).²⁰ La idea de autonomía estética es posible en la medida en que surgen valores culturales y comunicaciones valuados desde sus propios términos: la mercancía cultural —y sus productores— persiguen esta valorización a sabiendas que es lo que les permitirá el acceso al mercado.

b) Autonomía profesional:

Baker y Hesmondhalgh señalan que muchos trabajadores culturales no están necesariamente involucrados en la producción artística; algunos “[...] ocupan trabajos centrados en la construcción y la diseminación de lo que podríamos llamar la información interpretativa o conocimiento”²¹ (ibíd., p. 66). Hallin y Mancini (2004, referidos por Baker y Hesmondhalgh, *op. cit.*, pp. 66-67) señalan que la idea de autonomía siempre ha sido central para la definición de “profesionalismo”: ésta implica el establecimiento de normas profesionales distintivas —es decir que son exclusivas de la actividad laboral— que van marcando pauta de lo que se espera de cierta profesión, generan las expectativas laborales de desempeño y las lógicas comunes de trabajo que se deben seguir para alcanzar cierto objetivo. En las

²⁰ Traducido de original: “This new phase, including this idea of professional Independence, means that production for the market, as a purpose taking priority over any other [...]”.

²¹ Traducido del original: “[...] occupy jobs centered on the construction and dissemination of what might be called interpretive information or knowledge”.

industrias culturales ésta es percibida como los valores profesionales “[...] que pueden ayudar a proveer alguna resistencia a la invasión de las metas comerciales, así como a la influencia de anunciantes, o de los requerimientos para servir a las metas de aquellos que están sujetos a los partidos políticos y los gobiernos”²² (Baker y Hesmondhalgh, *op. cit.*, p. 67).

2.4 La especificidad de la labor creativa: la división y la organización laboral

En las industrias culturales no sólo está presente una división social de trabajo donde los productores culturales están comprometidos con la producción colectiva de ideas y su comunicación, también hay una distribución *organizacional* de la labor tanto al interior como alrededor de la producción cultural (ídem). ¿Qué quiere decir esto? No todos los individuos al interior de las organizaciones industriales de la producción cultural están involucrados en la transmisión de las experiencias — para ponerlo en términos de R. Williams— algunos de los implicados en la producción cultural pueden ser administradores o trabajadores técnicos; también existen oficios en la industria editorial que no están relacionados de forma directa con la producción cultural y son desempeñados por “[...] trabajadores no capacitados que llevan a cabo tareas relativamente mundanas y de rutina [...]”²³ (ídem). La división entre el trabajo centrado en la labor creativa y la organización laboral enfocada al apoyo de esta labor, para Baker y Hesmondhalgh, marca posiciones de poder, intereses de clase, estatus y privilegios; pero también establece las relaciones de los trabajadores —sean creativos o no— con la autoridad al interior de la producción y cómo la posición laboral dentro de las organizaciones industriales se ve condicionada por las habilidades y conocimientos que se poseen.

Utilizando el marco teórico propuesto por Erik Olin Wright (1997) para el análisis de la clase trabajadora, Baker y Hesmondhalgh señalan que existen dos

²² Traducido del original: “may help to provide some resistance to the encroachment of commercial goals, such as the influence of advertising, or the requirement to serve the goals of those tied to political parties and governments”.

²³ Traducido del original: “[...] unskilled workers carrying out relatively mundane and routine tasks [...]”

dimensiones a considerar para analizar las divisiones entre una población de empleados al interior de las industrias culturales: la relación con la autoridad y el desarrollo y posesión de habilidades o conocimientos específicos (Baker y Hesmondhalgh, *op. cit.*, pp. 68-69):

- **Autoridad:** Al interior de las industrias culturales son los administradores — en puestos de supervisión— los que ejercen la dominación en nombre de los miembros de la clase capitalista, pero están controlados por los dueños de la organización los cuales explotan su trabajo. Al mismo tiempo, estos administradores, tienen una posición privilegiada en las relaciones de explotación.
- **Habilidades y conocimientos específicos:** Cuando éstas son escasas en el mercado laboral los dueños o administradores de las organizaciones ofrecen altos salarios para aquellos que las posean. Este control sobre el conocimiento y las habilidades dotan de ciertos privilegios a los que las poseen: condiciones de trabajos buenas, salarios altos sobre la media, etc., con el fin de garantizar su permanencia en la organización.

Considerar estas dos dimensiones al momento de analizar la producción cultural ayuda a conceptualizar la experiencia de los trabajadores no sólo desde la lógica laboral sino también desde la forma en que se relacionan con una estructura de poder y privilegios que igual condiciona su labor y la elaboración de los contenido de la mercancía cultural. Estas experiencias al interior de la organización industrial también determinan cómo se gestiona el trabajo y las normas bajo las cuales se coordinan los individuos y se establecen lógicas laborales. Poder, privilegio y posición al interior de la organización determinan el tipo de roles que se desempeñen, los conocimientos que deben de poseerse y la posición que se tenga en relación a las mercancías culturales que se están produciendo.

¿Por qué me es útil analizar la producción cultural de las industrias culturales bajo la perspectiva de la *labor cultural*, particularmente para la investigación que estoy desarrollando? Resulta de vital importancia para la investigación preguntarse acerca de las condiciones en las que se encuentran los trabajadores al interior de las organizaciones editoriales y las maneras en que se constituyen y

relacionan al momento en que la intervención pública se hace presente en cada una de estas organizaciones. Asumiendo a la *labor creativa* como una serie de roles y de trabajos que se requieren para garantizar la producción de las mercancías culturales, me permitirá analizar la forma en la que se establece la división laboral y los arreglos sociales al interior de las editoriales, además de la manera en que éstas conciben su organización de trabajo que les garantice la producción y la disseminación de los productos que las vuelven particulares.

El concepto ayuda a analizar a la industria editorial desde una serie de prácticas laborales particulares que se encuentran concentradas alrededor de un modelo de producción concreto y que tiene como objetivo crear “[...] productos culturales que entran en el ámbito público [además de que] forma parte de la producción de un discurso y un conocimiento conforme a su constitución social y sus fundamentos institucionales” (Bhaskar, *op. cit.*, p. 35). En suma, de lo que se trata de hacer con el marco de análisis que presupone el término de *labor creativa* es complejizar el análisis de los roles que se encuentran insertos en la estructura laboral de las editoriales: se podrá establecer un marco de comprensión para abordar los arreglos sociales al interior de este tipo de organizaciones y al mismo tiempo, analizar las lógicas sociales que se desprenden de estas relaciones. Además, ayuda a establecer y analizar las condiciones particulares en las que se encuentran los agentes al interior de la relación entre las formas particulares de la labor creativa que se realizan en cada una de las editoriales y las formas que toma la intervención pública, y las maneras que pueden ir variando de acuerdo a las especificidades de la mercancía cultural que se esté produciendo, las necesidades comerciales de las organizaciones editoriales y los intereses y exigencias que promueva la intervención pública a través de las políticas culturales.

3. ACTIVIDAD COLECTIVA Y CONVENCIONES

Las preguntas que surgen con el análisis de las labores que se encargan de la producción cultural y de las actividades de apoyo al interior de una organización industrial son: ¿de qué forma es viable que se establezcan las normas

profesionales, las normas y líneas a seguir, y que hacen posible la producción?, ¿cómo es los sujetos que participan de estas se ponen de acuerdo para organizar esas actividades?, ¿cómo se establecen estos vínculos entre éstas: conocimiento, habilidad o acuerdos laborales previos? Y, en el caso de las organizaciones editoriales que se están estudiando, ¿existe la posibilidad que los trabajadores al interior de la organización modifiquen su organización laboral al momento de que ingresa la intervención pública? En caso de ser positiva esta intervención, ¿cómo es posible ésta, qué acuerdos se establecen, en qué están basados?

Para tratar de dar una respuesta, o respuestas, a estas interrogantes, me basaré en los conceptos de *actividad colectiva* y *convenciones* incluidos dentro del término más global de *mundos de arte* propuesto por Howard S. Becker. Este concepto busca generar un modelo exhaustivo de la organización social en las artes al mismo tiempo que busca explicar cómo es que se establecen los procesos a través los cuáles la actividad colectiva es gestionada y los recursos artísticos son distribuidos. Estos “[...] consisten de todas las personas cuyas actividades son necesarias para la producción de las obras características con los que definen a ese mundo [...] como arte”²⁴ (Becker, 2008 [1982], p. 34). Es necesario recalcar que esta postura, si bien es de suma utilidad para analizar la obra de arte como un hecho social, no haré uso de todo el andamiaje metodológico y teórico que este concepto conlleva, los términos que estoy rescatando lo hago porque brindan puntos de enfoque que permiten conceptualizar la labor creativa como un encadenamiento de prácticas que son el resultado de una serie de acuerdos y pactos sociales que traen consigo una lista de conocimientos convencionales y transmisibles.

3.1 *Mundos de arte*

Propuesto por primera vez por Arthur Danto en el año de 1964, en el artículo “The Art World”, y desde una perspectiva epistemológica y hermenéutica, el concepto busca que “[...] los artistas en cuestión, deben de ser entendidos no como

²⁴ Se tradujo del original: “[...] consist of all the people whose activities are necessary to the production of the characteristic works which that world [...] defines as art.”

imitadores sin éxito de las formas reales sino como creadores exitosos de nuevas formas, tan reales como las formas que el arte más antiguo habían pensado que eran, en sus mejores ejemplos, loables de imitar”²⁵ (Danto, 1964, p. 73). Es decir, el arte no imita sino que crea una nueva realidad. El término propuesto por Danto pone de manifiesto las operaciones que permiten la aprehensión de los códigos y las categorías artísticas que no son captadas a simple vista: “[...] ver algo como arte se requiere de algo que el ojo no puede juzgar —una atmósfera de teoría artística, un conocimiento de la historia del arte—: un mundo de arte.”²⁶ (ibíd., p. 580).

El desarrollo de este concepto coincidió con el progreso de las vanguardias entre las décadas de 1960 y 1970. Estos movimientos artísticos surgidos entre estas dos décadas sirvieron como punto de partida para la perspectiva analítica de George Dickie, la *Teoría institucional del arte*, considerada como una ampliación de la concepción de Danto en un intento por identificar la estructura institucional específica en que la obra de arte se constituye como tal, incluyendo a aquellos que desempeñan el papel de audiencia. Con la inclusión de la noción de público se amplifica el concepto *dantoniano* situando a “[...] las obras de arte en un marco complejo en el que un artista, al crear arte, cumple un papel cultural históricamente desarrollado para un público más o menos preparado” (2005, p. 97). Para Dickie existe una comprensión compartida por todos los que están implicados en una práctica artística —incluyendo la recepción—: el *mundo de arte* es la totalidad de los roles que giran en torno a esa práctica en específico, “[...] consiste en un conjunto de sistemas individuales de dicho mundo, cada uno de los cuales contiene sus propios roles artísticos específicos, más roles complementarios específicos” (ibídem, p. 106). Para Hans van Maanen (2010) lo

²⁵ Traducido del original: “[...] the artists in question were to be understood not as unsuccessfully imitating real forms but as successfully creating new ones, quite as real as the forms which the older art had been thought, in its best examples, to be creditably imitating.”

²⁶ Traducido del original: “[...] to see something as art requires something the eye cannot descry — an atmosphere of artistic theory, knowledge of the history of the art: an art world.”

propuesto por Dickie fue de extrema importancia para el desarrollo de la idea de mundo de arte por dos razones:

- Primero, propone un modelo para entender cómo se interrelacionan reglas y roles en la actividad artística a través de la introducción del concepto *convención*.
- En segundo lugar, plantea un acercamiento al fenómeno artístico no sólo a través de quienes lo producen sino también a partir de quienes apoyan en su creación y de quienes los aprecian.

Estos dos aspectos fueron trabajados de manera extensa por Howard S. Becker, además de que le sirvieron como punto de partida para su propia investigación. Así como Dickie complementó lo propuesto por Danto al agregar un marco de comprensión institucional, Becker lo completa al añadir a la perspectiva del primero una comprensión del mundo de arte como algo que implica actividades cooperativas y la existencia de vínculos sociales entre los participantes que se reconocen entre sí dentro de ese mundo: “Los miembros de los mundos de arte coordinan sus actividades por lo que la obra que se produce hace referencia a un cuerpo de conocimientos convencionales y que se incorporan a la práctica cotidiana y a los artefactos frecuentemente usados”²⁷ (Becker, 2008, p.34).

Esta adenda,²⁸ por así llamarla, busca explicar cómo se pueden construir diversos mundos de arte en la medida que se establecen vínculos y actividades que varían de acuerdo al tipo de objeto artístico que se quiera producir. Con esta reelaboración de Becker, se establecen nuevas consideraciones para acercarse al estudio del mundo de arte (ibíd., pp. xxi-xxii):

- a) Determinar cómo es que éste logra coordinar sus actividades con el fin de producir algo.

²⁷ Se tradujo del original: “Members of art worlds coordinate the activities which work is produced by referring to a body of conventional understandings embodied in common practice and frequently used artifacts”.

²⁸ Creo importante señalar que también a través de este posicionamiento, Becker busca desmarcarse de lo que él denomina la “Tradición sociológica dominante”. Ésta tradición, según el propio Becker, toma al artista y a la obra de arte desde una perspectiva esencialista para el análisis del arte como un fenómeno social, mientras que él se centra en las redes de cooperación para así realizar una sociología de las ocupaciones aplicadas al trabajo artístico. (Becker, 2008 [1985]).

- b) La necesidad de comparar diversos mundos de arte para observar cómo un mismo fenómeno puede tomar formas diferentes.
- c) El mundo de arte como proceso y donde el trabajo sociológico deba de determinar quién realizó qué, cómo lograron coordinarse y qué surgió de esa actividad colectiva.

Es a partir de estos tres puntos que se puede comprender la perspectiva de Becker cuando señala: “He usado el término [mundo de arte] para indicar la red de personas cuya actividad cooperativa, organizada a través su conocimiento conjunto de los medios convencionales para hacer las cosas, produce el tipo de obras de arte que el mundo de arte destaca”²⁹ (ibíd., p. xxiv). Sobresalen las dos nociones que he seleccionado de su perspectiva y que ayudaron al sociólogo estadounidense a reconceptualizar los *mundos de arte*: “actividad colectiva” y “convenciones”.

3.2 Actividad colectiva

Para Becker las obras de arte no son producto de individualidades, son el producto de la actividad conjunta de todas las personas que cooperan a través de los convenios que caracterizan al mundo de arte y que posibilitan la existencia de las obras mismas. Si bien se reconoce que el número de actividades varían de un mundo de arte a otro, Becker identifica siete actividades regulares que se relacionan entre sí para crear arte. Primero un “creador” debe *desarrollar una idea* (1) que señale qué tipo de trabajo se realizará, su materialidad y forma. El siguiente paso es que la *idea sea ejecutada* (2), y esta ejecución puede tomar diferentes formas (diseño para un escultura, el script para un filme, una composición, etc.). Muchas disciplinas, para la ejecución de su idea, necesitan materiales y artefactos que deben de ser *manufacturados* (3): cámaras, pinturas, instrumentos musicales, etcétera. La creación y ejecución toman tiempo y sobre todo, dinero que los artistas obtienen a través de la *distribución de sus obras a las audiencias* (4) a cambio de alguna remuneración económica. Para llevar a cabo el

²⁹ Se tradujo del original: “I have used the term [...] to denote the network of people whose cooperative activity, organized via their joined knowledge of conventional means of doing things, produces the kind of art works that art world is noted for.”

desarrollo de las ideas, ejecución y posterior distribución es necesario la intervención de *actividades de apoyo* (5) que varían de acuerdo a la naturaleza de la obra y las características propias de la disciplina. Las dos actividades restantes no están centradas en el desarrollo de las obras de arte sin embargo son necesarias para su existencia. La primera de estas actividades Becker la denomina como *respuesta y apreciación* (6): “Alguien tiene que responder a la obra una vez que está hecha, tener una reacción emocional o intelectual a ésta, ‘ver algo en ésta’, apreciarla”³⁰ (ibíd., p. 4), sin esta actividad la obra de arte no existe en la medida que nadie está interesado en disfrutarla *como tal*. La otra actividad, y última, es la *creación y mantenimiento de la razón fundamental* (7) “[...] según la cual todas estas otras actividades tienen sentido y vale la pena hacerlas”³¹ (ídem). La razón fundamental generalmente toma la forma de un argumento estético que identifica qué es lo que está haciendo como arte y explica cómo éste hace algo por la sociedad y las personas. Muchas de estas actividades requieren cierto entrenamiento y sujetos que lleven a cabo la educación y la formación para que “[...] las personas aprendan] las técnicas características del tipo de obra que van a hacer, ya sea la creación de las ideas, ejecución alguna de las muchas actividades de soporte, o la apreciación, respuesta y crítica”³² (ibíd., p. 5).

Siguiendo el posicionamiento de Becker para determinar cómo es que se distribuye la organización social de la labor que garantiza la producción en **Textofilia**, **Sexto Piso** y **Nitro Press**, no es necesario saber cuántas personas participan específicamente en la realización de los libros, pero sí es necesario determinar el conjunto de actividades y la posición que ocupa cada una de éstas al interior de la actividad colectiva. Partiendo de esta premisa, el acercamiento sociológico a la organización social de las editoriales aquí examinadas y la división laboral que surge en torno a ésta se establecerá a partir del análisis a la

³⁰ Se tradujo del original: “Someone must respond to the work once it is done, have an emotional or intellectual reaction to it, ‘see something in it’, appreciate it.”

³¹ Traducido del original: “[...] according to which all these others activities make sense and are worth doing.”

³² Traducido del original: “People must learn the techniques characteristics of the kind of work they are going to do, whether it be the creation of ideas, execution, some one of the many support activities, or appreciation, response, and criticism.”

interrelaciones que van surgiendo entre estas actividades a partir del establecimiento de los vínculos de cooperación y las prácticas de interdependencia que permiten que la labor creativa sea llevada a cabo.

3.3 Convenciones

Las convenciones tienen un rol esencial para que la cooperación sea posible. Según Becker, éstas cubren todas las decisiones que se deben de tomar en las actividades que circundan la creación artística cómo se deben de ejecutar y de qué van a producir, también regulan las relaciones entre artistas y sus consumidores, especificando los derechos y obligaciones de ambas partes permitiendo la existencia de un cuerpo de acuerdos entre los artistas y audiencia que posibiliten la experiencia artística. Es decir, las convenciones proveen de la base con la cual los participantes de los mundos de arte puedan actuar entre ellos de manera eficiente y pueden producir obras características de esos mundos. Diferentes prácticas laborales conocen las diversas labores del cuerpo de convenciones que se usan en un mundo de arte permitiendo comprender los procesos que integran la creación de una obra de arte y el lugar que ocupan en este proceso. El mundo de arte se basa en las convenciones del arte mismo, pero estas convenciones son comprensibles en la medida en que éstas descansan en un contenido simbólico mucho más amplio: los mundos de arte “[...] usan una mixtura de convenciones que son parte de la cultura, independientes del medio artístico, y de convenciones de arte tan bien conocidas que también son parte de la cultura que cada persona bien sociabilizada conoce”³³ (ídem, p.44).

Becker pone especial atención en las relaciones que se dan entre los artistas y los distribuidores por una parte, y por otra, entre artistas y audiencias. Para Becker el dominio de la distribución es donde se genera las ganancias para los artistas, lo que garantiza que éstos sigan produciendo y por tanto ingresen más obras al mundo de arte: “Mundos de arte completamente desarrollados [...] proveen de sistemas de distribución que integran a los artistas a las economías de

³³ Traducido del original: “[...] use a mixture of conventions which are part of the culture, independent of the art medium itself, and conventions of the art so well known that they are also part of the culture every well-socialized person knows.”

sus sociedades, llevando las obras de arte a los públicos que las aprecian y que pagarán suficiente de tal manera que el trabajo pueda proceder”³⁴ (ibíd., p. 93). Mientras que en el segundo aspecto, las convenciones proporcionan las bases con las cuales se señala a las potenciales audiencias en dónde insertarse, cómo desenvolverse y qué interpretar:

[...] cada obra, y cada cuerpo de obras de un artista nos invita a un mundo definido en parte por el uso de los materiales hasta ahora no conocidos y por tanto no son completamente comprensibles en un principio [por tanto] cada obra por sí misma, en virtud de sus diferencias [...] de todas las otras obras, enseña a sus audiencias algo nuevo: un símbolo, una nueva forma, un nuevo modo de presentación [...]”³⁵ (ibíd., p.64-66).

Las convenciones entonces, hacen al mundo de arte posible en la medida que proveen de una fácil y eficiente coordinación de la actividad entre artistas y personal de apoyo: “[...] La norma, la regla, el entendimiento compartido, todo lo referido a las ideas y los acuerdos que las personas poseen en común y con los que se efectúa la actividad de cooperación”³⁶ (ibíd., p. 30). El acercamiento a las convenciones que surgen en las editoriales aquí analizadas implica, por una parte comprender cómo es que se lleva a cabo la estandarización de los procesos por medio de los cuales se coordinan la actividad entre los artistas y las actividades de soporte; y por otra, acceder a las formas en que se desarrolla un conocimiento compartido que permite a los participantes de la labor creativa determinar qué espacio deben de ocupar en la producción de la mercancía cultural y las maneras en que deben de intervenir para elaborar cualquier libro.

Para Becker, la existencia de las actividades colectivas y las convenciones garantizan el establecimiento de una red de cooperación que asegura que el

³⁴ Traducido del original: “Fully developed arts worlds [...] provide distribution system that integrate artists into their society’s economy, bringing art works to publics who appreciate them and will pay enough so that the work can proceed.”

³⁵ Traducido del original: “[...] each work, and each artist’s body of work invite us into a world defined in part by the use of materials hitherto unknown and therefore not at firsts completely understandable [...] Each work on itself, by virtue of its differences [...] from all other works, thus teaches its audiences something new: a symbol, a new form, a new mode of presentation.”

³⁶ Traducido del original: “[...] norm, rule, shared understanding customs, or folkway, all referring to the ideas and understandings people hold in common and through which they affect cooperative activity.”

producto cultural sea más efectivo en su producción y menos costoso. Retomar estos presupuestos para el análisis de la labor que se genera al interior de las industrias culturales ayuda a conceptualizar a estas últimas como un espacio social donde la producción cultural es producto de la labor colectiva, la cual implica cooperación y división del trabajo, permitiendo identificar las convenciones conocidas y reconocidas tanto por productores como por distribuidores y consumidores. También ayuda a concebir la producción industrializada de la cultura como un espacio social donde existen diversas redes concatenadas de producción, circulación y distribución, que tienen como fin último dar a conocer un producto al mercado.

CAPÍTULO II.

La industria editorial: un acercamiento a sus tendencias generales y específicas.

Horacio Romero apunta que el denominado sector editorial “independiente” es una etiqueta que emergió en la década de los noventa del siglo pasado con el fin de denominar a aquellas editoriales tradicionales —es decir, editoriales pertenecientes a una familia de dueños o bien a un grupo pequeño de inversores— que no se integraron, se opusieron o se resistieron al proceso a través del cual otras editoriales fueron absorbidas por los grandes grupos corporativos y que a la postre, resultó en la concentración y el acaparamiento del mercado, y de las estructuras de distribución y difusión de la industria editorial. Romero afirma que

[...] los grandes grupos de medios mundiales mostraron un inusitado interés por adquirir las editoriales [...] marchando al son de los objetivos globalizadores [...]: uniformar el consumo y capitalizarlo en pocas manos, controlarlo (en ventas, precios, contenidos y tendencias), lo que en este medio significaba determinar qué se debería leer, y sobre todo enfatizar el sentido comercial (2014, s/n).

Aquellas editoriales “tradicionales” que no fueron absorbidas por las grandes corporativas se les denominó como “independientes” para “[...] contrastarla[s] de los grandes grupos dependientes de una dirección corporativa” (Díaz Aguirre, 2011). Un aspecto esencial del tránsito de la editorial “tradicional” a la “independiente” y a los grandes corporativos es la lógica de concentración industrial, es decir cuando las grandes corporaciones compran el capital de una empresa.

Fue a mediados de la década de los ochenta que el mercado internacional del libro, impulsado por corporativos multinacionales, comenzó a opacar a las

industrias locales y concentrar al mercado. La adquisición de editoriales por parte del capital transnacionales modificó la concepción de la editorial como agente cultural en un sentido tradicional, al tiempo en que se “[...] promueve políticas de producción y circulación del objeto libro que modifican considerablemente su comportamiento en términos de impacto cultural” (Botto, 2014, p. 221).

Para David Hesmondhalgh (2013) a pesar de que las industrias culturales corporativas han aumentado su tamaño en escala global y asentado su dominio sobre la producción cultural de amplios territorios, particularmente en la década de 1980, el número de industrias culturales independientes no ha decrecido. De acuerdo al propio Hesmondhalgh el mantenimiento de pequeñas empresas culturales independientes se puede explicar por (2013, pp. 209-2010):

- 1) El apareamiento de nuevas tecnologías que han aminorado los gastos de ingreso, producción y distribución, haciendo relativamente mucho más accesible la entrada a interesados en participar en el sector y por tanto, facilitando el apareamiento de nuevas empresas.
- 2) La consolidación del discurso del emprendimiento en las actividades económicas a través del cual se promueve a la pequeña actividad empresarial como una alternativa y forma válida para generar ganancias.
- 3) La integración vertical³⁷ y la concentración de mercado promovidas por los grandes corporativos han dejado desatendidas ciertas partes del mercado al dejar de producir cierto tipo de mercancías enfocándose en mercancías de mayor movilidad comercial y por tanto, facilitando a que los productores independientes puedan atender esos espacios “olvidados” por las corporaciones y buscar públicos que se interesen en éstos.

Y es desde esta coyuntura de concentración económica y de mercado originadas por los grandes corporativos editoriales, así como nuevas posibilidades de producción y comunicación brindadas por las nuevas tecnologías es que de,

³⁷ Este concepto hace referencia a las formas a través de las cuales compañías obtienen propiedad y control de otras compañías para garantizar por una parte suministro de los materiales con los cuales lleva a cabo su actividad productiva y por otra, asegurar la distribución de sus productos llegando al mayor número de consumidores. Estas estrategias tienen como fin generar economía a escala y aminorar los gastos de producción y distribución para así obtener la mayor ganancia posible.

acuerdo a Gustavo Sorá, se ha facilitado la aparición de las editoriales independientes. Según el propio antropólogo argentino (2013), este tipo de editoriales comparten rasgos de semejanza con las formas tradicionales del organización editorial —y por tradicional está refiriéndose a mi consideración a las formas industrializadas del siglo XIX y que se mantuvieron hasta la década de 1970— si se les contrasta con las editoriales corporativas; las “independientes” se dedican exclusivamente a la producción editorial, son empresas de pequeña escala que no poseen una división de funciones muy especializada, hay una preocupación por el mantenimiento de un catálogo y la promoción de éste en espacios tradicionales como las ferias y las reseñas periodísticas,

[d]esafiando los supuestos de la evolución de la cultura occidental [...] Vuelven a aparecer personas o colectivos que pueden encarnar en un mismo tiempo y lugar a autores (artistas) – editores – impresores – distribuidores – librerías – traductores. Las combinatorias que se pueden dar entre algunas de estas funciones alternativas son efecto tanto de lo que la concentración financiera arrojó al margen, como de las posibilidades de comunicación abiertas por las transformaciones tecnológico-digitales [...] (Sorá, 2013, p. 106).

El presente capítulo tiene como objetivo describir el contexto corporativo de la industria editorial tanto a nivel internacional como en nuestro país, identificar las condiciones bajo las cuales aparece el sector independiente de la industria editorial en México y poder comprender las condiciones en las que este sector lleva a cabo su labor. Para esto primero se hará una descripción de las tendencias generales de la industria editorial en México, sus lógicas de producción y mercado, además de las tendencias específicas del sector editorial independiente; posteriormente, la forma en que se pueden explicar a las editoriales seleccionadas con respecto a estas tendencias. Interesa en este capítulo señalar cuáles son las circunstancias en las cuáles las editoriales independientes realizan su labor y señalar el papel que desempeña en el sector editorial más amplio.

1. LAS TENDENCIAS DE LA INDUSTRIA EDITORIAL A NIVEL MUNDIAL

La industria editorial se comprende por el conjunto de varias organizaciones empresariales llamadas *editoriales* (donde se establecen diversos roles y formas

de relacionarse con otro tipo de industrias y actividades que pueden ser de apoyo o complementarias). Las editoriales, como cualquier otro tipo de industria, “[...] persigue[n] la rentabilidad y la creación de valor económico [al mismo tiempo que tienen] otros propósitos, de carácter simbólico, a partir de los cuales concibe su inserción en el medio social y cultural en el que opera” (Esteves y Vanzulli, pp.37-38). De esta impronta, cada editorial determina la configuración de su catálogo, sus características específicas, hasta cómo va a promover y distribuir los títulos que poseen. La industria editorial satisface una demanda y también la induce: produce en función de las preferencias y necesidades del mercado, pero también debe —en la medida de sus capacidades— imponer gustos, autores y nuevas preferencias.

Al igual que el resto de las industrias culturales, la industria editorial se distingue por ser “[...] un conjunto de ramas, [...] productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo [...]” (Zallo, 1988, p. 26). Siguiendo con estas tendencias uno de sus aspectos más particulares es, retomando el análisis a las industrias culturales y de la comunicación que realiza Del Valle-Rojas *et al*, “[...] el [...] proceso de transformación de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento, como forma de mercancía, la valorización de esta mercancía informativa-comunicativa-cultural-cognitiva, y el impacto de estos procesos en las lógicas de producción de trabajo [...]” (2012, s/n). Es decir: las lógicas de comunicación y significación se conciben principalmente partir de una lógica económica y de intercambio que determina una división de trabajo específica que se ajuste a dichas lógicas.

Estas tendencias generales de la industrias culturales, en la producción editorial, se han ido acentuado en los últimos treinta años teniendo como consecuencia directa un proceso de concentración industrial y mercado gracias al crecimiento de los grandes grupos editoriales transnacionales que han absorbido a pequeñas y medianas editoriales con el fin de asegurar una salida y colocación de sus productos a diversos públicos y segmentos de población (González Lara,

2005, s/n). Esto va en consonancia con la estrategias que se ponen en marcha en las otras industrias culturales al momento que tienen que lidiar con el riesgo de inversión y con la necesidad de asegurar una amplia audiencia para el consumo de sus productos; las estrategias más comunes son la *integración vertical*, la *concentración horizontal*, la *internacionalización* y la *integración multisectorial y multimedia*.³⁸ ¿Cómo fue que inicio este proceso?

Fernando Escalante observa que la implementación de estas estrategias se hicieron evidentes después de la II Guerra Mundial: el crecimiento del sistema educativo y sus usuarios en los países desarrollados tuvo como consecuencia el aumento, en la misma proporción, de la producción y venta de libros de texto y educativos (2007, pp. 199-244). Este nuevo mercado tenía una demanda previsible, sostenida y en expansión por tanto, “[...] el negocio de los libros comenzó a ser atractivos para grandes inversionistas [siendo así como] comenzó la época de las grandes adquisiciones, la formación de los consorcios y grupos editoriales [contemporáneos]” (ibídem, pp. 201-202) que buscaban aprovechar el surgimiento de este nuevo público cautivo y acaparar el mercado mediante la eliminación de la competencia. En un primer momento, y por poco tiempo, la tendencia de formación de conglomerados fue heterogénea pero pocos años después se impuso una lógica donde se buscaba la integración de la industria editorial a un conjunto de industrias culturales dedicadas al espectáculo (televisión, radio, cine, etc.), por una parte, y a la producción de contenidos educativos, por otra, con el interés de generar un mecanismo de “[...] producción y publicidad que se retroalimenta, donde los productos son a la vez mercancía, capital y publicidad de otras mercancías” (ibídem, p. 204). La expansión de este modelo alrededor de mundo, proceso denominado *transnacionalización*, tuvo su auge en la década de 1970 gracias a la creación y promoción de políticas fiscales

³⁸ Bernard Miège nos dice que la concentración del mercado en manos de unos pocos productores es una de las características más distinguibles de las industrias culturales: “En las industrias culturales [...] la concentración es un fenómeno antiguo. La historia de todas las industrias [...] está hecha de absorciones, fusiones, adquisición de participaciones, de tomas de control y tentativas brutales de rescate [...] Esta característica debe considerarse como esencial, dado que marca a fondo las industrias [...]” (Miège, 2008, s/n).

de exportación y la creación de mercados periféricos donde se pudieran depositar la producción excedente de la nueva industria. Esta concentración, expansión y transnacionalización tuvo sus consecuencias: generó una dinámica de producción y consumo basado en índice de ventas, circulación de novedades y la organización de los productos entorno a la publicidad; eliminando la competencia equitativa, limitando la producción local y afectando a aquellos que no se encuentran en esta dinámica corporativa de expansión constante y de obtención de dividendos a partir de la concentración del mercado.³⁹

Felipe Lindoso (2004) señala que en la actualidad existen tres grandes tendencias de expansión y concentración editorial:

- a) absorción de editoriales por grandes grupos de comunicación.
- b) compra de editoriales por parte de conglomerados para la expansión en mercados editoriales específicos (lingüísticos o geográficos).
- c) concentración de segmentos específicos principalmente en las áreas educativas y técnico-científicas.

Estas tendencias refuerzan una estructura de mercado donde los ganancias se reparten entre aquellos que logren establecer estructuras comerciales lo suficientemente amplias y dominantes. Según el estudio presentado por Rüdiger Wischenbart, *The Global Ranking of the Publishing Industry 2016*, el 54% de lo ingresos generados por la industria editorial a nivel mundial (37, 875 millones de dólares) durante el 2015 provinieron solamente de diez conglomerados editoriales multinacionales.

³⁹ A esta concentración de mercado se le suma la convergencia digital y las nuevas tecnologías que están incidiendo en los modos de producir libros, de hacerlos circular y de leerlos, sin olvidar que también se trastoca la forma del soporte con el que son transmitidos a los lectores. Esta revolución tecnológica supone una integración de varias plataformas que se alejan de la forma que ha tenido el libro en occidente desde hace varios siglos, teniendo como consecuencia que nuevos roles y labores surjan en la industria editorial para cumplir y producir las nuevas formas que están concibiendo el libro.

Posición en Ranking	Corporación/Grupo editorial	País de Origen	Propietario del Grupo	Lugar de Origen de compañía madre	Millones de dólares generados durante 2015	Millones de dólares generados durante 2016
1	Pearson	Reino Unido (RU)	Pearson PLC	RU	\$6,626	\$7,072
2	ThomsonReuters	Estados Unidos	The Woodbridge Company Ltd.	Canadá	\$5,776	\$5,760
3	RELX Group	RU/EEUU/PB	Reed Elsevier PLC & Redd Elsevier NL	RU/EEUU/PB	\$5,209	\$5,362
4	Wolters Kluwer	Países Bajos (PB)	Wolters Kluwer	PB	\$4,592	\$4,445
5	Penguin Random House	EEUU	Bertelesmann AG	AL	\$4,056	\$4,046
6	China South Publishing and Media Group (ZhongNan)	China	China South (ZhongNan)	China	\$2,811	\$2,579
7	Phoenix Publishing and Media Group Co., Ltd.	China	Phoenix	China	\$2,755	\$2,80
8	Hachette Livre	Francia (FR)	Lagardère	FR	\$2,407	\$2,439
9	McGraw-Hill Education	EEUU	Apollo Global Management LLC	EEUU	\$1,835	\$1,855
10	Grupo Planeta	España	Grupo Planeta	España	\$1,809	\$1,943

Ranking mundial de compañías editoriales 2016.

[Elaboración propia con datos extraídos de Ruediger Wischenbart: *Global Ranking of the Publishing Industry 2016. Analysis.*]

Los diez conglomerados que aparecen en la tabla anterior poseen en conjunto, 1,389 compañías editoriales y editan entre todas un aproximado de 100,000 títulos anuales (Milliot, 2016). Tienen presencia comercial en casi 200 países⁴⁰ —el único grupo de esta lista que tiene sus operaciones en un solo país es China South Publishing— y sus ingresos provienen no sólo de la publicación de libros sino también de la generación de programas educativos, gestión de información y publicación de noticias —el único grupo “tradicional” en esta lista, centrado exclusivamente en la publicación de libros, es Penguin Random House— (ibídem).

En los consorcios que aparecen en esta lista son más que evidentes las estrategias de *concentración horizontal e integración vertical* que tienen lugar en la industria editorial internacional. Por una parte, las corporaciones que son dueñas de los consorcios editoriales (Pearson PLC, Woodbridge, Elsevier, Bertelesmann, *et al.*) no se concentran de forma exclusiva en el negocio editorial, tienen intereses comerciales en otros rubros: destacan los servicios educativos, las inversiones

⁴⁰ A excepción de las compañías de origen chino, el resto de los conglomerados tiene presencia en México a través de distintos sellos y compañías.

financieras, el desarrollo tecnológico y científico, inversión en el sector salud, la publicidad y los medios masivos de comunicación; la *concentración horizontal* “[...] tiene lugar cuando una empresa de una línea de negocio comunicativa adquiere un interés mayoritario en otra operación mediática que no está directamente relacionada con el negocio original” (Mosco, 2006, p. 70). Por otra parte, hay una tendencia de estos consorcios por expandir su presencia en toda la cadena de producción del libro dando lugar a la *integración vertical*, ésta es “[...] la amalgama de empresas dentro de una línea de negocio que extiende el control de la compañía sobre el proceso de producción, [...] expande [su] presencia [...] a lo largo de los procesos de producción y distribución” (ídem). Un claro ejemplo de este proceso nos los ofrece la compañía China South Publishing que, además de publicar, posee un monopolio de distribución y de puntos de venta al por menor de otras editoriales en la provincia de Hunan (China), localidad de la que adquiere el 70 % de sus ingresos como compañía (Milliot, op. cit).

Siguiendo las categorías propuesta por Hesmondhalgh para clasificar a las industrias culturales (2013, pp. 193-194), las corporaciones editoriales pueden ser catalogadas de la siguiente manera —al menos las que aparecen en el listado anterior—:

- a. **Compañías dominantes en una sola industria cultural en un país:** China South Publishing y Phoenix Publishing & Media Group.
- b. **Compañías influenciando en una sola industria cultural a través de varios países:** Pearsons, Penguin Random House, McGraw-Hill, Hachette Livre y Grupo Planeta.
- c. **Compañías con intereses en más de una industria cultural de forma internacional:** ThomsonReuters, RELX Group y Wolters Kluwer.

Más allá de la diferencia obvia por los espacios de mercado donde ejercen influencia, lo que estas tres categorías nos revelan es lo siguiente: por una parte, la evidente tendencia de expandir sus mercados a través de la internacionalización de su presencia —ninguna de las 10 grandes del mundo editorial está exenta de este proceso: las dos corporaciones Chinas han establecido alianzas con otros grandes corporaciones, ya sea para importar contenido y traducirlo o bien, para

mover sus productos a nivel internacional a través de la venta de derechos de reproducción—. Por otra parte, como consecuencia del proceso de internacionalización, se da el establecimiento de una dominancia de la circulación de sus productos para así garantizar el funcionamiento y mantenimiento de estos conglomerados: “[...] la circulación es vital por la necesidad de controlar las relaciones entre las audiencias inconstantes y crear una escases artificial de los productos culturales [...]”⁴¹ (ibídem, p. 200).

Lo descrito en los párrafos anteriores, las tendencias del mundo de la edición a nivel internacional nos dejan ver una de las predisposiciones más importantes de las industrias culturales en el mundo contemporáneo: a pesar de ser multinacionales provienen de regiones muy específicas del mundo —Europa y Norteamérica principalmente, al menos en el caso del sector editorial—, y muchas de estas corporaciones invierten en más de un país, distribuyendo sus productos en varios espacios, teniendo como consecuencia un flujo de contenidos, creadores y productos similares en diversos espacios geográficos. Esto se traduce en lo siguiente: “[...] la concentración [...] tiende a disminuir la diversidad de la oferta y aumentar el énfasis en la publicación de autores conocidos [...] Solamente las editoriales más grandes [...] disponen de los recursos necesarios para disputar en el mercado de derechos de autor y de los escritores reconocidos. (Lindoso, op. cit, pp. 1-2). El flujo global de contenidos editoriales condiciona el funcionamiento de mercados nacionales y los tipos de libros que ahí se ponen en circulación.

México, en efecto, forma parte de estas tendencias internacionales de la industria y del mercado editorial.

2. LAS ESPECIFICIDADES DE LA INDUSTRIA EDITORIAL EN MÉXICO: EL SECTOR CORPORATIVO Y EL SECTOR INDEPENDIENTE

Sin ser un análisis basado en una rigurosidad metodológica, más bien una visión fundada en su experiencia personal como escritor extranjero en México, Philippe Ollé-Laprune ofrece la siguiente caracterización de la industria editorial mexicana:

⁴¹ Traducido del original: “[...] circulation is vital because of the need to control relationships with fickle audiences and create artificial scarcity [...]”.

Con el fin del franquismo en España [...] en la década de 1980, los grupos editoriales de la lengua española [...] se desarrollan considerablemente y se implantaron en todos los países de ese espacio lingüístico. México es el más poblado de ellos [...] Estas mismas casas editoriales no dudan en crear sus propios premios literarios para promover y popularizar sus autores [...] Son verdaderas operaciones de mercadotecnia cuya inversión se hace redituable por las ventas de libros [...] Esto no tiene nada de excepcional: la literatura mexicana se alinea con las de otros países (2012, p. 74).

Aunque esta observación está sujeta a la pura experiencia personal de quien la suscribe, no deja de llamar la atención lo precisa que puede llegar a ser: en México, en efecto, la presencia de las corporaciones multinacionales editoriales es fuerte —teniendo como consecuencia que en la industria nacional sean observables las lógicas de concentración e integración de origen internacional— pero la manera en que se insertan e inundan el mercado nacional se da a partir de ciertas particularidades gracias a la conformación histórica como industria que se encuentra marcada por la constante presencia del Estado.

A finales del siglo XIX y antes del fin de la Revolución mexicana no existía de manera formal un modelo industrializado editorial en nuestro país, existían imprentas, periódicos y librerías pero no una profesionalización ni el alcance actual, mucho menos una infraestructura material o una cantidad suficiente de lectores que permitieran la producción, circulación y consumo del libro de manera masiva. De acuerdo con Freja Cervantes Becerril, en “La edición literaria de la primera mitad del siglo XX en México”, este periodo se caracterizó por una práctica editorial dispersa donde “[...] lejos de concebirse un mercado del libro, lo que había era un reducido número de lectores de libros, reconocibles en un élite literaria mexicana, acostumbraba a surtirse de materiales bibliográficos en lenguas originales y bajo pedido [...]” (Cervantes Becerril, en prensa). El acceso de esta élite lectora a los textos de su interés, señala la misma autora, se daba a través de sucursales de sellos extranjeros y pocas casas editoriales mexicanas —cuyos dueños eran la mayoría de origen extranjero—.

En otras palabras no existía una industria editorial tal y como la concebimos ahora, lo que sí existía era una producción y venta de impresos limitada un igual número limitado de consumidores. Sin embargo, y como apunta Beatriz

Rodríguez, a pesar de esta limitada existencia, fue en esta primera década del siglo pasado que se empezaron a sentar las bases de lo que sería la industria editorial nacional: se establecieron nuevas casas editoriales extranjeras, las imprentas locales comenzaron a promover la producción literaria local y se comenzó a normalizar la educación en los centros urbanos de esa época. Este proceso se vio truncado con el estallido de la Revolución mexicana y fue hasta la década de 1920 que el naciente Estado revolucionario, a través de la recién creada Secretaría de Educación Pública (SEP), dio un nuevo impulso a la industria editorial sentando nuevas bases a partir de la creación de programas de alfabetización a lo largo y ancho del país, además de establecer repositorios bibliográficos estatales y mandar a imprimir una serie de tomos de los llamados “clásicos de la literatura universal” y que se distribuyeron en escuelas, sindicatos, instituciones y oficinas públicas ubicadas en distintas zonas del territorio nacional.⁴² Eduardo Mejía apunta que con este proyecto de Estado, impulsado en un principio por José Vasconcelos, es que se comenzó con la preparación profesional de los que posteriormente se incorporarían o establecerían las bases de la futura industria editorial mexicana, y al mismo tiempo alentó a la publicación de autores jóvenes mexicanos, autores extranjeros poco conocidos al interior de nuestras fronteras, a la divulgación científica y la publicación de jóvenes autores ubicados fuera de la capital mexicana (2000, pp. 210-211).⁴³

A partir del proyecto trazado por José Vasconcelos los subsecuentes gobiernos mexicanos se encargaron de extender la presencia del Estado

⁴² Sebastián Rivera Mir en el artículo “Usos políticos de la edición durante el siglo XX” (en prensa), apunta que la relación del Estado con el mundo del libro nacional —o bien con las casas editoriales privadas que existían en nuestro país en ese momento— no fue algo que comenzó a germinar con el establecimiento del gobierno obregonista. Un par de años antes, en el gobierno de Carranza, se había propuesto un proyecto editorial que planeaba dotar de libros de texto a las escuelas primarias; dicho proyecto trajo consigo una serie de disputas entre casas editoriales extranjeras asentadas en México y autores nacionales para definir quiénes se debían de encargar de la producción de dichos materiales. Cervantes Becerril, por su parte apunta, que el periodo porfirista impulsó la actividad editorial con miras a beneficiar sus propios proyectos políticos (en prensa).

⁴³ El Estado, además de la SEP, ha asumido la labor editorial desde otras instituciones: gobiernos estatales, las universidades públicas y diversos espacios de investigación científica que se han encargado no sólo de publicar libros sino también publicaciones periódicas.

impresor-editor: se fundaron oficinas gubernamentales especializadas en la producción, difusión y gestión de las publicaciones estatales y de la actividad editorial en el país, como el Departamento de Bibliotecas y el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP), se organizaron ferias de libro, al tiempo que se implementaron “[...] modificaciones en la industria del papel (con la creación de PIPSA) hasta la organización de los voceadores, pasando por la regulación de los derechos de propiedad, entre muchos otros elemento” (Rivera Mir, en prensa).

A la par que el Estado mexicano fue desarrollando esta infraestructura de regulación y producción editorial, también se fue consolidando el sector privado de la industria. Los últimos años de la década de 1950 y durante toda la década de 1960 fueron decisivos en este aspecto; tanto fue el desarrollo que México en esa época se convirtió en el principal actor editorial de la región latinoamericana (Rivera Mir, en prensa). Eduardo Mejía ve una correlación directa entre este auge de la industria editorial en México —sobre todo el surgimiento de nuevas casas editoras— y la consolidación y el éxito del Fondo de Cultura Económica (FCE). Fue en esta editorial estatal donde se formaron muchos de los que posteriormente serían los editores más prestigiosos de nuestro país, editoriales como ERA, Grijalbo, Joaquín Mortiz y Siglo XXI estuvieron creadas por gente que provenía de las filas del FCE y que lograron consolidar proyectos editorial exitosos que darían una nueva vitalidad a la industria editorial de nuestro país a nivel comercial (Mejía, *op. cit.* pp. 218-222).⁴⁴ Freja Cervantes Becerril coincide con este reconocimiento que hace Mejía sobre el FCE, para ella esta casa editorial representó “[...] un bastión indiscutible para el desarrollo de la industria editorial y la circulación del pensamiento moderno desde 1934 [...]” (Cervantes Becerril, en prensa).

⁴⁴ El texto de Mejía, “La industria editorial en México, obra de personas más que de instituciones”, muestra un catálogo interesante de las personas que han tenido un papel importante en la formación de la industria editorial nacional sin embargo, se obvian ciertos procesos de la conformación histórica de la industria editorial a nivel nacional. Ciertas procesos exógenos a la industria misma —como la aparición de un mercado mucho más grande gracias a la caída de los niveles de analfabetismo o la expansión en la matrícula de la educación superior en nuestro país— Mejía no los toma en cuenta para explicar la expansión de la industria editorial y el nuevo papel que comenzaba a jugar un mercado del libro mucho más estable en el comercio nacional.

Sin desestimar el papel del FCE, es necesario señalar que no fue sólo gracias al surgimiento de esta empresa paraestatal que se sentaron las bases para la emergencia de nuevos proyectos editoriales y la consolidación de la industria editorial mexicana, este proceso de expansión y afianzamiento de la industria editorial en México también abreva en parte de la expansión del público lector con la caída de los índices de analfabetismo⁴⁵ pero más importante aún el aumento del número de estudiantes que ingresaban a la educación superior en México;⁴⁶ con esto anterior se generó la modernización como industria y el crecimiento continuo del volumen del mercado nacional del libro, dando pie a condiciones favorables para que existiera una demanda mucho más estable y por tanto condiciones mas propicias para la consolidación de la industria editorial nacional. En este periodo, proyectos editoriales que habían surgido antes de la primera mitad del siglo XX mexicano —Porrúa, Grijalbo, Diana, por mencionar algunas—, pero también nuevos proyectos —Universo, Latitudes, Novaro, Alianza Editorial, etc.— comenzaban a tener éxitos de ventas a nivel local y una presencia notable en el mercado editorial regional. Como señala María José Ramos en su contribución al volumen de *El libro multiplicado*, desde “[...] los años cincuenta, diversos escritores y editores, contando ya con experiencia o al inicio de su carrera, crearon nuevas editoriales y proyectos que revitalizaron la edición literaria en el país [...] [al tiempo que] las editoriales más consolidadas como Porrúa o el FCE, [...] eran capaces de crear proyectos en los que elevaban notoriamente las ganancias abaratando el costo de producción y aumentando el tiraje de sus libro

⁴⁵ De 1920 a 1960 el índice de analfabetismo en el país pasó de 66% de la población a 33%, esto es una reducción del 50% de la población que no sabían leer ni escribir. (INEE, 2008).

⁴⁶ El fin del movimiento revolucionario en México permitió que se fundaran algunas universidades estatales: La Universidad de Yucatán (1922), la Universidad de San Luis Potosí (1923), Universidad de Guadalajara (1924), Universidad de Nuevo León (1932), en Puebla (1937) y Sonora (1942) (Marsiske, 2006, p. 19). Además del aumento de la oferta educativa también se experimento un aumento del número de estudiantes en el sector superior educativo; Carlos Muñoz Izquierdo en la ponencia presentada en el *I Foro Latinoamericano de Educación Comparada* señala que la matrícula en el sistema de educación superior en nuestro país pasó de 15, 600 alumnos en 1930 a 610, 800 a finales de la década de 1970.

[...]” (Ramos, en prensa).⁴⁷ Esta ampliación de la industria editorial mexicana también trajo consigo la publicación de nuevos valores literarios, y la aparición —y posterior consolidación— de una serie de actividades paralelas y complementarias a la industria editorial: redes de cooperación intelectual y profesional asentadas en la crítica literaria, en la profesionalización del sector de la prensa cultural y de diversas actividades de divulgación y difusión de la literatura tanto en la capital como otros centros urbanos del país (Ramos, en prensa).

Este panorama descrito pareció ser el estado común de la industria editorial hasta la década de 1980; aproximadamente durante treinta años la industria editorial nacional alcanzó una estabilidad —con la participación del Estado-editor pero también con la presencia del sector privado— que lo llevo a una presencia internacional y a obtener un preeminencia comercial en la región hispanoparlante del continente americano. Después de esas tres décadas, la situación para la industria editorial se modificó, la crisis económica de 1982, la reducción de las esferas de influencia directa del Estado y la consecuente rebaja del aparato burocrático —por consiguiente de los programas estatales de publicaciones—, y el avance de los conglomerados internacionales en el mercado local, con sus procesos de concentración e integración económica, plantearon un panorama muy diferente a la experimentada en la época de bonanza y cuyos consecuencias marcaron el posterior desarrollo que hasta nuestros días se experimenta.

2.3. *Tendencias actuales de la industria editorial en México*

En la actualidad el sector editorial de nuestro país, siguiendo con las tendencias globales que comenzaron a establecerse ya en la década de los ochenta, tiende a una alta concentración del mercado editorial: en un análisis de mercado realizado

⁴⁷ Esta estabilidad se puede explicar, en parte, gracias al decaimiento de la industria editorial española durante el franquismo. Fernando Larraz explica que el estallido de la guerra civil en España supuso una redistribución de la producción editorial en Hispanoamérica:

[a] la ruina padecida por las editoriales españolas durante los años de guerra siguió un largo periodo de decaimiento a causa de las condiciones económicas de la posguerra y la política cultural del [...] franquismo [...] El resultado visible de este proceso fue la creación de un considerable número de casas editoriales en América Latina (p. 83).

en el 2012 se mostró que la industria editorial se encontraba conformada por 222 editoriales de las cuáles sólo 11 representaban el 80% de todo el mercado, el resto se encontraba distribuido entre editoriales que iban del rango de micros a medianas empresas.⁴⁸ El mercado mexicano, al menos hasta el 2012, estaba dominado principalmente por cinco editoriales dedicadas exclusivamente a los libros de texto (MacMillan/Castillo, McGraw Hill, Pearson, Limusa y Trillas), cuatro dedicadas a la publicación de contenidos diversos (Grupo Planeta [España], Grupo Anaya [España], Penguin Random House [Reino Unido] y Grupo Santillana [España]; que también publica libros de texto) y tres medianas, de España y Colombia, dedicadas a la publicación de libros infantiles y texto (SM, Océano y Grupo Norma). Cada una de estas editoriales mantienen sus operaciones en México a partir de diversos sellos y varios registros fiscales, esto les resulta útil “[...] sobre todo de cara a los concursos para adquisiciones públicas, coediciones y otras formas de subsidio [estatal]” (Escalante, *op. cit.*, p. 237). Según un estudio realizado por el Centro Cultural de España en México (CEEM) durante el 2014 y coordinado por Sara Mata Modrón, otra de las características principales de la industria editorial nacional es la concentración de la oferta en el centro del país; según este estudio la Ciudad de México alberga el 74% de las editoriales en el país (2015, pp. 24-25).

Además de la concentración editorial, otra de las características centrales de la industria editorial nacional es el peso de los libros de texto de educación básica: en el 2013 representó —siguiendo las estadísticas de la CANIEM— el 45% de los ejemplares vendidos y el 37% de la facturación (CANIEM, 2014). En términos de producción, durante el 2013 —último recuento disponible de la CANIEM— se produjeron en el país 340 millones de ejemplares: 145.7 millones (42.85%) provino de la iniciativa privada —la cuál destino 43.6 millones de esos ejemplares para programas de la SEP—,⁴⁹ mientras que la producción del

⁴⁸ Oficina Económica y Comercial de la Embajada Española en México, *El sector editorial en México*, <http://www.gremieditorscat.es/AdArch/Bilio/Ftp/sectoreditorialenmexico.pdf> (Revisado: 19 de septiembre de 2014).

⁴⁹ Bibliotecas de aula y escolares, Texto de Gratuito para Secundaria y Programa Nacional de Inglés para Educación Básica.

gobierno —de la Conaliteg⁵⁰ para ser precisos— fue de 195 millones de ejemplares (57.2%). En resumen, el 70% (238.6 millones) de los ejemplares producidos en el país son libros dedicados a la educación básica.

A parte de la predominancia del libro de texto en la producción editorial es importante señalar otra tendencia de la industria editorial en México: depende —tanto las editoriales locales o como filiales de grupos extranjeros— del gasto público. Esto se debe, en primer lugar, a que el principal canal de venta de la iniciativa privada viene de las compras del Estado, que en el 2013 correspondió al 32.8% (48,486 unidades) de los ejemplares vendidos. Otra razón es que una cuarta parte de la producción mexicana se da a partir de coediciones (85 millones de ejemplares), la gran mayoría con dependencias relacionadas a la SEP y que son destinados para escuelas. La gran mayoría de las coediciones no son para el mercado abierto dado que están pensadas para los diversos programas educativos estatales, mientras que la venta de estos libros representan tan sólo el 3% (4.4 millones de ejemplares) del total del mercado editorial.

En cuanto a distribución y comercialización se observa que la industria editorial en nuestro país cuenta con una infraestructura deficiente. Las librerías son, después del Estado, el principal canal de distribución y comercialización del libro en nuestro país. En uno de los estudios más detallados que se han realizado con respecto al estado de comercialización del libro en México —realizado por CANIEM y Conaculta—, en 2004 se contaban con 1,453 puntos de venta.⁵¹

- 606 librerías;
- 65 de éstas contaban con sucursales y suponían, entre todas, 406 sucursales en distintos estados del país;
- 36 librerías universitarias;

⁵⁰ La Conaliteg además de la producción de los libros de texto gratuito se encarga de la distribución de los libros de texto que usarán todas las escuelas públicas y privadas del país. También se encarga de las compras al sector editorial privado para los programas de gobierno; según el estudio realizado CCEM este organismo público es el mayor productor y comprador de libros en el país (2015).

⁵¹ De acuerdo al estudio realizado por el CCEM las principales cadenas de distribución privadas son Sanborns —cadena de restaurantes— con 170 sucursales en toda la República y librerías Porrúa con 61 establecimientos (2015).

- 135 expendios propios de editoriales;
- 269 otros puntos de venta (restaurantes, tiendas departamentales, almacenes, etc.).

Esto supone, al menos en cifras del 2004, 132,000 habitantes por librería en el país; la Ciudad de México concentraba el 37% de los puntos de venta (representando el 62% de libro vendidos) en todo el país que sumándole la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey se llegaba al 54% de los puntos de venta (CANIEM, 2003). Sin importar que este estudio de la CANIEM-Conaculta tenga más de 15 años, lo que nos revela es que existe una clara desigualdad en la infraestructura para la distribución y comercialización del libro, no muchas localidades del país cuentan con alguna librería y los mejores canales de venta están concentrados en las grandes áreas metropolitanas.⁵²

En resumen, la industria editorial mexicana, se caracteriza de manera general por lo siguiente:

- 1) Históricamente gran parte de su producción fue impulsada y avocada a la publicación de libros de texto, incluso en la actualidad.
- 2) El gran auge de editoriales locales que se dio entre 1950 y 1980 se vio opacado por la entrada de los conglomerados internacionales del libro, lo cual intensificó la concentración del mercado y de oferta editorial.
- 3) La participación histórica por parte del Estado y sus diversos aparatos gubernamentales en el mercado editorial para la constitución de la industria editorial a través de diversas políticas públicas y culturales que buscaron

⁵²Es justo señalar que esta concentración en la producción y la distribución encuentra sus orígenes y causas en la misma conformación de la industria editorial en nuestro país; no es algo característico de las tendencias contemporáneas del mundo editorial. Desde principios del siglo XX la oferta editorial en México se encontraba establecida casi de manera exclusiva en su capital; conforme se fueron desarrollando las lógicas industrializadas en el espacio editorial esta tendencia se fue acentuando cada vez más: editoriales estatales, privadas, librerías, programas de difusión de la literatura tenían en la Ciudad de México sus sedes de operación y de intercambio mercantil. Por supuesto, existieron programas editoriales, como el de la Universidad Veracruzana, que buscaron contrarrestar esta preeminencia capitalina, aunque nunca fue del todo exitosa. Quizá el proyecto más exitoso de descentralización fue el de la Feria del Libro en Guadalajara que ahora tiene una repercusión no sólo nacional sino también internacional.

intervenir directamente en la producción, circulación y consumo del libro en México, especialmente en el rubro educativo.

Hasta este momento se han expuesto las tendencias generales en la producción editorial transnacional y nacional; queda claro que ambas están profundamente influenciadas por los procesos de globalización cultural —que han modificado la relación entre economía, cultura y comunicación—; tomando formas específicas en nuestro país a raíz de la conformación y desarrollo del mundo editorial local a partir de las primeras décadas del siglo XX. Por supuesto, estas formas hegemónicas han traído consigo contrapropuestas de productores que conciben otras formas para la circulación y consumo de lo impreso; entre estas alternativas se encuentra, por supuesto, el denominado sector independiente de la industria editorial.

2.2 Tendencias específicas del sector editorial independiente: características y elementos básicos para el análisis

Citando, de nuevo, el estudio coordinado por Mata Modrón para el CCEM, el sector editorial independiente en México ha crecido en los últimos años consiguiendo “[...] atraer un público considerable y han desarrollado, además, un trabajo de experimentación y filtro de nuevos escritores que las editoriales más grandes no han sabido o no han querido aprovechar” (2015, p. 37).

Sin embargo es necesario señalar que este tipo de trabajo escindido de las lógicas dominantes de la producción del libro no es exclusivo de los últimos años. María José Ramos, en el *Libro Multiplicado*, señala que de forma paralela al desarrollo de la industria editorial local, es decir a entre la década de 1950 y finales de la década de 1970 “[...] surgieron otras editoriales y otras formas de hacer libros que se salieron de las prácticas de publicación convencionales y, generalmente, también de los circuitos comerciales. La mayoría de esas ‘editoriales marginales’, [...] enfrentaron dificultades de financiamiento, distribución y ventas, por lo que sus vidas fueron efímeras” (Ramos, en prensa).⁵³ Este tipo de

⁵³ Siguiendo el relato de la misma Ramos no sólo fueron editoriales literarias las que incursionaron en este ejercicio alternativo de publicación; participaron también revistas

editoriales, y aquellos que las encabezaban, se avocaron a publicar expresiones literarias y autores jóvenes que no encontraban cabida en el mercado, o no habían logrado acceder por alguna razón, a la industria editorial que se estaba desarrollando en ese periodo.

Presentando similares dificultades y características —sin sugerir que las editoriales marginales de 1960 a 1980 son antecedente directo del sector independiente aquí analizado— las editoriales independientes actuales, retomando el diagnóstico de Mata Modrón, trabajan a partir de sus propios intereses al tiempo que alimentan la diversidad de publicaciones y la difusión de contenidos que no encontrarían salida en los grandes corporativos (Mata Modrón, 2015). A pesar del crecimiento y auge de este tipo de editoriales en los últimos años, y la capacidad de atraer un grupo de lectores en México, este sector se distingue, entre otras cosas, por la dificultad que tiene en la distribución de los materiales y, por lo tanto, la capacidad para asegurar recursos que ayuden a la obtención de capital para el mantenimiento de las editoriales; esto se debe en parte a las prácticas de concentración de las cadenas de librerías que privilegian la venta de los libros de las multinacionales y por otra, a los bajos índices de lectura a nivel nacional (ibídem, pp. 37-38). Según declaraciones de la Alianza de Editores Mexicano Independientes (AEMI) lo que “hermana”, por así decirlo, a este tipo de editoriales son problemas en común:

[P]recios elevados y en proceso de ascenso de los insumos y procesos mecánicos de impresión, agravado por los bajos tirajes que impiden manejar un economía a escala, las poco dúctiles leyes hacendarias, con constantes cambios que tienden a desaparecer cualquier tipo de aliciente fiscal, dificultades administrativas, poca aceptación y exhibición en [las] librerías del país, situación subrayada por un decreciente número de lectores (AEMI, 2009).

Esto ha tenido como consecuencia que se desarrolle un circuito paralelo de distribución “[...] no basado en el mercado sino en el intercambio de ideas y la

(*Cuadernos al viento, El pájaro Cascabel, El Corno Emplumado y Vuelta*), autoedición de escritores (Marco Antonio Montes de Oca, Enrique Fierro, Guillermo Samperio, Alejandro Sandoval, Roberto Diego Ortega, Marco Aurelio Carballo, Juan de la Cabada, José Joaquín Blanco) y artistas (Felipe Ehrenberg, Marcos Kurtycz y Martha Hellion), además de editoriales con procedimientos artesanales y producción más casera (*La Máquina Eléctrica, El Mendrugo, La Máquina de Escribir, Taller Martín Pescador*) (Ramos, en prensa).

creación de ejemplares diferentes que también tienen [...] una promoción diferente para llegar a sus compradores” (ibídem, p.38). Estos circuitos paralelos de distribución y difusión, según Mata, también están asentados en la distribución tradicional en librerías —tanto de cadena, como estatales e independientes— y ferias de libro, pero se complementan a través de la participación en encuentros nacionales e internacionales donde se dan a conocer las novedades editoriales de estas organizaciones, además de contactar puntos de vista alternativos y el intercambio de experiencias de las formas alternas de distribución y difusión de los contenidos que publican.⁵⁴ Otro de los complementos son las ferias del libro independiente que desde el punto de vista de Mata “[...] funcionan como espacio asociativos que [facilitan] la búsqueda de alianzas editoriales y librerías públicas, así como con otras instituciones nacionales e internacionales” (2015, p. 39).

Por supuesto las tendencias descritas anteriormente no son exclusivas del sector independiente en nuestro país, éstas van acorde a las nuevas configuraciones que se han dado en las industrias culturales a raíz de las nuevas formas de producir, distribuir y consumir las mercancías culturales. Con respecto a estas nuevas configuraciones Ana Wortman destaca tres escenarios, que a mi consideración están profundamente relacionados con los procesos que se insertan en la industria editorial tanto en México como a nivel global: 1) una industria cultural transnacional compuestas por los corporativos multinacionales, 2) una escena de esa industria que es independiente y que se encuentra profundamente vinculada al desarrollo e implementación de las políticas culturales y 3) un escenario relacionado con la consolidación de las nuevas tecnologías, que a posibilitado el surgimiento de nuevos productos culturales y espacios de socialización para éstos (Wortman, 2009).

Son el tercer y el segundo escenario, principalmente este último, de especial interés para el desarrollo de la investigación. **Textofilia Ediciones, Nitro**

⁵⁴ En México el foro *Encuentro Internacional de Editores Independientes* (EDITA) es el espacio por excelencia del sector editorial independiente, nuestro país es sede desde el 2010. Además de convocar a organizaciones editoriales nacionales, se congregan también en este espacio editoriales internacionales provenientes de Latinoamérica y Europa. El principal atractivo de este foro es el intercambio de experiencias y la compartición de nuevas formulas comerciales y negocio.

Press, y **Editorial Sexto Piso**, y las editoriales similares a éstas, son proyectos editoriales que se puede se les puede incluir en estos dos escenarios. En primer lugar, todas las editoriales independientes —tanto a nivel local, como nivel internacional— se han beneficiado de los desarrollos tecnológicos en torno al proceso editorial. El más significativo de estos avances es el desarrollo de software de diseño editorial que dio pie al a la práctica denominada como *desktop publishing*.⁵⁵ La aparición de este tipo de software para el diseño a través de las computadoras personales tuvo un gran impacto en la industria editorial por dos razones principalmente: 1) abarataron los costos de producción al requerir menos personal para la formación de los libros al tiempo que volvieron prescindible el uso de cierta maquinaria con altos gastos de mantenimiento y operación, y 2) al aminorar los costos, la inversión de entrada también se redujo —es decir la cantidad de dinero que se requiere para integrarse al circuito de producción, distribución y mercado de determinada industria—, permitiendo que ingresaran nuevas editoriales que contaban con los recursos suficientes para formar parte de la industria editorial que con las tecnologías anteriores que eran más caras.

Otro aspecto quizá menos significativo para esta investigación y su análisis en la conformación del sector independiente de la industria editorial pero que merece ser mencionado en cuanto a la consolidación de nuevas tecnologías, y que surgió poco tiempo después del *desktop publishing*, es el libro digital;⁵⁶ éste formato modificó las formas tradicionales de distribución y acceso al libro dando

⁵⁵ Michael Bhaskar señala que esta práctica, también denominada como *autoedición*, comenzó a mediados de la década de 1980. El primer software de edición que salió al mercado masivo, dirigido a las computadoras personales, fue Mac Publisher en 1984 seguido de PageMaker en 1985. Estos dos programas sentaron las bases para el desarrollo posterior de software de diseño que de a poco “[...] alcanzaron altos niveles de refinamiento, capaces de igualar la composición tipográfica tradicional” (Bhaskar, 2014, p. 46).

⁵⁶ A pesar de que la tecnología para el libro digital se encontraba en desarrollo ya desde 1971, se comenzó a explorar el aspecto comercial de ésta en 1993 cuando se fundó Digital Book, Inc., primera empresa en vender libros digitales a través de discos flexibles. La tecnología definitiva que impulsó el establecimiento del libro digital fue a mediados de esa misma década cuando se comenzaron a lanzar los primeros dispositivos para leer libros y la fundación de la E Ink Corporation que aprovechó el potencial de la tecnología denominada “tinta digital” y que fue utilizada por muchos dispositivos electrónicos para desarrollar libros digitales. (Bhaskar, 2014).

pie a modos alternativos de mercantilización que se vieron beneficiados con la consolidación del internet y los recursos de comunicación que ofrecía.

Otro aspecto relevante en el desarrollo del sector independiente está vinculado a la implementación de políticas culturales. En nuestro país, como ya se abordó en apartados anteriores, la presencia del Estado en el sector editorial ha sido una constante: ya sea como regulador, competidor o proveedor de tendencias y marcos normativos/políticos para el desarrollo de la industria. En el caso particular del sector independiente, el desarrollo de políticas culturales centradas en la denominada *bibliodiversidad* ha servido de cierta manera como un apoyo para el desarrollo de este sector y ha sido aprovechada de diversas formas por las editoriales independientes para garantizar su acceso y participación en la industria editorial. Por el momento no ahondaré más en este marco que proveen las políticas culturales ya que se explorará de forma más completa el siguiente capítulo, pero es importante tenerlo en cuenta como espacio de posibilidad para este sector que se está investigando.

Pero por ahora, más allá de estar vinculados a escenarios de desarrollo tecnológicos e implementación de políticas culturales, ¿qué implica ser independiente en la industria editorial?, ¿qué distingue a este sector del resto de las tendencias generales del sector editorial a nivel mundial y local?

Se puede recurrir al marco descriptivo que da Daniela Szpilbarg, siguiendo el análisis de Gilles Colleu, en donde caracteriza al sector independiente de la industria editorial y apunta que la denominada “independencia” se da en término de resistencia:

[si] hay una lógica comercial que regula la cadena del libro por los grandes grupos, se le opone, en principio, otra lógica “resistente” que bajo nuevas estrategias y prácticas, lleva a cabo la tarea de la edición [comercial] sin perder de vista sus aspiraciones culturales (2012, p. 469).

Es lo que Hernán López Winne y Víctor Malumián denominan como una organización editorial “capitalista humanista”: aquella editorial que persigue con el mismo énfasis la calidad en su contenido así como la viabilidad comercial de lo que edita: “la mirada atenta tanto a la rentabilidad que le permitirá continuar con su trabajo editorial como a la calidad de los trabajos que publica” (2016, p. 2). La

independencia, según estos autores, está intrínsecamente relacionada con la calidad de su catálogo —el cuidado que ponen en seleccionar sus títulos— concibiendo que éste no debe dejar de ser redituable, buscando el retorno de la inversión. Se podría argumentar que esta definición es insuficiente, dado que muchos sellos editoriales pertenecientes a grandes conglomerados tienen la misma impronta y se distinguen en el espacio literario por la calidad de sus catálogos. Así que es necesario precisar esta definición a partir de seis dimensiones propuestas por Szpilbarg para profundizar en el análisis del sector editorial independiente (ibídem, pp. 471-476):

a) *Independencia referida al tamaño y nacionalidad del capital económico:*

Para Szpilbarg la referencia más común con respecto al estatus de “independencia” de una editorial se encuentra relacionada con el tamaño de la organización, el tiraje de ejemplares que realizan y el origen del capital. Estas consideraciones se hacen en oposición a los sellos de los corporativos multinacionales. El aspecto principal para definir la independencia en esta dimensión es su independencia económica: que la editorial “[...] sea dueño de su capital y no dependa de un grupo accionario, lo que le permitiría poseer un poder de decisión total sobre su empresa” (ibídem, p. 471).

b) *Independencia referida a la propuesta cultural y estética:* En esta dimensión, una de las cualidades referidas es la constitución de un catálogo que se oponga a las tendencias dominantes del mercado que son dominados por los sellos transnacionales. Según López Winne y Malumián una editorial independiente “[...] debe pensar su catálogo ligado a la coherencia de su contenido y no a las modas temáticas que atraviesan el mercado editorial” (ibídem, p.5). En esta dimensión prevalece la oferta editorial sobre la demanda, priorizando el gusto del editor y buscando una suerte de contrapropuesta a la producción de títulos serializados de muchos de los sellos de los corporativos transnacionales.

c) *La independencia en la organización laboral:* La estructura y espacios donde se reparten funciones y labores es variable según el tipo de editorial

independiente a la que se esté analizando. Szpilbarg apunta que para acercarse al fenómeno del sector independiente es de vital importancia analizar qué tipo de roles laborales existen en la organización, el número de integrantes de ésta, en qué tipo de situación laboral se encuentran todos y cada uno de los que laboran ahí o participan en el proyecto (ibídem, pp. 472-473). De este análisis es necesario delimitar qué tipo de labores están sujetos a una estructura de trabajo mucho más tradicional —es decir con roles claramente definidos por el interés de producir libros— o bien, una organización donde no predomina una estructura clara de la organización en las tareas, donde los roles se renuevan y cubren diversas tareas dependiendo de las necesidades de la organización.⁵⁷

- d) *La independencia en cuanto a la difusión, distribución y comercialización:* Ésta es otra de las dimensiones más comunes para medir el estatus de “independencia”. Esto se debe, según la visión de Szpilbarg, a que una de las principales dificultades que debe de enfrentarse el sector independiente está referida a la distribución y difusión de los títulos que publican. Por supuesto estas dificultades varían de acuerdo a los modelos de distribución y difusión que cada organización editorial seleccione y desarrolle, y que están intrínsecamente relacionados con el tipo de estructura laboral que posean. Siguiendo con el modelo descriptivo de Szpilbarg, la difusión de los títulos publicados tiene como principal herramienta el internet —redes sociales, páginas web, correo electrónico—; el uso de esta herramienta varía de acuerdo a tamaño de la organización y el nivel de comercialización de sus productos: si es una editorial en la que sus productos circulan en espacios más tradicionales de venta —cadenas de librerías por ejemplo— el uso del internet se basa más en la difusión de sus actividades, mientras

⁵⁷ Es importante en este aspecto de la organización laboral centrarse también en el nivel de profesionalización de los que la componen. De manera simple podríamos definir a ésta como el saber que se posee sobre la labor que se realiza. Según López Winne y Malumián, la profesionalización del editor independiente puede tener dos orígenes: experiencias anteriores con grupos editoriales multinacionales o independientes con una estructura laboral tradicional y bien delimitada; la otra es la formación autodidacta —donde se buscan espacios de intercambio con pares donde se compartan experiencias, desaciertos y aprendizajes—.

que en el caso de las editoriales con espacios de distribución menos tradicionales, el internet juega un papel central para hacer circular sus productos ya sea a través de la venta directa o bien con algún servicio de venta a través de portales especializados. En cuanto a la distribución, ésta varía dependiendo de los intereses comerciales de las organizaciones editoriales pero también va de la mano, de nueva cuenta, con el tipo de estructura laboral con la que se cuente. Dependiendo del caso que sea, se pueden encontrar editoriales que trabajan de una forma tradicional —, distribuidores, librerías y librerías— y aquellas que distribuyen sus libros a través de la venta directa —ferias de libro, presentaciones, eventos de la editorial, ventas a través del internet—. ⁵⁸

- e) *La independencia y la relación con el Estado*: En esta dimensión se parte del siguiente supuesto: las editoriales independientes por la escala de su mercado son propensas a un mayor riesgo económico, así que son más proclives a acercarse a las políticas públicas para obtener apoyo para poder publicar. Las políticas públicas culturales pueden presentarse de formas muy variadas en su relación con el sector editorial independiente: ya sea subsidios para una publicación en particular, en la intervención directa en el mercado para generar demanda de libros o bien, ayuda para lograr mayor visibilidad en el espacio del mercado editorial y circulación. ⁵⁹

Es necesario señalar que estas cinco dimensiones para acercarse al fenómeno del sector independiente pueden presentarse todas a la vez, o bien sólo la combinación de algunas. Lo que queda claro es que este sector posee características con tendencias singulares que lo diferencia del sector perteneciente a las grandes editoriales; las editoriales identificadas con la práctica editorial independiente están marcadas ya sea por encontrarse en franca

⁵⁸ Szpilbarg misma hace un precisión con respecto a estas lógicas de distribución en las editoriales independientes: “hay algunas editoriales que hacen su propia distribución en librerías, argumentando que es muy importante el vínculo con el librero [...], mientras que en otros emprendimientos se observa un uso mixto, ya que no sólo distribuyen en librerías sino que también venden a través de la web [y otros espacios].”

⁵⁹ En el tercer capítulo de esta tesis abordaré las especificidades de las políticas culturales públicas en México, bajo qué lógica de acción se estructuran y qué las caracteriza.

oposición a la lógica de operación de las propias editoriales transnacionales o bien por la dificultad de acceso a los lugares tradicionales y más comunes para la distribución y circulación del libro.

Ahora, es a partir de estas tendencias que es posible aproximarse a una posible definición del sector editorial independiente y la cual guiará el desarrollo de esta investigación: las editoriales independientes son aquellas organizaciones editoriales *que se preocupan por proponer un catálogo de calidad teniendo siempre en cuenta su rentabilidad; éstas están comprometidas con lo que publican y su posterior difusión, ya sea a través de los medios tradicionales o los que les ofrecen las nuevas tecnologías. En cuanto al financiamiento, si bien no cuentan algún capital que provenga del exterior de la propia organización para desarrollarse como proyecto, en ciertos momentos dependen de la intervención estatal que les provea de ciertos marcos normativos o recursos para la producción, circulación y visibilidad de sus productos.*

Echando un rápido vistazo al panorama del sector independiente de nuestro país, se pueden alcanzar a percibir algunas de estas dimensiones de este sector que describe Szpilbarg. Al momento de realizar esta investigación este sector se concentraba —y desde mi punto de vista lo sigue estando— en las tres ciudades más grandes del país: Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, y repartidas en menor proporción en ciudades como Puebla, Tijuana, Oaxaca y Querétaro. Es difícil establecer un censo preciso del número de editoriales que existen en la república, algunas no forman parte del mercado nacional del libro, otras están deliberadamente enfocadas a la producción y promoción de contenidos locales, otras tienen un tiro tan corto que no alcanza a entrar dentro de la lógica comercial ni de mercado, otras tantas son producciones artesanales y no entran dentro del esquema más tradicional de circulación y mercantilización; así al sector editorial independiente al que estoy haciendo referencia es aquel que toma parte de las actividades más visibles del sector editorial en general y que obtiene una presencia constante gracias a su participación en circuitos comerciales y de difusión más amplios del sector editorial en general, esto es posible porque también se ha logrado establecer una continuidad en sus publicaciones a través

de diversas estrategias de financiamiento, distribución y comercialización usadas también por las editoriales corporativas pero haciendo ejercidas a partir del establecimiento de redes y alianzas entre las mismas editoriales independientes con el fin de generar circuitos de comercialización alternativos, esquemas de difusión más óptimos y obtener una mejor presencia frente a las editoriales corporativas, etcétera.

Este sector al que estoy haciendo referencia está compuesto en su mayoría por organizaciones editoriales que van de micro a pequeñas empresas,⁶⁰ no forman parte de ninguna corporación transnacional ni de origen mexicano. La mayoría están abocadas a la publicación de literatura en sus diversos géneros siendo lo más recurrentes el narrativo —cuento y novela—, y la poesía. También existen, en menor proporción, editoriales concentradas en libros de artista, ilustración, arte y ensayo literario. Los espacios comerciales en los que se insertan pueden ser variados, van desde los más convencionales —como pueden ser las librerías de cadena como Gandhi, Sótano, FCE, Educad; las ferias nacionales, estatales y locales del libro— hasta los circuitos de comercialización alternativos —estos pueden ser ferias de libro independientes, bazares de arte y diseño, y librerías independientes—, espacios de exhibición que se articulan con la intención de ofrecer mayor visibilidad a las mercancías que se producen en este sector. Las editoriales que forman parte de estas actividades pueden recurrir a los apoyos estatales —en los tres niveles de gobierno— dado que están constituidas como empresas o bien, sus dueños están inscritos al padrón de contribuyentes dentro del rubro de “actividad profesional”, dos de los requisitos indispensables para solicitar algún apoyo por parte del Estado. Ahora, este panorama presentado, y aunque parezca reiterativo, no representa a todas las editoriales que se autodenominan o se identifican con el término de “independiente”, y aquellas organizaciones que compartan varias de estas características no conlleva que sean similares o equivalentes.

⁶⁰ De acuerdo con la clasificación propuesta por el INEGI para clasificar a las unidades económicas productivas (empresas), las editoriales forman parte del sector de servicios (INEGI, 2014). Las editoriales del sector independiente que se están describiendo, de acuerdo a esta misma clasificación, son consideradas micro y pequeñas dado el número de personas que están en estas organizaciones, de 0 a 50 de trabajadores.

Este es el caso de las tres editoriales se analizaran en los capítulos subsecuentes de esta tesis —**Textofilia Ediciones, Nitro Press y Sexto**—, éstas se pueden vincular con sector independiente de nuestro país dado que presentan varias de las características señaladas por Szpilbarg sin embargo, éstas no se articulan de la misma manera en cada editorial. Existen diferencias en su ejecución a partir del modelo editorial de cada una de las tres organizaciones, ya sea a partir de las coyunturas con las que se han enfrentado, los objetivos que se han propuesto y las características que tienen como organizaciones empresariales y culturales. Es decir, las características que las identifican como parte del sector editorial independiente varían a partir de la complejidad del tamaño de las organizaciones y por otra parte, en la capacidad y el tipo de respuesta a los diversos retos que van surgiendo de las tendencias generales de la industria editorial en nuestro país, que pueden desde ir desde las propias capacidades y límites de competencia de estas editoriales en el mercado general, las articulaciones temáticas, normativas y de política cultural en torno al libro.

Sin embargo, más allá de las diversas formas en las que se presentan estas características generales del sector editorial independiente en las organizaciones aquí seleccionadas, es posible afirmar que éstas —y por supuesto, cada una de las organizaciones con las que comparten estas características—, al estar insertas en el mismo sector de cierta forma se encuentran expuestas al mismo cuerpo de problemáticas, retos y quizá, soluciones, ¿por qué? Esto se debe por un factor fundamental: las tres organizaciones se constituyen, según los recabado en las entrevistas realizadas a sus miembros, como organizaciones comerciales que buscan publicar y proponer títulos que no encuentran oportunidad dentro del mercado editorial más convencional. Éste es el tipo de mercado en el que se concentran las organizaciones editoriales transnacionales y el cual dominan, ya sea por volumen, por capacidad de difusión, o por concentración de mercancías y por tanto, de presencia. Esta situación tiene como consecuencia que las editoriales aquí estudiadas —pero algo que se puede poner como una constante en el sector editorial independiente de nuestro país— no encuentran fácilmente salida comercial a sus productos y por tanto, se les dificulta la recuperación de

capital para continuar con sus actividades productivas. Y es aquí donde emerge otro de los rasgos que vinculan a las tres editoriales, que también se pudo corroborar a través de las entrevistas a los miembros de sus cuerpos editoriales: dado la dificultad para participar de una forma más equilibrada en el mercado del libro se vuelve necesario establecer una vinculación con el Estado como una estrategia fundamental para obtener recursos que aseguren el mantenimiento de la producción editorial de las organizaciones. No se trata de la relación Estado-industria editorial más extendida que se ha descrito en secciones anteriores, se trata de una forma de vinculación más estrecha en la cual las tres editoriales buscan aprovechar las políticas públicas en sus forma de intervención pública indirecta como una estrategia para garantizar su liquidez como empresa pero también como una forma de garantizar la difusión, visibilidad y circulación de contenidos que no hallan un espacio dentro del mercado editorial más convencional. El análisis de este tipo de relación particular me parece fundamental para comprender las formas en las cuales el sector editorial independiente hace frente a las dinámicas más amplias y dominantes del sector editorial en general. De ahí que en el caso de **Textofilia**, **Nitro Press** y **Sexto Piso** se vuelva relevante atender una de las formas de intervención pública más recurrentes en estas tres editoriales y que es otorgado por la Dirección de General de Publicaciones a través del Programa de Coediciones.

Ahora, para poder analizar esta forma particular de relación entre las organizaciones editoriales aquí seleccionadas y el Programa de Coediciones es necesario primero explorar el marco general bajo el cual este programa se articula como una política cultural desde la lógica de la intervención pública indirecta. Es necesario identificar bajo qué lógicas se concibe, qué marco de actuación se le atribuye y qué tipo de resultados ha ofrecido bajo ese esquema. De lo que se trata es de identificar los elementos que entran en relación con el sector editorial — particularmente el independiente— y qué tipo de resultados generan en esta interacción.

CAPÍTULO III.

La política cultural y su relación con la industria editorial: de las tendencias generales de intervención pública al caso particular de la DGP

Una consecuencia directa de la reconfiguración de la industria editorial desde el establecimiento de la lógica que los conglomerados internacionales impusieron, además de la emergencia de las llamadas editoriales “independientes”, fue la respuesta por parte de los aparatos estatales de diversos países que buscaron intervenir en el campo de la producción del libro a través de la generación de muy variadas políticas culturales que tenían como objetivo incentivar a este sector protegiendo la producción local (y productores) frente a las multinacionales. De esta intervención e intento de protección surgieron reglamentaciones y legislaciones que buscaban impulsar la lectura, estandarizar los precios del libro y regular la relación entre los productores y cada uno de las partes y actores que componen a esta industria.⁶¹

Como ya se señaló en la introducción a esta tesis y se esbozo en el capítulo anterior, la intervención del Estado a través de las políticas culturales es de vital importancia para el sector editorial independiente ya que éstas promueven el mantenimiento de la producción de las organizaciones que se identifican con este sector y fomenta una participación activa en el sector industria editorial en un

⁶¹ Este proceso no fue exclusivo del sector editorial; el intenso avance de las industrias culturales en los últimos cuarenta años ha planteado necesidades y retos para aquellos que están abocados a desarrollar e implementar las políticas culturales. Se observa, por una parte, la dominancia de progresiva de las producciones culturales globales corporativas sobre las producciones locales y por otra, la dificultad de aprovechar el potencial de crecimiento de estas industrias para dinamizar las economías nacionales. Xavier Cubeles señala que para afrontar esto “[...] se ha planteado la necesidad de definir políticas culturales orientadas a [...], por un lado, la protección del espacio cultural propio respecto del exterior y, por otro lado, el fomento de la creación cultural en el interior [...]” (2000, p.2).

sentido más amplio, tanto en la oferta como en el mercado. En el sector independiente se espera que la intervención estatal impulse el fomento a la diversidad a partir del desarrollo de políticas públicas que no se limiten en apoyar a la producción, sino también a la difusión, distribución y desarrollo de lectores.

En el caso de México, la intervención pública en la industria editorial no se limita como una mera respuesta al desarrollo de las transnacionales en el territorio nacional. De hecho se remonta mucho antes del inicio de estos procesos de expansión y dominancia de las corporaciones editoriales transnacionales. Desde de la instauración del gobierno posrevolucionario se apoyó e impulsó la creación de una serie de programas, instituciones estatales y organismos desconcentrados que estimularían la industria nacional del libro. Por ejemplo, en 1934 el Fondo de Cultura Económica,⁶² en 1959 la creación de la Comisión Nacional del Libro de Texto Gratuitos (Conaliteg) o los programas editoriales de las universidades estatales, etcétera. Un buen ejemplo de la intervención pública en la industria editorial mexicana fue la creación en 1935 de la empresa paraestatal Productora e Importadora de Papel S.A. (PIPSA). El establecimiento de ésta tuvo su origen a raíz de una crisis en el sector editorial desatada por la escasez internacional de papel que motivó —según las peticiones de aquellos que conformaban la industria editorial de ese momento— “[...] una carestía que estorbaba la propagación de la cultura, impedía el libre desarrollo del periodismo mexicano, limitaba a la industria librera, estancaba a la industria gráfica y desalentaba y restringía la producción literaria y científica del país [...]” (Salomón, 2003, p. 383). El Estado respondiendo a esta solicitud fundó PIPSA con el objetivo de abastecer y regular los precios de esta materia prima, mediante la producción y el control de las importaciones del material. También fue bajo el auspicio estatal —a partir de la exención de impuestos sobre la renta y mercantiles— el establecimiento y desarrollo de varias

⁶² Es necesario hacer un matiz en este caso particular. Si bien, en la actualidad la editorial es una paraestatal con presencia internacional en Latinoamérica y España; su fundación fue el resultado del emprendimiento personal de Daniel Cosío Villegas que logró establecer un fideicomiso con aportaciones del erario público: Banco Nacional Hipotecario Urbano y de Obras Públicas, Secretaría de Hacienda, Banco de México, Banco Nacional de Crédito Agrícola y Ganadero. Si bien, el FCE no fue un emprendimiento del Estado para intervenir en sector editorial éste sólo fue posible gracias a las aportaciones monetarias de éste a través de diferentes dependencias públicas.

editoriales de capital privado entre las décadas de 1940 y 1970 y que contribuyeron al desarrollo de la industria editorial en el país.⁶³

En la actualidad, el Programa de Coediciones debe de ser considerado como parte de una serie de políticas culturales estatales que tienen como objetivo promover la diversidad cultural en todas sus manifestaciones, además de servir como mediador entre las industrias culturales (de las cuales forma parte la industria editorial) y la sociedad. Es por esto anterior que se vuelve necesario repasar las tendencias de las políticas culturales tanto internacionales como nacionales y que enmarcan las acciones concretas de este programa con el objetivo de identificar a qué responden sus objetivos, pero también a qué otras lógicas de actuación del Estado se está adecuando y las formas que busca integrar lo cultural a la sociedad en general. Para esto, se abordarán primero las formas que han tomado las políticas culturales frente a la aparición y consolidación de las mercancías culturales y las industrias culturales. Después se desarrollarán las tendencias generales de las políticas culturales en nuestro país y las formas particulares que éstas toman ante la industria editorial: qué tipo de consideraciones tienen, qué objetivos se pueden ubicar y cuáles son sus espacios de actuación. Una vez hecho esto se podrá dar paso a la descripción del Programa de Coediciones, el campo específico en el cual interviene y las acciones concretas que emprende sobre de éste.

Antes de continuar con lo propuesto es necesario hacer algunas puntualizaciones con respecto al acercamiento a las políticas culturales en este capítulo y por supuesto en el resto de la tesis. Al igual que las editoriales, las instituciones y los organismos que se encargan de proponer, aplicar y gestionar las políticas culturales —que en su conjunto constituyen la parte del Estado que se encarga de los asuntos públicos del sector cultural—, son organizaciones

⁶³ Algunas de estas empresas tuvieron su origen con las olas de inmigración española, argentina y chilena. Esto no quiere decir que no existirían editoriales locales antes de las distintas olas de inmigración; existían sellos de dueños mexicanos pero se vieron beneficiados con el crecimiento de mercado que supuso el establecimiento de editoriales por parte de extranjeros. Además es importante señalar que con estas olas de inmigración se importaron modelos de profesionalización existentes en la industria editorial argentina, española y chilena, y que contribuyeron a la propia profesionalización y especialización del sector editorial en México.

compuestas por individuos que se movilizan a través de acuerdos internos, conocimientos compartidos y normas implícitas e explícitas; estas personas insertas en las organizaciones toman decisiones, median, diseñan y rediseñan las normas que le dan carácter a la institución estatal, y crean y definen los intereses públicos que caracterizan al Estado con respecto a un asunto en particular y cuyos elementos y problemas sociales se ordenan y jerarquizan. En el caso de las políticas culturales no es distinto, la acción del Estado sobre el campo de la cultura es la legitimación de un problema social en donde diversos agentes “[...] expresan múltiples intereses en torno al problema, apareciendo reuniones con sus respectivos organizadores, legisladores, propuestas [...], todo como parte de la discusión o avance en los propósitos de los intereses en juego” (Cisneros, 1999, p. 119). En otras palabras, el interés del Estado por lo *cultural* aparece en la medida en que diversos agentes introducen e institucionalizan —a través de discusiones, establecimientos de consensos y vínculos, etc.— ciertas posiciones con respecto al papel que debería de jugar la cultura —tanto en un nivel material como simbólico— en la vida pública de una sociedad; en la medida que se establecen estos consensos se producen planes oficiales que, como observa Herbert Blumer, son el ajuste de diversos intereses y perspectivas emergidos de diversos compromisos, concesiones, influencias y juicios personales (Blumer, 1969).

Son esos *planes oficiales* lo que interesa a este capítulo explorar, primero describir los discursos concretos y las prácticas institucionalizadas sobre la dimensión cultural más general y después sobre la dimensión particular de la industria editorial siempre bajo el supuesto que 1) son producto del consentimiento entre individuos que movilizan sus posiciones sociales y conocimientos al interior de una organización, y 2) que esos planes oficiales al llevarlos a la práctica, los individuos que los ejecutan pero también aquellos que son objetos de estos planes —tanto a nivel colectivo como individual— son los “[...] que lo modifican y [...] conforman un mero proceso de definición colectiva. Los que son afectados por el plan tratan de reducir su influencia mientras que sus beneficiarios [ejecutores] tratan de hacerla cumplir o extenderla” (Cisneros, 1999, p. 120).

1. EL MARCO GENERAL DE ACCIÓN DE LA INTERVENCIÓN PÚBLICA INDIRECTA DE LA DGP: POLÍTICAS CULTURALES, DIVERSIDAD CULTURAL Y BIBLIODIVERSIDAD

La UNESCO en el informe de su Convención Mundial del 2005, *Repensar las políticas culturales* (2015), define a las políticas culturales como aquellas políticas públicas que son implementadas con el fin de “[...] promover la creación, producción, distribución y acceso a los bienes y servicios culturales [...]” (p.6). Esta visión de la UNESCO contempla a las industrias culturales como un punto de partida para la refuncionalización del Estado con respecto al desarrollo cultural: éste debe concebirse como un “facilitador” para el impulso de las “industrias de contenido” a través de la promoción de la innovación y el desarrollo tecnológico, así como mediador entre las formas de organización industrial y la participación ciudadana y la democratización cultural (UNESCO, 2004). Esta refuncionalización debe de estar basada en cuatro acciones concretas (ibídem):

- 1) La reasignación de roles y responsabilidades entre el Estado, la iniciativa privada y la sociedad civil, con el fin de fomentar la inversión pero también fomentar la participación en la generación de contenidos de cada una de los sectores que componen las sociedad.
- 2) La reconceptualización de las culturas locales a través de la integración regional y global, y los procesos de digitalización e intercambio internacional del contenido.
- 3) El reconocimiento de la dimensión económica de la cultura a través de una legislación adecuada del copyright, los derechos de autor y las industrias culturales con el fin de proteger la producción simbólica local pero también fomentar el intercambio comercial de los contenidos locales a nivel internacional.
- 4) Equilibrar el impacto económico de las industrias culturales al desarrollo económico de los Estados y el fortalecimiento de los procesos de integración de las comunidades y formación de identidades colectivas.

De estas cuatro directrices que propone el organismo supranacional más relevante con respecto al desarrollo de las políticas culturales queda claro que en

su ejecución se están pensando desde las lógicas económicas, de desarrollo social y lógicas de integración comunicativa a nivel internacional.

Las políticas culturales en su práctica contemporánea están pensadas en los términos que George Yúdice identifica como el *recurso de la cultura*; para el sociólogo portorriqueño este término ayuda a comprender cómo es que la idea de cultura se ha trasplantado a otras esferas más allá de la sociosimbólico y se utiliza como una herramienta más para fomentar el desarrollo de las relaciones comerciales, la promoción de la cooperación e intercambio internacional, como incentivo para el turismo y como fuente de generación de capital para todas aquellas industrias que dependen de la propiedad intelectual (Yúdice, 2002): “[...] la cultura se ha convertido simplemente en un pretexto para el progreso sociopolítico y el crecimiento económico, [...] la proliferación de tales argumentos [...] han transformado lo que entendemos por el concepto de cultura y lo que hacemos en su nombre” (ibídem, pp. 24-25). La noción de la cultura como *recurso* implica, por fuerza, su gestión; la administración —que involucra una serie de agentes de diversos ámbitos— se piensa debe de estar coordinada a través de las políticas culturales.

En la actualidad el término de *política cultural* se refiere a los soportes institucionales que buscan promover, controlar, financiar y evaluar a la cultura. Como señala García Canclini las políticas culturales contemporáneas están sirviendo para: “[...] hacer convenios entre empresas editoriales y de televisión, entre universidades y centros artísticos de diversos países [...]”; es a través de las políticas culturales que las “[...] transformaciones económicas se inscriben en un proceso más [...] complejo de globalización, de recomposición nacional e internacional de los sistemas educativos, culturales y comunicacionales” (García Canclini, 1996, p. 7).

Resulta obvio que la conceptualización y aplicación de las políticas culturales ya no está restringida de forma exclusiva a una comprensión de la cultura desde un modelo de enaltecimiento de valores estéticos (uso consagrado en los ss. XVIII y XIX); o bien como la mera distinción y jerarquización de clases sociales (de concepción bourdiana) o como una dimensión compleja de símbolos y

esquemas de interpretación para la vida cotidiana (visión simbólica de la cultura desarrollada por R. Williams y C. Geertz), se están diseñando este tipo de políticas tomando en cuenta, en primer lugar, las lógicas de rendimiento, competitividad global e integración de mercados:

[...] a fin de volver más competitivas a las naciones [tomando en cuenta] qué transformaciones generan estos procesos en las identidades nacionales, [...] en la capacidad de iniciativa y control de cada sociedad sobre su producción editorial, sus comunicaciones electrónicas, en la propiedad intelectual y el turismo” (ibídem, p.8).

Cuando la cultura comienza a concebirse como un recurso se incorporan, sin invalidar, las distinciones anteriores —estética, diferenciación social y dimensión simbólico-antropológica—, conceptualizándola como un espacio de inversión basado en el reconocimiento del trabajo intelectual y cultural, y la importancia de las nuevas formas de comunicación y tecnológicas. Por supuesto, la industria editorial no queda fuera de estas consideraciones, pero antes de pasar a las formas específicas que toman las políticas frente a esta industria se deben de señalar cuáles son las consideraciones generales que se tienen frente a la producción cultural industrializada en general.

1.1. La relación entre las políticas culturales y las industrias culturales en el marco de la diversidad cultural

Sin más —basado en las tendencias generales de las políticas culturales a nivel internacional—, se puede argumentar que el actuar de las políticas culturales frente a las industrias culturales se da a través de una serie de estrategias que buscan garantizarles un consumo estable y una demanda sostenible, al mismo tiempo que buscan reafirmar su papel central al interior de la dimensión económica de la cultura, incentivar la participación de éstas en el intercambio internacional entre países y aprovechar su potencial para fomentar el crecimiento económico local y el desarrollo cultural de las sociedades en donde se insertan.

Este argumento está basado en convención establecida por la UNESCO donde se reconoce que este tipo de industrias “[...] se están convirtiendo en un sector estratégico para el desarrollo productivo, la competitividad y el empleo, pero también para la construcción de consensos, la circulación de la información y los

conocimientos” (UNESCO, 2010, p.16). Resulta lógico, desde la visión de este organismo, que se deben generar políticas encaminadas al fomento de las industrias culturales al mismo tiempo que tomen en cuenta las necesidades culturales y sociales de las comunidades que hacen uso de éstas; las políticas culturales por tanto deben de estar encaminadas al “[...] desarrollo de los sectores culturales [...] para que sus objetivos no se subordinen exclusivamente a una lógica de rentabilidad económica o mercantil, sino que incluyan, además, otros igualmente valiosos de carácter cultural y social tales como la libertad de creación y la promoción de la diversidad [cultural]” (ibídem, p.21).

Resulta obvia la tensión, en la lógica de estas políticas, entre la búsqueda de un desarrollo económico exitoso que permita la expansión de las industrias culturales de forma sostenible a nivel internacional y el mantenimiento de la producción cultural que asegure la autonomía del espacio simbólico local frente a los embates de la producción transnacional. El origen de este conflicto de intereses, por así llamarlo, al interior de las políticas culturales en su papel frente a la producción industrializada de lo simbólico encuentra su origen en la reconceptualización del término *cultura*: hay una búsqueda por encaminar más allá de su propio espacio de acción a lo cultural para así integrarlo a otras dinámicas que puedan resultar en dividendos económicos pero siempre con la intención de mantener eso que la convierte en distintiva y por tanto en intercambiable; coexisten al mismo tiempo dos tipos de enfoque, esos que Toby Miller (2012) denomina *dirigiste* y *consumista*, y en donde las políticas culturales se debaten por el mantenimiento y eventualmente mejoramiento cultural de la población o bien, en garantizar que los contenidos culturales circulen de una forma satisfactoria *gracias a y a través del* mercado (ibídem, p. 23). Por supuesto esta transición —y el surgimiento de esta tensión— fue un proceso gradual: las políticas culturales se han concebido en muy variados rangos de actuación y funciones frente a las industrias culturales antes de llegar a las convenciones contemporáneas.

Como ya se señaló en el capítulo anterior el reconocimiento institucional de las industrias culturales fue cuando se les introdujo en la conceptualización de las políticas culturales (Carrasco y Saperas, *op. cit.*). La inclusión del término en la

discusión en torno a las políticas culturales era significó un intento por “[...] comprender las nuevas relaciones entre comunicación y cultura, con la finalidad de emprender nuevas estrategias para el desarrollo cultural mediante la comunicación” (ibídem, p.148). Con la celebración en 1970, en Venecia, de la *Conferencia Internacional sobre los Aspectos Institucionales, Administrativos y Financieros de las Políticas Culturales* se da pie a una preocupación real, tanto de los organismos supranacionales como nacionales encargados de la cultura, por determinar cuáles debían de ser las funciones y obligaciones de los poderes públicos frente a la consolidación y expansión de las industrias culturales y la nueva forma de producción cultural que suponían (ibídem, pp-148-149). Durante toda la década de 1970 se dieron a nivel internacional una serie de encuentros y discusiones,⁶⁴ que también ayudaron a moldear la implementación de las políticas culturales locales y donde se remarcaban no sólo los beneficios que ofrecía este nuevo tipo de producción local —que ya estaba más que afianzado como el modelo dominante para la producción y circulación de lo simbólico— sino que también se encargaban de señalar los riesgos que este suponía: por una parte “[...] su carácter mercantilista [reconociendo que] están motivadas por un interés por el beneficio económico y por la propia lógica del mercado”; por otra parte se señalaba “[...] la saturación mediática en la que permanecen los sujetos ante las industrias culturales” (ibídem, p.149). David Hesmondhalgh (2011, pp. 158-159) apunta que hasta la década de 1970 el desarrollo e implementación de las políticas culturales estuvo marcada por estas preocupaciones en torno a las industrias culturales: se concebían como contrapeso frente a los procesos de comercialización, industrialización y mercantilización que suponían este tipo de industrias en el campo de la producción simbólica.

A partir de la década de 1980 se da un giro en la relación entre las políticas culturales y las industrias culturales en sus discusiones, conceptualización e implementación: “[...] ciertos realizadores de políticas culturales y académicos

⁶⁴ Sólo por mencionar las más relevantes: *Jornadas del Desarrollo Cultural* (Arc et Senans, Francia, 1972), *Conferencia Intergubernamental sobre las Políticas Interculturales en Europa* (Helsinki, Finlandia, 1972), *Consejo de Cooperación Cultural* (Estrasburgo, Francia, 1978) y la *Conferencia de Atenas* (Grecia, 1978).

progresistas comenzaron a criticar a este tipo de políticas culturales [las desarrolladas hasta la década de los 70], con el argumento que privilegiaba la élite, la alta cultura”⁶⁵ (ídem). Carrasco y Saperas (*op. cit*) señalan que fue en la *21ª Conferencia General de la UNESCO* (Belgrado, Serbia, 1980) la emergencia de un nuevo paradigma a nivel internacional en la relación del poder público y la producción cultural industrializada: se reconoce el potencial económico de las industrias culturales y se propugna por el desarrollo de políticas culturales que estén en sintonía con

[...] el nuevo orden mundial de la información y de la comunicación que tome como bases fundamentales la eliminación de los desequilibrios, desigualdades y barreras que se oponen a la libre y equilibrada circulación de la información y las ideas, el respeto de la identidad cultural de cada nación, y el respeto del derecho de todos los pueblos e individuos al acceso y participación activa en el sistema comunicativo mundial sobre la base de la equidad, la justicia y el interés mutuo (ibídem, p. 154).

Es a partir de esta conferencia que se llevan a cabo una serie de informes y encuentros —destacando el *Informe MacBride* (1980) y la *Conferencia Mundial Sobre las Políticas Culturales de la UNESCO* (Ciudad de México, 1982)— donde se delinearían las lógicas contemporáneas de la relación entre políticas culturales e industrias culturales: se esboza de forma definitiva su perfil económico, social, educativo, social y cultural de las industrias al tiempo que se proyectan nuevas consideraciones para el desarrollo de futuras políticas “[...] orientadas a la integración de los países en vías de desarrollo [...] en el sistema comunicativo mundial, que corran el riesgo de marginación, estandarización y homogeneización cultural por los flujos comunicativos hegemónicos” (ibídem, p. 155). La preocupación internacional, que también ha sido compartida por las legislaciones locales de muchas naciones y que ha dominado al momento de plantearse las políticas culturales, ha estado articulada en la inclusión de la dimensión económica y comunicativa de la cultura, en un reconocimiento que es bajo estas lógicas que se entablan las condiciones para la transmisión de contenidos culturales; siendo la obligación de las organismos públicos —tanto nacionales como supranacionales—

⁶⁵ Traducido del original: “[...] some progressive policymakers and academics began to question this type of cultural policy, on the grounds that it privileged elite, high culture”.

“[...] apoyar el establecimiento de industrias culturales [...] en los países que carecen de ellas, cuidando siempre que la producción y difusión de bienes culturales responda al desarrollo integral de cada sociedad” (UNESCO, 1982).

En el caso específico de las políticas culturales dirigidas a la industria editorial, siguiendo las orientaciones establecidas en la década de los ochenta, los gobiernos se avocaron en generar políticas que garantizaran por una parte el desarrollo de su industria editorial local y por otra, que se fomente la diversidad cultural. Esto último se vuelve una tarea central para las políticas culturales y cobra forma a través del concepto de *bibliodiversidad*; a través de este concepto

[...] se apunta a reforzar la necesidad de establecer medidas por parte de los Estados [...] que favorezcan la circulación de ideas y autores, de oferta y de nueva literatura en el mercado interno [...] mediante el apoyo a las editoriales independientes [...] acuerdos con el sector privado y medidas fiscales y financieras, entre otros. (Mihal, 2011, p.2)

Este término se instaló en la agenda pública de los organismos internacional a finales del siglo XX y ha sido promovido de una forma muy activa por la UNESCO, desde principios de este siglo, y también por organizaciones internacionales como la Alianza Internacional de Editores Independientes (AIEI) y el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cerlalc). Los dos primeros organismos han organizado una serie de encuentros con editoriales de varias regiones del mundo y se han emitido recomendaciones y establecido una serie de herramientas para mantener la bibliodiversidad en las diferentes partes del globo. Estas recomendaciones y herramientas reconocen al libro y el proceso de edición como parte constitutiva de la producción simbólica de lo local, pero también como una mercancía cultural que debe de encontrar las condiciones necesarias para su difusión equitativa en los mercados nacionales e internacionales; para esto se invita a generar una serie de políticas culturales que sirvan como incentivos fiscales, que fomenten la aparición de bibliotecas públicas, que protejan a las librerías y se impulse la compra estatal de los libros nacionales (AIEI, 2007; 2014). Para la AIEI en concreto, es de suma importancia que el Estado intervenga para mantener un equilibrio justo del mercado de su país ya sea encaminando acciones en un sector general de la industria o bien interviniendo de

forma específica en las dinámicas de algún sector de la industria (Mihal, 2013). Por supuesto la naturaleza de las acciones, y de las políticas culturales que las orientan, están determinadas por el desarrollo histórico de la administración del campo cultural de los países que las implementen.

En el caso de México, ¿cómo se ha establecido la relación entre las políticas culturales y las industrias culturales?, ¿qué tipo de consideraciones se configuran con respecto a la industria editorial a partir del establecimiento de esta relación?, ¿qué tipo de presencia tuvo el Estado y históricamente cómo se ha adecuado a los cambios del campo cultural en general y respecto a las tendencias generales contemporáneas de la industria editorial local en particular?

1.2. *Tendencias específicas de las políticas culturales en México*

En el caso de nuestro país, en relación al desarrollo de las políticas culturales durante la década de 1980, por supuesto que no se quedó fuera de las discusiones y de las nuevas consideraciones a nivel internacional ya señaladas en el apartado anterior. La *Conferencia Mundial Sobre las Políticas Culturales de la UNESCO* organizada en nuestro país en el año de 1982 impactó de forma considerable la relación general del Estado mexicano con el campo cultural —no sólo con las industrias culturales— y por supuesto, determinando el rumbo que tomaría la implementación de las políticas culturales en los años subsecuentes. Para poder comprender en qué se modificó esta relación tendremos que explorar un poco la constitución de la política cultural mexicana a lo largo del siglo XX.

Eduardo Nivón señala que desde 1921, con la instauración de la Secretaría de Educación Pública encabezada por José Vasconcelos, hasta finales de la década de 1970, la administración de la cultura estuvo marcada por tres grandes proyectos estatales:

“[...] un proyecto educativo nacional y uniforme [...] con la misión de expandir la presencia del Estado [...] Un proyecto nacionalista cultural [...] que se tradujo en la construcción de instituciones que contribuyeron a identificar al Estado con la Nación y un proyecto popular impulsado por creadores, intelectuales y líderes políticos que encontraron [...] posibilidades atractivas de expresión de las demandas populares [...] (Nivón, s/f, pp. 6-7)

De estas tres líneas de acción estatal emergieron diversos agentes y lógicas de operación de la política sobre el campo cultural que no sólo dieron forma a las expresiones culturales y artísticas hegemónicas sino que también determinaron el tipo de relaciones que se establecieron entre los creadores, los intelectuales y el Estado por más de medio siglo en nuestro país.⁶⁶ Siguiendo a Tomás Ejea Mendoza (2011, pp. 67-93) en México se puede caracterizar la acción de la política sobre el campo cultural hasta principios de la década de 1980 por una aplicación que no necesariamente estaba mediada de forma exclusiva por la existencia de un discurso cultural como tal sino más bien motivada y desplegada a través de una serie de discursos de índole político y económico centrados en “[...] los intereses del Estado corporativo-clientelar [...] Esto se traduce en el desarrollo de una política cultural ligada a los intereses de los grupos dirigentes y que es parte integral del proceso de legitimación del proyecto [...] de los gobiernos posrevolucionarios [...]” (ibídem, p. 75). De esta forma, y por los intereses ya descritos, el Estado mexicano se estaba muy interesado por intervenir en el campo cultural con el fin de aprovecharlo como una herramienta de legitimación social y política, desarrollando una política cultural caracterizada por la centralización de los recursos, infraestructura e instituciones, por el uso discrecional del poder y la toma de decisiones —entorno a los necesidades y coyunturas sociopolíticas que se tuviera que enfrentar el gobierno en turno—, y la proliferación de diversas instituciones culturales especializadas con poca coordinación entre sí y que otorgaban de un sentido de sobre-burocratización a la administración de la cultura en México.

⁶⁶ Vale la pena señalar que esta relación entre el Estado y el campo cultural no se dio en una sola dirección ni se implementó de forma única. Al menos existen cuatro periodos claros en el desarrollo de esta relación que implicaron diversas intenciones de la acción de lo político sobre el espacio de lo cultural: 1. El proyecto de reconstrucción nacional de la Posrevolución (1921-1924); 2. El proyecto de unidad nacional (1924-1940); 3. El proyecto de modernización nacional (1940-1952) y 4. La creación del subsector cultural (1953-1982) (cfr. Ejea Mendoza, 2011, pp. 74-91). En cada uno de estos periodos se concretaron diversos proyectos, se consolidaron diversos agentes e instituciones y se privilegiaron cierto tipo de expresiones artísticas y culturales que en un momento dado se convirtieron en las oficiales y hegemónicas.

Este contexto comenzó a cambiar, como ya se señaló, cuando en 1982 el Estado mexicano emprendió una serie de modificaciones en el desarrollo de sus políticas culturales con el fin de alinearse a las recomendaciones emitidas en la *Conferencia Mundial Sobre las Políticas Culturales de la UNESCO*. En esta conferencia, además de abordar cuestiones sobre las industrias culturales, se desplegaron una serie de pronunciamientos con respecto a la identidad, el desarrollo, patrimonio y la democracia cultural, la planeación, administración y financiamiento público de las actividades culturales, y la cooperación cultural internacional (UNESCO, 1982). Durante la conferencia se recomendó a los ministerios de cultura de los países participantes que promovieran una serie de reformas estructurales a sus aparatos de administración cultural donde se diera paso a la descentralización de los instrumentos burocráticos —trasladando responsabilidades a los niveles estatales y municipales—, concentrándose principalmente en la reducción del sector público para así dar paso a la inversión proveniente de la iniciativa privada y fomentar la participación de la sociedad civil, dándole prioridad a la producción y las expresiones culturales regionales, y restándole centralidad a la búsqueda por seguir definiendo una cultura nacional,⁶⁷ con miras a promover el intercambio comercial a través de la cultura a nivel internacional (Barrios, 2004). Si bien estas medidas no se aplicaron a cabalidad o de forma inmediata, sí se empezó el establecimiento de una nueva configuración en el aparato administrativo estatal de la cultura: con Miguel de la Madrid “[...] se reformó [...] la Subsecretaría [de Cultura y Difusión Popular], denominándose Subsecretaría de Cultura [...] la intención era convertirla otra vez en la instancia que articulara a la política cultural en su conjunto, incluyendo la llamada cultura popular [...]” (Ejea Mendoza, 2011., p. 9). George Yúdice señala que esta reestructuración hizo a un lado los ideales nacionalistas que habían moldeado la

⁶⁷ Los procesos de descentramiento cultural iniciados a mediados de la década de 1980 en nuestro país representaron un cambio en la configuración de la estructura simbólico-cultural que llevo a una nueva organización social “[...] en la que sobre todo la sociedad civil adquirirá una relevancia significativa en el desarrollo de la nueva discursividad artística y en donde el ascenso de las grandes empresas tendrán un lugar relevante en configuración [...] del arte en México.” (Barrios, 2004, p. 158). Esto anterior tuvo como resultado la descentralización de la política cultural hacia otras zonas estratégicas del país (Guadalajara, Oaxaca, Tijuana, Puebla y Monterrey).

acción estatal en el campo cultural y dio paso a nuevos intereses sobre todo de competitividad internacional:

[...] la diferencia cultural expresada por medio del arte y del patrimonio ya no se utilizó para tomar una postura nacionalista y defensiva contra los modelos dominantes de la modernidad occidental, sobre todo la estadounidense, como hicieron los muralistas, sino para crear un nuevo escenario donde se demostró que México era tan civilizado como sus socios comerciales del norte (Yúdice, op. cit., p. 120).

Este proceso iniciado en el sexenio de De la Madrid, tuvo su punto de culminación en 1988 con la creación del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta) a los pocos días de que Carlos Salinas de Gortari asumiera la presidencia y del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (Fonca) en enero del año siguiente —1989—. Los objetivos oficiales que el gobierno salinista estableció con la creación de estos organismos fue, para el primero, el de modernizar el sistema de administración cultural y para el segundo, reelaborar la relación entre los creadores e intelectuales y el Estado. En palabras de Tovar y de Teresa, burócrata cultural de alto rango cuando se decretó la creación de este organismo y que a la larga se convertiría en presidente del consejo, la modernización respondía a la necesidad de “[...] la política cultural [que] exigía una revisión a fondo [...]. La burocratización, la dispersión y la duplicidad de funciones [...] requerían nuevos esquemas de administración y coordinación que redefinieran la política cultural en México” (Tovar y de Teresa, 1994, p. 52). Mientras que el replanteamiento de la relación entre el Estado y los creadores e intelectuales se concebía como una respuesta a la demanda de estas comunidades para implementar una “[...] descentralización de la acción cultural del gobierno para atender tanto los requerimientos [...] como [las] expectativas de desarrollo de las comunidades [...] locales”. Señalando además que era la manera de concebir a “[...] la política cultural [...] como un ejercicio plural y democrático, en el marco de la modernización” (ídem).

Con la creación de estos dos organismos, Ejea Mendoza apunta, se pone de manifiesto una preocupación de largo alcance por parte del Estado mexicano en el ámbito cultural en dos vertientes muy claras: 1) dotar de mayor recursos y autonomía al sector cultural y 2) generar un sistema de becas y estímulos que le

garantizara a los creadores e intelectuales una estabilidad laboral (Ejea Mendoza, 2007). Por otra parte, esta reconfiguración sector cultural en México tras la aparición del Conaculta trajo consigo la implementación de políticas culturales — en su planeación, organización e implementación— que trascendieran la coyuntura sexenal y que no dependieran de los estilos y gustos personales de la gente en los cargos políticos; también se permitió que algunos de los recursos destinados a la creación cultural dejaran de ser ejercidos de forma discrecional y que la toma de decisiones de cómo asignarlos se decidieran a través de órganos colegiados (Ejea Mendoza, 2011, pp. 94-119). Se cumplían, al menos en discurso, los lineamientos que la Unesco había establecido con respecto a las políticas culturales durante la década de 1980 y los cuales han permanecido —con algunas otras consideraciones— hasta el día de hoy: democratización, descentralización y mayor eficiencia tanto en la administración como en la repartición de recursos.

Ahora, también es importante señalar que Conaculta y Fonca no sólo implicaron una reorganización administrativa de la burocracia cultural federalizada, la apertura democrática para la distribución, también modificó la asignación de los recursos federales y la redistribución de las responsabilidades al interior del campo cultural con el ingreso de los gobiernos estatales y municipales, la iniciativa privada y la sociedad civil en la toma de decisiones; implicó también la alineación definitiva de nuestro sistema cultural a las disposiciones que la economía mundial y el mercado internacional estaban marcando desde la finales de la década de 1970 con respecto a la producción, circulación y consumo de los bienes culturales, y que serían consideradas —no sin tensiones, discusiones y ciertas consideraciones— por los organismos internacionales en años posteriores. Por una parte estos lineamientos llevaron a las organismos nacionales y locales a buscar fuentes alternativas de financiamiento y generación de recursos, y a exigir un rendimiento económico a las instituciones y los espectáculos culturales (García Canclini, 2008), al mismo tiempo que buscó disminuir el aparato estatal cultural con la reducción de “[...] los fondos estatales para la educación y cultura, eliminar el asistencialismo [...] y ceder a las empresas privadas espacios tradicionalmente administrados por el gobierno [...]” (García Canclini, 1987, p. 39).

En el caso de las políticas culturales en México dirigidas a la producción, distribución y consumo del libro, éstas se modificaron gradualmente en su acción a partir del cambio general que se gestó en las políticas culturales nacionales desde la primera parte de la década de 1980. Como se señaló a principio de este capítulo, en nuestro país la intervención pública en la industria editorial ha sido constante, remontándose antes de la expansión y dominancia del mercado internacional y de las nuevas consideraciones que los Estados implementaron — incluyendo en México— con la consolidación de las industrias culturales a nivel internacional y el cambio que implicaron éstas en la producción simbólica al menos en occidente. Con la implementación de nuevas exigencias en las políticas culturales —sobre todo en los aspectos de competitividad— se les fueron modificando algunos aspectos que habían estado presentes desde la instauración del gobierno posrevolucionario hasta la década de 1980, donde se apoyó la intervención pública directa a través de la creación de una serie de programas, instituciones estatales y organismos desconcentrados que buscaban impulsar la industria nacional del libro. Por *intervención pública directa* me estoy refiriendo a las leyes, organismos e instituciones estatales que a través de su aplicación y acción: 1) buscan adquirir y poseer aspectos clave de los medios de producción y de la gestión productiva —como fue de la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuito—.

Con la redefinición de las acciones del Estado sobre el campo de la producción simbólica en la década de los ochenta se optó por el desarrollo de una *intervención pública indirecta* —sin eliminar del todo el otro tipo de intervención— donde el Estado se convirtiera un promotor más de la creación cultural y ya no en el eje rector (Ejea Mendoza, 2011, p.153). En el caso del sector editorial se optaron por una serie de políticas que integraran aspectos culturales, legales, económicos y educativos. Siguiendo el informe preparado por Ernesto Piedras para la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual —WIPO, por sus siglas en inglés— podemos encontrar la intervención pública indirecta en la industria editorial en dos niveles (2013, pp. 20-35):

1. Marco legal:

- a. *Ley del Fomento para la Lectura y el Libro*: Promulgada en el 2008 (con su respectivo reglamento en el 2010) teniendo como objetivo “[...] propiciar las políticas públicas que fomenten la lectura y [...] el fomento a la edición, distribución y comercialización” (ibídem, p. 20). No es una política de intervención directa ya que no se especifica qué tipo de apoyos que deben de otorgarse para incentivar el sector editorial pero sí hace manifiesto la necesidad de volver accesible el libro y fortalecer su cadena de producción. Además vuelve patente la necesidad de estimular la competitividad de las publicaciones nacionales y promover al sector profesional de esa industria. Identifica quiénes son los principales agentes tanto de la cadena de producción, circulación y consumo, tanto del sector público como privado.
- b. *Estímulo Fiscal en el Impuesto al Valor Agregado*: En el 2002 se decretó una exención de impuestos a todos aquellos que se dedicaran a la compraventa de productos impresos (libros, periódicos y revistas) como una forma de estímulo fiscal que impulse la industria editorial (ibídem, p. 26).
- c. *Ley General de Educación*: En su reforma de 2013 estableció una relación directa con la industria editorial en México; al apuntalar que una de las obligaciones que el Estado debe de cumplir es con la promoción y el fomento a la lectura y el libro. (ibídem, pp. 26-27).

2. Marco institucional

- a. *Consejo Nacional para la Cultura y las Artes* (ahora Secretaría de Cultura): Entre las múltiples responsabilidades que se le adjudicaban a este organismo durante su existencia (en enero de 2016 fue reemplazado por la Secretaría de Cultura) era el de brindar una serie de apoyos para la creación literaria, campañas de acceso a la lectura, promoción de salas de lectura y bibliotecas locales, así como apoyos a la producción de obras en diferentes soportes.

b. *Instituto Nacional para el Derecho de Autor*: Éste es un instituto directamente relacionado con la industria editorial. Tiene como principal atribución resguardar los derechos autorales —principalmente brindando seguridad jurídica—, fomentar la creatividad y la cooperación internacional entre organizaciones internacionales y autores de otros países. Además gestiona el registro de obras impresas a nivel nacional —y su registro internacional— al ser representantes locales de las oficinas mundiales del ISBN (*International Standard Book Number*) y el ISSN (*International Standard Serial Number*).

Estos marcos institucionales y legales garantizan el fomento a la bibliodiversidad en nuestro país. De esta manera el gobierno mexicano, vinculándose con las políticas culturales y sus tendencias generales en torno a la industria editorial, adopta las resoluciones e instrumentos promovidos internacionalmente propuestos particularmente por la UNESCO, para garantizar la diversidad cultural —donde la bibliodiversidad tiene lugar— y a través de los cuales se respalda la idea de que los Estados desarrollen políticas culturales específicas que ayuden a

[...] la creación o a la consolidación de industrias culturales en los países en desarrollo y los países en transición y, con este propósito, cooperar en el desarrollo de las infraestructuras y las competencias necesarias, apoyar la creación de mercados locales viables y facilitar el acceso de los bienes culturales de dichos países al mercado mundial y a los circuitos de distribución internacionales (UNESCO, 2001).

Ahora, de estos dos marcos de intervención pública indirecta, son los institucionales —que también se pueden encontrar en otros niveles de gobierno no siendo exclusivos del ámbito federal— quienes a través de diversos instrumentos, se encargan de fomentar la producción editorial del sector privado de la industria. Esto se hace a través de diversos programas, con alcances y objetivos diferenciados, y que buscan diversificar la publicación de libros o consolidar proyectos editoriales que no encuentran un espacio en el mercado más amplio de del sector editorial o no se ajustan a las tendencias de la industria.

2. EL PROGRAMA DE COEDICIONES Y SU INTERVENCIÓN EN LA INDUSTRIA EDITORIAL NACIONAL

El Programa de Coediciones de la DGP es uno de los instrumentos especializados para la tarea de promoción de la bibliodiversidad desde el marco institucional de la intervención pública indirecta. Éste se concentra en generar convocatorias abiertas donde se invitan a casas editoriales mexicanas a que propongan proyectos que enriquezcan la oferta editorial en nuestro país, además de la promoción de nuevos contenidos y autores. Ricardo Cayuela Gally, quien implementó el formato de convocatoria pública en este programa, describió a éste como una manera de fomentar la producción editorial de las editoriales con capital mexicano y a contribuir a la nivelación del mercado editorial a través del apoyo a pequeñas editoriales en la distribución y publicando títulos importantes pero de poca rentabilidad (Lino, 2013). Ahora es necesario precisar que este programa no es independiente: es parte de una organigrama mucho más grande que posee una misión propia y una forma de proceder en específico: la Dirección General de Publicaciones. Por tanto es necesario describir este organismo en sus particularidades y la relación que mantiene con la industria editorial mexicana.

2.1. La Dirección General de Publicaciones y sus marcos de acción como política cultural

Los antecedentes directos de la Dirección General de Publicaciones (DGP) se encuentran en las instituciones, dependencias y organizaciones culturales que orbitaban alrededor de la antigua Subsecretaría de Cultura adscrita a la SEP. En la década de 1970 existía ya un interés particular en mejorar los contenidos culturales y educativos a partir de la lectura; por eso fue que a finales de esa misma década la política cultural de fomento al libro y la lectura recibió un particular impulso: en 1979 se celebró la I Feria del libro Infantil y Juvenil (actualmente conocida como la Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil) y se creó Educual, diseñada para la producción, distribución y comercialización de los materiales de lectura de la SEP. También en 1983, se puso en marcha la Red Nacional de Bibliotecas; en 1988 es aprobado su instrumento normativo, la Ley

General de Bibliotecas, y ese mismo año la Red superó las 3000 bibliotecas tanto a nivel estatal, como municipal y local. Fue en el año de 1988, cuando se creó el Conaculta como órgano desconcentrado de la SEP, que a este organismo se le asignaron y transfirieron las unidades administrativas e instituciones públicas relacionadas con la promoción y difusión de la cultura y las artes, y la organización de las bibliotecas públicas; entre estas unidades administrativas se encontraba la Dirección General de Publicaciones. Cuando en diciembre de 2015 se refunda la Secretaría de Cultura Federal, las direcciones y unidades administrativas que se encontraban en el Conaculta pasaron a integrar el organigrama de la nueva secretaría al entrar ésta en funciones en enero del año siguiente.

En la actualidad la DGP es la instancia mediante la cual se desarrollan, publican y se oferta la producción editorial de la Secretaría de Cultura y de los programas que buscan incentivar la creación literaria y fomento a la lectura. Además de promover la labor editorial de esta secretaría, a través de ésta se reciben propuestas para la publicación de distintas instancias gubernamentales, así como también de proyectos para coedición entre instancias estatales o particulares por medio de apoyos editoriales, teniendo como punta de lanza para esto el Programa de Coediciones. Éste depende de forma directa —desde la fundación del Conaculta y su reorganización como Secretaría de Cultura— de la Dirección Editorial y de Producción. Esta área es la encargada de seleccionar, editar y producir los libros de la Dirección General de Publicaciones además de ser la encargada de generar las convocatorias de participación abierta y los apoyos de coedición para otras dependencias estatales y el sector editorial privado en México. De esta forma la dirección: a) Edita al año 70 títulos en edición propia; b) Coedita anualmente 70 títulos y c) Nutre el acervo de sus 25 colecciones editoriales avocadas a las Ciencias Sociales, Literatura, Teatro, Arte,

infantiles, juveniles y de consulta general.⁶⁸ Hasta el 2017, año en que finalizó esta investigación, la DGP realizó en el ámbito de la publicación:⁶⁹

- *2012 y 2013:* Imprimió 60 títulos en edición propia, con un tiraje de 240 mil ejemplares y 70 títulos en coedición con un tiraje de 140 mil ejemplares. Cincuenta títulos entre libros, catálogos, memorias y folletos promocionales fueron editados e impresos en apoyo interinstitucional, con un total de 40 mil ejemplares (SEP, 2013).
- *2013-2014:* Produjo 60 mil libros impresos a través de un fondo editorial propio y 120 mil ejemplares bajo el Programa de Coediciones en apoyo a la industria editorial mexicana; 260 títulos son del catálogo del Conaculta y 83 títulos en coedición con 51 editoriales (SEP, 2014 y Martínez, 2013). A este periodo corresponde la primera convocatoria pública abierta para el programa de Coediciones, impulsada por el director de la DGP, Ricardo Cayuela Gally.
- *2014-2015:* Se produjeron 374 títulos impresos los cuales 241 corresponden a la convocatoria pública de coediciones, 104 de su fondo editorial propio y 29 del programa editorial Tierra Adentro. Se produjeron en total 778, 285 ejemplares (SEP, 2015). Este periodo fue el último corresponde al último año de acción del Conaculta.
- *2015-2016:* Este periodo corresponde la primero de la Secretaría de Cultura. Produjo 85 títulos propios con un tiraje de 180,167 ejemplares, también realizó 127 coediciones con un tiraje de 284,000 volúmenes (SEC, 2016).

Las instrumentos de fomento a la publicación y lectura que se inscriben en la DGP⁷⁰ y por tanto en su Programa de Coediciones, están vinculadas a un tipo

⁶⁸ Esta información se recopiló durante los años 2014-2016 con los datos presentados en la página oficial de la Dirección General de Publicaciones del Conaculta. Además de los informes laborales presentados por la SEP y la Secretaría de Cultura durante esos años.

⁶⁹ El período que se estaba realizando esta tesis fue durante el sexenio de Enrique Peña Nieto (2012-2018).

⁷⁰ Me estoy refiriendo, en específico, a las siguientes direcciones:

- **Dirección General Adjunta de Fomento de la Lectura y el Libro:** Esta Dirección realiza actividades coordinadas con la intención de poner a disposición de los habitantes del territorio nacional el libro y la lectura en cualquier rincón del país

intervención pública indirecta con la cual se desarrollan una serie de políticas públicas culturales abocadas a la creación de soportes institucionales que sirvan de guía para la acción sistemática y regulatorias que financian, controlan, promueven, enseñan y evalúan prácticas y creaciones simbólicas que siguen la lógica de la segmentación de mercado y normas internacionales que enmarcan la existencia y concepción del objeto cultural (Miller y Yúdice, 2004), en el caso de la DGP me estoy refiriendo al libro. En palabras de Cayuela Gally: “La idea es que la DGP deje de ser una editorial más que compita en el mercado editorial con las ventajas del presupuesto federal y sin los riesgos de la iniciativa privada y se convierta en una verdadera plataforma de apoyo para las editoriales y los autores” (Lino, 2013).

De hecho se observa que desde la transformación de las actividades de coedición de la DGP en un programa de convocatoria pública abierta en 2013, el número de coediciones aumentó mientras que las ediciones propias de esa dirección —y en general del Conaculta, primero, y Secretaría de Cultura, después— decrecieron. Mientras que en el periodo 2012-2013 se realizaron 70 títulos de coedición para el periodo de 2015-2016 se realizaron un total de 127 coediciones, esto es un 55% más de libros bajo este esquema. Este aumento en las actividades de coedición en parte se debe a la reestructuración que impulsó el mismo Cayuela a partir del 2013 con el fin de “[...] que todos los editores tengan oportunidad de publicar sus ediciones más preciadas”, tratando de romper con la lógica que imperaba en la DGP donde la coedición de libros se daba a partir de “[...] la decisión personalísima del director en turno” (Sánchez, 2014).

Esto también es el resultado de la reorientación que han tenido las políticas culturales en nuestro país desde finales de 1980, específicamente a partir de la creación del Conaculta: por una parte el impulso a la descentralización institucional que buscaba no sólo abrirle las puertas a las acciones estatales y

-
- **Dirección Editorial del Programa Cultural Tierra Adentro:** Su principales objetivos son el de promover y difundir el trabajo de los escritores y artistas jóvenes de todo el país a través de la publicación de revistas, libros, la organización de encuentros y la convocatoria a premios nacionales de literatura.
 - **Dirección de Promoción Editorial y Fomento a la Lectura:** Fortalece la presencia de la DGP en el circuito de ferias de libros nacionales e internacionales.

municipales en materia cultural sino también fomentar la participación activa de la sociedad civil y la iniciativa privada. Por otra, fomentar “[...] la creación de instancias de participación de los creadores [...] para la definición de las acciones y presupuestos, como los comités de artistas y creadores, las comisiones de cultura [...] o los mecanismos consultivos de distintos organismos” (Nivón. s/f, p. 15).

Desde estas dos posturas, las políticas culturales en el país, en sus tendencias generales —como ya se ha explicado en párrafos anteriores en este mismo capítulo—, se encaminaron a multiplicar a los agentes que intervienen en la cultura, convirtiéndola de un campo exclusivo para la intervención del Estado a un espacio donde el conjunto de la sociedad pudiera tomar decisiones, intervenir y participar activamente. También, en estas reorientaciones, el esquema de coediciones de la DGP se percibe una de las tendencias más significativas de las políticas culturales a nivel internacional contemporáneas: la reafirmación de que los bienes y servicios culturales no son exclusivamente mercancías, poseen un carácter específico donde condensan sentidos “[...] en términos de valores, creencias e identidades [...]” (Bayardo, 2008, p. 25); de esta forma las políticas culturales y la acción e intervención estatal deben asegurar el acceso a los bienes y servicios culturales a su población a través del desarrollo de infraestructuras y el apoyo a la creación de mercados locales y nacionales que puedan acceder a los circuitos de distribución comercial (Unesco, 2001).

2.2. El Programa de Coediciones y el mantenimiento de la bibliodiversidad: resultados y límites

De acuerdo a lo desarrollado en la sección anterior, la lógica bajo la cual vemos que la DGP realiza sus actividades y entabla relaciones con el sector editorial nacional responde a las nuevas lógicas de política cultural —tanto en su reorientación nacional así como internacional— donde se reconoce que éstas deben de estar encaminadas en favor de la llamada diversidad cultural a través de garantizar la accesibilidad a los bienes y servicios culturales que producen las industrias culturales “[...] a través de distintos modos de creación artística,

producción, difusión, distribución y disfrute de esas expresiones, cualesquiera que sean los medios y tecnologías utilizados” (Mihal, 2013).

Esto concuerda con lo que señalaba Julio Trujillo, quien fue encargado del área de producción de la DGP, en el 2014, cuando explicaba cuál era la lógica para implementar un programa de coediciones bajo el esquema de convocatoria abierta. La intención era la de crear una “[...] maquinaria mucho más ágil para que la producción de los libros llegue al mercado” (Sánchez, 2014). Así, de esta forma, el organismo estatal se vincula de forma directa a los actores involucrados en las políticas culturales del libro, el fomento a la producción editorial mexicana y la denominada *bibliodiversidad*:

[...] esta dependencia posee una política editorial clara que impulsa tanto a la industria editorial mexicana como a los autores y construye a la vez nuevos lectores [...] Es voltear a ver un mercado olvidado en el que podemos competir no sólo con los libros del Conaculta, sino con todos los de la industria editorial (Entrevista a Cayuela Gally en Bautista, 2013).

Como ya se señaló, el término de *bibliodiversidad* es usado para hacer referencia a “[...] la variedad de obra escrita, como a las lecturas y soportes [...] en la relación lectura-ciudadanía [...] éste es un término que se está utilizando internacionalmente y ha sido promovido por la Unesco y por otros actores [...] que hace referencia a la extensa variedad de libros” (Mihal, 2014). ¿Y de qué forma esto se refleja en la implementación del Programa de Coediciones de la DGP? Por una parte, es un programa que asume como una de sus principales tareas fomentar la circulación de ideas y autores, y el impulso a nueva oferta literaria en el mercado nacional por otra. José Ignacio Echeverría, presidente de la CANIEM hasta el 2016, señala que este tipo de programas son para que la industria editorial en México tenga “[...] oportunidades que no hemos tenido hasta ahora, en tener mayor acceso a mercado distintos de los que hemos tenido [...]” (Montaño, 2014). De la instauración del programa en el 2013 al 2016, según lo señalado por María Núñez, titular de la DGP, el programa ha apoyado 280 editoriales y publicado 425 títulos produciendo cerca de 900, 000 ejemplares que han sido distribuidos en varios canales: bibliotecas de aula, red de librerías Educal, librerías particulares, etc. (CONCAMIN, 2017), pero esto, ¿qué tanto ha fomentado esto a la bibliodiversidad?

Si nos acercamos a las estadísticas de la CANIEM en el mismo periodo, se observa que el sector privado produjo un total de 297 millones de ejemplares, esto se traduce que el programa sólo ha aportado a esta cifra 0.30% del total, lo que revela que los esfuerzos de la DGP a través del Programa de Coediciones por multiplicar la oferta de libros en el mercado editorial resulta un tanto insuficiente, al menos desde cantidad de ejemplares que se ponen en circulación. Sin embargo, si se observan las actas de resultados para identificar cuáles han sido las editoriales que se les ha dado el apoyo de coediciones durante el mismo periodo se detecta que del total de las 280 editoriales sólo se ha entregado el apoyo diecisiete veces a editoriales transnacionales —por supuesto tienen registro editorial aquí en México pero aún así forman parte de una empresa con presencia en varios países del globo—,⁷¹ es decir representan el 6% del total de los convenios con el programa de la DGP; el resto de los apoyos se da en dos grupos: a grupos editoriales pequeños y medianos que tienen presencia exclusiva en el mercado nacional ⁷² y editoriales que se podrían denominar como “independientes”, ya sea porque que no pertenecen a ningún corporativo transnacional o nacional o bien, porque pertenecen a una sola persona; de todas éstas que denominamos “independientes” su catálogo se caracteriza porque publican libros que no están dentro de las tendencias más comunes del mercado mexicano. De esta forma se puede afirmar que el Programa de Coediciones sí aporta al mantenimiento de la bibliodiversidad en el sentido de que garantiza a los editores independientes y nacionales a que accedan a incentivos de producción y a espacios de distribución más amplios:

Si bien los grandes grupos participan, por la importancia cuantitativa de su producción [...] eso no alcanza para asegurar la bibliodiversidad, la cual no se mide únicamente por el número de títulos disponibles [...] los editores independientes [...] aportan una mirada y una voz distintas, en paralelo a la propuesta editorial más estandarizada de los grandes grupos. La producción editorial de los editores independientes y los canales que privilegian para difundir sus libros [...] son por ende imprescindibles para preservar y enriquecer la pluralidad y la difusión de las ideas (AIEI, s/n, 2017).

⁷¹ Los principales grupos beneficiadas han sido: Turner, Norma, Santillana, Editorial Planeta, FCE y Editorial Océano.

⁷² Me estoy refiriendo a las editoriales Miguel Ángel Porrúa, Ediciones Castillo, Editorial Lectorum, EDAF, Artes de México, ABDO Producciones, Revista Marvin etc.

Y, ¿qué tipo de “pluralidad” y “difusión de ideas” se hacen presentes en las coediciones de la DGP? De forma general, en las convocatorias que se hicieron entre 2015 y 2017 se observa un amplio espectro de géneros que el programa patrocina, éstos se agrupan en tres categorías: literatura, divulgación académica y científica, y lenguaje braille y simplificado.

Esto anterior, sin embargo, no revela mucho sobre las tendencias con respecto al tipo de contenidos que se privilegian, sólo da cuenta de qué tipo de coediciones pueden estar interesados en realizar o no; pero si nos acercamos, de nueva cuenta, y analizamos con mayor detenimiento las actas de resultados se pueden observar algunas tendencias con respecto al tipo de contenidos por los que se decantan y, partiendo de eso, hacer una suposición con respecto a lo que se puede enmarcar en el campo de la bibliodiversidad desde la lógica del Programa de Coediciones de la DGP.

Revisando en concreto el acta de resultados a la convocatoria de 2016⁷³ (84 títulos en total, divididos entre 71 editoriales —6 transnacionales el resto se divide entre grupos nacionales, asociaciones civiles e editoriales independientes—) el establecimiento de los convenios de coedición es a partir de la selección de los siguientes contenidos:

Género	Número de Títulos	Porcentaje
Infantil y Juvenil	32	38.09%
Poesía	12	14.28%
Narrativa	12	14.28%
Ensayo literario	10	11.90%
Divulgación (histórica, ciencias sociales y científica)	6	7.14%
Crónica	5	5.95%
Novela Gráfica e	5	5.95%

⁷³ Seleccioné el 2016 porque revisar los contenidos de 425 títulos resultaba un poco complicado. Asumo que este año sigue con las tendencias de los anteriores.

Ilustración		
Teatro	2	2.38%
	84 títulos	100%

Tabla: elaboración propia con datos tomados del acta de resultado del Programa de Coediciones 2016 (DGP, 2016)

Se observa en esta acta de resultados que la mayoría de los apoyos se dan a los libros infantiles, lo que pone en entredicho un poco la cuestión de la bibliodiversidad, ¿por qué? Según la CANIEM —en datos de la producción editorial y de facturación del 2015-2016— los libros que más se producen y venden después de los educativos —educación básica y enseñanza de lengua extranjera, principalmente inglés— son los libros de temática infantil y juvenil. Esto anterior revela que la lógica de mercado que impera en nuestro país, una industria basada en la venta y distribución de libros educativos, infantiles y juveniles, domina también un mecanismo que se supondría debería de no responder a las lógicas de producción dominante y ofrecer una alternativa a éstas. Pero, ¿por qué sucede esto?

Una explicación posible es por la manera en que está orientado el Programa de Coediciones: uno de sus objetivos principales es el de nutrir los acervos bibliográficos que la SEP, con apoyo de la Secretaría de Cultura Federal, selecciona, adquiere y distribuye para complementar las actividades de la educación básica en las escuelas públicas. La DGP concibe a los convenios de coedición como una herramienta doble, de apoyo y compra: "Estamos hablando de dotar con materiales preseleccionados a la red de siete mil bibliotecas [...] con una sola convocatoria estamos realizando tanto coediciones como adquisiciones, lo cual es un modelo pocas veces visto" (Secretaria de Cultura, 2016). De esta declaración de Julio Trujillo en la presentación del Programa de Coediciones 2016 se asume que no sólo el apoyo que el Estado busca otorgar al sector editorial mexicano a través de la intervención indirecta de un fondo público para incentivar la producción sino también conlleva la adaptación del programa a una de las lógicas que quizá sea la más característica de la industria editorial en nuestro país: el gobierno como el principal canal de ventas de la industria editorial, por tanto la mayor fuente de capitalización y ganancias de las editoriales. El programa de la

DGP en efecto es un incentivo para la producción editorial de ciertas compañías que no pueden competir contra la capacidad de producción de las transnacionales, sin embargo se convierte en una manera en que las actividades e intereses del Estado se extienden a una producción que debería —al menos así se asume— ser más autónoma con respecto a los intereses que dominan el mercado del libro en nuestro país.

Por supuesto, a pesar de lo anterior, no se quiere decir que desde el Programa de Coediciones no exista apoyo a una producción editorial que ofrece una alternativa respecto a las exigencias y lógicas del mercado nacional. Si analizamos qué tipo de títulos son los que se publican en cada uno de los géneros que le son otorgados los apoyos se observa que existe una gran tendencia a publicar autores que no son tan conocidos en los anaqueles de librerías o, al menos, no son los comercialmente más atractivos.⁷⁴ También existe una tendencia por publicar libros que son: 1) clásicos en sus contextos de origen pero no se conocen mucho en nuestro país,⁷⁵ 2) clásicos de nuestra historia literaria pero que no se encontraban disponibles en ediciones recientes —además de que se incluyen ensayos de análisis literario que se concentran en cierto tipo de obras clásicas—,⁷⁶ o 3) son antologías de algún movimiento literario poco conocido o de creadores emergentes de algún género o región en específico.⁷⁷ Por tanto existe

⁷⁴ Por supuesto que esto no exige que en entre los autores acreedores no se incluyan algunos habituales de las listas de “popularidad” de las librerías. En los resultados del 2016 se incluyen autores como Christopher Domínguez Michael, Jean Meyer, Francisco Hinojosa, Etgar Keret, Antonio Ramos Revillas, Carlos Reygadas, Tedi López Mills, Guillermo Sheridan, Miguel León-Portilla, Julieta Fierro y Benito Taibo. Todos ellos autores que ya sea por su actividad literaria o presencia en otros espacios de participación pública han sido favorecidos por el mercado y ya han publicado varios libros.

⁷⁵ En este rubro encontramos los libros de *El libro de los negros* de Lawrence Hill (novela), *El cine como arte subversivo* de Amos Vogel (ensayos sobre cine), *Tierraplana* de Edwin Abbott (novela), *Cuatro obras de Virgilio Piñera* (teatro), *Diario* de Edmund y Jules Goncourt (crónica), *Maestro del cuento* de Ignacio Aldecoa (cuento) y *Notas sobre la revolución bolchevique* de Jacques Sadoul (epistolario).

⁷⁶ Aquí encontramos *Nuevo cocinero mexicano en forma de diccionario* (recetario del siglo XIX), *Cultura. Selección de buenos autores antiguos y modernos* (narrativa) y *Árboles petrificados* de Amparo Dávila (cuento),

⁷⁷ En este rubro podemos encontrar obras como *La Tinusa. Muestra de poetas latinoamericanos in the USA* (poesía), *Poesía latinoamericana de vanguardia* (poesía), *Extremos. Una antología de cuentos conjeturales de escritores mexicanos y argentinos*

un interés por publicar autores clásicos ya sea en 1) antologías⁷⁸, 2) nuevas ediciones⁷⁹ y 3) autores mexicanos reinterpretados en nuevas lenguas o lenguajes.⁸⁰ Además de la selección de autores a partir de los criterios anteriores también se aprecian ciertas tendencias con respecto al tipo de temas que imperan en la selección de libros tanto infantiles y juveniles así como de interés general: historia mexicana, tradiciones culturales mexicanas, divulgación científica, temas de interés social (derechos humanos, educación, violencia, etc.), crónica urbana, análisis y crítica literaria, y literatura en lenguas originarias.

En resumen, desde las tendencias observadas en el acta de selección 2016, se observa que el Programa de Coediciones de la DGP se encuentra inserto en dos lógicas que parecen ser antagonistas. Por una parte, se encarga de promocionar la bibliodiversidad al interior del sector editorial incentivando que las editoriales tanto independientes como corporativas publiquen títulos que no se observan por lo general en las listas de los más vendidos en nuestro país —un ejemplo claro son los títulos de poesía que generalmente no reciben mucha atención dentro de las novedades literarias en el mercado mexicano y, sobre todo, de editoriales independientes—; y al mismo tiempo reproduce las lógicas dominantes de mercado y distribución donde se avoca a la producción editorial para abastecer la demanda del sector educativo —en este caso particular, el abastecimiento de las bibliotecas de aula— al tiempo que producen más títulos de temática infantil y juvenil dadas las exigencias del mercado nacional que están centradas en las necesidades de ciertos programas educativos impulsados por el Estado.

Entonces, ¿el Programa de Coediciones sirve para promover la diversidad cultural en el sector editorial?, ¿ayuda a mantener una producción que dé cuenta de las diversas expresiones literarias más allá de los requerimientos de mercado y los intereses meramente comerciales? Sí, en el sentido que brinda recursos

(cuentos), *Colección aforismos* (poesía), *Sierra Tropicalia* (poesía brasileña y mexicana contemporánea) y *Colección Código Negro* (novela negra latinoamericana).

⁷⁸ *El teatro moderno en México* (teatro) y *Las ciudades perdidas. Mujeres poetas* (poesía).

⁷⁹ *La gatomaquia* de Félix López de Vega (poesía)

⁸⁰ *El Zarco* de Ignacio Altamirano (Novela Gráfica), *Jar of Moon Air: Selected Poems of Jaime Sabines* (poesía, edición bilingüe).

económicos a editoriales con un capital limitado y que tienen una oferta de publicaciones alternativa a las grandes corporaciones. No, porque los apoyos se inclinan por las grandes tendencias de la industria editorial nacional teniendo como resultado que la mayoría de los proyectos de coediciones aceptados —no importando cuál sea su origen— estén concentrados en un sector dominante del mercado.

El Programa de Coediciones es lo que podríamos denominar *diversidad limitada*. ¿A qué me refiero con esto? La DGP entiende que la promoción y el apoyo a las actividades de editoriales independientes y menos comerciales son importantes para el fortalecimiento de la industria editorial en México, se observa que las acciones de coedición de esta dirección van encaminadas a generar alternativas —nunca revertir— a las lógicas de concentración industrial y de mercado que imperan gracias a la dominancia de los grandes corporativos transnacionales. Las alternativas, sin embargo, están limitadas por cuestiones de eficiencia y eficacia, objetivos que sólo se pueden medir si se ajusta la producción editorial de la bibliodiversidad a las tendencias generales de la industria del libro en México.

Ahora, ¿esto como se manifiesta en cada una de las editoriales aquí seleccionadas? ¿Cómo **Textofilia Ediciones**, **Sexto Piso** y **Nitro Press** se organizan en su interior para, por una parte, adecuarse al contexto de las tendencias dominantes de la industria editorial y por otra, qué tipo de conocimientos y habilidades prácticas se despliegan en esta adecuación? ¿Cómo se traducen al interior de las editoriales independientes seleccionadas las exigencias de una industria que está marcada por la concentración de mercado, la preeminencia del sector educativo en la producción de editorial y la intervención del Estado? Los siguientes capítulos tratarán de explicar las formas en las cuales las editoriales independientes llevan a cabo su labor, las maneras en que estructuran su trabajo para llevar a cabo la publicación de sus libros y las formas en que aprovechan los recursos y canales estatales, en concreto los del Programa de Coediciones, en sus propias lógicas de producción editorial.

CAPÍTULO IV

Acercamiento a la estructura, organización y gestión de la labor creativa en **Textofilia**, **Sexto Piso** y **Nitro Press**

En los capítulos anteriores se exploró cuál es el contexto general en el que se insertan **Textofilia Ediciones**, **Sexto Piso** y **Nitro Press**. Se describió un panorama nada favorable para las organizaciones editoriales aquí analizadas: la industria editorial mexicana se organiza en torno a un cúmulo de corporaciones editoriales transnacionales que concentran el mercado de libros que además está dominado por las exigencias de sector educativo y la dependencia a las compras gubernamentales destinadas a varios programas de lectura que se administran a nivel federal, estatal y municipal.

Es en este contexto donde se sitúan las editoriales independientes, organizaciones que son denominadas de esta manera o se autodenominan así para diferenciar o diferenciarse de las editoriales que forman parte de los conglomerados locales o internacionales y que, además, se ofrecen como una alternativa a las tendencias de publicación de los grandes corporativos. Este tipo de editoriales comparten algunas características —sobre todo la dificultad de distribución y acceso al mercado más grande— que las empuja a recurrir a cierto tipo de apoyos para la producción otorgados por el Estado, aquellos que son ubicados dentro del rubro de la intervención pública indirecta. Ahora, esto no quiere decir que todas las editoriales denominadas como independientes se comporten de igual manera frente a las lógicas que se van imponiendo desde estas tendencias dominantes en la industria editorial o que el sector independiente sea un a respuesta homologada a las condiciones impuestas por el contexto amplio y dominante de la industria editorial en nuestro país, ¿por qué?

Para Fernando Esteves Fros y Jorge Vanzulli las editoriales son organizaciones que “[...] están conformadas por un conjunto de personas

orientadas hacia la consecución de determinados objetivos comunes. Para alcanzarlos, disponen de recursos humanos y materiales, de conocimientos específicos, de una estructura formal y de una serie de reglas administrativas” (*op. cit.*, p. 37). Entonces, las editoriales —y en general aplica a todas las industrias culturales— son organizaciones sociales que se constituyen alrededor de metas compartidas y que a partir de éstas se establecen infraestructuras y procesos que tiene por objetivo gestionar y organizar las labores que garanticen la concepción y producción de las mercancías que caracterizan a este tipo de industria: el libro. Dependen de los intereses particulares de las personas involucradas en la conceptualización, producción y difusión de su mercancía característica, los acuerdos que establezcan y las normas organizacionales que de éstos deriven o las formas en que se van implementando medidas para responder a las necesidades y tendencias dominantes del sector editorial.

Es así que **Textofilia Ediciones**, **Sexto Piso** y **Nitro Press** se van adecuando a las exigencias exógenas a su labor editorial al tiempo que las van conciliando con sus intereses particulares: a través de los arreglos internos entre sus miembros, su lectura del contexto más amplio y lo que esperan de su organización como productora de libros; como señala Ezequiel Saferstein:

La estructura del campo editorial determina las decisiones que se toman en el interior de cada empresa, por el tamaño y estructura de cada una, por la posición que ocupa en el interior de [la industria editorial] [...] depende de su posición en la distribución de los recursos [...] (económicos, simbólicos, técnicos, etc.) [...] es esta posición estructural la que orienta las tomas de posición de sus responsables [...] (2013, p. 149).

Desde la perspectiva propuesta por Fros y Vanzulli, y lo señalado por Saferstein, las organizaciones editoriales sin importar de qué lado del espectro se encuentren, el corporativo o el independiente, aglutinan una serie de agentes diversos que tienen [...] el anhelo de producir contenido [de involucrar] asuntos [...] como la lectura, [...] la escritura, y al mismo tiempo la necesidad de producir objetos para venderlos, [y] obtener ganancias [...]” (López Winne y Maulmián, *op. cit.*, p. 21). Podríamos afinar esto anterior con lo señalado por David Hesmondhalgh y Sarah Baker en su investigación centrada en la labor creativa: las industrias culturales, de las que son parte las editoriales, son un espacio de negociación, compromiso y

ajuste entre los intereses culturales y el comercio (*op. cit.*, p. 82). Por tanto es posible señalar, que las organizaciones editoriales buscan racionalizar su producción editorial tanto en su etapa de concepción y producción, así como en la etapa circulación a través de varios roles y funciones especializadas asentadas en una división laboral que requieren ciertas pautas de organización. Bajo esta perspectiva, la lógica de la producción editorial opera, como lo apunta Michael Bhaskar (2014), como red: los agentes involucrados en el proceso de edición “[...] atraviesan diversas áreas del conocimiento y se relacionan con diversas actividades simbólicas, económicas, tecnológicas, basadas en el objeto [...] (ibídem, p.165) que es el libro.

El objetivo de este capítulo será el de determinar cómo se construye esta red al interior de **Textofilia Ediciones**, **Nitro Press** y **Sexto Piso**. Se busca analizar la formas en que se constituyen los objetivos comunes al interior de estas editoriales, las lógicas que guían la elaboración de criterios para el uso de los recursos laborales y materiales, y las estructuras sociales que se van estableciendo al interior de la organización editorial para que los agentes de éstas lleven a cabo su trabajo y la realización del producto sea posible. Para esto, la primera parte este capítulo se avocará en identificar y describir la división laboral y los roles de la actividad editorial, qué funciones desempeñan cada uno de éstos y qué papel juegan al interior de cada una de las organizaciones editoriales. Una vez hecho esto se buscará determinar qué tipo de conocimientos se necesitan implementar para cumplir con las labores identificadas, los criterios que se establecen para la distribución de las funciones, la gestión de las actividades y su coordinación. De lo que se trata en este capítulo es entender los aspectos organizacionales de la producción del libro de las editoriales seleccionadas asumiendo que esta producción es el resultado de una actividad colectiva donde se conjuntan y coordinan conocimientos, experiencias y subjetividades tanto del contexto general que las rodea así como sus propias lógicas como organización, con el fin de llevar a cabo una labor que no sólo busca satisfacer lógicas económicas y comerciales sino también los criterios personales y culturales de quienes las conforman.

1. LA CONFORMACIÓN DE TEXTOFILIA, SEXTO PISO Y NITRO PRESS COMO ORGANIZACIONES EDITORIALES

Antes de pasar al análisis de la organización interna de cada una de las editoriales, es pertinente describir la manera en que cada una de éstas se conformaron como organizaciones especializadas en la producción, distribución y comercialización de libros. La descripción de la historia-desarrollo de las tres editoriales seleccionadas para esta investigación se vuelve necesaria en la medida que se revela el origen de los modelos editoriales que dan forma a los procesos a través de los cuales se organiza la división laboral y se establecen no sólo los criterios para la selección de los títulos que se van a publicar —a través de los cuales se conforma la colección—, sino también los criterios a través de los cuales se regulan, supervisan y evalúan las actividades productivas y comerciales de estas tres editoriales.

Esta sección no es un examen exhaustivo de las cualidades organizativas de cada una de las editoriales que aquí se analizan, es un ejercicio más descriptivo a través del cuál se ubicará el desarrollo de los parámetros de ejecución de la labor creativa en estas editoriales y de aquellos que la encabezan, los editores, y cómo es que se fue construyendo el modelo editorial que ahora las caracteriza.

1.1. Textofilia

La historia de esta editorial se remonta al año de 2004, cuando Alfredo Núñez Lanz y Ricardo Sánchez Riancho —ambos, en ese momento, estudiantes de letras iberoamericanas en la Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México— decidieron hacer una revista estudiantil que estuviera conformada por contenidos de creación y crítica literaria, y arte. Así lo describe Núñez Lanz en una entrevista del 2016:

Era un momento donde pensábamos que las revistas literarias escaseaban [...]. Decidimos hacer una revista trimestral de literatura y arte donde publicábamos creación literaria contemporánea en los géneros poesía, ensayo y cuento. [...] Cada número ofrecíamos una sección de crítica de arte y toda la revista era intervenida por un solo artista a quien le dedicábamos una entrevista. Teníamos una pequeña sección al final de la revista donde publicábamos fragmentos u obras que nos parecían

representativas de autores latinoamericanos o de otras latitudes, con poca o mínima difusión en nuestro país [...] También nos interesaba promover el ejercicio de la traducción literaria y publicamos textos del inglés y francés (Vizcarra, 2016).

Durante tres años el modelo editorial de esta organización giró en torno a la producción y distribución de la revista impresa de *Textofilia*, las estrategias de labor estaban concentradas y encaminadas a producir este objeto con una periodicidad determinada. A partir de esta revista fueron estableciendo una red de colaboradores —tanto artistas como escritores, así como otra gente involucrada en el mundo editorial— que apoyaron a partir del 2009 el establecimiento de **Textofilia Ediciones**, proyecto en el cual pretendían conjuntar la publicación de la revista —que buscaron convertirla en un anuario— y el de publicación de libros. En el periodo que va del establecimiento de la revista a la fundación de la editorial generaron un plan en donde distribuían y comercializaban a otras editoriales independientes; al igual que con el establecimiento de la revista, las actividades de distribución les ayudaron a establecer una serie de contactos que posteriormente serían útiles para la consolidación de su propio proyecto de publicación de libros.

La forma en que concibieron Núñez Lanz y Sánchez Riancho a la editorial fue a partir de retomar los propios objetivos de la revista: publicar los géneros de narrativa, ensayo y poesía, darle espacio a autores jóvenes y publicar autores no tan conocidos o poco publicados en nuestro país —ya sea en español u otro idioma—. De esta manera, los primeros cuatro títulos que se publicaron en el periodo 2008-2009 fueron 3 poemarios —dos traducciones de un autor estadounidense y un clásico griego, respectivamente y un autor joven, es decir su primer poemario publicado— y una novela —un autor parte de la vanguardia peruana de la primera mitad del siglo XX—; las portadas que acompañan a estos libros provienen de artistas mexicanos contemporáneos —Luis Verdejo, Omar Barquet, etc.—. Los vínculos establecidos en su etapa como revista y como distribuidora de libros los proveyeron de una plataforma sólida que les dio el suficiente impulso a partir de: a) el acceso a autores jóvenes, b) los contactos para la difusión de sus títulos y c) cadenas de distribución bien establecidas para la

comercialización de sus libros. También es necesario señalar que su formación profesional en literatura les proporcionó de vínculos académicos que les permitieron llevar a cabo de profesionalización de su organización y al mismo tiempo de visiones mucho más experimentadas con respecto al mundo editorial y que permearon su propia actividad editorial tanto en la revista como en la publicación de los libros; algunos de estos contactos académicos con el tiempo se convirtieron en parte del propio catálogo de la editorial (Tania Fabela, Luis Verdejo, Manuel Pereira, Laura Guerrero, Guadalupe Alemán, por mencionar algunos).

A partir de su conformación como organización dedicada a la edición de libros, **Textofilia** había publicado hasta el 2017 un total de 73 libros; del total de estos libros el 37% corresponden a títulos de narrativa (27 repartidos entre cuentos, novela y relato), 29% son de poesía (21 libros) y el resto se divide entre libros juveniles e infantiles, ensayo, epistolarios y libros de arte. Se podría afirmar que el catálogo de la editorial tiene como géneros constitutivos tanto a la narrativa como a la poesía y qué por tanto, para el mantenimiento de éste catálogo se concentran en mantener una continuidad de publicación de éstos.

Año	Novela	Poesía	Relato	Ensayo	Infantil & juvenil	Arte	Epistolario	Total
2008	0	1	0	0	0	0	0	1
2009	1	2	0	0	0	0	0	3
2010	2	4	1	0	1	0	0	8
2011	1	1	2	1	3	1	1	10
2012	2	2	2	0	0	0	0	6
2013	2	7	2	3	7	0	0	21
2014	2	2	0	1	3	0	0	8
2015	2	1	2	0	0	0	0	5
2016	1	1	1	2	2	0	0	7
2017	2	0	1	0	0	1	0	4

Tabla 1: elaboración propia a partir de datos de la página de la editorial

En la tabla anterior se observar que aquellos géneros que se perciben como la columna vertebral para la conformación de su catálogo editorial son los mismos que se publican año tras año y en mayor cantidad. En la tabla se percibe, con excepción de su primer año, que es el de transición de revista a editorial en 2009,

que su ritmo de producción ha sido constante y lo cual sugiere que esta editorial ya poseía un cierto grado de profesionalización que le permitía generar procesos a través de los cuales podían darle continuidad a la producción y crecimiento de su catálogo. Como he argumentado en párrafos anteriores esta profesionalización se debe, en gran parte, a las actividades previas que realizaban como revista:

Era un verdadero reto financiar un proyecto así. [...] comenzamos desde cero, sin un capital. Dábamos tropezones, palos de ciegos, pero de todo aprendíamos y, como éramos muy jóvenes, manteníamos el impulso a costa de terquedad. Tuvimos dos veces la beca del FONCA en el Programa Edmundo Valadés de apoyo a la edición de revistas independientes. Ante toda la literatura que nos impresionaba y que íbamos encontrando mientras editábamos la revista, surgió la inquietud de formar una editorial. Lo planificamos durante más de un año [...] y lanzamos [...] nuestros primeros dos libros: *En la tierra* de Robert Creeley y *Poemas de la mano izquierda* de Luis Verdejo. Tuvimos la fortuna de contar con una buena aceptación crítica y mediática. La editorial fue bien recibida y poco a poco comenzamos a publicar con mayor frecuencia (Vizcarra, 2016).

Las experiencias de formación de la revista que describe Núñez Lanz en el párrafo anterior, además de la experiencia en el campo de la distribución de otras editoriales independientes, ayudaron a los editores a establecer un parámetro laboral que les ayudó a formar la colección de libros y pensar la estructura de la editorial en términos de producción, comercialización y difusión. Sin embargo, esta transición trajo como consecuencia que se mermara la propia estructura de producción de la revista: en la medida que iban estableciéndose formas de trabajo más estables para la publicación de libros —cosa que se refleja en el aumento de producción de títulos— se fue disminuyendo la capacidad de producción de la revista; en los primeros dos años como organización editorial todavía se publicaba de manera trimestral pero en el 2010, la revista se convirtió en un anuario siendo ése su último número.⁸¹

La desaparición de la revista sugiere que la organización editorial, a pesar de su profesionalización, no contaba con la capacidad suficiente para atender dos

⁸¹ Con el tiempo también la organización desistió en seguir con la distribución de terceros, para solventar con la pérdida de estos ingresos los editores decidieron fundar un sello de servicios editoriales en el 2014 —Libros del Marqués— con la idea de obtener recursos a través de la publicación gente que estuviera decidida a pagar para ser publicada. Las redes de distribución y difusión que poseía la editorial fueron aprovechadas para venderlas como un valor añadido a los servicios de publicación.

proyectos editoriales con salidas muy distintas. Pero esto no quiere decir que hayan abandonado los objetivos editoriales que se perseguía **Textofilia** como revista; como ya se señaló en párrafos arriba los objetivos de editoriales de la publicación periódica de cierta manera se trasladaron a la conformación del catálogo y en esta traslación es que se comenzó a establecer la identidad de esta editorial, que se caracteriza por dar una prioridad a los género de poesía y narrativa que no encuentran espacio en las editoriales corporativas, así como el impulso de autores que han sido poco publicados o bien, que son jóvenes y no han forjado por entero una posición de renombre en el mundo editorial.

Así, si nos ponemos a desglosar quiénes han sido publicados por **Textofilia** observamos que existe un gran número de autores cuyos libros con esta editorial fue su primer título publicado (Kelly A.K., Victoria Dana, Omar G. Villegas, Marco Julio Robles, Sofía Ballesteros, David Poirerth, Alfredo Núñez Lanz, Daniel Zavala Medina, Manuel García Melgar, Luza Alvarado, Ana Díaz Sesma, Blanca Ansoleaga, Luis Verdejo, Arturo Delgado), autores que han sido publicados por otras editoriales pero que aún no habían consolidado su carrera por completo (Margie Haber, Bertha Balestra, Maritza M. Buendía, Saúl Peña, Amira Aranda, Carmen Haro, Tania Fabela, Blanca Luz Pulido, Glafira Rocha, Roberto Sánchez Valencia, Gabriela Monroy, Nadia Escalante, Rosa Gaytán, Enrique González, Alicia García Bergua), autores que ya son reconocidos dentro del mundo editorial pero que decidieron explorar otro género literario o temáticas con las generalmente no son asociados (David Miklos, Ana García Bergua, José de la Colina, Andrés Neumann, Erma Cárdenas) y autores que son poco conocidos en nuestro país o que han dejado de tener traducciones contemporáneas (Manuel Pereira, Djuna Barnes, Virginia Woolf, Robert Creeley, Gérard de Nerval, Anacreonte, Safo, Arquíloco, Nuno Júdice, José Watanabe, Eduardo Chirinos, Martín Adán, Carlos Oquendo de Amat). En resumen, **Textofilia** le interesa conformar una identidad editorial a partir de un catálogo basado en la exploración de nuevos talentos, escritores poco conocidos y recuperación de autores que tienen un reconocimiento en su país de origen pero que son poco conocidos en nuestro país.

Textofilia es una organización editorial avocada a la publicación de narrativa y poesía de autores noveles, autores no tan comerciales y autores que si bien ya tienen un éxito o un reconocimiento comercial y literario pero deciden publicar con esta editorial otro tipo de textos que no encajan con aquellos asociados a su reconocimiento más generalizado. En los años que lleva como organización dedicada exclusivamente a la publicación de libros, se ha generado un catálogo a partir de estas consideraciones aprovechando su experiencia adquirida a partir de la publicación de la revista, su contacto con el mundo académico y la red de difusión y colaboración adquirida por sus contactos con el espacio de distribución y mercado editorial.

1.2. *Sexto Piso*

En entrevista con Irma Gallo, Luis Alberto Ayala Blanco cuenta lo siguiente cuando le preguntaron por los orígenes de Sexto Piso en 2002:

[...] inició porque yo fui profesor de la UNAM en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, daba Filosofía Política y una vez tuve una generación que fueron justo los chavos que hicieron Sexto Piso conmigo. Eran Eduardo Rabasa, Rafael López Girán, y un chavo de la Ibero que era Francisco de la Mora. Y un día me dijeron que por qué no hacíamos una editorial para publicar las cosas que les enseñaba [...] Y lo decidimos hacer así (Gallo, 2013).

Un grupo de estudiantes se asociaron con uno de sus profesores —editor y escritor él mismo— con la impronta de publicar los textos que revisaron a lo largo de una de las materias impartidas por este profesor y que eran muy difíciles de conseguir en español o bien, no estaban siquiera publicados en este idioma. Para la publicación de su primer título, Ayala Blanco contactó a Roberto Calasso, renombrado autor y editor italiano, y con quien había mantenido contacto previamente:

Cuando yo hice mi tesis de maestría él me envió un paquete con muchas cosas. Dentro de ese paquete había un texto inédito que se llama *La locura que viene de las ninfas*, y ese, curiosamente, lo mandé traducir y lo publiqué en la revista de la Facultad que se llama *Estudios Políticos*, por ahí del 96. Ya después, cuando hice Sexto Piso, pensé en que él me ayudara, [sic] y fue cuando se pensó en una editorial muy específica, digamos, con un criterio editorial muy claro, muy estricto en cierto sentido, y las cosas que a mí me gustaban (Gallo, 2013).

Y fue con este libro recibido por Ayala de Calasso con el que se inició la actividad editorial de **Sexto Piso** y también, con el que definieron los parámetros para la construcción de su catálogo, qué tipo de títulos eran los que les interesaba publicar y bajo que estándares. Diego Rabasa apunta que para este autor y editor italiano el trabajo editorial “[i]mplica tener clara la imagen que el catálogo proyecta hacia el exterior. En este sentido, cada libro tiene que ser ponderado y calibrado con mucho cuidado para no distorsionar esta imagen que se va construyendo poco a poco y que con el paso del tiempo se vuelve más fácil de identificar y más reconocible” (Pineda, 2014). Y fue a partir de esta impronta que se publicaron los primeros 12 libros de la editorial, casi todos éstos de corte filosófico, político y narrativo, destacando los autores Morris Berman, Calasso, David Hume, Etienne de la Boétie y George Orwell. A partir de lo recogido en la revisión de varias entrevistas que se realizaron a los miembros de esta organización durante sus tres primeros años de existencia (Proceso, 2003; Montaña, 2003a, 2003b), se puede apreciar que la editorial alcanzó muy pronto la profesionalización; en el periodo ya señalado la organización editorial ya había establecido vínculos comerciales con una de las mayores distribuidoras de libros españoles en el país, Colofón,⁸² logrando colocar sus títulos muy pronto en el mercado nacional del libro; ya habían logrado contratar títulos de internacionales como Robert Musil, Goran Petroviç, Max Stirner y Milorad Paviç; además de hacer tiradas por título de entre mil y tres mil ejemplares.

Se puede inferir que **Sexto Piso**, durante sus primeros años de existencia, ya contaba con una estructura de producción y distribución lo suficientemente estable. Esto sugiere que existía un capital económico holgado que les permitió publicar los libros que le fuera requiriendo su plan editorial o bien las exigencias externas a la editorial. Y así lo confirma Eduardo Rabasa en una entrevista del 2003: cuando recién habían publicado sus primeros libros —y aún no tenían el convenio de distribución con Colofón— se dieron cuenta de que necesitaban

⁸² Colofón es un editorial y distribuidora que comercializa más de 50 editoriales internacionales en nuestro país. Destacan Galaxia Gutenberg, Acantilado, Siruela, Anagrama (hasta el 2016) y Paginas de Espuma.

mayor cantidad de títulos para poder ingresar a los anaqueles de las librerías más grandes; teniendo en su haber sólo los títulos de Calasso, Shreber y Stirner, decidieron publicar ocho más para así poder ingresar sin ningún problema a los espacios de venta ya con más presencia. Pero no sólo era el capital económico lo que dio una estabilidad en la producción fue también la figura de Ayala Blanco quién logró articular su experiencia y bagaje académico junto con la infraestructura que recién se estaba gestando. Él definió, según su relato, el programa editorial de los primeros años y sentó las bases para el desarrollo posterior del catálogo:

[...] la línea [editorial] sí la impuse yo [...] Pensé que en México no había ninguna editorial del corte de Siruela, Anagrama, Acantilado [...] y se pensó en una editorial pequeña, con un gusto si lo quieres llamar muy exquisito o muy peculiar, que finalmente era lo que a mí me gustaba [...] Ese tipo de editoriales en México se piensa que no funcionan [...] Y lo que yo pensé fue: vamos a hacer una editorial si quieres tú pensando en un nicho de mercado muy pequeño, pero que nadie lo cubría en México. Esa fue la estrategia y se hizo muy bien (Gallo, 2013).

Y esa misma línea que trazó Ayala Blanco —publicar libros de ensayos políticos y filosóficos, libros de narrativa de autores poco conocidos en el mercado— fue la que dio pie a los primeros títulos de publicados por **Sexto Piso** y que de cierta manera sigue permeando cierta parte de la conformación de su catálogo, a pesar de que, y de acuerdo con el propio Ayala Blanco, la manera en que se conforma el catálogo ha cambiado a lo largo de la existencia de la organización. Este nivel de cohesión tanto a nivel de la definición del catálogo y la capacidad de organizativa para la producción y distribución de sus libros repercutió en la proyección de la editorial tanto a nivel nacional —se puede percibir por el número de notas que aparecen de la organización incluso desde su primer año de existencia— como a nivel internacional: en el 2004 fueron acreedores al International Young Publisher of the Year,⁸³ premio que los ayudó —de acuerdo a la entrevista que dio Felipe Rosete para esta investigación— a establecer mejores contactos con las agencias internacionales de derechos de autor facilitando así su trabajo para conseguir nuevos autores internacionales para **Sexto Piso**; en el 2005, fundaron su filial en

⁸³ Este era un premio internacional otorgado entre los años de 2004 y 2008 por la Feria de Londres y el Consejo Británico; este reconocimiento incluía una bolsa económica de 7 mil quinientas libras.

Madrid cuando se asociaron con el editor español Santiago Tobón para establecer oficinas en este país europeo.

Sexto Piso como organización alcanzó muy pronto una estabilidad que le permitió implementar un esquema de producción bastante regular. Durante el periodo 2002-2017, es decir a lo largo de sus primeros 15 años de existencia como organización editorial, publicaron un total de 352 títulos. La construcción del catálogo de esta editorial está determinada por la publicación de narrativa — que incluye novela y relato—, con el 42% del total de lo publicado (146 títulos), seguidos por los libros ilustrados —que incluye novela gráfica, títulos clásicos ilustrados y libros infantiles— con el 25% de las publicaciones (88 títulos), y el género ensayístico con el 21% del total de publicaciones (75 títulos). El resto de catálogo se reparte entre la crónica —memorias y reportajes— y poesía, con el 11% y el 3% de la totalidad de libros publicados respectivamente.

Año	Narrativa	Ensayo	Crónica	Poesía	Ilustrado	Total
2003	2	0	0	0	0	2
2004	2	1	1	0	0	4
2005	4	3	0	0	0	7
2006	3	2	0	0	1	6
2007	2	3	0	0	3	8
2008	13	9	2	0	3	27
2009	5	6	0	0	1	12
2010	8	7	0	0	1	16
2011	9	6	1	0	6	22
2012	15	8	3	0	10	36
2013	13	3	11	0	16	43
2014	19	11	5	2	15	52
2015	14	6	6	5	12	43
2016	20	4	4	2	14	44
2017	17	6	5	2	6	36

Tabla 2: elaboración propia a partir de datos de la página de la editorial

Llama la atención de esta tabla que no exista una correspondencia entre ésta y lo que se señaló en párrafos anteriores con respecto a la historia de publicaciones de la editoriales. Es decir, parece que **Sexto Piso** a partir de lo observado en la tabla comienza una actividad editorial mucho más vigorosa en el 2008, es decir a seis años de su fundación, lo que contradice las declaraciones de Rabasa y Ayala

Blanco en cuanto a la cantidad de títulos que ya habían publicado durante su primer año de existencia y que apuntan a la aparición de varios títulos en cantidades considerables con el fin de poder ingresar a los puntos de venta sin ningún problema. Sin embargo, la tabla no señala ningún tipo de actividad editorial durante 2002 a pesar de que sabemos que durante ese primer año de existencia de la editorial ya se habían publicado trece títulos. Esta discrepancia entre lo recopilado en el catálogo de la página de la editorial y las declaraciones recuperadas en diversas entrevistas se puede explicar de la siguiente manera: el catálogo digital de la editorial señala el año de publicación de los títulos a partir de la edición que en ese momento se encuentre disponible; lo que se registra no es necesariamente el año de aparición —salvo que sean primeras ediciones— sino el de la edición que está actualmente en el mercado o la última que se ha realizado. Esto explica por qué existe mayor cantidad de títulos publicados de 2012 a 2017 que de 2003 a 2011, algunos de los títulos publicados durante el primer periodo son reediciones de títulos que aparecieron en el segundo y que ya no se registran en el año de su aparición sino de la última edición que se encuentra disponible. Esto descubre que existe una tendencia en esta organización por reeditar libros cubriendo las demandas de mercado y lo cual apunta a que existe una circulación de sus títulos lo suficientemente efectiva para seguir sacando nuevas ediciones de algunos de éstos.

Más allá de este detalle, lo que se puede observar es que el catálogo de **Sexto Piso** está construido a partir de la publicación de títulos de narrativa, siendo este género el que más registra publicaciones en sus años de actividad editorial. Sin embargo, es de notar que el género por el cual se inauguró la organización, el ensayo, se encuentre en tercer lugar del número total de títulos publicados por **Sexto Piso**. ¿Qué es lo que pudo haber ocurrido para que el género que motivó la aparición de la editorial no tenga el lugar prominente que se esperaría? Este desplazamiento se puede explicar por la salida de algunos de los fundadores de la organización; a pesar de indagar en diversas declaraciones y entrevistas no existe

constancia alguna⁸⁴ de la salida de los miembros originales pero lo que sí queda claro es que con esta partida llegaron nuevos miembros a la editorial —el hermano de Eduardo Rabasa, Diego, Felipe Rosete y Santiago Tobón fueron los sustitutos de los fundadores Ayala Blanco, López Girán y De la Mora— y con ello una reorganización de la toma de decisiones y selección de títulos. Este cambio de la línea editorial es descrito por el mismo Ayala Blanco:

El concepto era que la editorial fuera como una novela y que cada libro fuera un capítulo. [...] Funciona porque, le guste o no a la gente, tú estás publicando una serie de libros con cierta calidad, que te pueden gustar o no, pero que sabes que es una cuestión de sello. [...] ellos abrieron mucho más esa línea editorial, y claro que está bien que estén publicando otro tipo de cosas, que yo probablemente jamás hubiera publicado, eso es cierto (Gallo, 2013).

Y esta apertura de la línea editorial promovida por la nueva conformación de en la organización de la editorial se concentró en publicar mucho más libro de narrativa que cualquier otro género aunque manteniendo uno de los principios promovidos por el mismo Ayala Blanco: privilegiar autores de tradiciones literarias fuera de la mexicana. Esto no quiere decir que no se publiquen autores mexicanos, más bien la cantidad de autores nacionales es proporcionalmente menor al resto del catálogo. De acuerdo al propio sitio donde se aloja el catálogo editorial de **Sexto Piso**, del total de 275 autores publicados por la editorial 38 son mexicanos —o tienen la nacionalidad mexicana—,⁸⁵ representan un 14% por ciento del número total de autores que tiene la editorial. El resto de los autores provienen de diversas latitudes, algunos nunca antes publicados en México y se han convertido en autores insignia para la organización; destacan Milorad Pavić (Serbia), Goran

⁸⁴ Llama la atención que en las diversas entrevistas o semblanzas en donde se rememora la fundación de la editorial en ningún momento se mencione a los miembros originales y fundadores. Sólo en el texto de Irma Gallo, quien decide entrevistar a Ayala Blanco, y en esta misma entrevista en ningún momento se explicita cuáles fueron los motivos de su salida —al parecer asuntos relacionados con la apertura de Sexto Piso España— o el año en que ocurrió esto —que se puede hacer la conjetura que fue en 2005, año de la apertura de las oficinas de Madrid—.

⁸⁵ Destacan autores como Luigi Amara, Valeria Luiselli, Sergio González Rodríguez, Daniel Saldaña París, Carlos Velázquez, Ricardo Márquez Tizano, Néstor García Canclini, Juan Pablo Villalobos, Gabriela Jáuregui, Fabio Morábito, Margo Glantz, Yuri Herrera, Mario Bellatin, Emiliano Monge, Mauricio Montiel Figueiras y José Woldenberg.

Petrovič (Serbia), Morris Berman (Estados Unidos), Etgar Keret (Israel), Williams Gaddis (Estados Unidos), Jon Lee Anderson (Estados Unidos) y Georges Perec (Francia). Todos los autores no mexicanos publicados por la editorial son ya reconocidos en sus espacios literarios de origen e inclusive internacionalmente, pero no existían traducciones de sus obras al castellano o poca de su obra se encuentra disponible en nuestro idioma hasta el momento en que **Sexto Piso** decide publicarlos; es decir son autores “probados” en otros mercados pero que aún no se habían logrado ubicar en el nuestro ya sea por falta de interés de otras editoriales o por desconocimiento de la obra de estos autores en México. Esto anterior confirma la estructura profesional que posee la editorial para establecer vínculos internacionales con agencias literarias o con los propios autores, y que aseguran el desarrollo del catálogo de acuerdo a los propios principios que la editorial se ha propuesto y a través de los cuales se concibe como organización.

Respecto a las lógicas que se perciben en la inclusión de autores mexicanos en el catálogo se perciben dos tendencias: se trata de jóvenes autores publicados por primera vez o autores ya consagrados en el espacio literario de nuestro país y que ya tienen cierto reconocimiento a nivel internacional; el caso más emblemático de autor novel publicado por **Sexto Piso** es el de Valeria Luiselli, quien publicó por primera vez con esta editorial y se ha convertido con el paso del tiempo en una de las escritoras más reconocidas no sólo del sello sino de nuestro país a nivel internacional ganando ya varios reconocimientos internacionales tanto de prensa especializada como premios literarios — particularmente en Estados Unidos, donde reside actualmente—. El otro polo, el de autores ya reconocidos, encontramos los casos de Margo Glantz y Mario Bellatin, escritores ya con una carrera consolidada y publicados inclusive por sellos internacionales pero que optan por colocar sus textos nuevos —por la razón que sea— en esta casa editorial. En resumen, se puede advertir que **Sexto Piso** está interesado en dar a conocer nuevos “valores literarios” pero también es de su interés seguir datando de cierto prestigio garantizado a su catálogo a través de la inclusión de autores ya reconocidos en nuestro país, operación que también está

atravesada por una lógica comercial al aprovechar los nombres ya probados en su catálogo para asegurar un cierto número de ventas.

1.3. *Nitro Press*

Fundada originalmente por Mauricio Bares y otros socios en 1997, la editorial se ha desarrollado en dos etapas, de acuerdo a la propia cronología de **Nitro Press**. En la primera, que abarca el periodo 1997-2004, se publicaron siete libros y una revista periódica; además de generar una revista en video y un proyecto de arte postal (Nitro Press, s/f). La segunda etapa de la editorial, que comienza en 2009 ya con Lilia Barajas como socia —además de pareja sentimental de Bares—, es en donde se consolida el proyecto editorial logrando publicar más de 50 libros centrados “[...] en la narrativa y el ensayo de vanguardia, así como en lo géneros [...] obviados por la grandes cadenas” (Nitro Press, s/f); esta segunda etapa es donde **Nitro Press** alcanza la profesionalización y la continuidad de su modelo editorial cuya base está cimentada en la labor conjunta de Barajas y Bares.

Barajas, entrevistada por Óscar Alarcón (2014), describe la forma en la cual se afianzó el proyecto editorial, y con lo que se daría el salto de la primera etapa a su periodo de profesionalización y consolidación. Antes de que ella ingresara de manera formal a la editorial, Bares no contaba con una estructura formal para organizar los procesos editoriales: “[m]e gustaban algunas cosas, lo que no me agradaba era cómo se llevaban administrativamente. Veía que las decisiones que tomaban estaban destinadas a fracasar, porque no veían cuánto estaban invirtiendo y todo era fiesta, puras desveladas [...]” (Alarcón, 2014). En ese momento, Barajas era pareja de Bares pero como ella lo explica, en esta primera etapa no se involucraba por dos razones: era un proyecto cuyas decisiones no podía intervenir ya que ella no formaba parte y por otra parte, no estaba familiarizada del todo con el mundo literario:

No estaba involucrada y no conocía el ambiente cultural en ese tiempo, yo me dedicaba a trabajar. Pero poco a poco me empecé a meter; cuando ya no salía la revista lo hacía. Me decían “es que me faltó esto...” y yo decía “¿cómo les puede faltar si ya va a entrar a imprenta? [...] Se necesitaba mucho trabajo porque era muy complicado: no había quién te distribuyera, las librerías no te aceptaban. Todo era demasiado informal.” (Alarcón, 2014)

Con el tiempo, la editorial comenzó a perder impulso y dejó de publicar, eventualmente los socios de Bares abandonaron el proyecto. Tanto Bares como Barajas se dedicaron a diversos proyectos: el primero desarrolló su actividad laboral entre la escritura y trabajo editorial para otras organizaciones,⁸⁶ y Barajas puso un despacho de diseño editorial. Pocos años después, según la entrevista concedida por Barajas a Alarcón, los dos decidieron retomar el proyecto con la publicación de un libro del propio Bares, *Apuntes de un escritor malo*; cuenta que decidieron controlar todo el proceso de publicación y de distribución: “[...] lo publicamos, lo vendemos, lo hacemos” (Alarcón, 2014). El libro resultó un éxito, y el modelo editorial les pareció cómodo —hacerse cargo de todas las tareas que involucran el circuito del libro—, por lo que se animaron a publicar otros títulos ya de manera mucho más formal bajo este esquema de trabajo y bajo ciertas directrices de producción que Barajas decidió implementar en **Nitro Press** tras su experiencia en el despacho:

Fue en Nitro donde puse todos los conocimientos que tenía. Yo tuve un despacho de diseño [...] sabía que hay que cumplir tiempos, porque las editoriales que le trabajaban a la SEP tenían fechas de entrega: no entregas ese día, te quedas con un tiro de 500 mil libros porque no estás a la hora a la que la SEP te dijo. Se necesita disciplina (Alarcón, 2014).

Esta transposición del esquema laboral a **Nitro Press** implicó el desarrollo de una estructura de producción mucho más estable que permitió a esta editorial implementar una mayor continuidad en su trabajo a través del cuál fueron consolidando la construcción del catálogo que los distingue como organización; este catálogo —particularmente desde su segunda época— está articulado a partir de la publicación de narrativa —novelas y relatos— y en menor medida ensayo literario, entrevistas y crónicas.

En un periodo de diez años, de 1997 al 2017, 51 títulos habían sido publicados; del total de estas publicaciones 53% (27 libros) son libros de relato, el 31% libros de novela (16 libros) y dividiéndose el resto entre la crónica, las

⁸⁶ Bares ha tenido una carrera prolífica como escritor. Se desempeñó como colaborador en varios suplementos culturales de diarios de circulación nacional; varios de sus relatos han sido adaptados al cine y en el 2005 fue finalista del premio Herralde de Novela de la editorial Anagrama.

entrevistas y el ensayo —un total de ocho libros—; es palpable el peso que tiene la narrativa, particularmente el relato, como eje vertebral de la construcción del catálogo de esta editorial.

Año	Novela	Relato	Crónica	Entrevista	Ensayo	Total
1997	1	0	0	0	0	1
1998	1	0	0	0	0	1
2001	0	1	0	0	1	2
2002	0	2	0	0	0	2
2003	0	1	0	0	0	1
2009	1	0	0	0	0	1
2011	0	2	0	0	0	2
2012	0	3	0	1	0	4
2013	2	3	2	1	0	8
2014	2	4	1	0	0	7
2015	2	2	2	0	0	6
2016	3	5	0	0	0	8
2017	4	3	0	0	1	8

Tabla 3: elaboración propia a partir de datos de la página de la editorial

En la tabla anterior se observa que durante la primera época de **Nitro Press** (1997-2004) la producción de libros fue sólo de 6 títulos, y no durante años seguidos. Esta producción se vio interrumpida dos años (1999-2000) pero no quiere decir que su actividad como editorial cesara: durante ese mismo periodo se publicaron cinco revistas literarias homónimas (1998-2000, 2002-2003) producidas durante los periodos que la actividad de manufactura de libros se detenía. ¿Esto que nos revela? Que el modelo editorial estaba diversificado en la producción de dos tipos de impreso: libros y revista, por lo que se puede asumir que no existía una estructura especializada para producir libros sino que los miembros de la organización se movían entre los dos tipos de formato cuando lo consideraban necesario. Esto, sumándole la falta de organización económica como la describía Barajas, resultó en la falta de continuidad del proyecto.

Ya para la segunda época la continuidad no fue inmediata. *Apuntes de un mal escritor*, publicado en el 2009, fue el único título que produjo la editorial a lo largo de dos años. Fue hasta el 2011, con la salida de *Lados B*, que se comenzó a publicar de forma continua; *Lados B*, como lo han descrito los propios editores,

es uno de los proyectos insignia de **Nitro Press**, es una antología de relatos que se publica cada dos años y en donde se recopilan autores que se distinguen en este género narrativo. De nuevo aquí, se refleja la importancia del relato para articular las actividades de la organización y como parte esencial de la constitución del catálogo. Otros elementos insignia son las temáticas que se presentan de forma transversal en cada uno de los géneros que publican: novela negra, temas urbanos, nota roja, crónicas de crimen y los temas urbanos son los más recurrentes en los libros que se divulgan en este sello; autores como el propio Bares, J.M. Servín, Bernardo Esquinca, Franco Félix, Iván Farías, José Agustín contribuyen con estas temáticas para conformar el catálogo de la. De esta manera, **Nitro Press** se conforma como una editorial de nicho: abocado al relato, y a temas relacionados con historias urbanas, de crimen y de nota roja.

La conformación de cada una de las tres editoriales, aún compartiendo cierto tipo de elementos comunes, corresponde a cierta idea particular que se tiene con respecto al trabajo editorial y el tipo de libros que se debe producir a partir de esta labor. También, huelga decir, que las particularidades de la conformación de las editoriales —aunque todas concentradas en un mismo objetivo que es producir, distribuir y comercializar libros, varían de acuerdo a la capacidad económica, el nivel de profesionalización, el tipo de vínculos que son capaces de establecer y que marcan el inicio de sus actividades— determinan el tipo de modelo editorial que distingue a cada organización y a través del cual en su implementación y desarrollo se establecen la división laboral, las formas del trabajo colectivo y la delimitación de las funciones al interior de las organizaciones que posibilitan su actividades como tal. Las pregunta ahora son, ¿qué tipo de elementos son los que se deben de tomar en cuenta para el análisis de la producción y labor de las organizaciones editoriales?, ¿cómo ubicar esos elementos trasversales en organizaciones cuyos orígenes son diferentes, sus redes de cooperación, sus formas de profesionalización y capitalización tan diversas, pero al final se les ubica bajo un misma lógica de trabajo?

En las siguientes secciones de este capítulo trataré de dar respuesta a estas interrogantes y, al mismo tiempo, establecer parámetros para el análisis del trabajo de las organizaciones editoriales que ayuden a identificar las formas en que se establecen los objetivos que las caracterizan como organizaciones, los arreglos sociales a los cuales llegan para facilitar su trabajo, y los puntos de encuentro que pueden existir entre formas particulares de constituir las actividades de producción, difusión y distribución en torno al libro.

2. LA DIVISIÓN Y LA ORGANIZACIÓN LABORAL

Para Howard Becker toda producción artística se basa en una división del trabajo: la obra de arte no es producto de individualidades, es el resultado de la *actividad colectiva* de ciertos individuos que cooperan entre sí a través de un cierto número de convenciones que se encuentran inscritas en la lógica de producción de las obras mismas (Becker, 2008). En esta perspectiva de análisis —asociada a la idea de *mundos de arte*—,⁸⁷ se identifican siete actividades regulares vinculadas entre sí para crear la obra de arte: el *desarrollo de una idea* (1); *los ejecutores de la idea* (2), aquellos que *manufacturan los materiales de ejecución* (3), la *distribución de las obras a las audiencias* (4), las *actividades de apoyo* (5) —que varían de acuerdo a la naturaleza de la obra y las características propias de la disciplina—. Las actividades restantes no están centradas en el desarrollo de las obras de arte sin embargo son necesarias para su existencia: *actividades de respuesta y apreciación* (6) y la *creación y mantenimiento de la razón fundamental* (7) —los argumento estético que identifica qué es lo que está haciendo como arte y explica cómo éste hace algo por la sociedad y las personas—. Becker apunta dos cosas importantes con respecto a estas actividades de creación y apoyo: primero, varían en presencia e importancia dependiendo del tipo de obra que se esté produciendo y en segundo lugar, estas actividades requieren de cierto entrenamiento o bien cierta formación profesional para que “[l]as personas aprendan las técnicas características del tipo de obra que van a hacer, ya sea la creación de las ideas,

⁸⁷ En el primer capítulo de esta tesis se examina el concepto de *mundos de arte* y sus perspectivas de análisis.

ejecución alguna de las muchas actividades de soporte, o la apreciación, respuesta y crítica”⁸⁸ (ibíd., p. 5).

Si trasladamos esta perspectiva de análisis a la producción de mercancías en la industria editorial, se vuelve evidente la centralidad que debe asumir el análisis de la *actividad colectiva*, es decir la identificación del tipo de labores que existen al interior de la organización editorial, la posición e importancia que ocupan en la cadena de producción cada una de éstos y cómo es que los agentes aprenden a ejecutarlos. De lo que se trata entonces, para el acercamiento y comprensión de la división laboral al interior de las organizaciones editoriales, es determinar de qué forma se interrelacionan las actividades de estas labores a través del análisis de los vínculos cooperativos y las prácticas de interdependencia que se establecen en estas actividades.

Ya Robert Darton en su ensayo “¿Qué es la historia del libro?” (1982 [2008]) ofrece un modelo donde identifica a los agentes y los procesos que rodean a la producción del libro a través de la descripción de “[...] un circuito de comunicación que va del autor al lector pasando por el editor (si el librero no desempeña este papel), el impresor, el distribuidor, el librero y el lector” (ibídem, p. 137). En este circuito de comunicación, con cada uno de los agentes y las etapas de producción y circulación, se propone a la edición como una actividad colectiva en donde existen funciones específicas que deben de ser desempeñadas para que la producción y la circulación del libro sean posibles. Al momento de ubicar este modelo de funciones editoriales a los casos específicos de las editoriales que se están analizando se presentan ciertas dificultades para explicar los esquemas de organización y la distribución de funciones de estas editoriales, ¿por qué? Por una parte, porque supone un modelo fijo donde los agentes y sus actividades ya están bien delimitadas; esto contrasta con tendencias observadas de forma general en las editoriales independientes en la forma en que establecen su división laboral. Como ya se señaló en el capítulo anterior, las editoriales independientes si bien pueden implementar un modelo tradicional para la

⁸⁸ Traducido del original: “People must learn the techniques characteristic of the kind of work they are going to do, whether it is the creation of ideas, execution, some one of the many support activities, or appreciation, response, and criticism.”

producción y circulación del libro —que se ajusta a lo propuesto por Darton— también se puede establecer un esquema de organización y división laboral donde los roles de los agentes se renuevan y van cubriendo tareas dependiendo de las necesidades coyunturales —económicas y de financiamiento, capacidad de contratación, intereses de producción editorial, etc.— de las organizaciones editoriales. La otra dificultad que supone el adaptar sin más el modelo de Darton para el análisis de la división laboral al interior de las editoriales estudiadas en esta investigación, es que se deja de lado a la estructuración de lo social al interior de la actividad colectiva que implica el libro. Thomas Adams y Nicholas Barker sostienen que el esquema de Darton ignora el caos que implica la actividad editorial, la incertidumbre de tomar tal o cual decisión al interior de la organización, el contexto social de los que participan, los aspectos sociales que moldean la toma de decisiones, etcétera (referenciado en Bhaskar, op. cit., pp. 124-126).

Las editoriales aquí analizadas presentan esquemas muy diferentes entre sí en su división laboral y que corresponden directamente al tamaño de la organización y sus objetivos particulares como tal: **Textofilia Ediciones** y **Nitro Press** tienen un equipo compuesto por cinco y tres personas cada una, y en ese número reducido de miembros se reparten una serie de labores que pueden ir desde la administrativo hasta lo editorial; por su parte **Sexto Piso**, la más grande de editoriales aquí analizadas, tiene un equipo laboral de aproximadamente 35 personas repartidos entre México y España, las cuales tienen labores bien delimitadas, muchas de éstas ya bien definidas en su ejecución y con sus objetivos bien establecidos. Queda claro que resultaría un tanto difícil, y quizá limitado, realizar un acercamiento desde la perspectiva de análisis *dartoniana* ya que ésta asume una aproximación bien delimitada a roles ya bien establecidos, y las editoriales aquí estudiadas varían en el tipo de organización y división laboral, incluso donde algunas labores bien distinguidas en los límites de su ejecución se sobreponen al integrarse en un solo individuo o bien una sola, es repartida entre varios miembros de la organización editorial.

Resulta más útil para el examen de los roles y la división laboral de estas editoriales —sin negar la idea *dartoniana* de actividad colectiva—, el modelo

propuesto por Michael Bhaskar basado en el análisis de las funciones de *filtrado* y *amplificación*. Bhaskar sostiene que aplicar estas funciones como un marco de comprensión para el análisis de la labor editorial es otra manera de aproximarse al estudio de las organizaciones editoriales y su lógica de producción, permite que la actividad editorial sea percibida como “[...] un sistema lleno de círculo de retroalimentación, múltiples líneas de fuerza y cocreación; es una suma imprecisa [...] de pequeñas acciones cotidianas al paso del tiempo” (op. cit., p.161). Es decir, cuando se adopta este modelo no es que se niegue los roles tradicionales que enmarcan la producción editorial (actividad A le sigue la B para que sea posible la C y así hasta llegar al lector), ni mucho menos se niega la función colectiva que ésta implica, más bien se añade un nivel de complejidad al asumir que estas labores están mediadas por lo cotidiano, por una serie de decisiones, acuerdos y consideraciones que se pueden ir modificando con el tiempo y a través de la práctica; se trata de señalar que sí existe un mecanismo básico de roles (autor, editor, corrector, distribuidor, etc.) pero no se presenta de una única forma ya que éste está mediado por una serie de individuos que emiten medidas y generan acuerdos entre sí y que estos acuerdos varían en función a los intereses, límites y la existencia de otros agentes que están en torno a la selección de un texto y las lógicas laborales que se implementan para ponerlo disponible al público. Entonces, y tomando como punto de partida esta perspectiva de Bhaskar para analizar la división y organización laboral, no se debe de examinar la labor creativa en función de roles prefijados y delimitados a cierto trabajo sino a partir de la forma en que éstos estructuran las funciones de *filtrado* y *amplificación* de cada una de las editoriales para así determinar qué labores se establecen y cuáles agentes son los que los llevan a cabo, además de cómo los adecuan a las necesidades coyunturales que van surgiendo en las editoriales en un momento determinado.

2.1 Filtrado

El proceso de edición, como apunta Bhaskar, es donde se seleccionan obras con base a “[...] diversas opiniones y normas para tomar decisiones [...]” (ibídem, p.

128). El filtrado no se presenta de una sola manera, varía de acuerdo al modelo de organización editorial, o los modelos, que la editorial haya generado o seleccionado para sí. Ahora, se podría plantear de inicio como un marco de acción institucional donde sólo los individuos se insertan y ajustan sus acciones pero en realidad este proceso es determinado por el actuar de agentes individuales que en su vínculo da un sentido de unidad. Por tanto, la función de filtrado está compuesta por una serie de acciones que están basadas en dos lógicas bien identificadas y que se interrelacionan entre sí:

- a. *Decisiones “objetivas”* de la organización basadas en: a) el interés de generar una producción editorial que se ajuste a las exigencias, tendencias y oferta editorial preexistente en el mercado, ya sea con el fin de adecuarse o bien para ofertar algo novedoso. O bien, b) decisiones mediadas por la capacidad económica de la organización para establecer su producción y las capacidades tecnológicas que posee, o c) la capacidad de respuesta o de interés para alinearse a factores externos a la organización editorial y que configuran las tendencias exógenas a la práctica de la edición (p.e. las políticas culturales).
- b. *La búsqueda para generar un “estilo”* que identifique al catálogo de la organización editorial y que le permita distinguirse —en la medida de lo posible— del resto de las organizaciones editoriales. Como señala Pierre Bourdieu, la construcción del catálogo —la función de filtrado— se alimenta por el impulso del gusto personal de quien o quienes lo gestionan (1999).

Las decisiones que se dan en el proceso de filtrado, entonces, están basadas en consideraciones comerciales, en la manera en que se debe conformar el catálogo y la búsqueda de estilo que éste implica, pero también en las normas institucionales fuera de las editoriales y las lógicas sociales más amplias donde se inserta la práctica editorial.

En el caso de las editoriales aquí analizadas la función de filtrado está relacionada con la figura del “editor”. Lo interesante en observar, es cómo esta figura y su rol esencial al interior de la organización editorial —seleccionar las obras que serán publicadas y la manera en que serán publicadas— no está

ocupada por un solo individuo, el número de personas que intervienen en ésta varía de acuerdo a la organización, la capacidad de producción que posee y, evidentemente, al tipo de división laboral que ha implementado.

En el caso de **Textofilia** la función del editor está cubierta por tres personas: Ricardo Sánchez Riancho, Elizabeth Ruiz y Yessica Puga, con los cargos de director, editor y asistente editorial respectivamente, existe un cuarto elemento, Alfredo Núñez Lanz, quien es socio fundador de **Textofilia** pero que no ocupa formalmente ningún puesto en el organigrama de la editorial desde el 2014 y que sin embargo, ha jugado un rol de importancia al momento de seleccionar algunos de los títulos que posteriormente fueron publicados por la editorial. De los libros producidos entre 2015 y la primera parte del 2017⁸⁹ la decisión para publicarlos recayó sobre el director mientras que la selección de estos títulos fue de él mismo y Alfredo Núñez Lanz; resulta evidente asumir que las posiciones de Ruiz y de Puga están directamente subordinadas a la de Sánchez Riancho e incluso, a la de Núñez Lanz. Esta subordinación además de ser jerárquica en términos del organigrama de la empresa también se explica por la red de contactos que poseen los fundadores y que han ido construyendo a lo largo de su trayectoria profesional y que tiene como resultado un acceso directo no sólo a los autores que han publicado sino a un esquema de difusión y de promoción de su trabajo. Al preguntarles a Elizabeth y Yessica cuál era el proceso de la cadena de producción en **Textofilia**, la segunda inmediatamente destacó el papel que juegan Sánchez Riancho y Núñez Lanz en el filtrado inicial:

Empezamos con dictámenes [...] es que también depende. Por ejemplo: hay libros que a lo mejor Ricardo ya habló con alguien y... ya hay como una propuesta de un libro que es interesante para la editorial [...] puede que le demos una revisada nosotras [ella y Elizabeth], que lo leamos...y encontrar como no sé... como... hacer notas a la estructura quizá [...] También está la parte de los dictámenes que a veces llegan a la editorial, pero... normalmente llegan por recomendación. No sé, Alfredo o Ricardo conocen a alguien que escribe, que tuvo una beca en el Fonca... o de que ya conocen el trabajo [...] y pues aquí lo leemos, o sea entre Liz y yo damos nuestra opinión: entra a

⁸⁹ *Diario Camaleón* de Marco Julio Robles (2015), *La tormenta hindú* de Ana García Bergua (2015), *Miscelánea del Deseo* de Atto Attié (2016), *Tangos para Barbie y Ken* de Maritza M. Buendía (2016), *Neosubversión en la LIJ contemporánea* de Laura Guerrero (2016), *Contigo Mar* de Blanca Ansoleaga (2017), *Horror al vacío* de Arturo Delgado (2017) y *Poemas de la musa negra* de Luis Verdejo (2017).

Textofilia por esto y esto; o no, no entra... debatimos al respecto y elegimos [...]. (Entrevista # 2)

La posibilidad de selección y decisión no sólo está asociada a la jerarquía que poseen tanto director como socio, sino también a la capacidad de establecer contacto directo con los que posteriormente se convertirán en los autores de **Textofilia**. El filtrado en este caso —también se observará una tendencia similar en las otras dos editoriales—, es la capacidad de gestionar las relaciones profesionales y de amistad para obtener la materia prima del trabajo editorial: un manuscrito que se adecúe al perfil de la organización. Por ejemplo, *Horror al Vacío* llegó a la editorial gracias a la amistad que existe entre su autor, Arturo Delgado, y Sánchez Riancho: “Arturo es amigo mío [y él] se acercó a nosotros. Tú sabes que tengo un gusto particular por las artes plásticas [...] Llegó Arturo, me enseñó el libro y me pareció padrísimo” (Entrevista # 1). La amistad que tiene el editor con el autor —gracias a su cercanía profesional con el mundo de las artes plásticas, Ricardo también se ha desempeñado como asesor para diversos coleccionistas lo que le ha dotado de una red de colaboración con ese espacio de producción cultural—, sumado al interés personal que tiene el primero por el tema que se desarrolla en el texto, impulsó la selección y el trabajo en conjunto que posteriormente llevó a la publicación del libro. Aquí se pone de manifiesto, como también se verá en otros ejemplos, que la actividad editorial no es una actividad aislada: los editores forman parte de otras redes de interacción —tanto de índole literaria como extra-literaria— que los van proveyendo de recursos, valores e ideas que no necesariamente se encuentran en el mundo editorial al que se encuentra adscritos en su quehacer profesional como editores. Al mismo tiempo, su contacto con otras redes profesionales-personales les permite seleccionar y movilizar recursos externos al mundo editorial y que les aporten algún tipo de beneficio en su labor cotidiana —como fue el caso de la publicación del libro Arturo Delgado— que posteriormente se pueden traducir en algún tipo de beneficio económico o profesional.

Ahora, la gestión de las redes sociales para beneficio de la editorial busca siempre extenderse a los profesionales de mundo literario para así para obtener el

manuscrito de un autor con cierto éxito comercial y/o con una trayectoria reconocida. Éste fue el caso de *La tormenta hindú* un libro de relatos escrito por Ana García Bergua; ella y Núñez Lanz “[...] son compañeros en temas creativos [...] comparten talleres literarios, van a una misma tertulia, se conocen de otra manera para trabajar [...]” (Ricardo Sánchez Riancho, Entrevista # 1) En este caso, el título no llegó de manera externa sino que se buscó desde la organización editorial, en específico a través de uno de sus miembros:

Ese proyecto lo trabajo directamente Alfredo [Núñez Lanz] como editor con Ana [...] él realizó la selección de los cuentos [...] y seleccionó el título con Ana en un proceso creativo directo [...] fue un proyecto que mí me llegaba para [...] ver que todo estaba en orden... pero la cabeza de ese proyecto fue Alfredo. Sánchez Riancho señala que la selección de libro no se

cuestionó, en primer lugar porque lo hizo su socio y en segundo lugar, porque sabe del reconocimiento que tiene la autora en el mundo literario —publicada en varias editoriales, incluyendo **Textofilia**, además de que le han otorgado diversos premios a lo largo su trayectoria—, beneficiando por supuesto a la construcción y prestigio de su catálogo y el impacto que puede tener éste en el mercado. Se asume, entonces, que las decisiones que se toman para sacar un determinado título están basadas en la búsqueda de equilibrio entre la adquisición y la publicación de un material que se adecúe al catálogo que le interesa construir al editor —desde sus gustos personales o la idea que se persigue como editorial— y por otra parte, a partir del aprovechamiento de las redes sociales y profesionales que se han ido forjando a lo largo de su trayectoria profesional, conseguir materiales que les satisfagan “literariamente”, por así decirlo, y que además puedan ser comercialmente exitosos.

Los vínculos cooperativos profesional y de amistad se aplican desde un lógica de estandarización que “[...] deriva de lo que el sistema encuentra conveniente mas que de una elección independiente del creador de un trabajo artístico”⁹⁰ (Becker, p. 128); en este caso es la lógica más amplia del mundo editorial —junto con sus mercado— y cómo los requerimientos propios de cada

⁹⁰ Traducido del original: “[...] the standardization resulting from what the system finds convenient to handle rather than from any independent choice made by the maker of an art work.”

organización se va ajustando al interior del espacio sociales de cada editorial para así dar paso a la construcción y mantenimiento de su catálogo, convirtiéndose así en criterios de selección tanto comerciales como estéticos.

En **Nitro Press** y **Sexto Piso** el proceso de filtrado también está mediado por estas redes sociales y profesionales de contacto que poseen los editores; lo que varía es la manera de gestionar estos recursos sociales de acuerdo a la naturaleza del catálogo de las editoriales además del tamaño de la organización —sobre todo el número de agentes que estén involucrados en el proceso de filtrado— desde donde se construyen sus catálogos.

Por ejemplo, en **Nitro Press** la función de filtrado está cubierta por Mauricio Bares; al preguntarle cómo es el proceso de selección para publicar una obra se hizo manifiesto el espíritu del propio catálogo: “Para nosotros lo más importante, siendo una editorial pequeña es tratar de publicar la mayor cantidad de autores jóvenes o pocos conocidos, o que están muy aislados en algunas otras ciudades del país... Y sentimos que ésa es nuestra razón de ser” (Entrevista # 3). De esta manera Bares se concentra en establecer contacto con jóvenes escritores a lo largo de país, labor que ha ido variando a la largo de tiempo:

[...] inicialmente salía a buscarlos [...] cuando yo salía a hacer presentaciones de nuestros libros —en Querétaro, en Guadalajara— me relacionaba con la gente que estaba escribiendo allí, muchas veces eran esos mismos escritores quienes nos invitaban a presentar el proyecto allá [...] lo que yo no quería es que la cosa se muriera sino que se estableciera como una especie de red y de hecho es por eso que la editorial, y la revista que sacábamos en un inicio, fuera más conocida fuera del DF que en el DF mismo. [...] y así empezamos a trabajar con Puebla, Pachuca, Guadalajara, Tijuana, Morelia... Ahora, con esta mejora en los medios de comunicación —Internet, redes sociales— es muchísimo más fácil enterarte de quién está haciendo cosas, ponerte en contacto con ellos, que te envíen material y esa fue una primera etapa... digamos de 2011 para acá —cuando comenzamos con Lados B— pero ahora sí prácticamente nos llegan la mayoría de lo que estamos publicando. (Entrevista # 3)

La función de filtrado está mediada por una parte, por la capacidad de establecer contactos con autores que cumplan con las características estéticas para publicar un libro, y por otra —y este punto también fue señalado Lilia Barajas, la otra parte del equipo— plantear un catálogo que muestre la diversidad de narrativa, crónica y ensayo que se produce en México y no sea explotada por la veta más comercial

de la industria editorial. Aunque también se intuye que al acercarse a autores jóvenes, el pago de derechos —elemento indispensable de vinculación entre editorial y escritor— es más barato que el de un autor consagrado; así que se puede apuntar a una estrategia para maximizar no las ganancias sino para minimizar la inversión para la publicación de un libro. Por supuesto, esto no elimina el genuino interés que posee la editorial en promover cierto tipo de literatura y cierto perfil de autores.

Otra característica que se encuentra en **Nitro Press** y que resulta de vital importancia para ejercer la función de filtrado es la capacidad de establecer lazos de cooperación con otros profesionales de la edición en otros países; Lilia Barajas decidió establecer contacto con editoriales sudamericanas a través de los espacios de convivencia que brindan las ferias internacionales del libro en México, en particular la FIL Guadalajara, no sólo con el fin de promocionar sus libros sino también para averiguar qué de esas editoriales podía colocarse en el catálogo de **Nitro Press**: al encontrarse con sus pares internacionales les planteó la cooperación basada en el intercambio “[...] les dije ‘¿cómo es posible que no podamos trabajar juntos, en vez de estar comprando derechos entre nosotros, en cortito, ver nuestros catálogos, a ver qué tienes e intercambiar, por qué tú no me publicas uno yo te publico otro’” (Entrevista # 3). De esta manera, Barajas aseguró por una parte seguir alimentando con títulos nuevos —que ya pasaron previamente por un proceso de filtrado a través de sus pares internacionales— y garantiza la circulación y exposición de su catálogo: “[...] fue por eso que ahorita vamos a publicar al chileno, van a publicar uno de nosotros en Chile y estamos viendo de un venezolano que vive en Madrid [...]” (ibídem). En este caso, el filtrado está mediado por la construcción de una red de vínculos de cooperación, concentrados en la actividad profesional de Bares y Barajas, y que se despliegan en parte por continuar en la búsqueda de contactos profesionales que compartan el mismo ánimo editorial que **Nitro Press** y por otra parte, en el mantenimiento y expansión de estos vínculos profesionales tratándolos de convertir en una de las fuentes primordiales para la selección de contenido que sea afín a los intereses de la organización editorial y de esta forma, asegurar una continuidad en el estilo del

catálogo en su expansión, y al mismo tiempo cumplir con el objetivo de Bares y Barajas de dar a conocer autores jóvenes o poco conocidos. Aunque estas estrategias de vinculación profesional, se puede argumentar, también existe la misma lógica que con la publicación de autores jóvenes: el tipo de intercambio que propuso Barajas a sus pares internacionales, el intercambio de textos entre editoriales, puede ser leída como una estrategia para minimizar costos de inversión al momento en que se está haciendo de lado la compra de derechos internacionales y se utilizando una lógica de intercambio. Se puede suponer que el modelo editorial de esta editorial va orientado al ahorro, aprovechar de mejor manera los pocos recursos con los que se cuenta.

Mientras tanto, en **Sexto Piso** la función de filtrado es posible apreciar las dos lógicas descritas anteriormente —gestión de vínculos personales y ampliación de vínculos profesionales— pero desplegadas de una forma mucho más compleja y extensa, sobre todo por el número de personas que llevan a cabo la labor de editor. Esta labor está la ejecutan por igual seis personas: Eduardo y Diego Rabasa, y Felipe Rosete en México, Raquel Vicedo y Santiago Tobón en España y Ernesto Kavi en la colección de poesía; Felipe Rosete señala que en la actividad editorial de esta organización “[...] hay como una mezcla de estructuras y de funciones porque buena parte de la selección de títulos se hace de manera indistinta. Funcionamos, en teoría, como una especie de «consejo» [...] Entre nosotros seis vamos proponiendo los proyectos, vamos delineando el plan editorial y sobre ese plan se van haciendo todo el resto de los trabajos” (Entrevista # 4). De la coordinación y el vínculo de las redes de cooperación individuales se impulsa la construcción del catálogo de **Sexto Piso** y esto se ve determinado, al igual que en las otras dos organizaciones, por la capacidad que se tiene para establecer vínculos profesionales así como en la habilidad para gestionar los vínculos personales y de amistad.

Lo que distingue al proceso de filtrado en **Sexto Piso** es el tamaño de la red de vínculos cooperativos que se posee —constituida por las redes forjadas de forma individual por cada uno los integrantes del consejo y de forma colectiva como organización—, proveniente de los contactos que se establecen con

agencias literarias, editoriales extranjeras en ferias internacionales del libro y por supuesto, los de índole personal. Estos vínculos de cooperación, se asume por el tipo de autores que han publicado a lo largo de su existencia como editorial, están inscritos en una red transnacional que los acerca más a la lógica de las editoriales corporativas pero se distingue de éstos en la forma que se gestionan y que es desde una lógica mucho más cercana a **Textofilia Ediciones** y **Nitro Press**. Los vínculos que provee cada uno de los miembros de este consejo que describe Rosete pueden variar:

[Diego] es quien más a propuesto textos porque él de alguna manera es el que ha estado en contacto con otros editores, agencias literarias, él lleva la relación con [éstas], va a las ferias Internacionales —Londres, Frankfurt— cada año. Entonces, digamos, tiene ya después de 15 años una red de contactos muy amplia. De la misma manera que yo tengo esa misma red pero en Sudamérica —que son las ferias que más o menos yo atiendo— o que Diego tiene más o menos esa misma red en [...] la Feria del Cómic en Angouleme [Francia] o en ferias de las que él va yendo. Entre todos hemos ido armando contactos de manera que podamos ir seleccionando proyectos conforme nos los van proponiendo [...] o conforme los intereses que nosotros tenemos. (Felipe Rosete, Entrevista # 4).

¿Y cómo se ejecutan estos vínculos para decidir si una obra será publicada o no? Al igual que en **Textofilia** existe un acuerdo tácito de confianza entre los que están habilitados para seleccionar los manuscritos, en este caso todos los miembros del “consejo editorial” de **Sexto Piso**: “[...] si a mí alguien me propone un libro y a mí me parece bueno [...] yo lo contrato [...] les aviso a los demás y ellos dan un voto de confianza de la misma manera que doy un voto de confianza cuando ellos proponen algún proyecto” (Entrevista# 4). Se asume que la selección de algún título está garantizada porque, se asume, ésta está mediada en parte por el apego al espíritu editorial del catálogo y por otra porque existe un grado de confianza que dota de autonomía a cada uno de los miembros del consejo. Por supuesto, este “acto de confianza” está asociado a la posición jerárquica que se ocupa en la organización: aquellos que se encuentran en la posición para elegir manuscritos se ubican en roles administrativos denominados *control de asignación* —estos son los roles que poseen la capacidad de definir los objetivos generales

de las organizaciones y sus metas⁹¹—; el voto de confianza es entre pares e involucra exclusivamente a los líderes de la organización. Esto último me parece se ejemplifica a la perfección cuando Raquel Vicedo cuenta por qué no publicó cierto texto en la filial de **Sexto Piso** en España:

Recuerdo una vez que tenía serias dudas sobre si aceptar un manuscrito o no, y le pregunté a Eduardo Rabasa [...] qué debía hacer. Le pedí que se leyera el libro, porque me había gustado mucho, pero por lo que fuera no estaba segura del todo. Y me dijo: “Mira Raquel: [...]. No necesito leerme el manuscrito. Si quisieras publicarlo, me habrías llamado para decirme ‘tengo un manuscrito que me encanta, vamos a publicarlo’ (Ayuso y Matute, 2016, s/p).

Con esto se pone de manifiesto la importancia del gusto personal del editor en la conformación de catálogo, elemento que también está presente en las otras dos editoriales pero que en este caso se ve respaldado por la posición que Vicedo posee con respecto a Rabasa: es la misma. Y este gusto personal al que me estoy refiriendo, ¿qué es?, ¿de qué manera influye para la constitución del catálogo?

El *gusto personal*, de lo que se puede deducir de lo analizado en esta investigación, es el ejercicio por parte del editor de un criterio para seleccionar cierto tipo de obras que a su consideración necesitan darse a conocer, que le pueden dar prestigio como editor o que considera necesarias en el mercado editorial. Es una visión subjetiva que media los contenidos ofrecidos a través de los vínculos cooperativos que ofrecen las redes de interacción social — profesionales y personales— y que son pasadas por el filtro del gusto personal, la percepción de prestigio y la idea que tiene éste sobre lo que la editorial ofrece como organización a los lectores: “[...] creo que lo nosotros siempre buscamos es [...] que sea una obra de calidad literaria, que retrate cosas y qué hable de lo que a nosotros nos interesa; [...] tratamos de publicar libros que nos apasionan y que nos parecen relevantes, tan relevante como para querer compartirlos con la gente y con los lectores” (Felipe Rosete, Entrevista # 4).

El gusto personal ayuda a decantarse por la publicación de una obra o poner un mayor esfuerzo para publicarla; así lo expresa Elizabeth Ruiz de **Textofilia** al

⁹¹ En el segundo apartado de este capítulo se desarrollará con mucho más detalle en qué consiste este tipo de forma administrativa y las formas en que ésta se despliega al interior de las editoriales aquí analizadas.

referirse al libro de *Poemas de la musa negra* y lo que le generó éste al confrontarlo con su gusto personal: “[...] ese manuscrito ya tenía años, yo lo leí y me gustó mucho y me pregunté, “¿qué hacemos con esto?, lo quiero publicar”. Y sí, intentamos varias coediciones [...] pero no se daba y Ricardo [ya] decidió con qué recursos de la editorial publicarlo” (Entrevista # 2). Si bien el manuscrito, se infiere, ya había sido aceptado —de nuevo, la capacidad de decisión recae en roles de mayor jerarquía— el entusiasmo que generó éste en Ruiz tuvo como efecto que se movilizara la estructura de filtrado de la organización editorial para que el libro fuera publicado lo más pronto posible. El interés personal es el parámetro con el cual se va construyendo el catálogo en el tiempo, el catálogo es la institucionalización a nivel organizacional de ese gusto: “[...] yo no tengo miramientos en publicar a alguien que sea arriesgado [...] —ya sea temáticamente, o formalmente o literariamente— [...] no queremos relatos convencionales o centrados en un canon, ¿para qué quieres otro Rulfo? Sería de flojera [...]” (Mauricio Bares, Entrevista # 3).

Como señala Bhaskar, y como se pudo observar en los párrafos anteriores, la función del filtrado pocas veces se establece a partir de un solo factor y de igual manera; las premisas internas de la editorial pueden verse condicionados por factores externos y los acuerdos tácitos que existen en el mundo editorial (*op. cit.*, pp.131-133), lo que sí se percibe como posible factor de continuidad en cada una de las editoriales aquí analizadas es que a mayor de redes de contacto, mayor capacidad de establecer vínculos cooperativos; la posesión y el desarrollo de estas capacidades va de la mano con la posición jerárquica que el agente que cubre la función de *filtrado* tiene al interior de la organización editorial: encabezar la organización implica el desarrollo de redes de contacto lo suficientemente estables para gestionar y aprovechar los vínculos cooperativos, lo que resulta en el afianzamiento de las capacidad para seleccionar los títulos que se publicarán y garantizar el crecimiento del catálogo. De ahí la importancia, al momento que se está analizando la función de filtración, que se deba de abordar la diversidad de funciones y vínculos cooperativos que se desarrollan y se hacen presentes en cada uno de los agentes al interior de la editorial y que, de alguna u otra manera,

intervienen en la selección de las obras a publicar, además de indagar cómo en su actividad laboral median con exigencias de mercado y económicas, prestigio de la oferta editorial o incluso con cuestiones de amistad y confianza (ibídem, p. 197), además de tratar de mantener intereses personales que se tenga sobre cada obra a publicar en conjunto con los intereses empresariales de la organización editorial.

2.2 Amplificación

Una vez que se ha seleccionado la obra a publicar se implementan una serie de decisiones y acciones con el fin de “[...] que se distribuyan o consuman más ejemplares de una obra o producto, o que se distribuyan y sean consumidas por personas que no lo harían sin un acto de intermediación” (ibídem, pp. 137-138). Al igual que la función de filtrado, la amplificación no es un proceso que se dé de una sola manera, las formas que toma depende de los actos coordinados entre uno o varios individuos que, en este caso, median entre la carga de expectativas y suposiciones —individuales y colectivas, y que vienen marcadas por los tipos de vínculos de cooperación que se establecieron— que se dieron para que la selección de una obra fuera posible al interior de la organización editorial y la búsqueda de propagación y durabilidad particular de eso publicado en el espacio de la oferta y la demanda. Además de mediar entre lo que la editorial espera de la obra —en concreto los editores— y las condiciones del mercado, la función de amplificación debe vincularse a los “[...] factores legales, institucionales, económicos, políticos [...] y geográficos” (ibídem, p. 147) con el fin de encontrar los canales de amplificación más adecuados para la obra recién publicada.

Paul Hirsch subraya en su caracterización a las industrias culturales, que la distribución es la propiedad más evidente de que las industrias culturales son un negocio, es en ésta donde se busca racionalizar con mayor ahínco el trabajo creativo que ocurre al interior de este tipo de industrias y el tipo de mercancías culturales que ahí se producen (Hirsch, 1972). Esto, por supuesto, se hace presente en las editoriales sin importar en qué espectro se encuentren —espacio corporativo o independiente—; Winne y Malumián apuntan que la labor de la organización editorial no termina cuando una obra es publicada y es colocada en

los estantes de la librería (op. cit., p. 73), estas dos labores se deben de estar acompañadas por una serie de acciones que ayuden a que el libro sea vendido de acuerdo a las expectativas planeadas —aquí se hacen presentes los intereses particulares que llevaron a publicar una obra en la función de filtrado, estos intereses condicionan ciertas decisiones en cuanto a cómo y de qué forma se debe de distribuir y difundir el libro— y que sea llegue a la comunidad de lectores que se había imaginado para colocar el libro. La función de amplificación tiene como objetivo que el libro se vuelva visible y se conozca, que se transforme en público. Al igual que en la función de filtrado, la amplificación está compuesta por una serie de acciones que se estructuran desde de dos canales bien diferenciados (idem):

- a. *La búsqueda y el establecimiento de canales de distribución adecuada.*
- b. *La prensa y la difusión del libro y la editorial.*

Estas dos acciones se identifican claramente en las organizaciones aquí analizadas pero, como en la lógica de filtración, va tomando una forma distinta dependiendo del modelo editorial de cada organización así como del número de agentes que puede intervenir y ejecuten ésta. Por supuesto, el tipo y cantidad de labores que puede llevar a cabo un agente involucrado en esta función varían en complejidad y en especificidad dependiendo del tamaño de la organización.

En el caso del primer canal, el de difusión, en **Textofilia** los encargados son los mismos que se encargan de la función de filtración: Ricardo, Elizabeth y Yessica; cada uno de ellos tiene tareas específicas que va combinando con el resto de sus actividades en la organización y que están relacionadas con el proceso de amplificación. En el caso de **Nitro Press** es una persona es una persona la encargada de la difusión: Mauricio Bares, él es quien lleva el contacto con la prensa y se encarga de las redes sociales; actividades que combina como en el caso de la gente en **Textofilia** con sus actividades relacionadas con la función de filtración. Un caso diferente representa **Sexto Piso**, al ser una organización mucho más grande, y por tanto con un organigrama mucho más complejo, existe alguien que se encarga de forma exclusiva de la difusión y prensa en México —en la filial de España se establece de forma distinta según lo

recabado en la entrevista—; este puesto, atendiendo a las directrices del consejo editorial, es quien se encarga de todas las actividades de promoción tanto de la editorial como de los libros y no mezcla sus actividades con ninguna otra.

A pesar de estas variaciones en el número de agentes que intervienen en cuestiones de difusión, es posible observar que en las tres editoriales se establecen una serie de estrategias para poder hacer visible el libro y de cierta forma, volverlo un producto de mercado. Al ser las tres independientes y con recursos limitados para cada una de las actividades que llevan a cabo —por supuesto, en relación a la capacidad económica de las transnacionales existiendo variaciones entre éstas también— se percibe que en las editoriales prevalece una lógica en la ejecución de la amplificación para cuestiones de difusión que está basada primordialmente en dos aspectos: el uso de las redes sociales (*Facebook*, *Twitter* e *Instagram*, principalmente), el contacto con la prensa y los espacios que ésta les pueda brindar a través de notas, reseñas, entrevistas, menciones, etcétera. Al igual que en el proceso de filtración, la amplificación en el canal de difusión está constituida por una serie de acciones que son ejecutadas de forma coordinada entre uno o varios agentes que van ejerciendo una serie de decisiones ya institucionalizadas por la misma lógica organizacional o bien, como adaptación de eso institucionalizado y como respuesta a las características específicas del libro que se quiera difundir; esto se observa en la respuesta que da Felipe Rosete cuando se le pregunta de qué forma se establece el esquema de difusión en

Sexto Piso:

Lo que tratamos es hacer [...] con el área de difusión [es] hacer un plan de cada novedad. Obviamente no puedes hacer lo mismo para todos los libros, pero tratamos para todos delinear dos o tres actividades u objetivos; pensar a qué periodista dárselo a quién se los mandas: “este libro le puede gustar a tal o a tal”, incluso reunirte con algunos periodistas y contarles “mira esto es lo que publicamos y pues esto muy importante, está muy chido, está muy cabrón”, tratar de transmitir el valor que encontramos en eso [...] Hay libros que te permiten hacer mucho más: autores que puedas traer a México o que viven aquí [...] y haces una semana de entrevistas —periódicos, radio, revistas, televisión— y todo lo que se pueda hacer. Pero obviamente no son todos los casos, no puedes hacer el mismo esfuerzo para todos. (Felipe Rosete, Entrevista# 4).

Esta toma de decisiones viene acompañada, por una parte, de la capacidad que tienen las editoriales para establecer vínculos efectivos con aquellos que los van a consumir y por otra, con los encargados de los medios o sus representantes que son los reporteros. El primero está vinculado con qué tanto alcance tienen los contenidos en las redes sociales, a qué tanta gente llegan y de qué modo interactúan con la información; en el segundo aspecto se relaciona con la forma en que los o el encargado de las actividades de difusión establece una red de contactos profesionales y de amistad, y de nueva cuenta, la capacidad de gestionarlos. Esto último se ejemplifica cuando el director de **Textofilia** cuenta acerca de las dificultades que puede representar la difusión en prensa de un libro como *Horror al Vacío*; el contenido de éste se compone por artículos que se publicaron en el *Excélsior*, periódico de circulación nacional, lo que supone una dificultad para que otros periódicos hablen de éste y por tanto para que se difunda en ciertos medios de comunicación de alto impacto:

[...] si queremos difundirlo en periódicos cómo vas y te le plantas a la gente del *Reforma* y le dices, “oye, está hecho con una selección de otro medio, ¿me lo reseñas?” Y mira que yo con la persona que lleva la sección [...] me llevó con él. Me tomé un café con él, hace un par de semanas, y le dije “oye, está este libro, está padrísimo” y me respondió: “Ricardo, son columnas del *Excélsior*, cómo quieres que le haga”. [...] Me dijo: “bueno, por qué no usamos algunas de las actividades periféricas de Arturo para hablar de él, se menciona que también escribe y así de forma secundaria se menciona el libro”. Entonces, van a hacer una nota a propósito de Almanaque, la galería de Arturo, y ahí se va mencionar “Arturo recientemente publicó su libro, que habla de esto y aquello, desde esto y aquello” [...] (Entrevista # 1).

Si bien, en efecto, no se puede difundir el contenido del libro en las páginas del *Reforma*, otro periódico de circulación nacional, porque proviene de la competencia, el encargado de la sección de cultura propone una solución para que el libro logre salir en las páginas del periódico; se intuye que la amistad —no se puede saber qué tan cercana sea— que tiene con el director de **Textofilia** le lleva a establecer una solución que beneficia a la editorial sin afectar al periódico y que beneficia la difusión del libro; de nuevo se hace presente la capacidad de gestionar los vínculos afectivos y profesionales para obtener un beneficio de la organización editorial a la que se pertenece.

En cuanto a la capacidad de establecer redes de contactos con la prensa basado en la relaciones profesionales, aquellos que se encargan de la difusión deben aprender el tipo de temas que les puede interesar a cierta gente de la prensa cultural y de esa manera asegurar que, cuando les entreguen un libro a un periodista sea un libro que vaya acorde a su interés, esto puede ayudar a aparecer en algún medio: “ya tenemos ubicados a quiénes les podría interesar [cierto tipo de título], los mismos medios nos dicen: ‘sabes qué, me interesa tal libro y quiero meterlo para reseña’ y entonces los tenemos en mente para cuando haya otros libros [similares]” (Yessica Puga, Entrevista # 2). La difusión, entonces, depende de nueva cuenta saber gestionar las redes de colaboración externas a las editoriales y reconocer qué tipos de espacios se puede insertar el libro y a qué agentes se les debe de ofrecer:

“[...] la prensa cultural no es pareja... porque igual que una editorial está detrás un editor, un medio tiene un editor con ciertos gustos, entonces ya sabes a quiénes va cierto tipo de géneros, a cierto tipo de autores, qué tipo de lecturas. Existen algunos espacios que por el simple hecho de nuestro sello hablan de él [el libro], porque a lo largo de los años consideran que lo que le hemos dado tiene calidad, entonces es mucho más sencillo acercarse. A eso hay que agregarles los intereses particulares de cada espacio [...] (Ricardo Sánchez Riancho, Entrevista # 1)

Es de vital importancia, para que el libro sea consumido, que la organización editorial encuentre los canales de comunicación adecuados para que la vida del libro sea lo más longeva posible en los espacios de distribución. Por supuesto hay que distinguir entre las lógicas de la difusión y de las de prensa. A pesar de que no son lógicas excluyentes, la primera está referida a cómo se dan a conocer los contenidos de la organización y a la organización misma a un público lector —aquí pueden estar involucrados los medios tradicionales de la publicidad o el uso de las nuevas tecnologías—. En cuanto las actividades de prensa se refiere a los vínculos que se establecen con aquellos que trabajan en los medios y sus actividades, los vínculos sociales individuales e institucionales que existen entre las organizaciones y la labor de los periodistas, que es son los encargados de socializar el contenido propuesto por las primeras.

En la cuestión de la distribución, que es el otro canal de la función de amplificación, también se debe de buscar la salida al libro pero a partir de determinar qué tipo de espacio comercial es pertinente hacer llegar la obra publicada, qué canales de venta —física o digital— pueden ser los más adecuados, los públicos que se espera a que llegue porque lo plantearon como el lector adecuado. También en este canal se debe de tomar en cuenta la capacidad de la organización editorial para distribuir sus obras, qué tipo de esquemas de seguimiento se deben establecer para llevar el control de ventas, y las expectativas que se tienen con respecto a la retribución económica con el fin de seguir garantizando recursos para la continuidad en la producción editorial.

De nueva cuenta, el número de agentes que se involucran en esta actividad varía de acuerdo al tamaño de las organizaciones: dos personas para los casos de **Textofilia Ediciones** y **Nitro Press**, y siete personas en el caso de **Sexto Piso**; aquí es necesario señalar que la cantidad si bien es proporcional al número personal que labora al interior de las editoriales también está relacionado con el número de títulos y volumen de ejemplares con el que trabaja cada una: a mayor número de novedades, de tiraje y, por tanto, de títulos que tenga en catálogo mayor la cantidad de personas que se necesiten para colocarlos en puntos de venta. Cada una de las editoriales implementa estrategias diferentes de distribución dependiendo, por una parte, del reconocimiento de los espacios donde mejor se venden sus productos y por otra parte, de los conocimientos que han adquirido del mercado editorial en el que se insertan. Por ejemplo en el caso de **Textofilia** y **Sexto Piso**, tanto Sánchez Riancho como Rosete reconocen que su mejor punto de distribución y venta a público son las librerías de cadena,⁹² aceptando que la venta en éstas se encuentran condicionadas a la manera en que se estructura el mercado en México: “[...] es un mercado de lenta circulación y de *long-sellers*, de libros que van poco a poco, que a lo mejor te los acabas un tiraje de mil o tres mil en tres o cuatro años, o hasta cinco o seis [...] pero te lo terminas

⁹² En el caso de ambas editoriales, éstas tienen cobertura a nivel nacional ya que distribuyen en las cadenas más grandes del país y las cuáles tiene presencia básicamente en todos los estados. Estas cadenas a las que me estoy refiriendo son Gandhi, El Sótano, Fondo de Cultura Económica y EDUCAL.

[...] son libros que [...] se van vendiendo de a poquito” (Felipe Rosete, Entrevista # 4). Sánchez Riancho a sabiendas de esta manera de operar del mercado nacional explica que **Textofilia** debe de concentrar todos sus esfuerzos en mover lo más posible las novedades durante los primeros meses que se les concibe como novedad ya sea a través presentaciones, a la captación de lectores a través de la difusión de los títulos en prensa y redes sociales, todo esto a sabiendas que después de ese periodo la venta de los ejemplares va irse haciendo mucho más lenta. Mientras tanto para **Nitro Press** los mejores puntos para la distribución y venta de sus libros provienen por una parte, de las ferias de libro y por otra, de las pequeñas librerías, en ambos casos de lo que se trata es entablar contacto directo y constante con los lectores y los espacios de ventas: “[...] así sean 20 librerías en el interior de la República [...] es estar: ‘a ver tal librería, no le he dicho y no le hemos mandado las cosas y le voy a hablar’... [haces] una serie de cosas para que tengas presencia [...]” (Lilia Barajas, Entrevista # 3); de este esquema de contacto directo también dependen que sus autores les ayuden a organizar presentaciones pero también que los mantengan al tanto de las ferias que se organizan en los estados donde residen y que busquen nuevos espacios de venta permanente en esos lugares. Las lógicas bajo las que se implementan las acciones de amplificación están ancladas en los vínculos comerciales e institucionales que las editoriales hayan logrado con el tiempo y por otra parte, involucran la toma de decisiones individuales que dependen de los conocimientos generales y la forma en que éstos se organizan en torno a las prácticas sociales externas a la editorial. Aunque es importante hacer notar que a mayor grado de complejidad en la distribución, se requiere de mayor grado de profesionalización y por tanto, menor necesidad de recurrir a los contactos personales para distribuir los libros.

En las organizaciones editoriales aquí investigadas, la articulación que existe entre los objetivos editoriales para la conformación de los catálogos, las decisiones de los individuos y las acciones de amplificación tienen como interés vincular, de cierta forma, las tendencias generales del mercado editorial en nuestro país con las tendencias específicas de las editoriales; señala Bhaskar que

se busca “[...] una multitud de efectos posibles, tan diversos y multifacéticos como hay editores; [controlar el riesgo y] la manera como cada parte del proceso editorial pretende agregar por arriba de los costos, de modo que se vaya generando valor excedente [...] (p. 196), pero también planteando un gestión de los vínculos sociales con otras instituciones, organismos de difusión, la inserción de las obras que publican al contexto sociocultural; todos estos elementos que pueden ir variando de acuerdo a los intereses de cada editorial.

El proceso de amplificación, siguiendo el diagnóstico de Becker cuando se acerca al proceso de distribución de la obra de arte, es un intento de las organizaciones editoriales por poner “[...] orden en un proceso [...] asegurar la estabilidad de sus actividades y también crear condiciones estables en las que se pueda producir arte [libros] con regularidad”⁹³ (Becker, p. 94). La amplificación, se observa, es un proceso dual —distribución y difusión— donde las editoriales se van vinculando con una serie de intermediarios —que, de nuevo, varían de acuerdo a los intereses de cada organización, su comprensión del contexto del mercado editorial más amplio y el tipo de vínculos cooperativos que sus miembros hayan desarrollado e igual de importante, el grado de profesionalización que se haya alcanzado— que, por una parte, aseguren el retorno de la inversión hecha por los editores a través de la venta de los títulos en puntos comerciales diversos y por otra, les permita promover el contenido de la obra al expresar su “[...] reacción emocional o intelectual a ésta, ‘ver algo en ésta’, apreciarla”⁹⁴ (ibídem, p. 4) garantizando la existencia del libro como mercancía cultural en la medida que se diseminan algunas prescripciones para disfrutarla *como tal*, colocando a la obra ya sea en alguna función social específica o en algún momento determinado del mundo editorial, sociabilizando una interpretación posible y por tanto una forma en que el público puede acercarse y comprender al libro.

2.3 Coordinación de la labor creativa

⁹³ Traducido del original: “[...] more orderly [...] ensuring the stability [...] and also creating stable conditions under which art can be produced on a regular basis”.

⁹⁴ Se tradujo del original: “Someone must respond to the work once it is done, have an emotional or intellectual reaction to it, ‘see something in it’, and appreciate it.”

A partir de las dos funciones presentadas en los apartados anteriores, aunque se estructuran de diversas formas en las tres editoriales, se percibe en cada una el establecimiento de normas a seguir y un conjunto de tareas que las ejecutan y que exigen cierto conocimientos, habilidades y acuerdos. En otras palabras, existe en la labor editorial de **Textofilia**, **Nitro Press** y **Sexto Piso** una serie de convenciones que permiten que las funciones de filtración y amplificación —en sus roles y actividades que garantizan su existencia— se interrelacionen a través del establecimiento de vínculos cooperativos y de prácticas de interdependencia que van estructurando el funcionamiento de las organizaciones editoriales.

Las convenciones, como se había señalado en el capítulo primero de esta tesis, se entienden como aquellos arreglos que cubren todas las decisiones que se deben de tomar en las actividades que circundan a la producción cultural: desde cómo se debe concebir y la forma en que se debe de ejecutar, hasta las maneras en que se regulan las relaciones entre creadores, distribuidores y consumidores, especificando los derechos y obligaciones de todas las partes dando paso a un cuerpo de acuerdos que posibiliten la producción y la experiencia cultural.⁹⁵

Se puede decir entonces, que la posibilidad para que las organizaciones editoriales apliquen y ejecuten las funciones de filtrado y amplificación —al mismo tiempo que apliquen su modelo editorial— es gracias al establecimiento de las convenciones, éstas proveen de una fácil y eficiente coordinación de la actividad entre los participantes de la actividad editorial y sus labores: “[...] la norma, la regla, el entendimiento compartido, todo lo referido a las ideas y los acuerdos que las personas poseen en común y con los que se efectúa la actividad de cooperación”⁹⁶ (ibíd., p. 30). Las convenciones al interior de la organización editorial por una parte implican la estandarización de procesos por medio de los cuales se puede diferenciar y coordinar las actividades de conceptualización,

⁹⁵ Para un análisis mucho más elaborado de las convenciones, revisar el primer capítulo de esta investigación, “Propuesta conceptual para el análisis de la industria editorial”, en su apartado tercero. Ahí se describen las consideraciones que Becker establece para analizar las formas y lógicas bajo las cuales se establecen las convenciones y cómo es que trabajan en su modelo propuesto de *mundos de arte*.

⁹⁶ Traducido del original: “[...] norm, rule, shared understanding customs, or folkway, all referring to the ideas and understandings people hold in common and through which they affect cooperative activity.”

producción, distribución y difusión, y por otra parte, establecen un conocimiento compartido que permite a aquellos que ejecutan esas actividades determinar a qué función debe de estar destinada su labor —y los resultado que puede tener esto— y la forma en que deben de intervenir para generar un producto cultural, además que la institucionalización —es decir procedimientos tácitos— del conocimiento compartido permite la entrada de nuevos agentes y que éstos se puedan vincular de forma inmediata a las actividades de la organización editorial.

Becker (2008) apunta que las convenciones implican la constante adaptación de las partes que cooperan a las condiciones cambiantes en las que se trabaja y por lo se pudo observar en las entrevistas en las editoriales esa condición de cambio está marcada por el “ensayo y error”: “[...] nosotros hace 15 años cuando empezamos con esto no teníamos idea de nada y yo te diría que durante los primeros cinco años hacíamos las cosas como se podía. En realidad todos los 15 años hemos hecho las cosas como hemos podido [...] hemos hecho las cosas con sentido común” (Felipe Rosete, Entrevista # 4). Esto anterior que señala el editor de **Sexto Piso** es algo que se repite en las otras dos organizaciones, se percibe que hay una modificación constante de las formas de laborar en la editorial gracias a la experiencia ganada que implica cada proyecto.

Entonces, ¿cómo es posible establecer esos arreglos básicos que permiten que las labores creativas se estandaricen en cada una de las editoriales? Esto se logra a través de la experiencia acumulativa que implica el desarrollo del discernimiento para tomar decisiones conforme van surgiendo nuevas situaciones y exigencias, en este caso, en las organizaciones editoriales; esto se puede ejemplificar cuando Rosete explica cómo se trabaja con el diseño de forros —los exteriores del libro, comúnmente llamados “portada” y “contraportada”— en la editorial:

[...] es una parte que también hemos depurado mucho [...] Por ejemplo, para la colección de narrativa casi siempre buscamos alguna pintura que tenga que ver con el libro y que sea bonita, que sea atractiva. Para la colección de realidades, que es más de crónica, de biografía y así, casi siempre ponemos una foto. La colección de ensayos son portadas tipográficas que hace un diseñador español [...] Las de poesía [...] igual llevan imagen. [...] todas las colecciones tienen su propio diseño, la tipografía, la barra, la colocación de los logotipos [...] la colocación de en la solapa de la foto del autor, la información del autor, todos

los elementos que deben de llevar los libros ya están definidos. [...] Ahora, últimamente debido al alto costo de ciertas fotografías, de ciertas obras de arte, hemos estado optando también por mandar a hacer ilustraciones [...] y la verdad es que estamos contentos con esa opción porque es más económica y quedan muy bien los libros, son atractivos y encajan con la idea y la identidad de las colecciones.

Se advierte, en esto que describe el editor de **Sexto Piso**, el desarrollo de una estandarización en cuanto a la manera en que se debe de presentar los forros de un libro de la editorial, se tiene bien establecido qué tipo de especificaciones debe llevar, cuáles deben de ser sus elementos constitutivos, etc. y que no sólo los editores tienen bien identificado sino también los diseñadores, que son aquellos que ejecutan el estándar de diseño; al momento que surge una eventualidad — como es la subida de precios para la compra de derechos para las imágenes de portada— que no conviene a la labor de la organización se puede optar por un cambio sin ningún problema ya que se sabe qué se requiere y por tanto, de qué manera suplirlo y adecuarse al cambio. ¿Pero que hay en los casos de las funciones de filtración y amplificación más especializadas?, ¿cómo se establecen las convenciones y de qué forma vuelven más eficiente la labor de las funciones editoriales?

Las convenciones se establecen y se fijan provisionalmente en la medida que facilitan el trabajo en la organización editorial; un ejemplo de esto es **Textofilia**: al momento de estar realizando esta investigación los agentes encargados de la función de filtrado en la editorial estaban determinando nuevas normas para coordinar su labor y que consideraban necesarios implementar para volver más ágil la coordinación entre los ellos:

[...] hicimos un proyecto en conjunto, pero como que tardamos un poquito más porque éramos muy quisquillosas en diferentes cuestiones [...] Queríamos como tenerlo todo perfecto [...] pero igual como que revisábamos tanto diferentes partes que ya era como *dobletear*, [...]. Igual, por ejemplo, creo que también los autores en algunos casos llegan como a confundirse... ¿quién es la editora en jefe? Creo que era más sencillo tener un editor para cada libro y que llevara todo el proceso, que ya estuviera en más contacto con el autor y que hubiera más confianza. Entonces, yo creo que a partir de eso fue que decidimos que era mejor un proyecto para cada una (Yesica Puga, Entrevista # 2).

Tanto Ruiz como Puga advirtieron que la forma de coordinar su labor editorial entorpecía el proceso de edición del libro, llegaron a la conclusión que era mejor que cada una se encargara de un proyecto en la medida que fuera apareciendo, ellas sabían cuando trabajaban en conjunto qué tipo de actividades debían realizar antes y después del proceso de edición, no modificaron esos procesos —al menos por lo que se puede apreciar en las entrevistas— sólo decidieron llevarlos a cabo de forma individual, en este caso la convención de trabajo no se modificó en sus formas sino en la manera en que se ejecutaba con el fin de volver más eficiente el trabajo de ambas. Ésta misma forma de trabajo tiene la gente de **Sexto Piso** pero Rosete expresa que ha sido la manera en la que han trabajado desde que inició el proyecto; en el caso de **Nitro Press** el establecimiento de las convenciones y la coordinación no es muy diferente, pero sí está directamente vinculado al tamaño de la editorial sobre todo porque en ésta sólo se encuentran involucrados de manera directa Barajas y Bares:

[...] está dividido en la edición —que lo hago yo por mi experiencia— y lo que es diseño y producción que lo ve Lilia. De ahí se ha ido ramificando, en mi caso [...] a conseguir instituciones que pongan dinero, conseguir a los autores, armar las colecciones [...] Lilia diseña, tiene que estar después en más contacto con el impresor, tiene que cuidar que los colores que eligió efectivamente sean los que el impresor trabaja o si determinamos que cierta colección debe de llevar cierto acabado es ella quien lleva el cuidado de eso (Mauricio Bares, Entrevista # 3).

Las experiencias profesionales previas de los dos miembros de esta editorial ayudaron a establecer qué tipo de labores debían de llevar a cabo cada uno y cómo podrían coordinarse entre ellos y sus actividades. A lo largo de la entrevista no se mencionó alguna modificación que hayan sufrido las convenciones y coordinación laboral de organización, lo que lleva a concluir que la coordinación entre ellos ha sido de lo más eficaz. Esto no quiere decir que no existan modificaciones en la forma de trabajar en la editorial: “[...] en nuestra primera etapa —que fue del 97 al 2003— editamos siete libros y todos eran de tamaño y diseño distinto y de distintos materiales y demás, y nos habría gustado seguir así pero nos dimos que tuvimos que sistematizar y estandarizar ciertas cosas [...] medidas, tipo de pasta, etcétera [...]” (Mauricio Bares, Entrevista # 3). Esto revela que si bien la coordinación en cuanto a la división laboral ha resultado efectiva a lo

largo de la existencia de la organización, el tiempo y el dinero invertido era demasiado por lo que se decidieron estandarizar los criterios de diseño en la producción con el fin de volver mucho más eficiente su forma de trabajar y por tanto en aumentar su capacidad para realizar más libros a un menor precio.

Retomado de nuevo a Becker (2008) las convenciones y la red de cooperación que emana de éstas implica, como ya se señaló, un conocimiento compartido, conocimiento que se puede adquirir de maneras muy diversas. El sociólogo estadounidense señala que el conocimiento puede provenir de la escuela o del trabajo, esta última puede ser de forma autodidacta ya sea porque se lo transmiten sin ningún tipo de estructura formal o porque va incorporando experiencias mediante la observación de las labores que desempeñan a su alrededor. En el caso de las editoriales aquí analizadas se percibe esta tendencia autodidacta, es decir aquellos que “[...] [c]uando reciben una instrucción, deben de internalizar lo aprendido por medio de ejercicios [...] mentales” (ibídem, p.101). Los editores aquí entrevistados observan que el conocimiento que han adquirido y que han incorporado al trabajo y convenciones de las editoriales es el resultado de sus experiencias y la asimilación de los consejos de otras personas inmersas en el medio:

Para todos los que estamos aquí fue nuestra experiencia. [...] prácticamente no habíamos tenido contacto con el mundo editorial y lo hemos aprendido sobre la marcha y a partir de la experiencia de otros colegas, de la gente que está en el medio. [...] todos hemos ido absorbiendo de los demás, de otros editores, de agentes, de escritores [...] A raíz de eso hemos ido aprendiendo a cómo manejarnos (Felipe Rosete, Entrevista # 4).

Aparece una idea de “prueba y error” en el sentido de que si se establece como convencional una forma de trabajar y no funciona, se debe de corregir hasta que la labor esté bien estandarizada e incluso la manera en la que se debe de construir un catálogo que representa un buen negocio pero al mismo tiempo transmita la idea de buena literatura. Así lo explica Sánchez Riancho cuando relata cómo fueron sus primeras experiencias en la conformación del catálogo de la editorial y al momento de colocarlo en espacios de difusión y de venta:

Los primeros dos libros que lanzamos en la editorial hace siete años fueron poesía, un tema difícil. Después [...] publicamos *La isla de las mariposas* de

Blanca Ansoleaga y era una autora que estaba abierta a la difusión, [...] si le decíamos “vamos a hacer una presentación en un centro cultural, vamos a hacer una presentación en una feria del libro, te llevamos a Morelia, vamos a otro lado”, ella iba y se integraba. Ahorita, el mejor ejemplo que ha operado de esa manera es trabajar con Ana García Bergua [...] (Entrevista # 1).

Eso aprendido y observado se puede convertir en convención en la medida que se establezcan como acuerdos tácitos entre los miembros de la organización editorial y se transmita a los nuevos agentes que se vayan incorporando: “Al principio [...] era con mucha asesoría [...] pues era de ti, de Ale, de Ricardo... de Alfredo [...] De la carrera tenía ciertos conocimientos [...] lo aplicaba, pero sí había cosas que no sabía y pues preguntaba y me iban asesorando poco a poco y eventualmente pude tomar decisiones yo” (Elizabeth Ruiz, Entrevista # 2).

Se observa entonces, a partir de **Textofilia**, **Sexto Piso** y **Nitro Press**, que el establecimiento de vínculos cooperación y formas efectivas de labor creativa al interior de las organizaciones editoriales sólo es posible en la medida que se establecen las convenciones. Éstas, como afirma Becker, hacen que la producción se vuelva más efectiva y menos costosa. Es posible argumentar que las organizaciones editoriales son un espacio social donde la producción cultural es producto de la labor colectiva, ésta implica una división de trabajo establecida a través de las funciones de filtrado y amplificación, y estas funciones son ejecutadas en la medida que se fijan en el modelo de cada editorial gracias a las convenciones que las anteceden y que se van modificando conforme las exigencias del trabajo lo demanden. Los agentes al interior de las organizaciones editoriales en la medida que generan e incorporan a su labor cotidiana nuevas experiencias que van facilitando su labor es que se vuelve posible vincular y coordinar de manera más eficaz la actividad editorial que posibilita la producción de la mercancía cultural que son los libros. Entonces, la actividad editorial es antes que nada una serie de prácticas sociales que están articuladas por medio de una red de funciones y roles que se concentran en la concepción, producción y difusión, con el fin último de insertar su producto al mercado de una forma adecuada y donde la recuperación de la inversión sea posible.

3. ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE LAS FUNCIONES EDITORIALES Y LA LABOR CREATIVA

Queda claro que las funciones de filtración y amplificación —sin importar el modelo editorial en el que se basen— se conviene una estructura que busca gestionar cada uno de los procesos para así, por una parte, dar un orden a la producción dependiendo de los objetivos e intereses que confluyan en el producto y que pueden ser modificables y por otra parte, tratar de controlar la reproducción y la circulación para así reducir los riesgos de inversión que implica el producto y así maximizar las ganancias. Hesmondhalgh y Baker argumentan que el establecimiento de esta estructura responde a la necesidades de organización de todas las industrias que producen mercancías culturales —en nuestro caso las organizaciones editoriales— con el fin de regular la labor creativa y así controlar los ingresos, recursos y ganancias: “Los administradores necesitan reconciliar los valores artísticos con los económicos; lo novedoso con lo conocido; la demanda existente con la transformación del mercado; la integración vertical con la contratación externa; y los sistemas con la inspiración individual”⁹⁷ (op. cit., p. 82). Este proceso de equilibrio es lo que se denomina *administración creativa*, éste es un proceso de racionalización en las actividades al interior de la organización industrial y que intenta reducir los riesgos que implican la labor creativa⁹⁸ y la mercancía cultural, en el caso de las editoriales este proceso de estandarización se hace evidente a través de las funciones de *filtrado* y *amplificación*.

La *labor creativa*, como ya se ha establecido desde el primer capítulo, es el núcleo de las labores realizadas al interior de las industrias culturales; no es el único tipo pero es el que hace que éstas se distingan del demás tipo de producción estandarizada del resto de las industrias más tradicionales en su

⁹⁷ Traducido del original: “Managers need to reconcile artistic values with economics; novelty with familiarity; existing demand with transformation of the market; vertical integration with outsourcing; and systems with individual inspiration.”

⁹⁸ Como ya se había referido en el primer capítulo de esta tesis, la *labor creativa* se distingue porque se centra de forma primordial en la comunicación de la experiencia a través de la producción cultural. Este proceso puede ser posible en la medida que se inserta en estructuras simbólicas macro —lenguaje, referentes socioculturales, etc.— sin embargo esto no garantiza que la comunicación sea efectiva y que aquellos que la reciben dispongan de ésta como se previó.

producción. Una de las principales características de la labor creativa es la *autonomía creativa*,⁹⁹ entendiendo a ésta, por una parte, como una práctica que se genera un sistema de valorizaciones propio y que no se ajusta a ningún otro tipo de valorización —sobre todo aquellos que provienen del mercado— y por otra, como el establecimiento de normas profesionales propias que son distintivas y que van marcando pauta de lo que se espera de cierta trabajo (ibídem, pp. 66-67). Lo que queda claro es que la naturaleza de la autonomía creativa está asociada con la potencialidad creadora que está sometida sólo a las lógicas de su disciplina y por otra parte, que ésta es una actividad de iniciativa individual que tiende a resistirse a la mercantilización.

En las editoriales aquí estudiadas la concepción de la autonomía creativa está dada en el sentido del tipo de contenidos que publican; los entrevistados —en menor o mayor medida— se perciben como parte de organizaciones singulares que ofrecen títulos que, en cierto sentido, van a contracorriente del mercado editorial dominante, que su oferta no se rige por el mercado sino por la proposición de libros que no se ajustan a meras exigencias comerciales sino, primordialmente, a consideraciones culturales y literarias. Sin embargo, a pesar de que esta visión es una constante en la producción cultural, ésta no podría estar más que alejada de la realidad: como varios autores han demostrado desde muy diversas perspectivas (Becker, 2008; Baker y Hesmondhalgh, 2011; Hesmondhalgh, 2005; Miège, 1982, 1989, 2008; Ryan, 1992; sólo por mencionar algunos) la producción cultural —basada en una compleja división laboral— existe una relación de constante tensión con las improntas comerciales. Las formas en las que se lidia con la existencia de esta relación llevan al establecimiento de una serie de dinámicas organizacionales que imprimen cierto carácter a la estructura administrativa de la organización y, cómo veremos más adelante, toman formas muy particulares en las editoriales aquí analizadas.

En general, la mercancía cultural está sometida a una lógica de control por parte de la *administración creativa*. Bernard Miège señala (2013) que las

⁹⁹ Este concepto también fue revisado en el primero capítulo. En el presente, me concentraré en analizar las prácticas concretas de cada una de las editoriales a través de las categorías de análisis propuestas en el primer apartado de esta tesis.

mercancías culturales poseen un carácter aleatorio: por una parte nunca se puede garantizar el éxito comercial y por otro, deben de encontrar salidas suficientes para llegar a los consumidores o usuarios de la mercancía, es decir se deben de establecer canales de difusión efectivos para que la mercancía cultural sea conocida por el mayor público posible, o al menos que se encuentre interesado por este tipo de producto en particular. Una de las estrategias más comunes que las industrias culturales implementaron para controlar la volatilidad de la mercancía cultural es la construcción de un catálogo. Nicholas Garnham completa esto anterior al señalar que las industrias culturales tienden a compensar las fallas que pueden, o no, representar una mercancía cultural al momento de introducirla al mercado a través de la “sobreproducción”: se intenta crear un “repertorio cultural” extenso y muy variado donde sea posible encontrar un éxito comercial o algunos éxitos que cubran los gastos de inversión y que aseguren las ganancias (Garnham, 1990).

Ahora la descripción anterior, aunque útil para reflexionar acerca de la naturaleza y función del catálogo en la producción cultural industrializada, no encaja del todo con la naturaleza administrativa de las editoriales analizadas en esta investigación ya que ésta está pensada desde las grandes compañías culturales cuyo objetivo principal, al momento de la concepción del catálogo, es conseguir la *maximización de audiencias*: llegar al mayor número de consumidores posibles a través de la mayor cantidad de mercancías posibles. Por supuesto, y como se desarrolló en este mismo capítulo, la constitución del catálogo resulta de suma importancia para las organizaciones editoriales aquí analizadas, tanto así que la estructura de su labor creativa gira en torno a la construcción de éste, y aunque si bien cumplen con un objetivo comercial, los objetivos que persiguen principalmente se basan en la constitución de una identidad que posteriormente se convierta en réditos económicos: “La inversión económica del editor hace las veces de garantía sobre lo genuino de su juicio sobre su obra; si ésta no genera interés, no se venderá y ese dinero se habrá perdido” (López Winne y Maulmián, op. cit., p. 45). La autonomía creativa es el principal recurso para la capitalización y la obtención de ganancias; esto quiere

decir que no existe una producción libre de las constricciones y exigencias del mercado sino propuestas estéticas alternas que buscan insertarse —aunque sea de forma periférica— en el circuito de comercialización más amplio para así asegurar su supervivencia como organización.

Otras vetas de análisis, y que me parecen más adecuadas para comprender esta particularidad de las organizaciones editoriales aquí estudiadas, se refiere a las estrategias que implementan en las industrias culturales para controlar los riesgos que implica la volatilidad de la circulación y del consumo en las mercancías culturales. Esto implica analizar cómo se establecen al interior de los procesos de filtración y amplificación diversos controles que buscan reducir el riesgo de inversión así como volver mucho más eficiente la producción, circulación y colocación de sus mercancías culturales. Un ejemplo de esto es la adaptación de *formatos* para las mercancías culturales, Hesmondhalgh (2005) explica que el establecimiento de éstos puede ser entendido como una manera de simplificar el proceso de identificación por parte de aquellos que buscan consumir un cierto tipo de mercancía cultural: creadores reconocidos —*star system*—, el uso de géneros —donde se sugiere como cierto tipo de producto está asociado con usos particulares— y la seriación —creación de identidad y continuidad— de las mercancías culturales que se producen. Tanto **Textofilia** como **Nitro Press** y **Sexto Piso** están preocupados por generar una identidad donde la gente los busque y ubique por el tipo de títulos y temáticas que generalmente publican —y por ende, se le asocian—, que sean visualmente reconocibles y que se les reconozca por la labor que realizan al promover cierto tipo de autores; en fin que los lectores identifiquen la singularidad de cierta editorial entre el mar de opciones que ofrece el mercado en las estanterías.

Lo que se observa y queda claro, tanto en la administración de la labor creativa, así como en la gestión y administración de lo que se produce en las industrias culturales es que se van generando como respuestas particulares a diversas situaciones y que pueden variar de acuerdo “[...] a las dificultades percibidas para generar ganancias y éstas dinámicas distintivas juegan un rol

importante [...]”¹⁰⁰ en la forma en que cierta organización se estructura y toma ciertas decisiones (ibídem, p.33). Lo importante es discernir cómo es que estas respuestas se van generando, ¿cómo es que llegan a convertirse en la estrategia a seguir?, ¿cómo se toman las decisiones, quiénes las toman? Y una vez hecho esto, ¿cómo es que llegan a implementarse a lo largo de la organización? En este apartado de capítulo me concentraré en describir y analizar cómo es que se establecen estos controles en la administración de las organizaciones editoriales, cómo es que llegan a convertirse en convenciones laborales y de qué forma gestionan la labor que hace posible el libro.

3.1 Administración creativa

Hesmondhalgh, siguiendo los señalamientos de Graham Murdock y su sociología organizacional de las empresas, apunta que en la administración de las industrias culturales existen dos formas de control administrativo (ibídem, pp. 75-76):

- a. Control de asignación.
- b. Control operacional.

El primer tipo de control corresponde a la capacidad de definir las metas generales y el alcance de la organización, además de determinar, en formas muy generales, cómo se destinarán los recursos de la empresa: la administración financiera y la distribución de las ganancias, además de las estrategias para la obtención de recursos (ídem). Esto va en consonancia con lo que se observa en **Textofilia** y **Sexto Piso**. El *control de asignación* en la primera editorial recae en Ricardo Sánchez Riancho, él no sólo es quien lleva las riendas de la cuestión editorial sino que también se encarga de la parte administrativa y la manera en que la editorial se debe de estructurar como empresa, cómo los recursos se destinan al interior de la organización y la forma en que el trabajo se va a llevar a cabo.

En párrafos anteriores se explicó cómo y por qué se modificaron las convenciones de la coordinación laboral entre Elizabeth Ruiz y Yesica Puga, y la

¹⁰⁰ Traducido del original: “[...] ways to perceived difficulties of making profits and these distinctive dynamics play an important role [...]”.

forma en la cual decidieron llevar proyectos por separado, si bien esto fue producto de un acuerdo entre ellas, Sánchez Riancho es quien decide qué proyectos les van a corresponder a cada una: “Hay mucho factores que intervienen [...] cómo andamos de carga de trabajo, si una tiene 7 libros y la otra tiene 2... es cargar la mano. Lo que sí procuro hacer, y es hablar con ellas, es que si hay un gusto personal por el material es más fácil que el material tenga como un resultado excelso, que sea todavía mejor” (Ricardo Sánchez Riancho, Entrevista # 1). Las editoras de *Textofilia* pueden opinar sobre el tipo de libro que les gustaría trabajar pero el voto lo tiene el director, es él quien decide quién y en qué condiciones se debe de trabajar un libro. El control de asignación lo tiene Sánchez Riancho por dos razones: en primer lugar es el socio el que se encuentra involucrado de forma directa en las actividades de la editorial como empresa y en segundo lugar, pero no menos importante, se asume por parte la organización — particularmente por las editoras— que su experiencia en el campo profesional, que lo provee de redes de colaboración profesional extensas y de una visión mucho más amplia del contexto en donde se está desempeñando **Textofilia**, lo que automáticamente lo convierte en la persona con el perfil idóneo para tomar las decisiones en cuanto a la distribución de recursos, repartición de labores, etcétera.

Tanto a Ruiz como a Puga, les corresponden el segundo nivel de control, el llamado *operacional* que se localiza en los niveles inferiores de la organización y está limitada a las decisiones con respecto al uso efectivo de los recursos ya asignados y la manera en que se pueden implementar las estrategias ya decididas en el nivel de asignación, esto anterior se ejemplifica en el caso de la publicación del libro *Poemas de la musa negra*, descrito en la sección anterior y donde Sánchez Riancho fue el que tenía el poder para asignar los recursos para su publicación y nadie más que él al interior de la editorial. El control de asignación es un tanto más complejo en **Sexto Piso**, éste no se ejecuta desde una sola persona como es el caso de **Textofilia**, sino que proviene del consenso de lo que Felipe Rosete identifica como “Consejo Editorial” —lo pongo entrecomillado porque no

existe como algo oficial al interior de la organización, es más un asunto *de facto* que formalizado— el cual se debe de llegar a un acuerdo entre los que lo componen para así definir el control de asignación que afectará la administración de la editorial:

Toda la vida llevamos trabajando así. Sobre todo Eduardo, Diego y yo. Eduardo es el único de los cuatro que fundaron la editorial que sigue, yo me incorporé como al año y medio de fundada la editorial y Diego se incorporó a las dos años de fundada, dos años y medio. Entonces entre nosotros tres hemos llevado todo, Santiago empezó en el 2005 cuando abrimos en España, tres años después de fundada la editorial. Entonces nosotros cuatro hemos ido armando todo [...] (Entrevista # 4).

Por “armando todo”, Rosete se está refiriendo por una parte al esquema administrativo y editorial que tiene **Sexto Piso**, pero también se está refiriendo a la toma de decisiones más inmediatas en cuanto a la distribución de recursos para cada una de las actividades de la editorial, cuestiones referidas al personal que labora con ellos, la actividad económica de la organización, decisiones que se parten de este consejo editorial y que repercuten de forma directa en la estructura en las labores que allí se realizan y de aquellos que las ejecutan:

Quizá ahorita estamos como en un momento de hacer un ajuste para darle a la empresa un mayor orden [...] El año pasado hicimos una encuesta de satisfacción laboral [...] y mucha gente manifestaba que la gente está muy contenta, muy identificada, con la camiseta puesta [...] Hemos logrado construir un equipo muy bueno, muy trabajador, muy comprometido (Entrevista # 4).

Que en el control de asignación se reparta en estos cuatro individuos¹⁰¹ indica que debe de existir un nivel de coordinación mucho más inmediato antes del establecimiento de las convenciones y formas de coordinación más amplias y que repercutirán a lo largo de toda la organización editorial. ¿Pero qué tipo de coordinación estoy refiriéndome? Si partimos del hecho de que para poder

¹⁰¹ Llama la atención que no mencionara a Raquel Vicedo, editora de la organización en España, al momento que se le preguntó a Rosete cómo es que se organiza administrativamente **Sexto Piso** y cómo se establecen las decisiones en ese rubro. La omisión de su nombre en su respuesta me hace inferir que en este caso la capacidad para seleccionar los títulos y publicarlos no implica una correlación directa con la capacidad para asignar los recursos financieros en la editorial ni capacidad de tomar decisiones con respecto a cómo se debe de administrar la editorial. Por supuesto, y cómo se puede observar, esto sólo aplica a **Sexto Piso**.

acceder a este nivel el individuo debe ser parte de los dueños de la organización, se infiere que la coordinación debe de estar en función de los criterios de beneficios económico, de la obtención de ganancias y la generación de estrategias que permitan alcanzar esto anterior. Esto anterior revela, al menos en el caso de **Sexto Piso** —aunque también es en menor medida perceptible en **Textofilia**— que los intereses económicos surgen como primer interés de la cabeza de la organización y de ahí se desplazan afectando a los demás tipos de decisiones incluyendo a las que se centran la constitución de un catálogo mediados por los intereses de calidad y valor literario, y la persecución de una identidad editorial. No quiero decir con esto anterior que los intereses monetarios sean los que guían a la organización de una editorial independiente pero, como nos revela el caso de **Sexto Piso**, resultan primordiales para la definición no sólo de lo que se va a publicar sino en las formas en que se va a trabajar.

Tanto en Sánchez Riancho y como en Rosete se observa que la toma de decisiones en el control de asignación deben de repercutir de forma positiva entre los trabajadores, por una parte para que desempeñen de una forma satisfactoria las funciones que les corresponden al interior de la editorial; por otra parte lograr una buena coordinación laboral basada en la identificación con el proyecto y la satisfacción en el desempeño de las labores que se les asignan para así responder a las posibles eventualidades siempre pensando en el bienestar de la organización editorial. En el caso de **Nitro Press**, los controles de asignación y operacionales no están bien diferenciados por la estructura simple de la organización: son dos personas quienes toman las decisiones administrativas generales siendo estos mismos quienes las ejecutan; así que en este caso en particular la distinción entre los controles no es posible de realizar pero eso no quiere decir que no se ejerzan de alguna manera estas dos dimensiones: entre Barajas y Bares deciden cuáles son los mejores canales comerciales, los recursos que se deben de invertir, los apoyos financieros a los que hay que requerir, los espacios en los que se debe de estar presente para presentar la editorial y con base en eso van modelando su labor y van tomando decisiones que se ajusten a esas guías administrativas que ellos mismos propusieron.

Ahora, la forma en que estos niveles de control operan e interactúan entre sí dependerá de los intereses que persiga la organización y en el caso de la editoriales, estos intereses están mediados por el modelo editorial que se haya implementado. Bhaskar concibe a los modelos editoriales de un modo diferenciado de los modelos que buscan representar “algo”: “Los editores tienden a emplear modelos no para entender el mundo sino para hacer cosas en él. No tienen modelos ‘de’, sino modelos ‘para’” (Bhaskar, op. cit. p. 169). Los modelos editoriales, desde esta visión, son una interpretación del contexto que rodea a la organización editorial con el fin de guiar sus funciones —filtrado y amplificación— y sus formas de control administrativo, y de aquellos que forman parte de éstas y las implementan. El modelo editorial de cada una de las organizaciones aquí revisadas está determinado por el tipo de catálogo que buscan construir; en el caso de **Textofilia** su catálogo está dividido en cuatro colecciones: cuento y relato, novela, poesía e infantil y juvenil, la mayoría de las obras publicadas son poesía y narrativa de autores principalmente mexicanos y latinoamericanos —y griegos en el caso de los libros de poesía clásicas—; la apuesta de la editorial es “[...] explorar nuevos talentos [...] en la literatura mexicana [...]” y la promoción de “[...] autores y obras que marcaron un rumbo distinto en diversas latitudes” (Textofilia, s/f). El modelo editorial de **Sexto Piso** propone la construcción de un catálogo que está comprendido por siete colecciones temática: ensayo, narrativa, ilustrado, clásicos, infantil, crónica y poesía; de los títulos que tiene publicados hasta el 2017 la mayoría son de los géneros de ensayo, narrativa e ilustrado de autores estadounidenses, europeos orientales, italianos, ingleses y, en menor medida, mexicanos; el interés editorial de la organización está marcado, desde el punto de vista de Raquel Vicedo (editora de **Sexto Piso España**), por un interés primordial en publicar ensayos políticos y filosóficos, y novelas con un trasfondo político y sociológico que se conjunte con una calidad literaria y coincida con el gusto colectivo del “consejo editorial” que es el que va estableciendo las pautas de trabajo y formas de organización al interior de la editorial (Ayuso y Matute, 2016, s/p). En el caso de **Nitro Press** su modelo editorial está basado en la construcción de un catálogo que se concentre en la narrativa, crónica y ensayo a través de

cuatro colecciones: Lados B (antología anual de narrativa joven), InterView (entrevistas y ensayos), Punto de Quiebre (ediciones conmemorativas) y Letras Rojas (novela policiaca) publicando en éstas principalmente a autores mexicanos jóvenes y que estén produciendo fuera de la Ciudad de México; el ánimo editorial de esta organización busca deslindarse de “[...] las modas impuestas por las empresas editoriales [transnacionales y poniendo énfasis] en la narrativa y el ensayo de vanguardia, así como en géneros olvidados por las grandes cadenas” (Nitro Press, s/f).

Se observa en las tres editoriales que hay una intención por impulsar un gusto particular —que se basa en géneros, temáticas o bien en contraposición de ciertos esquemas corporativos de publicación— y que éste puede y debe ser redituable económicamente hablando. Y es en la búsqueda de este rédito y de asegurar ganancias para seguir con su labor de publicación que en las editoriales se implementan ciertas estrategias para asegurar ese capital. **Sexto Piso** y **Textofilia** además de buscar el retorno de inversión a través de la venta de sus libros buscan apoyos públicos y también ofrecen servicios editoriales; resulta evidente que la forma en que cada una de estas estrategias se implementa va variando en cada editorial. Por ejemplo, el volumen de ventas en **Sexto Piso** cubre entre el 50% y el 60% de los gastos operativos y de producción de la editorial; la obtención del resto varía de acuerdo a las necesidades que vayan surgiendo y los compromisos que se adquieran:

[...] es mucha chamba es mucho dinero [...] cuando ya te pones a analizarlo contra los ingresos generados pues justo tienes que buscar que te den los números: o hago menos o veo de dónde puedo conseguir gastos o me comprometo a generar un poco más de ingresos, que es un poco como lo hemos hecho hasta ahora, decir: “bueno a ver me faltan dos o tres millones de pesos para sacar el año, puta... ¿pues cómo le hago?” Pues ponte a esperar a los resultados de estos programas [públicos] a ver cuánto puedes reunir por ahí y conseguirte proyectos privados y ver qué tanta lana generas por ahí [...]
(Entrevista # 4).

El modelo editorial de **Sexto Piso** para asegurar su capitalización, y por tanto la continuidad de la organización, tiene como base la función de amplificación en sus acciones de distribución, pero también se requiere de la búsqueda de fuentes externas de financiamiento que aseguren que la editorial siga produciendo. Es el

mismo caso de **Textofilia** pero aquí las actividades externas que en **Sexto Piso** se observan como complementarias se convierten en la primera fuente de financiamiento de la editorial dejando en segundo lugar a las acciones de distribución en la función de amplificación; Sánchez Riancho considera que el 70% de los recursos que permiten cubrir los gastos administrativos y operativos de la editorial provienen de los apoyos públicos, becas y servicios editoriales, el resto de los recursos tiene su origen en la venta de sus títulos en librerías, presentaciones y ferias de libro. Tanta es la importancia, en el caso de **Textofilia**, de las fuentes externas de financiamiento que la organización posee un sello editorial donde se ofrecen servicios de publicación a particulares llamado “Libros del Marqués”, sello que aprovecha la infraestructura de producción, difusión y de distribución de **Textofilia** para acercarse a gente que le interesa publicar y que están dispuestos a pagar por ello. **Nitro Press**, por su parte, asegura su capitalización de dos fuentes primordialmente: la primera de los apoyos y becas que provienen de instituciones estatales —tanto federales como locales— y en segundo lugar las ventas de sus libros en ferias, presentaciones y librerías. Esta organización editorial concentra sus esfuerzos para generar recursos en la capacidad de vinculación estratégica con organismos estatales con el fin de asegurar la continuidad de su producción:

[...] ahora en Sonora hemos publicado muchos autores de allá y existe un interés por parte del instituto de trabajar con nosotros pero no tienen mucha lana. Yo lo que les digo es, entonces, “sabes qué, me ha llegado todo esto de sonorenses, ve qué es lo que te interesa y ve qué es lo que podemos publicar. Y pues lo que no les parezca, nos parezca demasiado prescindible, pues ni hablar, no lo publicamos” (Mauricio Bares, Entrevista # 3).

En la medida que son capaces de establecer convenios de colaboración para así adquirir los recursos que se asignan a través de convocatoria pública, **Nitro Press** tendrá la capacidad de aumentar la inversión que requieren para garantizar su producción editorial; los recursos que logre bajar de los fondos públicos se complementan con las acciones de distribución y el retorno de inversión que provenga de éstas:

[...] estamos en la bronca de armar el [...] el programa editorial de este año, porque nosotros sí dependemos mucho de las coediciones. Cuando ya tienes

apalabrado uno o dos, o varios libros y la institución no te responde, no te da fechas te cuesta muchísimo trabajo poder armarlo; no sabes si el libro va a salir en abril o va a salir en agosto o de plano ya no se va hacer o se va hasta el siguiente año. Eso nos impide jugar con ese margen que tiene que ver con la lana que nosotros podemos invertir porque dices “si me aviento a hacer este libro y otro no se hace, a lo mejor sí preferiría dedicarle la lana a ese otro” [...] (Mauricio Bares, Entrevista # 3).

Se observa entonces, que los modelos editoriales, y es un señalamiento que hace Bhaskar, no deben concebirse como modelos únicos o con límites bien circunscritos, es decir con acciones definidas, con agentes fijos y en espera de resultados concretos, sino que son abiertos, se van modificando constantemente, pueden tener contradicciones internas y pueden cambiar sus objetivos, en otras palabras no hay un modelo editorial único (ibídem, pp.169-171) esto lo deja ver Rosete al expresarse de los cambios que están considerando implementar en **Sexto Piso** tras 15 años de operaciones: [...] creo que ahorita nuestro proyecto está en un momento donde se tiene que hacer cierto tipo de ajustes [...] Este modelo muy casero, de empresa de amigos [...] creo que se está agotando [...] (Entrevista # 4). Para el editor no es que no ya no esté funcionando el modelo editorial anterior, sencillamente se requiere de nuevas estrategias administrativas y de producción que ayuden a crecer al proyecto. ¿Entonces qué es lo que se distingue de un modelo editorial puede si éste puede ir variando en una misma editorial a lo largo del tiempo? Se pueden identificar dos constantes, y que están presentes en las tres organizaciones aquí analizadas:

- a. Objetivos con fines de lucro: búsqueda de mercado, márgenes de ganancia, expansión y formas de financiación.
- b. Objetivos sin fines de lucro: legitimidad cultural, juicio estético-literario, consagración.

Estos dos objetivos, si seguimos una concepción tradicional de la valorización de lo cultural, pueden concebirse como dos búsquedas contrapuestas. Sin embargo, y como sugiere David Throsby (2010) en su análisis a la relación entre la cultura y la economía, en los dos ámbitos se persigue el “valor”; los editores aquí entrevistados aceptaron que si bien deben de velar por la configuración de un catálogo que les de prestigio como editorial deben de

equilibrar esto con la búsqueda de títulos que se ajusten a sus criterios estéticos y que les ayuden a mantener un retorno de inversión de forma constante:

[...] nosotros no podemos dejar de apostar por cosas que creemos valen la pena, aunque a lo mejor comercialmente no resulten tan rentables. Ahora, el gran meollo de todo esto es [...] tratar de que los libros que vendan mucho pues paguen los que no vendan tanto de alguna manera. [...] Sí hemos tratado de afinar esa parte [...] por ejemplo: libros muy voluminosos que sabemos que son difíciles que son mucho más costosos a lo mejor si antes publicábamos tres o cuatro al año ahora, a lo mejor, publicamos uno o dos porque sabemos que también hay que cuidar esa parte [la financiera] pero no es una cuestión determinante que limite las apuestas ni el espíritu del proyecto (Felipe Rosete, Entrevista # 4).

Se observa en las editoriales analizadas que en la conformación de sus modelos editoriales coexisten objetivos con y sin fines de lucro, y pueden ir variando en su relación dependiendo de los proyectos que se vayan estableciendo en las organizaciones editoriales o los intereses de los individuos en los controles administrativos o bien, la situación financiera de algún momento determinado.

Siguiendo a Bhaskar los modelos editoriales presentes en **Textofilia**, **Sexto Piso**, y **Nitro Press** son una combinación de la percusión de beneficio económico como de reputación literaria: “[...] son como un montaje de valor: prestigio [...] autoridad cultural [...] que cubren problemas básicos de recursos y generan [...] rendimientos” (op. cit., p. 189). Por supuesto y cómo se ha visto en los párrafos anteriores, la forma en que se estructuran estos modelos editoriales determina la manera en la cual las organizaciones toman decisiones respecto a cómo se deben administrar los recursos, la configuración y delimitación de los objetivos, las labores que deben de ser centrales como empresa, a cuáles actividades se les da prioridad, etcétera. Y es en la conformación de estos modelos editoriales, en conjunto con las acciones y tareas que se derivan de la configuración de las funciones de filtración y amplificación, que se determina cómo y de qué forma se deben gestionar las labores creativas en lo que se denomina *administración creativa*.

En las editoriales analizadas el rol y las funciones de la administración creativa son ejecutadas por la figura de los editores es decir, aquellos a los que la administración creativa tiene por objeto de control. Por lo general en las editoriales

corporativas o transnacionales, esta labor es llevada a cabo por agentes especializados; Baker y Hesmondhalgh, siguiendo a Paul DiMaggio en su análisis a la organización de producción cultural, describen a estos especialistas como aquellos que median entre las aspiraciones de creación de los productores simbólicos y el deseo de los administradores por predecir el éxito de las mercancías culturales y por controlar el destino de la organización (*op. cit.*, pp. 81-82). Esta doble intención se encuentra presente en la agentes que en este estudio identificamos en el rol de editor y por supuesto, como se ha señalado a lo largo del capítulo, la forma en que esta doble función es ejercida por cada uno de los agentes va variando de acuerdo a las organizaciones editoriales en las que circunscriben su actividad y sus características: su tamaño, la complejidad de la división laboral, la capacidad financiera de la organización y la cantidad de libros que publican por año. Sin embargo, es posible encontrar algunas semejanzas en la manera en que se ejerce esta forma particular de administración creativa al interior de **Textofilia Ediciones**, **Editorial Sexto Piso** y **Nitro Press**. Quizá una de las más notorias es la que se observa en la figura de sus editores: se percibe una constante tensión ya que tres funciones diferentes con objetivos bien diferenciados —creadores, dueños y administradores creativos— son ejecutadas por una sola persona o una sola figura. En el primer rol, el de creadores, se pueden identificar en los agentes aquí entrevistados la búsqueda de autonomía creativa,¹⁰² es decir del desarrollo de una labor que sea independiente a los imperativos y las tendencias de mercado, y que se generen una mercancía única y valorada por estándares propios. El segundo rol, el de los dueños, se identifica la tendencia descrita por Hesmondhalgh (2013) en su análisis a las estructuras de propiedad en las industrias culturales, la cual está basada en el interés por maximizar las ganancias, ingresos y mejorar el estado financiero de su propia

¹⁰² Por autonomía, y ya expliqué esto en el primer capítulo de esta tesis, me estoy refiriendo a una autonomía relativa: la idea de *autonomía* es posible en la medida en que surgen valores establecidos desde los propios términos de la producción cultural y la mercancía cultural que se está produciendo. Los que hacen el producto cultural persiguen esta valorización a sabiendas que es lo que les permitirá el acceso al mercado y que los dota de una singularidad y distinción del resto de sus competidores o al interior de cierto sector.

compañía. Y en el tercer rol, el de administradores creativos, se observa una operación de mediación entre sus propios intereses que buscan la acumulación de capital y ganancias para la organización de la que son dueños y por otra parte, sus intereses centrados en “[...] alcanzar el éxito y/o construir su reputación produciendo obras originales, innovadoras y/o consumadas”¹⁰³ (ibídem, p. 78). Estas diferentes funciones —que en su ejecución pueden resultar contradictorias entre sí— y cómo que se encarnan en los editores de **Textofilia**, **Sexto Piso** y **Nitro Press** lo ejemplifica bien Rosete al responder a la pregunta de cómo y por qué es que se selecciona un título y de cuánto va a ser su tiraje:

[...] tratamos de estimar cuánto podemos vender, cuánto tenemos que colocar para poder vender eso y ya [...] es toda una discusión siempre porque [...] nunca sabes bien. A lo mejor se trata de un autor que es nuevo que es poco conocido y [...] tú dices “no le puedo apostar a tanto”, entonces si no le vas a apostar tanto en primer lugar, ¿para qué lo seleccionaste?, ¿para qué lo eliges?, ¿para qué decides publicarlo? Y en segundo lugar, sino hubieras apostado en su momento por Keret o por Petrović o por Valeria [Luiselli] o por Carlos Velázquez o por [Daniel] Saldaña o por quien se te ocurra, pues no hubiera pasado lo que ha pasado con ellos. Ahí es donde está un poco el punto también, porque evidentemente al publicarlos estás apostando por todo, pero no le puedes dar el mismo tratamiento a los libros. Es una discusión que está centrada en cuántos títulos hacer al año, cuál es la cantidad de títulos óptima y en qué tiraje (Entrevista # 4).

Esto anterior si bien no se presenta de la misma forma en las otras dos editoriales, sí ilustra la constante tensión que existe en este tipo de organizaciones por conciliar el *gusto personal* del editor y los intereses económicos de la organización editorial, es decir la preocupación de cómo convertir una inclinación individual por ciertas temáticas y autores en mercancías comercializables, definir qué tipo de beneficios pueden sacar de las publicaciones y cómo éstas no sólo aportan al crecimiento financiero de la editorial sino también a su mantenimiento. Por ejemplo, **Nitro Press**, que es definida por sus propios dueños como una editorial que busca ir a contracorriente del mercado y de las tendencias editoriales formuladas por las grandes corporaciones transnacionales, les queda claro que es de suma importancia generar lógicas de comercialización alternativas a los

¹⁰³ Traducido del original: “[...] to achieve success and/or build their reputation by producing original, innovative and/or accomplished works.

grandes anaqueles de librerías de cada y que sean lo suficientemente efectivas para colocar sus libros en el mercado y así poder asegurar la continuidad del proyecto, no hay una negación al mercado como tal pero sí hay una distanciamiento deliberado por parte de esta editorial de las lógicas comerciales que se imponen desde lo que ellos perciben como meros intereses mercantilistas y no culturales:

Después de que se hace la parte editorial pues qué mas quisiera decir uno “¡ah, pues aquí está el libro!” No, ahora hay que moverlo, hay que conseguir ferias, hay ver quién te los puede comprar... hay que ir a las ferias, hacer contactos... es mucho trabajo como de promoción y generar contactos (Lilia Barajas, Entrevista # 3).

Lo que queda claro, y que también se percibe junto con las tensiones ya descritas en las tres organizaciones, es la búsqueda por implementar un control que medie entre los diversos intereses que coexisten al interior de la organizaciones: los intereses literarios, la búsqueda de consagración y reconocimiento, la implementación de un modelo comercial exitoso, la recuperación efectiva de inversión; algunos de estos intereses se pueden concebir como antagonistas pero de alguna manera se integran a un solo modelo editorial a través de las funciones de filtrado y amplificación: por una parte se observa en los editores entrevistados un interés genuino por seleccionar, producir y generar productos que sean de cierta forma autónomos a las lógicas de mercado o a las tendencias de las corporaciones editoriales, donde se puede distinguir una toma de decisiones basadas en la integración de ciertos valores culturales a partir de lo cual se le asigna cierto valor al libro a partir de su contenido y por el tipo de experiencia que está comunicando. Por otra parte, es posible advertir el despliegue de una serie de estrategias que tratan de amortiguar los riesgos que implica la puesta en circulación de los libros—tanto en su distribución como en la difusión—, estas estrategias se pueden asumir como respuestas específicas a lo que se perciben como dificultades para generar ganancias y obtener beneficios económicos que permitan a las organizaciones editoriales seguir con la producción editorial.

3.2 Movilización de los recursos laborales

Lo que se ha observado en el análisis a la administración de las organizaciones editoriales es que resulta más que obligatorio establecer las condiciones necesarias para que, por una parte, la labor creativa que garantiza la producción de libros sea posible y, por otra parte, y como señala Becker con respecto a la importancia de la distribución en el mantenimiento de los mundos de arte, la generación de mecanismos para que estos lleguen a ser distribuidos, conocidos y consumidos por el potencial público y que, al mismo tiempo, permitan la recuperación de la inversión en dinero, tiempo y materiales de tal manera que se pueda adquirir más dinero y materiales para seguir con la actividad de producción de libros (op. cit., pp. 117-118). De aquí la importancia de implementar una coordinación laboral eficiente que estandarice la producción editorial de tal forma que se aminoren, en la medida de lo posible, los costos de producción.

El libro y la construcción del catálogo, como objetivos de consecución del quehacer editorial, son el centro de la actividad de una red de personas que colaboran entre sí. Esta colaboración es el resultado, como ya se ha señalado, de una serie de consensos donde se comparte una idea de los tipos de trabajos y actividades específicas que se deben de llevar a cabo para que la publicación de libros y por tanto la construcción del catálogo sea posible. Estas actividades y trabajos se coordinan entre sí a partir del establecimiento de un consenso tanto de forma implícita como explícita y que permite el desarrollo de una lógica de colaboración particular que, como en toda industria cultural, permite que la producción de una mercancía sea lo más eficaz y eficiente, y “[e]se consenso es probable cuando todos los participantes pueden realizar cualquiera de las actividades necesarias de modo tal que, [...] hay una división del trabajo, [y se] desarrollan grupos funcionales especializados”¹⁰⁴ (ibídem, p. 25). De esta manera las decisiones se pueden tomar con rapidez, se busca una coordinación eficiente y fácil a través de la estandarización. En el caso de las editoriales aquí estudiadas, ¿cómo es posible esto?, ¿quién establece los criterios para que la producción y circulación de los libros sea lo más eficiente?

¹⁰⁴ Traducido del original: “This consensus is likely when everyone involved can perform any of the necessary activities so that [...] a division of labor exists [...] functional groups develop”.

En los casos de **Textofilia** y **Sexto Piso** esto se realiza desde el control de asignación. Desde los mandos altos —dueños-editores-administradores creativos— se establecen los criterios para la movilización de recursos laborales al interior de la división de trabajo de las editoriales. Sánchez Riancho en **Textofilia** y el “consejo editorial” en **Sexto Piso**, del que forma parte Rosete, si bien toman en cuenta el desempeño y el nivel de satisfacción laboral de sus subalternos, son ellos quienes tienen la última palabra en la manera que se van a repartir las labores al interior de las editoriales, de qué modo se llevarán a cabo la asignación de personal y recursos económicos para que eso pueda ser posible. La posibilidad de transmitir estas decisiones no sólo es por el lugar que se ocupa en el organigrama, esta posición tiene que apoyarse en el establecimiento de vínculos comunicativos efectivos que trasladen a los subalternos el interés personal que los dueños tienen en el mantenimiento y crecimiento de su organización; no se trata de imponer sino de convencer al resto del equipo que las formas en que se reparte el trabajo y se coordina éste es necesario para el mantenimiento y el desarrollo de la editorial:

Yo lo que hago, por lo general, es que los proyectos se los asigno a un solo editor para evitar estar pisándonos los talones. Hay como un editor en jefe del proyecto y esa persona tiene que desarrollar todo [...] Me gusta formar editores, que sea gente que podamos integrar al equipo y que dentro de esa formación destaque el gusto personal que ellos tienen y hacia dónde quieren dirigirse. Todo eso procuramos tomarlo en cuenta para decidir quién se va a encargar del libro [...] Procuro repartirles proyectos que sean más afines [...] Cuando llego el libro de Atto [*Miscelánea del deseo*], cuando se lo pasé a Liz [Elizabeth Ruiz] coincidió con que Yéssica [Puga] estaba en una época de entrenamiento y como el libro tenía un aparato crítico un poco más grande me pareció que era demasiado para ella; es [...] medir capacidades del equipo (Ricardo Sánchez Riancho, Entrevista # 1).

Se percibe que la vinculación entre los controles de asignación y de control sí es jerárquica pero no necesariamente de imposición; por supuesto que Sánchez Riancho es quien tiene la última palabra con respecto a las formas en que se deben de distribuir los recursos laborales y las formas en que se van a repartir las actividades pero si quiere conseguir una mayor efectividad y eficiencia de éstas — que posteriormente se puedan traducir en ganancias— es necesario hacer caso a

sus subordinadas y sus intereses para colaborar a la alimentación del catálogo de la editorial. Hesmondhalgh y Baker identifican esta misma lógica al interior de los equipos de producción en la televisión y los equipos editoriales en las revistas; denominan a esto anterior como *la obligación de los vínculos en red* (Baker y Hesmondhalgh, op. cit., p. 108). Esto lo identifican como una de las características esenciales del trabajo de los administradores creativos en donde se les exige a estos “[...] considerables recursos personales y organizacionales y de labor emocional, una forma de trabajo que le exige [...] a inducir o suprimir su opinión con el fin de sostener [...] el estado mental en los demás”¹⁰⁵ (ibídem, p. 110). De lo que se trata de conciliar en este forma de vinculación —hacer caso a los intereses de las editoras en el caso de **Textofilia**— es la forma de negocio que se le exige a la editorial con las formas de cooperación laboral que garantizan que la labor creativa se siga manteniendo su nivel de trabajo y así se siga acrecentando el catálogo de la editorial con lo que se garantiza el reconocimiento y la posibilidad de poder vender una mayor cantidad de títulos.

Por tanto, la generación de vínculos en red y de comunicación, tanto de ida como de vuelta entre los dos niveles del control administrativo —de asignación y operación—, son necesarios para la instauración de la movilización de los recursos laborales, de la delimitación y las formas de cooperación entre las diversas funciones que exige la actividad editorial de cada una de las editoriales; estos canales internos de comunicación están mediados en parte por la jerarquía organizacional de las editoriales aquí estudiadas pero también por la capacidad de los mandos altos en transmitir la necesidad de implementar esa lógica de coordinación laboral.

Esto anterior en el caso de **Nitro Press** no aplica de la misma forma; si bien existen vínculos en red y de comunicación, éstos se desarrollan e implementan de un modo muy distinto dado el número reducido de agentes que intervienen en la organización, esto tiene como consecuencia, por una parte, que los controles de

¹⁰⁵ Traducido del original: “[...] demands considerable personal and organizational resources and emotional labour, a form of work that requires [...] to induce or suppress feeling in order to sustain [...] the proper state of mind in others”.

asignación y operación no tengan frontera distinguibles entre sí —sólo son dos personas quienes toman las decisiones y ellos mismos las ejecutan de acuerdo a las coyunturas y necesidades que vayan surgiendo— por tanto no se genera ningún tipo de comunicación vertical donde se trate de convencer a subordinados sobre la importancia de implementar cierta estandarización u organización laboral para el mantenimiento de la organización; por otra parte, se establecen una serie de vínculos en red, comunicativos y de cooperativos mucho más estrechos con agentes externos a la editorial, en concreto entre la organización editorial y sus autores. De éstos se apoyan Barajas y Bares para hacer circular y distribuir los libros que se producen en la editorial, de esta forma la movilización de recursos laborales que establecen para el mantenimiento de la organización editorial no se constituyen a partir de la relación “patrón-subordinado” sino desde dos tipos de relaciones: “editor-editor” y “editor-autor”. De estos vínculos se derivan dos tipologías de estandarización: la laboral al interior de **Nitro Press**, donde se establecen los pautas y la repartición de labores entre los dos miembros de la editorial, y por otra parte, una labor externa basada en la colaboración con los autores, o gente cercana al proyecto, que apoyan en las actividades que no pueden cubrir o llevar a cabo los dos únicos miembros fijos de la organización editorial principalmente en asuntos de la función de amplificación (como se ha dicho, en cuestiones relacionadas a la distribución y circulación de los libros en espacios como las ferias de libros, presentaciones, etcétera).

Queda claro, a partir de los tres casos aquí analizados, que la estandarización y el establecimiento de convenciones para la movilización de las labores no puede concebirse como algo cerrado, enteramente definido y que se puede presentar de una sola forma. Como ya se había apuntado en este capítulo, las funciones editoriales y las labores que en éstas se insertan pueden modificarse dependiendo de los intereses de aquellos que están involucrados, de la forma en que perciben las necesidades internas de la editorial así como los cambios al exterior de la organización; éstos han sido los caso de las tres editoriales aquí mencionadas, con el tiempo cada una de éstas ha modificado sus formas de trabajo principalmente por dos causas: la necesidad de encontrar las formas más

eficaces para realizar las labores relacionadas sobre todo en la manera que los agentes relacionados con la función de filtración se coordinan y por otra parte, las percepciones que tienen los dueños de estas editoriales con respecto al desempeño de su organización en el mercado, si es eficaz la forma en que se efectúa el retorno de inversión, las circunstancias en el contexto editorial más amplio, etcétera. Se observa que en cada una de las decisiones y de los esquemas de trabajo que se implementan al interior de las organizaciones, existe un espacio de indeterminación que permite la modificación de las normas y que posibilita la adecuación de las acciones emprendidas para las labores al interior de las funciones de filtración y amplificación con el fin de adaptarse a las coyunturas que se le van presentando a la acción editorial. Como apunta Becker con respecto a las convenciones que permiten la actividad cooperativa: “[i]ncluso en los casos en que las directivas parecen muy específicas, dejan mucho margen para resolver cosas por referencia a los modos de interpretación habituales y mediante la negociación”¹⁰⁶ (ibídem, p. 31).

Es necesario hacer una breve mención de los dos esquemas bajos los cuales se pueden agrupar la labor de los agentes que están involucradas directamente en las actividades editoriales. Los agentes laborales tanto en **Nitro Press**, como **Textofilia** y en **Sexto Piso**, se pueden dividir en dos grandes grupos: *personal permanente* y *personal eventual*. El primer grupo son aquellos que están metidos de lleno en la organización, por lo general se encuentran de tiempo completo e involucrados en varias de las actividades al interior de la organización. Los que forman parte del segundo grupo se les contrata por proyecto —son lo que comúnmente se le denomina como *freelancers* y proveedores— y facilitan un servicio específico dentro de la organización en sus funciones de filtración y amplificación. Sin importar a qué grupo pertenezcan, se puede observar que los agentes “[...] constituyen una reserva de posible personal [...] porque pueden realizar una tarea especializada necesaria en la producción de

¹⁰⁶ Traducido del original: “Even where the directions seem quite specific, they leave much to be resolved by reference to customary modes of interpretation on the one hand and by negotiation on the other”.

los trabajos artísticos en cuestión y se encuentran disponibles para hacerlo”¹⁰⁷ (ibídem, p.77). Por supuesto la manera en la que se dispone de esta reserva varía dependiendo de las necesidades de cada organización editorial, tanto presupuestarias, como el tipo de trabajo que se necesita y de la habilidades requeridas para ese trabajo. El tamaño de la reserva de trabajo se establecerá a partir del mismo tamaño de las organizaciones —**Sexto Piso** tiene la más grande al ser una organización de trabajo mucho más compleja— y del tipo de modelo editorial que tengan vigente, la pauta de objetivos que se persigan y por tanto, el tipo de actividades que se vuelven primordiales para que estos objetivos se puedan cumplir.

Por ejemplo, en el caso de **Textofilia Ediciones** la reserva de personal de la que se dispone gravita alrededor de profesionales especializados en diseño; esta editorial en su plantilla de personal permanente no cuenta con ningún diseñador de tiempo completo. ¿Por qué? El modelo editorial que impera en **Textofilia** fue planteado por sujetos que provienen de formaciones profesionales concentradas en las humanidades y ciencias sociales es decir, son profesionales abocados a la generación y manejo de contenidos escritos. Sánchez Riancho y Núñez Lanz se decantaron para la construcción de su equipo de trabajo en gente que compartiera su misma formación profesional —al menos similar— en vez de concentrarse en conseguir profesionales permanentes que cubrieran las funciones que ellos no podían realizar.¹⁰⁸

Igualmente en **Sexto Piso** el modelo editorial se estableció en torno a las formación profesional de su equipo editorial-administradores creativos; los

¹⁰⁷ Traducido del original: “[...] make up a pool of potential personnel [...] because they can do some specialized task required in the making of the art works in question and they make themselves available to do it”.

¹⁰⁸ En las entrevistas con el equipo editorial de **Textofilia Ediciones** nunca se mencionó este aspecto. Esta afirmación proviene de mi experiencia profesional y personal en esta organización a lo largo de 5 años. Al momento de contratar personal para que formara parte del equipo editorial el perfil de los candidatos estaba completamente definido e identificado: nos interesaba gente que estuviera habituada a la lectura como experiencia del día a día y que tuviera cierta noción de literatura —como disciplina pero también como forma de producción simbólica—. De esta forma, a la gente que se seleccionó a lo largo de mi estadía en esa editorial siempre fueron personas que provenían de carreras humanísticas —filosofía, humanidades, etc.— o concentradas en los estudios de la lingüística y literatura.

hermanos Rabasa y el propio Rosete provienen de carreras concentradas en el manejo crítico de textos y en la generación y manejo de contenido escrito pero, a diferencia de la organización anterior, en la medida que fue expandiéndose la editorial como empresa se fueron desplazando de este centro al tiempo que se iban identificando cuáles eran las necesidades para mantener este crecimiento, comenzando a privilegiar la contratación de personal que apoyara en la función de amplificación —administradores, vendedores, jefe de prensa y personal de distribución— y de esta manera asegurar el retorno de inversión y la capitalización de la empresa, relegando la contratación de agentes que apoyaran en las funciones de filtrado. El caso de **Nitro Press** varía con respecto a los otros dos sobre todo por el tamaño de la organización que es muy reducido y en donde las funciones de filtrado y amplificación buscan ser cubiertas por los dos miembros de la editorial, Barajas y Bares, sólo recurren al personal eventual cuando ninguno de los dos puede cubrir el trabajo que se requiere. Es también importante señalar, como se dijo en apartados más arriba al momento de describir el tipo de agentes que se involucran en las funciones editoriales, que este equipo se apoya de sus autores que se encuentran en otros estados para suplirlos en las actividades de amplificación pero es justo cuando este recurso se agota que es necesario acudir al personal eventual para lograr su cometido de difundir y, sobre todo, distribuir sus títulos. En cuanto al aspecto de la filtración, propiamente el de conceptualización y diseño del libro, están cubiertos tanto en el aspecto gráfico como de manejo de contenido dado la formación profesional del equipo editorial: Lilia Barajas es diseñadora gráfica especializada en diseño editorial y Mauricio Bares se ha desempeñado en organizaciones transnacionales, como escritor, traductor y editor teniendo asegurado las actividades en las actividades de conceptualización y diseño de los títulos, por tanto, no se requiere apoyo externo para cubrir estas labores.

La reserva laboral que proviene del grupo del personal eventual, Bernard Miège apunta, también puede aplicarse como una estrategia para aminorar los riesgos de inversión —ya repasados en este mismo capítulo—: es una “[...] política de edición [que] requiere el acceso directo a los trabajadores culturales e

implica su renovación, su rápida rotación en función de [las necesidades y] fenómenos de moda [...] y sin necesidad de asalariarla” (1982, p. 13). Esta tendencia no es perceptible en ninguna de las tres editoriales, pero no sería aventurado afirmar que quienes posiblemente encajen en este perfil sean los mismos autores que se publican en cada una de estas organizaciones: el establecimiento de redes y vínculos cooperativos por parte de los encargados del proceso de filtrado los ayuda a detectar posibles candidatos para ser publicados con lo que se mantiene en constante renovación en los catálogos; de esta forma se puede entender a la rotación de los autores como una renovación constante de los trabajadores eventuales que son los autores con el fin de ir “probando” cuál de estos es el que reditúa más y así seguir invirtiendo en éste con toda seguridad. Como sea, en los tres casos investigados, los encargados del control de asignación —en este caso los editores— es perceptible una tendencia en la selección del *personal eventual* con tres finalidades:

- a) Cubrir las actividades que son necesarias para poder completar la actividad editorial y que no tienen quién las lleve a cabo entre el personal permanente.
- b) Cubrir alguna contingencia que surja al interior de la organización y que se requiera apoyar al personal permanente.
- c) En respuesta a alguna externalidad a la organización que sea necesaria adecuarse para así poder seguir compitiendo en el mercado o entre cierto sector de la industria editorial, o bien para aminorar los costos de producción que implica tener a alguien que se le paga un cheque mes con mes.

El perfil de esta reserva de trabajo a la que recurren los editores está constituido por profesionales —relacionados de forma directa con las prácticas existentes en la industria editorial en general— y con la que están en permanente contacto¹⁰⁹ y el número de actividades varía de con respecto al tamaño de las

¹⁰⁹ Miège describe tres perfiles en la reserva disponible de trabajadores: a) aquellos que buscan la formación profesional, b) profesionales y c) practicantes no-profesionales en espera de acceder al personal permanente. Tanto el primer perfil como el último no fueron una constante en los casos analizados, sólo **Textofilia Ediciones** cuenta con un espacio

organizaciones editoriales. En **Textofilia Ediciones** y **Sexto Piso** al no contar, en el proceso de filtrado, quien se encargue del diseño editorial —por posibles razones que se describieron en párrafos arriba— recurren a profesionales en este rubro para que les preparen los diseños de los interiores como de los forros (exteriores); de nuevo esto varía de acuerdo al tamaño de cada organización y la amplitud de su producción: para la primera, como publican un promedio de 5 libros al año más otros tantos de servicios editoriales que ofrecen a través de su sello Libros del Marqués, sólo recurren a los servicios de dos diseñadores externos que saben las necesidades que tiene la organización y el tipo de servicio que les deben de ofrecer; también se explica por qué no se contrata a alguien de fijo para esa posición: la demanda de sus servicios no es constante por lo que contratar a alguien de planta implica un gasto de fijo que quizá no se pueda sostener al no publicar una cantidad de libros suficiente al año que garanticen un retorno de inversión estable. Mientras que en el segundo caso, se observa que los esfuerzos por contratar personal se concentran en el área de ventas y distribución: los tirajes de esta editorial son de mil ejemplares por título y se publican, entre rediciones y novedades, un promedio de 45 libros al año. Ante tal cantidad de libros que se deben de vender para garantizar el retorno de inversión se entiende que resulta mucho más importante tener el personal suficiente para colocar los libros en puntos de venta que un equipo de diseñadores de fijo que, de nueva cuenta, implica un gasto continuo que la organización prefiere destinar en otros rubros, en este caso en el proceso de amplificación. Ahora, el caso de **Nitro Press** al ser una editorial mucho más pequeña que las anteriores en términos de personal y con los dos miembros fijos del equipo involucrados en cada una de las labores insertas en las funciones de filtrado como de amplificación se observa que sólo recurren al personal eventual en casos donde ellos ya no alcanzan a cubrir las necesidades de la editorial por ellos mismos y necesitan apoyo. Ejemplo de esto es la participación de **Nitro** en las ferias del libro que suceden a lo largo de todo el país: cuando algunas de éstas se empalman se decide contratar a encargados para los

para las prácticas profesionales pero al momento estar elaborando las entrevistas en ésta no había nadie ocupando el puesto.

diferentes espacios de venta; esto sucede de dos formas: o bien se contrata a alguien de forma directa —ya sea por vínculo profesional o personal— o se recurre a los servicios de un distribuidora. Aquí, de nuevo, aparece como relevante privilegiar el proceso de ampliación, proceso central para la búsqueda de ganancias y por tanto de mantenimiento de la organización como un negocio competitivo en el mercado.

La movilización de los recursos laborales —dependiendo de las características de cada organización— va orientada siempre a la maximización de las ganancias y a lo que se asume como la correcta dirección de las capacidades financieras de las editoriales y que según las estimaciones de quienes están en los controles de asignación son las mejores estrategias que se pueden implementar al interior de las editoriales que encabezan y de esta forma asegurar su continuidad y participación en el mercado editorial en el cual se insertan.

El sector editorial independiente, en el que se agrupa a **Textofilia Ediciones, Nitro Press y Sexto Piso**, se puede percibir en un primer vistazo como una respuesta homogénea a la manera en que se estructura la industria editorial en México y el mundo: a través de la concentración del mercado por parte de los grandes corporativos. Se puede argumentar que por ser una contrapropuesta a una tendencia dominante las formas en que las editoriales agrupadas en este sector llevan a cabo su labor puede resultar muy similar, sin embargo nada más alejado de la realidad. Al momento de acercarse a las formas en que trabajan y comprenden su trabajo las tres editoriales aquí analizadas se observa, en efecto, que se conciben como una alternativa a las lógicas imperantes en la industria editorial, pero las formas en que estructuran esta respuesta —y por tanto las labores que la ejecutan— varían entre cada una de las editoriales de acuerdo a las concepciones que tengan del mundo editorial, las expectativas que tienen de sí como editorial y los objetivos que plantean como organización económica.

A lo largo de este cuarto capítulo se analizaron las maneras en que se conciben y gestionan las labores que garantizan la producción de la mercancía cultural que es el libro y la serie de conocimientos y habilidades que se concentran en torno a estas labores; además se elaboró un análisis de los diversos métodos que siguen cada una de estas editoriales para asegurar el establecimiento y estabilidad de sus estructuras de producción, comercialización y difusión a partir de dos puntos de partida: la forma en que se definen y reparten las labores al interior de estas organizaciones y por otra, las diversas estrategias que se van estableciendo y adaptando para administrar esas labores y las funciones editoriales que conllevan. Lo que se buscó fue hacer una caracterización de las particularidades de cada una de estas editoriales, determinar posibles convergencias y similitudes, y establecer los parámetros bajo los cuales su labor creativa se estructura y es ejecutada. La labor creativa de cada una de las organizaciones editoriales está orientada principalmente a racionalizar la producción editorial tanto en su etapa de concepción y producción, así como en la etapa de circulación a través del establecimiento de varias funciones especializadas asentados en una división laboral que requieren ciertas pautas de organización.

De esta manera, se lograron identificar y se describieron las formas en que **Textofilia Ediciones**, **Sexto Piso** y **Nitro Press** disponen de sus recursos humanos y materiales, de sus conocimientos y sus redes de cooperación para establecer y cumplir sus objetivos, y sus lógicas de trabajo para así conformarse como organizaciones editoriales que se adecúan tanto a las exigencias que son propias de la industria editorial y las dinámicas de mercado en las que se insertan, al tiempo que tratan de cumplir con las pautas que éstas mismas establecen y permiten que se los identifiquen como cierto tipo de organización editorial. Si bien las editoriales aquí analizadas tienen diversos orígenes —sociales, culturales y económicos—, con diferentes procesos de conformación de la estructura laboral y con diversos esquemas de producción, convenciones y redes de cooperación, a estas tres las une el hecho de que son un intento de vincular —y conciliar— sus visiones con respecto a lo que debe de ser el libro y la literatura en concreto —visiones que ellos consideran culturalmente legítimas con respecto al mundo

editorial y literario— con las lógicas comerciales que son propias de la industria editorial y que exigen a estas editoriales cumplir con ciertos criterios de producción, circulación y competencia.

Tal como apunta Becker, el trabajo colectivo y específico que se requiere para la producción de cierto producto —en este caso la labor creativa de cada una de las editoriales— no sólo está constituido por las consideraciones, operaciones y procedimientos disponibles y consensuados al interior de una organización; esto anterior viene acompañado por un “paquete”¹¹⁰ que incluyen las situaciones sociales e institucionales que se activan en la ejecución de las consideraciones particulares de cada organización (Becker, 2009). Es decir, la creación artística, en este caso la labor creativa de **Textofilia**, **Sexto Piso** y **Nitro Press**, establece y dispone de elementos que posibilitan y facilitan su trabajo pero deben éstos estar establecidos de tal manera que la obra que de ahí deriva pueda ser reconocida y definida como válida más allá del espacio en donde se le está produciendo. Queda claro que el trabajo interno de las editoriales aquí descrito —quizá no reconociendo sus convenciones internas y sus redes de cooperación pero sí lo que resulta de éstas— resulta común y es avalado por el mercado, los críticos y otros espacios sociales en donde circula los libros que producen; las editoriales encaminan su labor creativa para que así sea.

En el siguiente capítulo me enfocaré en una de las instancias que, de acuerdo a lo descrito en el segundo y tercer capítulo de esta tesis, es una de las dimensiones constitutivas del espectro independiente en el sector editorial —y por ende de las tres editoriales aquí estudiadas— constituyéndose como uno de los elementos primordiales del “paquete” través del cual se activan las disposiciones y

¹¹⁰ Este término deriva de una serie de preguntas que se hace Becker con respecto a cómo es que surge la estabilidad en las prácticas artísticas. Observa que las prácticas convencionales, conocidas y operadas por todos aquellos que pertenecen a un mundo de arte en específico, es lo común para todos y se está habituados a los usos y posibilidades que éstas marcan estableciendo una “inercia”, es decir, una costumbre y una familiaridad con las posibilidades de creación: “[...] cada pieza del paquete presupone la existencia de todas las otras. Están conectadas de modo tal, que cuando elegimos una de ellas, se nos hace fácil decir que sí a todos los elementos que vienen juntos con esa opción” (Becker, 2009, p. 105). Se puede pensar a la “inercia” como hegemonía, es lo que se tiene y es lo que se conoce, se presenta como obvio.

procedimientos generados por las editoriales. Me estoy refiriendo a la intervención pública indirecta promovida por el Estado mexicano y particularmente, por los intereses de esta tesis, me estoy refiriendo a la modalidad del Programa de Coediciones de la DGP que, como se señaló en el tercer capítulo, incide en el sector independiente de la industria editorial al apoyar y promocionar las actividades productivas de este sector; se constató que las acciones de la DGP van encaminadas a generar alternativas a las lógicas de concentración industrial y de mercado que imperan gracias a la dominancia de los grandes corporativos transnacionales y ponen en una situación de vulnerabilidad y poca certeza financiera dado que no pueden competir en contra de éstas.

Las preguntas aquí, y que corresponde responder en el siguiente capítulo, es ¿cómo las disposiciones internas de cada una de las editoriales aquí analizadas se ajustan a las disposiciones y exigencias de este programa para así poder recibir el apoyo?, ¿qué tipo de vínculos de cooperación se entablan al momento de generarse esas modificaciones?, ¿en realidad se modifican o forman parte activa de la definición de la labor creativa?

CAPÍTULO V

Las editoriales independientes ante la intervención pública indirecta: los recursos públicos, los esquemas de coedición y la labor creativa.

En el capítulo anterior quedaron establecidas las formas a través de las cuales la labor creativa se organiza y gestiona al interior de las editoriales **Textofilia Ediciones**, **Sexto Piso** y **Nitro Press**. Se describió el establecimiento de una serie de roles clave que vuelven posible la acción editorial y la producción del libro. Estos roles, y las convenciones que de ellos se desprenden, dependen de las necesidades y las coyunturas económicas y organizativas, y de los objetivos que se van estableciendo y modificando a lo largo del tiempo en cada una de estas tres organizaciones. La forma en que se coordinan estas labores, y la movilización de recursos económicos, de conocimientos y de personal que implica su organización se logra a través del establecimiento de una cadena de interacción particular en donde cada uno de los agentes y las labores que llevan a cabo posibilitan la cadena del libro —concepción, producción, circulación y difusión—. Quedó asentado que las editoriales —al menos por la aproximación a las tres editoriales aquí analizadas en el capítulo anterior— son organizaciones económicas pero también sociales en donde se establece una lógica de producción y trabajo que se adecúa en su estructura según las necesidades internas que van surgiendo a lo largo del tiempo y a las exigencias externas provenientes del mercado editorial, la introducción de nuevos agentes, valores y lógicas en el sector editorial y por supuesto, la participación del Estado.

Como ya se había advertido en el tercer capítulo de esta investigación, la acción del Estado en el espacio de la industria editorial se realiza a través de una serie de programas oficiales, siendo éstos el resultado de un proceso de legitimación en donde diversos agentes expresan múltiples intereses y visiones en

torno al espacio en donde se considera que el Estado debe de hacer su intervención. Los programas oficiales, en apariencia cerrados, unilaterales y monolíticos, son en realidad producto de la propuesta de diversos agentes (que pueden colocarse tanto el sector privado como en el público) que discuten y dirimen sus intereses en el espacio en donde se está planeando la intervención pública ya sea directa o indirecta. En otras palabras, los programas oficiales, en general, se constituyen en la medida en que se introducen e institucionalizan —a través de discusiones, establecimientos de consensos y formas de coordinación— ciertas posiciones con respecto al papel que debería de jugar el Estado en la vida pública de una sociedad y los diversos sectores que la componen; los programas oficiales son la expresión de los ajustes a los diversos intereses y perspectivas emergidos de diversos compromisos, concesiones, influencias y juicios personales, son personas quienes los conciben, institucionalizan y ejecutan. La intervención pública, por tanto, no es la acción de un Estado “sin rostro”, es un ejercicio producto de un consenso entre individuos que movilizan sus posiciones sociales y conocimientos al interior de diversas organizaciones y esta movilización va tomando una forma concreta y presentándose como homologada a través de la intervención pública y los planes oficiales.

Y esto anterior resulta de vital importancia porque una de las dimensiones constitutivas del espectro independiente de la industria editorial se establece a partir de la relación de este sector con el Estado: las editoriales independientes por la escala de su mercado son propensos a un mayor riesgo económico, así que son más proclives a acercarse a las políticas públicas para obtener apoyo para poder publicar (Szpilbarg, 2012, pp. 471-476). Entonces, es necesario atender a las formas en que el Estado puede intervenir y que, al menos en el caso de nuestro país, se hace a través de una serie políticas públicas culturales que pueden presentarse de formas muy variadas: ya sea a través de subsidios para una publicación en particular —como es el caso del Programa de Coediciones— o en la intervención directa en el mercado para generar demanda de libros —la Ley para el fomento a la lectura y el Libro— o bien, como ayuda para lograr mayor visibilidad en el espacio del mercado editorial y circulación —aquí podemos ubicar

a las librerías EDUCAL que son la distribuidora del Estado—. Siempre teniendo en cuenta que las formas de intervención no se trata de la interacción entre organismos públicos y organizaciones particulares —las editoriales— sino entre individuos que se encuentran insertos en estos espacios institucionalizados siendo éstos lo que accionan, ejecutan e interpretan los planes oficiales; y es en esta interacción entre individuos que los planes públicos se modifican, ajustan y se conforman de acuerdo a la posición en la que se encuentren: “los que son afectados por el plan tratan de reducir su influencia mientras que sus beneficiarios [ejecutores] tratan de hacerla cumplir o extenderla” (Cisneros, 1999, p. 18).

De formar particular, para este capítulo, lo que interesa analizar son las formas en que los agentes al interior de las editoriales aquí estudiadas organizan su labor creativa para ajustarse a los planes oficiales y así establecer vínculos cooperativos con el Estado asumiendo que el establecimiento de estos vínculos pueden darse desde muy diversas lógicas y se pueden combinar de acuerdo a las necesidades que cada administrador creativo de la editorial identifique como prioritaria y también de cómo conciban su labor como editorial, el tipo de público que les interese y el tipo de libros que les interesa publicar.

Admitiendo que el establecimiento de vínculos cooperativos con el Estado —a través y por los agentes que participan en éste en sus diversas instituciones y organismos— es una característica distintiva de las editoriales independientes dado su posición con respecto a la industria editorial en general —condiciones de inestabilidad y riesgo económico al que están expuestas— es de suma importancia analizar entonces a **Textofilia**, **Sexto Piso** y **Nitro Press** en las maneras en que éstas editoriales establecen vínculos cooperativos con el Estado;¹¹¹ asumiendo que estos vínculos pueden no desarrollarse de igual forma dado que los agentes involucrados por parte de las editoriales, y que intervienen en el proceso de vinculación, movilizan consideraciones particulares con respecto a su labor editorial y adecúan estas visiones al marco que el Estado propone. Por tanto, en este capítulo me concentraré en la identificación y la descripción de los

¹¹¹ Que aporta a través de diversas instituciones y organismos, en mayor o menor medida, al mantenimiento y supervivencia de estas organizaciones,

vínculos cooperativos y las convenciones laborales que se establecen al interior de **Textofilia Ediciones**, **Sexto Piso** y **Nitro Press** a partir de su interacción con las instituciones y organismos públicos enfocados a la promoción y fomento editorial, particularmente el Programa de Coediciones de la Dirección General de Publicaciones.

Para este acercamiento se parte del diagnóstico que Tony Bennett realizó durante el análisis a las lógicas que habilitan el establecimiento de la relación entre los intelectuales, la esfera pública y la burocracia cultural; de acuerdo a Bennett se debe asumir que las formas de vinculación entre la esfera de la producción cultural y el sector público están determinadas por una serie de *consideraciones técnicas* —perspectivas teóricas, diferentes concepciones de lo que debe de convertirse en público, ideologías políticas, etc.— que juegan un papel decisivo en las formas en que las producciones culturales circulan y son exhibidas, y a quiénes son ofrecidas y mostradas; estas consideraciones técnicas implica la aplicación de ciertas formas de experiencias y conocimientos a través de los cuales las producciones culturales son adaptadas a nuevos propósitos (2006, pp. 21-22).

En otras palabras, para aproximarse a las formas en que se entabla la relación existente entre el sector independiente editorial y los programas, instituciones y organismos públicos se debe de asumir que el sector público no actúa como un todo homogéneo ni las editoriales se adaptan de igual forma a las exigencias del primero y a sus intereses y apreciaciones sobre el sector editorial independiente. Me parece prudente tener en cuenta lo que apunta Howard S. Becker con respecto a la participación del Estado en la producción cultural: “[a]l igual que otros participantes en la producción de trabajos artísticos, el Estado y sus agentes actúan según sus propios intereses, que pueden coincidir o no con los de los artistas que crean los trabajos”¹¹² (2008, p. 165). Se sabe que el Estado, al estar compuesto por una diversidad de agentes los cuales aportan sus puntos de vista con respecto a la propia intervención y despliegue de lo “público”, no es

¹¹² Traducido del original: “Like other participants in the making of art work, the state and its agents act in pursuit of their own interests, which may or may not coincide with those of the artists making the works”.

una organización pasiva, va introduciendo sus propias disposiciones en los espacios de producción cultural donde decide participar. Al mismo tiempo, los agentes insertos en estos espacios adecúan sus intereses y acciones, y condicionan sus formas de labor creativa no sólo a las exigencias y lógicas propias del sector donde se encuentran, sino también a la visión del sector público con respecto a los contenidos que se deben producir y hacer circular —el “paquete” al que me había referido en las últimas partes del capítulo anterior—. La alineación exitosa de los principios de producción de las organizaciones culturales y de los intereses promovidos por los agentes públicos permite que las mercancías culturales —producidas desde y por motivos asentados en las predilecciones particulares y comerciales de aquellos que las conciben—, se incluyan en mecanismos de producción, difusión y consumo mediados no sólo por intereses comerciales sino también por los intereses que le son propios a la intervención pública y de aquellos que la configuran.

La motivación que guía a este capítulo es la de averiguar cómo es que las lógicas internas de la labor creativa de las editoriales aquí estudiadas —tanto en sus convenciones como en las acciones concretas de sus agentes— interactúan con las lógicas de la intervención pública que son, evidentemente, de origen externo. Interesa identificar el tipo de decisiones que se toman al interior de las organizaciones editoriales al momento que se opta por conseguir un apoyo público y describir el tipo de consideraciones y circunstancias que se dan al momento en que se establecen los vínculos cooperativos con los organismos e instituciones que gestionan los apoyos públicos avocados a la publicación y el apoyo editorial. De esta manera, se describirán cómo las diversas modalidades de labor creativa de cada una de las editoriales se integran y adaptan a las lógicas estatales más amplias en sus exigencias económicas y culturales. De forma particular, el objetivo específico de este capítulo es examinar el tipo de ajustes que se dan en las labores creativas que integran la producción editorial frente a las lógicas de trabajo y los objetivos que persigue el Programa de Coediciones de la Secretaría de Cultura.

1. LA FUNCIÓN Y LA LÓGICA DE LA INTERVENCIÓN PÚBLICA INDIRECTA EN LAS EDITORIALES INDEPENDIENTES.

El Estado, según Howard S. Becker, puede considerar a la producción cultural como una fuerza positiva de la vida social colectiva, “[...] una fuerza que respalda el orden social, moviliza a la población tras objetivos [...] deseables [...]”¹¹³, de ahí que la intervención pública en la producción cultural —tanto de las artes como de otro tipo de mercancías culturales— se manifieste en “[...] el apoyo a artistas, a instituciones de formación, grupos de interpretación, espacios de exhibición, publicación y gastos de producción, así también becas y otros subsidios [...]” (2006, p. 181);¹¹⁴ esto permiten a los creadores culturales asegurar recursos para garantizar su labor creativa y, por tanto, la producción de las mercancías culturales que de ésta resulta.

Los apoyos que provienen de la intervención pública —tanto materiales, como económicos, así como de infraestructura y sustento legal—, donde por supuesto se ubica el Programa de Coedición de la DGP, y que son aprovechados por el sector independiente, consideran al libro —y las actividades relacionadas con la producción, circulación y consumo este objeto— como una mercancía inscrita en un “[...] marco de [...] las garantías constitucionales de libertad de escribir, editar y publicar libros sobre cualquier materia, propiciando el acceso a la lectura y el libro a toda población” (Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, artículo 3º, Párrafo primero). Para Fabiola Rodríguez Barba a partir del marco legislativo promovido en la llamada “Ley del Libro” del 2008,¹¹⁵ se da el

¹¹³ Traducido del original: “[...] a force which supports social order, mobilizes the population for desirable [...] goals [...]”.

¹¹⁴ Traducido del original: “[...] support for working artist, training institutions, performing groups, exhibition spaces, publication, and expenses of production, as well as fellowships and other grants [...]”.

¹¹⁵ Esta ley se aprobó en abril de 2008, durante el sexenio de Felipe Calderón Hinojosa. Existía una ley previa, promulgada en el 2000, pero nunca entró en vigor dado que nunca se conformó el consejo técnico para la redacción de su reglamento —sin esto ninguna ley puede operar—. Para solucionar este problema, se promovió una nueva iniciativa de ley que retomaba y complementaba aspectos de la ley vigente a partir de la introducción de una mayor claridad de ámbitos en donde la legislación debía de intervenir, las competencias específicas que debía de poseer y las instituciones que debía de vincular y coordinar. También se planteaba una reorientación del Consejo Nacional para el Fomento del Libro y la Lectura como un espacio de encuentro entre los diversos agentes públicos,

reconocimiento por parte de la legislación mexicana al estatus particular del libro: “[...] no es una mercancía como las otras [...] merece la protección del Estado debido a su función social más que mercantil” (2009, p. 84). De esta manera, a partir de la promulgación de dicha ley, el Estado mexicano busca (Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, artículo 3º, fracciones I-VIII):

- a. Generar políticas, programas y proyectos encaminados al fomento a la lectura.
- b. Incentivar la edición, producción, distribución y comercialización del libro y las publicaciones periódicas. Al tiempo, que se debe de fomentar el establecimiento de espacios tanto privados como públicos para la lectura y la difusión de las publicaciones apoyadas y no-apoyadas.
- c. Crear mecanismos de coordinación en los tres órdenes de gobierno y las diversas instituciones gubernamentales, organismos privados y de la sociedad civil organizada para impulsar las actividades relacionadas con el fomento a la lectura. Además de aumentar la disponibilidad del libro en todo el territorio nacional y acercarlos a potenciales lectores en igualdad de condiciones.
- d. Apoyar a la industria editorial con el fin de fortalecer la cadena del libro,¹¹⁶ al tiempo que se promueva la producción editorial al tiempo que se amplíe la competitividad de las publicaciones mexicanas a nivel internacional.
- e. Formar profesionales en el campo de la promoción de la lectura y estimular la capacitación y profesionalización de los diversos actores que están involucrados en la cadena del libro.

organizaciones privadas y públicas y sociedad civil interesados en la promoción del libro y el fomento a la lectura. Tras un debate de varios años entre las dos posiciones dominantes en el sector editorial —regulación vs. desregulación— se aprobó (cfr. Rodríguez Barba, 2009). Esta “discusión” de posturas corrobora que los planes oficiales del Estado no son desarrollados tal y como se presentan en el espacio de intervención al que están destinados; diversas posturas dirimen y acuerdan qué tipo de problema público es el que se tienen que definir y qué acciones son las pertinentes para solventarlo, en ocasiones algunas posturas se imponen sobre de otras.

¹¹⁶ Para la Ley para el Fomento de Lectura y el Libro la “cadena del libro” es el “[...] Conjunto de personas físicas o morales que inciden en la creación, producción, distribución, promoción, venta y lectura del libro” (Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, artículo 2º, Párrafo sexto).

Esta ley, vista desde la óptica de Becker, ubica como la “fuerza positiva” que debe impulsar —es decir como la intervención deseable en la sociedad— no a la industria editorial y las actividades y objetos que de ésta se desprenden —que por supuesto, aparecen y son constitutivas a la ley—, sino a las actividades e instituciones concentradas en el fomento a la lectura. Sin embargo, aquellos que diseñaron esta legislación, se asume, comprendieron que todo esfuerzo encaminado a esta actividad estaría “[...] destinada al fracaso si no pasa por un proyecto integral que fomente la producción del libros y el acceso a ellos [...] en condiciones semejantes [...]” (Rodríguez Barba, *op. cit.*, p. 84). Es decir, todos aquellos que forman parte de la cadena productiva de la industria editorial —tanto las corporaciones editoriales como aquellos que son medianas y pequeñas empresas de capital mexicano—, deben de contar con un marco legal que sea igual para todos y que garantice la continuidad de su producción a partir de modelo editorial que les sea propio y que está determinado por sus capacidades económicas y la visión editorial que tienen como organización; al mismo tiempo, se debe de garantizar que la circulación de los libros alcance a todos aquellos que estén interesados en acceder a la lectura pero también que garantice la creación de un mercado de lectores que fortalezca las actividades productivas del sector editorial.¹¹⁷

De esta manera todas las actividades de apoyo a la industria editorial quedan supeditadas a las necesidades de formar lectores en nuestro país y por tanto, se plantean como un complemento importante para los programas educativos y de formación de lectores. La aplicación de la ley queda a cargo de la Secretaría de Educación Pública y la Secretaría de Cultura —a partir de su

¹¹⁷ Por supuesto, es posible poner en entredicho la efectividad de dicha ley. En el 2017, casi diez años después de su promulgación, el índice de lectores en el país había decrecido con respecto a las cifras de años pasado. De acuerdo al INEGI de 100 personas con más de 18 años, 45 admitieron haber leído al menos un libro; los libros que más se leyeron de acuerdo a la propia encuesta de este instituto fueron de narrativa, de texto, universitarios, de autoayuda y religiosos, en ese orden. El principal motivo que se enlista para no leer es el de falta de tiempo, seguido por el de falta de motivación o desinterés en la lectura (INEGI, 2018). En otras palabras, no basta un marco regulativo para generar lectores sino también se deben de considerar otro tipo de estrategias más allá de las legales.

creación en el 2015, anteriormente le correspondía al Conaculta— a través del Consejo Nacional para el Fomento a la Lectura y el Libro, que es el órgano público encargado de coordinar a los diversos agentes interesados —públicos y particulares—, promover e impulsar un sistema de información sobre el libro, su distribución, comercialización, derechos de autor, autores, editoriales, lectores, bibliotecas y librerías, además del diseño y la ejecución del Programa de Fomento para el Libro y la Lectura (Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, artículo 15º, fracciones I-XVIII) que se concibe como la principal herramienta para

“[...] el desarrollo de acciones que promuevan la formación de lectores [...] y el fortalecimiento de los servicios para favorecer el acceso de la población a los libros [...]; el mejor uso de la infraestructura cultural destinada a la promoción del libro y al estímulo de [su producción [...]]” (SEC-DGP, 2016, p. 10).

Este programa sirve como guía para las acciones de intervención pública directa e indirecta en el sector editorial. Los principios que conducen estas acciones van de la mano de una serie de programas estratégicos que se concentran esencialmente en procesos de formación y educación (SEC-DGP, 2016, pp. 54-69):

- 1) montar centros estatales de lectura,
- 2) el fomento de la lectura en escuelas normales,
- 3) formación de lectores en bibliotecas públicas,
- 4) salas de lectura, aulas, centros de trabajo, etc.,
- 5) edición, producción y diseño de materiales educativos,
- 6) formación de lectores infantiles y jóvenes,
- 7) fomento a la escritura creativa juvenil,
- 8) un programa de estímulos a la industria editorial; parámetro institucional que sirve de guía para muchos de los programas que otorgan fondos para la producción internacional y que rige, de forma particular, al Programa de Coediciones de la DGP.

El Programa de Fomento al Libro y la Lectura señala en sus reglas operativas que los estímulos deben de estar concentrados en “[...] la producción editorial y a la promoción de libros y autores, mediante distintas convocatorias públicas de apoyo a la edición y a la traducción [...]”, pero también debe de

impulsar la profesionalización de ciertos agentes clave de la cadena del libro — como promotores de lectura— y las actividades de los editores que fortalezcan las acciones de fomento, como talleres y ferias del libro, del sector público (SEC-DGP, 2016, pp. 64-65).

Y es este marco legal que define el Estado con respecto a cómo se comprende la actividad editorial y lectora es el marco a través del cual —de una u otra manera, directa o indirectamente— se lleva a cabo el trabajo colectivo y específico de la labor creativa de las editoriales aquí analizadas. Cuando estas editoriales, sus administradores creativos, buscan obtener algún beneficio económico para garantizar su producción, la adecuación de sus marcos de acción no sólo está constituida por las consideraciones, operaciones y procedimientos disponibles y consensuados al interior de una organización, también se tiene que considerar por fuerza las situaciones sociales e institucionales externas y que también intervienen en la ejecución de las consideraciones particulares de cada organización. El marco legal, generado por individuos, y aplicado, por otros individuos, a través de diversas instituciones y organismos públicos se transforma en una de las partes esenciales de lo que Becker denomina “paquete” y que no es otra cosa más que las prácticas convencionales, conocidas y operadas por todos aquellos que pertenecen a un mundo de arte en específico; en este caso, en el sector independiente de la industria editorial, la acción del Estado, particularmente la intervención pública indirecta, es lo común para todos y están habituados a los usos y posibilidades que ésta ofrece. La presencia del Estado y sus agentes marcan una “inercia”, es decir, una costumbre y una familiaridad con las posibilidades de creación: “[...] cada pieza del paquete presupone la existencia de todas las otras. Están conectadas de modo tal, que cuando elegimos una de ellas, se nos hace fácil decir que sí a todos los elementos que vienen juntos con esa opción” (Becker, 2009, p. 105). Se puede pensar a la “inercia” como hegemonía, es lo que se tiene y es lo que se conoce, lo que se presenta como obvio.

Las interrogantes que se detonan a partir de lo expuesto en los párrafos anteriores son las siguientes: ¿cómo **Textofilia**, **Sexto Piso** y **Nitro Press** se interpretan estas prácticas convencionales y promovidas por los intereses del

Estado —y de los organismos públicos y los agentes que lo representan— con respecto a la manera en que deben de invertirse los recursos públicos para la publicación de libros de entidades privadas? ¿La adopción de las prácticas convenidas para aprovechar los recursos públicos modifica las funciones de estas organizaciones editoriales, al tiempo que se generan nuevas necesidades en las formas en que sus mercancías culturales deben de circular y ser exhibidas? ¿Se modifica la expectativa con respecto a qué tipo de público deben de ser ofrecidos y mostrados los contenidos propuestos por la editoriales? ¿Cómo la experiencia del equipo editorial —tanto de forma individual como de forma colectiva— ayuda a interpretar, ajustar e implementar las consideraciones y exigencias técnicas del Estado? A partir de estas preguntas se tratará de determinar las maneras en que la labor creativa de cada una de las editoriales —la experiencia y el despliegue de conocimientos que implica— responde y se organiza cuando su producto cultural es alineado a propósitos que se localizan fuera de las consideraciones habituales de las organizaciones editoriales de origen.

*1.1 La construcción del catálogo a través de los fondos de la intervención pública en **Textofilia Ediciones, Sexto Piso y Nitro Press***

Antes de dar comienzo a esta sección es necesario aclarar por qué me concentro en la construcción del catálogo como categoría de análisis para observar cómo es que se insertan los parámetro de intervención estatal en las formas de organización interna de las editoriales aquí analizadas y así poder determinar como es que éstas actúan frente a la intervención pública y encaminan su modelo editorial para poder obtener estos apoyos. El modelo editorial, es decir, el modelo organizacional que las editoriales implementan y a través del cual establecen los parámetros de sus actividades: la división laboral, las particularidades de la labor creativa y cómo administrarla, las formas de capitalización y de entrada al mercado editorial, son elementos que están dirigidos a la conformación del catálogo. La construcción, el mantenimiento y la alimentación del catálogo es la actividad primordial de cualquier editorial —en realidad de cualquier industria cultural— puesto que a partir de éste es que se define la propia identidad industrial

y cultural de las organizaciones editoriales: el catálogo es el elemento central que articula el resto de las operaciones en una editorial y el análisis de las operaciones que lo conforman se vuelve central para identificar y comprender las actividades, los acuerdos y los procedimientos laborales que se emprenden al interior de una editorial.

Una de las principales razones para recurrir a los fondos que proveen las diversas formas de intervención pública en el sector editorial independiente —al menos desde lo observado en las entrevistas realizadas para esta investigación— recae en el interés de asegurar recursos económicos para el crecimiento del catálogo. La constitución del catálogo resulta de vital importancia para las organizaciones editoriales porque, por una parte, garantiza la implementación de un “estilo” a través del cual puedan ser identificadas por sus lectores y distinguirse de su competencia. Por otra parte, implica el interés que tienen cada una de las organizaciones editoriales respecto a proponer mercancías que se ajusten a las tendencias de la oferta editorial más amplia del mercado —ya sea por alineación o por presentar algo novedoso—, que se ajusten a sus capacidades de producción tanto económicas como tecnológicas o bien, como un interés de vincularse a factores externos de las organizaciones editoriales pero que van marcando las tendencias generales de la producción editorial. Por supuesto, estas razones se pueden presentar y combinar de diferentes formas en las editoriales; las formas en que éstas se establezcan determina qué tipo de libros son los que se deben de publicar. Lo interesante de observar de esto anterior es cómo se afecta a la constitución del catálogo cuando se recurre a la intervención pública para nutrirlo, qué papel juega el recurso económico que provee el apoyo público al momento en que selecciona un título para su publicación y más importante todavía, cómo se refleja el uso de estos recursos en la construcción del catálogo.

a) **Textofilia Ediciones**

Como ya se había descrito en el cuarto capítulo, **Textofilia** es una organización editorial que se caracteriza por la constitución de un catálogo centrado primordialmente en la publicación de narrativa y poesía. De éste se destaca que la

mayoría los autores de éstos títulos se reparten en tres categorías: autores nóveles, autores no comerciales —es decir, su trabajo no encaja en el tipo de literatura que se considera comercial— y autores que si bien ya tienen un éxito o un reconocimiento ya sea en el mercado o literario deciden publicar con esta editorial otro tipo de géneros que difieren con aquellos asociados a ese reconocimiento generalizado.

Por supuesto, la narrativa y la poesía no son los únicos géneros a través de los cuales se construye lo distintivo del catálogo; de manera general se publican cuatro géneros —narrativa, ensayo, poesía e infantil— distribuidos en seis colecciones: Lumía (novela y relatos latinoamericanos), Hogarth (traducción de novela, relato y ensayos anglófonos), Ión (traducción de poesía clásica latina y griega), Ultramarinos (traducciones de autores no anglófonos), El Gato (infantiles y juveniles) y Camaleón (narrativa y relatos de autores nóveles).

Durante el periodo que va del 2014 al 2017 la editorial publicó un total de 22 libros; de este total el 64% (14 libros) recurrió a algún especie de apoyo —tanto público como privado— para poder ser publicado; por tanto, es posible afirmar que esta editorial depende en gran parte de recursos y apoyos externos a su organización para asegurar la construcción de su catálogo. Durante el periodo señalado, ¿cómo se distribuyeron los títulos por colección de manera general?

Año	Novela	Poesía	Relato	Ensayo	Infantil & juvenil
2014	2	2	0	1	3
2015	2	1	2	0	0
2016	1	1	1	2	2
2017	2	0	1	0	0
TOTAL	7	4	4	3	4

Tabla: elaboración propia a través de datos recopilados en el portal de **Textofilia Ediciones**.

Como se observa en la tabla anterior, la tendencia del periodo analizado confirma la centralidad de los géneros de narrativa y poesía para la constitución del catálogo de la editorial; aunque es necesario señalar que el 50% (11 títulos) de los libros publicado en **Textofilia Ediciones**, durante el periodo, se adscriben al género de la narrativa. Por razones que resultan difíciles de identificar —en las entrevistas realizadas no se obtuvieron datos— la novela y el relato son la

columna central para la constitución del catálogo de esta organización durante el periodo estudiado; aunque si se observa con detenimiento quizá esto sea resultado de la forma en que las editoriales solicitan apoyos públicos para la publicación/producción. Durante el periodo de 2014-2017 la mayoría de los libros que se publican con alguna clase de apoyo fueron los de narrativa: de los 14 publicados con capital externo a la editorial, 7 (50% del total) pertenecen a este género, lo que nos revela que en el caso de esta editorial se optan por apoyos públicos para asegurar la publicación de novelas y relatos.



Gráfico 1: elaboración propia a través de datos recopilados en el portal de **Textofilia Ediciones**.

El resto de los recursos que provienen de los apoyos para la publicación se reparten en el apoyo a publicaciones, primero, al género de poesía (con 3 títulos) y en partes iguales a los géneros de ensayo e infantil y juvenil (2 títulos). ¿Esto qué puede indicar? Se confirma que existe una tendencia por parte de **Textofilia Ediciones** por mantener la construcción de su catálogo desde títulos inscritos al género de narrativa, por tanto existe una consigna del equipo editorial de esta organización —encabezada por Ricardo Sánchez Riancho— por conseguir apoyos públicos y privados para este tipo de género; se pueden esgrimir múltiples razones para explicar por qué optar por apoyos para asegurar el crecimiento del catálogo a partir de la narrativa pero me parece que la principal es la siguiente: es el género más vendido por la editorial, al menos el más exitoso —por ejemplo, en el 2015 la novela *Miramar* de David Miklos fue nombrado mejor libro del año por la revista *La Tempestad*—, por tanto resulta imperante conseguir más recursos para asegurar más ventas —y por ende más recursos— o bien, continuar forjando el

reconocimiento del sello tanto por el mercado como por sus pares en el mundo editorial. ¿Y a qué tipo de apoyos se recurre para lograr esto?

Revisando los apoyos recibidos durante el periodo 2014-2017 se observa que la mayoría de los apoyos provienen de fondos públicos: principalmente de universidades públicas, fondos de la Secretaría de Cultura y del Fondo para la Cultura y las Artes en diversas modalidades.

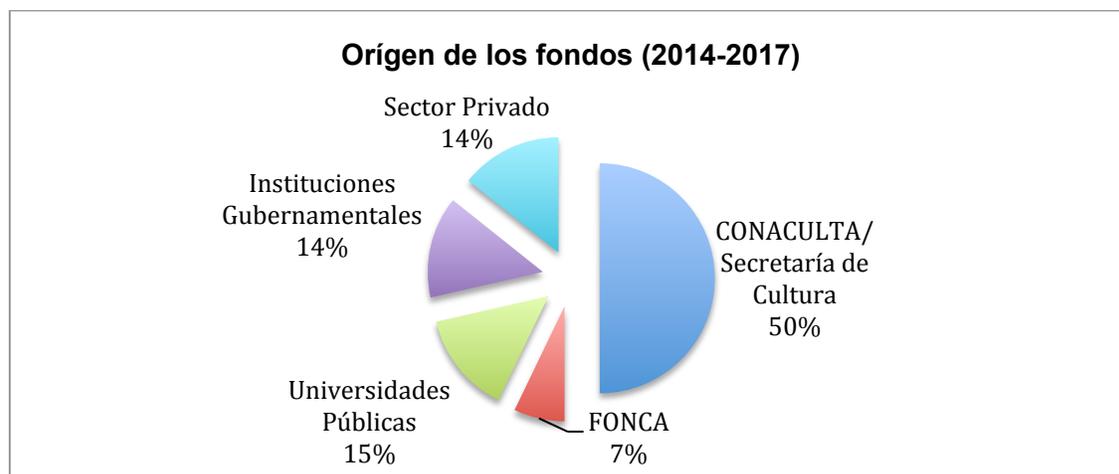
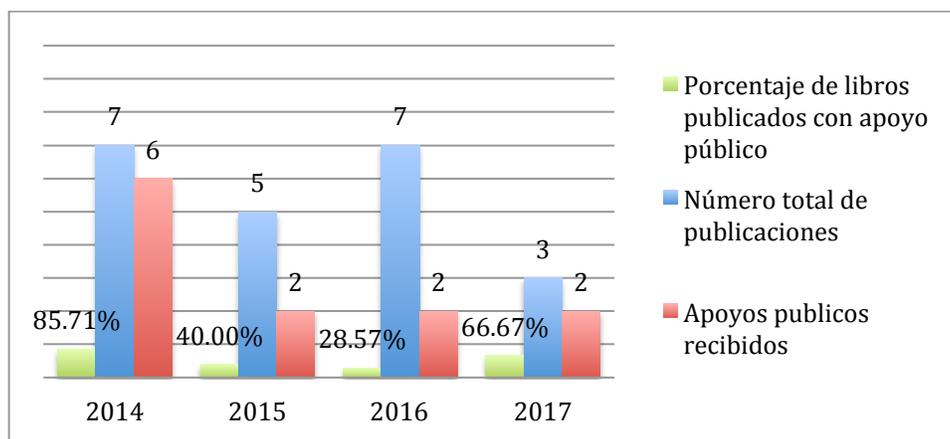


Gráfico 2: elaboración propia a través de datos recopilados en el portal de **Textofilia Ediciones**.

De los 14 libros publicados con apoyo, como se observa en la *Gráfica 2*, el 50% corresponde a la Secretaría de Cultura —hasta el 2015 bajo el nombre de Conaculta—, los apoyos otorgados por este organismo se hacen a partir de dos rubros: ProLibros México —fondo de estímulo a la producción editorial que se otorgó de manera extraordinaria en 2013— y el Programa de Coediciones de la DGP; cuatro libros fueron publicados bajo el primer rubro en 2014 (poesía, infantil y novela— y los otros tres bajo el esquema de coedición —novela e infantil—. El siguiente apoyo más recurrente son las universidades públicas con el 15% del total de apoyos: la Universidad Autónoma de Nuevo León y la Universidad Autónoma Metropolitana otorgaron recursos en el 2017 y 2015 para publicar libros de relatos y poesía, respectivamente. Las instituciones gubernamentales — el Instituto Zacatecano de Cultura y el Ayuntamiento de Mérida— y el sector privado —Universidad Iberoamericana y un mecenas anónimo— han otorgado recursos para la publicación de tres libros en total —ensayos, poesía y relato—, cada rubro a colaborado con el 14% de los apoyos para las publicaciones de la editorial.

También se ha recurrido al FONCA a través del fondo de apoyo a la traducción para publicar una novela en 2017.

Se hace patente la importancia que tienen los fondos públicos dentro de los apoyos que recibe **Textofilia** para asegurar la publicación de sus libros: el 85% de los apoyos provienen de los recursos públicos. Tanta es su importancia que, en el caso de esta organización editorial, la obtención de estos apoyos se ve reflejada en su capacidad de producción.



Gráfica 3: elaboración propia a través de datos recopilados en el portal de **Textofilia Ediciones**

En la *Gráfica 3* se observa la tendencia que a mayor número de apoyos públicos mayor es la cantidad de libros que se publican en **Textofilia Ediciones**. El 2016 no se ajusta a este parámetro, pero no se están incluyendo los dos apoyos que recibieron de la iniciativa privada: el de la UIA para el ensayo *Neosubversión en la LIJ contemporánea* y el del “mecenaz” anónimo para la publicación del libro de ensayos *Horror al vacío*, lo que refuerza la idea de que a mayor número de apoyos recibidos implica más libros publicados por la organización, aunque estos dos no provengan del sector público. Lo anterior revela el rol esencial que cubren los apoyos públicos para la constitución del catálogo en ésta editorial: intervienen de forma directa en la función de filtrado a partir de influir en sus decisiones objetivas mediadas por su propia capacidad económica para establecer su producción en donde por supuesto la dotación de recursos por parte de los apoyos públicos juegan un papel central para determinar la selección de títulos a partir de las solvencia económica que puede o no poseer la organización. Es interesante observar que la aparición de los apoyos públicos no determina el estilo de

publicaciones de **Textofilia**, es decir la construcción del catálogo a partir de los gustos de quienes lo gestionan, sino más bien nos revela la capacidad de respuesta de esta organización editorial para adecuar su propuesta de estilo a los marcos de las lógicas más amplias bajo las que se conceden los apoyos editoriales por parte de los organismos públicos —y que muchos están marcados por el Programa de Fomento para el Libro y la Lectura—.

b) **Sexto Piso**

Se había señalado en el capítulo anterior que el catálogo de **Sexto Piso** está constituido principalmente por títulos de narrativa, siendo este género el que más registra publicaciones en sus años de actividad editorial destacando entre los géneros del libro ilustrado, el ensayo, la crónica y la poesía. Todos éstos —incluyendo el de narrativa— presentan una constante: se privilegia la publicación autores de otras tradiciones literarias más que a autores mexicanos; del total de 275 autores publicados por la editorial 38 son nacionales siendo apenas un 14% por ciento del número total de autores que tiene la editorial. Todos los autores no nacionales que son publicados por esta organización ya cuentan con un reconocimiento a nivel internacional pero poco de su obra se encuentra disponible en nuestro idioma; son autores ya “probados” en otros mercados que sin embargo, no logrado ubicarse en el mercado literario en México. Mientras que las lógicas que se implementan para la inclusión de autores mexicanos en el catálogo de las editoriales se perciben dos modalidades: 1) jóvenes autores publicados por primera vez o 2) autores ya consagrados en el espacio literario de nuestro país y que ya tienen cierto reconocimiento a nivel internacional.

Los cinco géneros y sus autores que publica la editorial se reparten en 6 colecciones: Narrativa, Ensayo, Poesía, Realidades (Crónica y biografías), Ilustrado (Novela gráfica y libros para jóvenes) y Niños. A pesar de que la editorial nació como un proyecto para traducir ensayos de ciencias sociales, filosofía y humanidades, casi de forma inmediata —como se explicó en el capítulo anterior— tuvo como género insignia de su catálogo a la narrativa; desde la fundación de la editorial (2002) a la actualidad se han publicado 146 títulos asociados a éste —

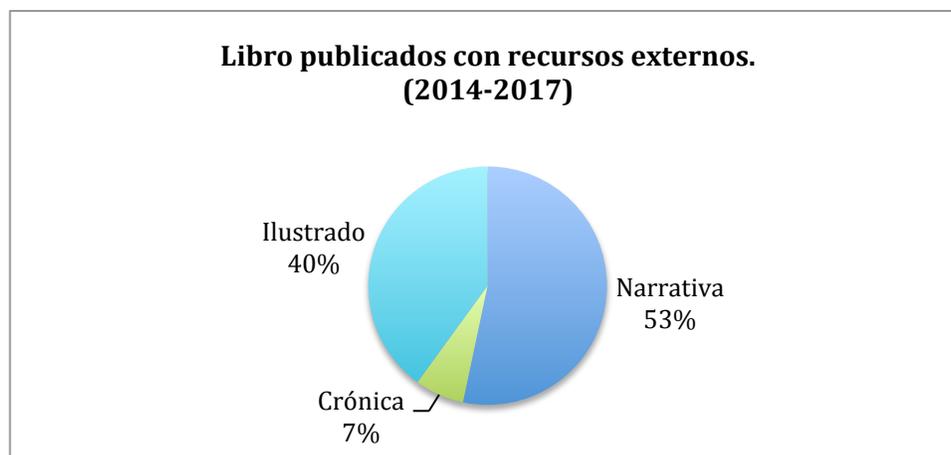
que engloba novela y relatos—, siendo la colección más grande de un total de 352 títulos publicados a lo largo de 15 años. Esta tendencia se observa de igual manera en el periodo que va de 2014 al 2017: los libros de narrativa representan el 40% (70 libros) del total de los títulos publicados en estos años, el resto de los géneros quedan distribuidos de la siguiente forma:

Año	Narrativa	Ensayo	Crónica	Poesía	Ilustrado
2014	19	11	5	2	15
2015	14	6	6	5	12
2016	20	4	4	2	14
2017	17	6	5	2	6
TOTAL	70	27	20	11	47

Tabla: elaboración propia a través de datos recopilados en el portal de **Sexto Piso**.

A lo largo del periodo 2014-2017 esta empresa publicó un total de 175 títulos, de ese total sólo el 8% (15 títulos) utilizó apoyos públicos e internacionales para poder ser publicado. A pesar del que número de apoyos recibidos es mayor al que tuvo **Textofilia** en el mismo periodo, un total de 14, es proporcionalmente menor dado la cantidad de libros que publica. Se puede argumentar, a partir de lo anterior, que los apoyos recibidos para publicar libros no son centrales para la conformación del catálogo de esta organización editorial, se asume que los recursos para el mantenimiento y expansión de su catálogo provienen de recursos propios, es decir, del retorno de la inversión de otros libros.

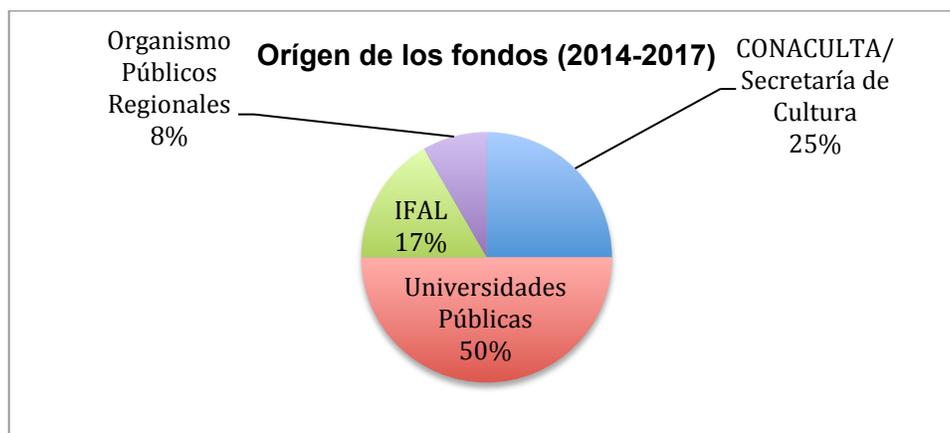
Al igual que **Textofilia**, en esta organización la predominancia de los títulos de narrativa tiene como efecto que la mayoría de los apoyos que se otorgan para la publicación se concentren para la publicación de este mismo género.



Gráfica 4: elaboración propia a través de datos recopilados en el portal de **Sexto Piso**.

Durante el 2014-2017 el 53% de los apoyos fueron destinados al género de la narrativa (8 títulos), el resto de los apoyos se los llevaron los libros ilustrados (6 títulos) y crónica (1 título). Llama la atención que los dos géneros que se llevan la mayoría de los apoyos (*Gráfica 4*) son los dos géneros que mas se publican en la editorial, al menos durante el periodo ya señalado: la narrativa, representa el 40% del total de los libros publicados con 70 títulos, mientras que los libros ilustrados — tanto infantil y juvenil, novela gráfica y narrativa ilustrada— son el 40% de los títulos apoyados con recursos externos. ¿Esto que nos indica? ¿Por qué se opta por pedir apoyos para los géneros que más se publican en esta editorial —se asume que si son los que más se publican también deben de ser los géneros con más éxito y probablemente con el mayor número de venta—?

Se puede argumentar que el mantenimiento del catálogo depende en gran parte de los recursos que provienen de las ventas de los libros inscritos en estos dos géneros, entonces, al solicitar apoyos para este tipo de títulos se aumenta la capacidad de capitalización de la editorial: mientras más libros se publiquen de los géneros que son más solicitados —de ahí que se provea de mayor opciones— la capacidad para generar más ingresos asegura la posible publicación de más títulos de otros tipos de género, además que los apoyos otorgados liberan recursos económicos para la producción de otros libros. ¿Y qué tipo de apoyos son los que proveen de estas lógicas de producción para **Sexto Piso**?

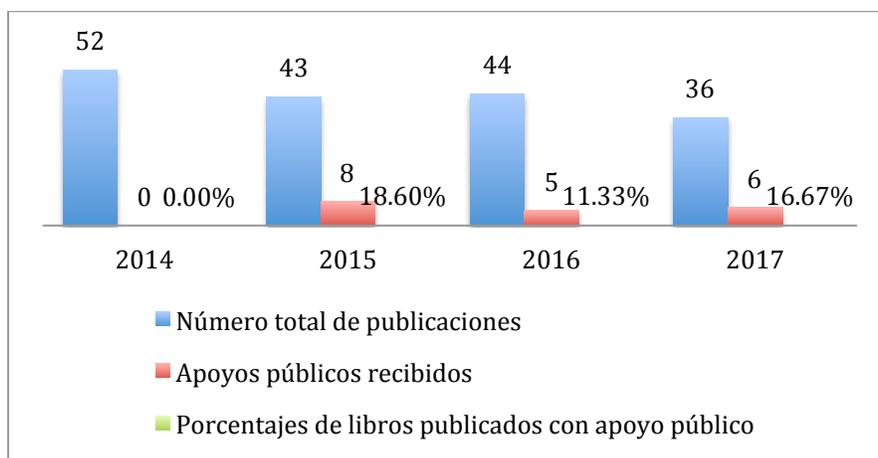


Gráfica 4: elaboración propia a través de datos recopilados en el portal de **Sexto Piso**.

Se observa en la gráfica anterior que la mayoría de los apoyos recibidos son públicos: el 83% provienen de Universidades Públicas, de la Secretaría de Cultura y de instituciones públicas regionales —municipales y estatales—. De estos apoyos públicos, aquellos que provienen de las Universidades Públicas son los que tienen mayor presencia: representan el 50% de los 15 apoyos recibidos durante el periodo 2014-2017; las universidades que aportaron estos recursos fueron la Universidad Autónoma de Sinaloa en tres ocasiones para publicar dos títulos de narrativa y uno de crónica, la Dirección General de Publicaciones de la UNAM que apoyó a la publicación de un título de narrativa, al igual que la Universidad Veracruzana y la UANL. La Secretaría de Cultura, a través del Programa de Coediciones, ha fungido como coeditor de tres libros: dos ilustrados y uno de narrativa, colocándose de esta manera como la segunda fuente más importante de apoyos a la producción.¹¹⁸

A diferencia del caso anterior, si contrastamos el número total de libros publicados con el número total de apoyos recibidos durante el mismo periodo de cuatro años, se constata que en **Sexto Piso** los apoyos públicos no juegan un papel determinante para el mantenimiento del catálogo de la organización. La obtención o no del recurso público no compromete el número de libros que puede publicar esta editorial.

¹¹⁸ El Instituto Francés de América Latina durante el periodo 2014-2017 apoyó a **Sexto Piso** con la publicación de dos libros: narrativa e ilustrado, representando el 17% total de los apoyos. Si bien este es un apoyo que sale de los dineros públicos que da la Embajada de Francia en México, no se considera como parte de apoyo público, dado su naturaleza como agencia extranjera en nuestro país. Además de que su función está más alineada con lo que podríamos denominar como “diplomacia cultural” más que un programa público —es decir con un beneficio para un sector de la población que se traduzca en beneficios mucho más amplios para otros sectores de la población—.



Gráfica 5: elaboración propia a través de datos recopilados en el portal de **Sexto Piso**

La Gráfica 5 señala que durante el 2014 no se publicaron títulos con alguna clase de apoyo e incluso este mismo año fue en el que más libros se produjeron durante el periodo que se extiende hasta 2017. ¿Qué nos señala esto? Que el optar por los apoyos públicos no es una estrategia de mantenimiento de la organización editorial sino más bien una estrategia de capitalización alternativa donde obtención de recursos provenga de fuentes externas y así destinar los recursos propios a otras actividades que ya sea apoyen a las actividades de filtración —publicación de libros, pago de nómina para el equipo editorial, etc.— o de amplificación —conseguir un mayor equipo de vendedores, expandir la red de distribución o difusión— o bien liberar su capital para así complementar gastos que ya están comprometidos para la producción de otros títulos. Lo que se puede señalar, sin importar qué tipo de estrategia se siga y que justifique el uso de recursos externos provenientes de la intervención pública, es que los recursos provenientes de las arcas públicas —esto ya se señaló en párrafos más arriba— redistribuyen los recursos propios de la editorial a otras áreas que también son necesarias para el crecimiento de la editorial. Sin embargo, el no acceder a estos apoyos públicos no merma la capacidad de producción de la organización lo que nos indica la estrategia para el acrecentamiento del catálogo, al menos por los visto en las tendencias del uso de los apoyos a la producción, está marcado por una serie de decisiones que buscan imponer un estilo al catálogo que lo distinguan de los demás, pero estas decisiones van de la mano de consideraciones más objetivas donde la gestión del catálogo va mediada por la capacidad de respuesta por parte

de la organización editorial a los factores ajenos a ésta, en este caso las lógicas institucionales que rodean la práctica editorial a nivel externo para así poder redistribuir sus recursos y maximizar su capacidad económica no sólo en aras de mantener su capacidad de producción sino de garantizar su crecimiento como empresa.

c) **Nitro Press**

Para el caso de esta organización, en el cuarto capítulo se observó que la constitución de ésta como editorial se hizo a partir de dos etapas en las cuáles se fue definiendo el estilo del catálogo. El catálogo —particularmente desde su segunda época, donde se observa un proceso de profesionalización de la editorial— está articulado a partir de la publicación de narrativa —novelas y relatos— y en menor medida ensayo literario, entrevistas y crónicas. En un periodo de diez años, de 1997 al 2017, 51 títulos habían sido publicados; del total de estas publicaciones 53% (27 libros) son libros de relato, el 31% libros de novela (16 libros) y dividiéndose el resto —un total de ocho libros— entre la crónica, las entrevistas y el ensayo; lo que revela el peso que tienen la narrativa, particularmente el relato, como eje vertebral de la construcción del catálogo de esta editorial. Los géneros que constituyen el catálogo se reparten en cuatro colecciones: Letras Rojas —narrativa y crónicas sobre crímenes—, Punto de quiebre —novela y relatos «clásico» dentro del corpus de obra de ciertos autores y que no han sido reeditados en los últimos años—, InterView —ensayos y entrevistas que reflexionan sobre el fenómeno literario— y Lados B —antología anual de narrativa mexicana joven—. Otra de las particularidades que salta a la vista al momento en que se recorre el catálogo **Nitro Press** es el tipo de temáticas que se presentan de forma transversal en cada uno de los géneros que se publican: novela negra, nota roja, crónicas de crimen y del espacio urbano son los más recurrentes en los libros que se publican en este sello; siendo los autores, la gran mayoría, de origen mexicano y mucho provenientes de la zona norte de nuestro país.

Al igual que en las dos editoriales anteriores, el género de narrativa es el que impera —evidente, dado que la mayoría de las colecciones están motivadas por la publicación de éste—, siendo el subgénero del relato el que mayor presencia tiene en la editorial, tendencia que se percibe en el periodo 2014-2017, donde el 48.27% de las publicaciones (14 títulos) fueron relato. El resto de las publicaciones se distribuyen de la siguiente manera:

Año	Novela	Relato	Crónica- Ensayo
2014	2	4	1
2015	2	2	2
2016	3	5	0
2017	4	3	1
TOTAL	11	14	4

Tabla: elaboración propia a través de datos recopilados en el portal de **Nitro Press**.

Como se observa en la tabla anterior, entre 2014 y 2017 se publicaron en esta organización 29 libros, de ese total, 21 títulos, es decir el 72%, han sido publicados con alguna clase de apoyo. Estas cifras nos ayudan a concluir que los recursos provenientes de los apoyos públicos son de extrema importancia para la construcción del catálogo y al mismo tiempo asegurar, por tanto, su mantenimiento como organización editorial. Los recursos que provienen de los apoyos externos son el método de capitalización privilegiado, posiblemente liberando la reinversión de las ganancias que provienen de la venta de los títulos para así destinarlos a mantener los procesos y las operaciones administrativas de la editorial como empresa.

El dominio del subgénero del relato en la constitución del catálogo se refleja en el número de apoyos otorgados son para publicar a este género; el 57.14% de los libros publicados (12 títulos) son relatos. Los títulos asociados al subgénero de la novela representan el 24% de los apoyos recibidos (5 títulos), mientras que los títulos del género de crónica-ensayo reciben el 19% de los apoyos que la editorial es acreedora (4 títulos).

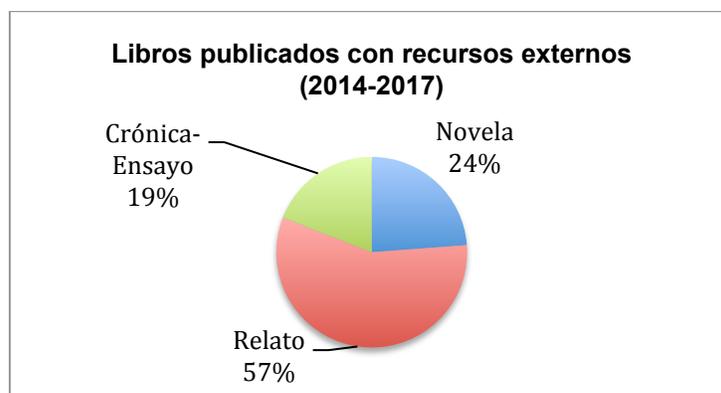


Gráfico 6: elaboración propia a través de datos recopilados en el portal de **Nitro Press**.

Llama la atención que la lógica de repartición de apoyos para cada uno de los géneros y subgéneros publicados en esta editorial coincide con la lógica dominante de producción en el catálogo: los géneros que son más publicados por la organización son aquellos que se les busca más recursos externos para poder publicarlos. Existe una tendencia, al igual que en **Textofilia Ediciones**, por mantener la construcción de su catálogo desde títulos inscritos al género de narrativa. La apuesta de la editorial es publicar textos que se inscriban en este género —y en menor medida crónicas y ensayos— pero que no se ajusten a los cánones convencionales del mercado editorial en nuestro país; el movimiento comercial de los títulos esta editorial, se puede inferir, no siempre responden a los retornos convencionales de inversión provenientes de las ventas, por tanto es natural que se genera la consigna tanto de Barajas y Bares —el equipo editorial— por conseguir apoyos públicos con el fin de asegurar más recursos para la producción de sus libros que no necesariamente provengan de la venta de sus propios libros, al mismo tiempo, rompiendo un poco la dependencia de los recursos que puede proveer el mercado a partir de la obtención de apoyos externos para que así, de esta manera, puedan concentrarse de mejor manera en el desarrollo de un catálogo que ellos asumen como poco convencional y así generando un reconocimiento por la peculiaridad que éste implica. ¿Y a qué tipo de apoyos se recurre para lograr esto?

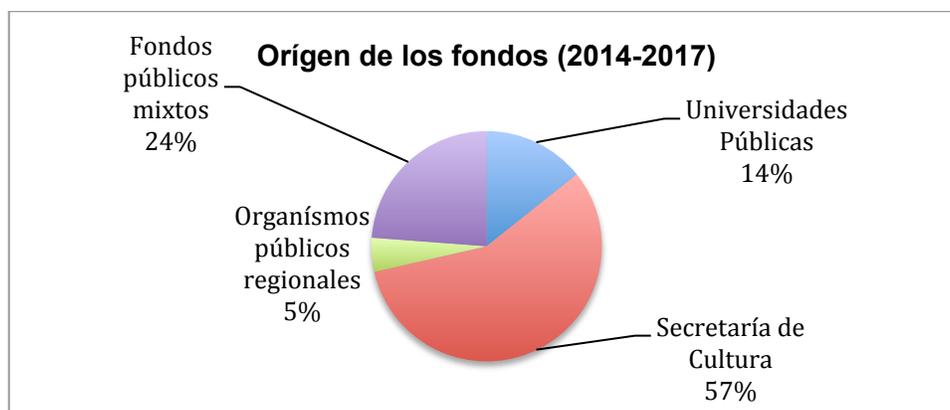


Gráfico 7: elaboración propia a través de datos recopilados en el portal de **Nitro Press**.

Todos los apoyos recibidos para la publicación de los 21 libros del periodo 2014-2017 provienen de organismos públicos. El organismo que registra mayor participación es el de la Secretaría de Cultura —también otorgó recursos cuando existía bajo el estatuto del Conaculta— con 12 apoyos a lo largo de cuatro años; éstos fueron repartidos en diferentes modalidades y a través de dos esquemas: en cinco ocasiones desde el FONCA con el Programa de Fomento a Proyectos y Coinversiones Culturales y en siete ocasiones desde la Dirección General de Publicaciones a través su Programa de Coediciones. Le sigue, por el número de apoyos otorgados, lo que denomino como “Fondos públicos mixtos”; los recursos que otorgan los fondos de este tipo provienen de la Secretaría de Cultura-DGP en colaboración con otros organismos públicos regionales; bajo esta esquema la **Nitro Press** y Secretaría de Cultura ha publicado 5 libros en conjunto con Secretaría de Cultura de San Luis Potosí (1 título), el Instituto Sonorense de Cultura (3 títulos) y Secretaría de Cultura de Sonora-Instituto Sonorense de Cultura (1 título).¹¹⁹ La UANL, universidad pública, está en tercer lugar al proveer a **Nitro Press** con el 14% de los fondos para coedición (3 títulos) y con el 14% de los recursos para la publicación bajo el esquema de coedición (1 título) se encuentra el Fondo Regional para la Cultura y las Artes del Noroeste.

¹¹⁹ Es de llamar la atención que en este esquema de participación la participación de la Secretaría de Cultura se impone con respecto a los otros organismos públicos. Si sumamos este tipo de fondos públicos mixtos a las recursos otorgados en solitario por parte de este organismo resulta que el 80% de los libros publicados bajo el esquema de coedición (17 títulos) tiene como origen sus fondos.

Queda más que claro que los fondos públicos resultan constitutivos para la construcción del catálogo de esta organización editorial: el número de apoyos recibidos se traduce en la capacidad de producción para **Nitro Press**: la mayor cantidad de recursos externos públicos que se consiga mayor número de títulos se publican.

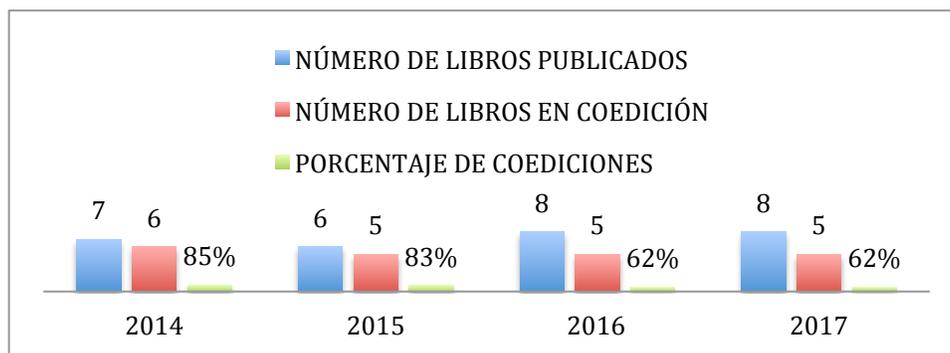


Gráfico 8: elaboración propia a través de datos recopilados en el portal de **Nitro Press**.

El número de apoyos no parece ser significativo en cantidad, oscilan entre cinco y seis, durante el periodo 2014-2017, más o menos la misma cantidad que la editorial **Sexto Piso** durante el mismo periodo. Sin embargo, esta cantidad de libros editados a partir de un esquema de coedición cambia radicalmente su función al hacerse presente en dos modelos editoriales distintos: mientras que para **Sexto Piso** se percibe como una mera estrategia de obtención de otras fuentes de financiamiento para redirigir los recursos obtenidos de la venta a otras áreas o bien para producir más libros, en **Nitro Press** se observa que funcionan como garante para publicar año tras año la misma cantidad de libros y como fuente de financiamiento básico que les permite obtener recursos para poder publicar otros libros sin ninguna clase de apoyo. El rol que cubren los apoyos para la coedición de las instituciones públicas en esta organización es más cercano al que desempeñan en **Textofilia Ediciones**: intervienen en la función de filtrado en la medida que ayuda a formar las decisiones objetivas de la editorial concentradas en mediar la capacidad económica de la organización y definir cómo se destinarán-obtendrán los recursos para llevar a cabo la producción; los recursos obtenidos de los apoyos públicos ayudan a definir la cantidad de títulos a partir de las solvencia económica que puede o no poseer la organización. Esto anterior nos

revela la capacidad de respuesta de esta organización editorial para adecuar a los marcos de acción más amplias bajo los que se mueven los apoyos editoriales públicos por una parte su propuesta de estilo de catálogo —basado en narrativa y crónica— y por otra su esquema de producción para aprovechar los recursos que les otorgan estos apoyos y así generar una continuidad en la cantidad de libros que publican por año.

1.2 Las adaptación de la labor creativa y las funciones editoriales ante la intervención pública

Queda claro en el apartado anterior, y es importante resaltar, que el tipo de organismos públicos que participan en los esquemas de coedición de las tres editoriales aquí analizadas, al menos durante el periodo 2014-2017, son muy similares entre sí —organismos de cultura regionales, fondos mixtos y universidades públicas, y provenientes de los tres niveles de gobierno— o bien, comparten el mismo origen —la Secretaría de Cultura a través de sus diversos programas—. Este último es el e apoyo más recurrente en las tres editoriales, los recursos que provienen de la Secretaría de Cultura representan el 53.3% de los 46 apoyos que se repartieron entre **Textofilia**, **Sexto Piso**, y **Nitro Press**. El otro origen de recursos que comparten estas tres editoriales son las universidades públicas: 5 instituciones públicas de educación superior aportan el 21.8% de los apoyos a las tres organizaciones editoriales aquí estudiadas.

El resto de los apoyos se reparte de la siguiente manera:

Origen y número de apoyos otorgados a *Textofilia Ediciones*, *Sexto Piso* y *Nitro Press* (2014-2017)

<i>Origen</i>	<i>No. de coediciones</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Secretaría de Cultura</i>	25	54.3%
<i>Universidades Públicas</i>	10	21.8%
<i>Organismos regionales</i>	5	10.9%
<i>Fondos Mixtos</i>	6	13%
	46	100%

*Tabla: elaboración propia a través de datos recopilados en el portal de **Textofilia**, **Sexto Piso** y **Nitro Press**.*

Se podría argumentar que el origen compartido de los recursos, y en algunos casos la similitud de estos programas, tiene como resultado que las editoriales conciben lógicas casi iguales para los esquemas y la ejecución de la labor creativa para así adaptarse a las exigencias y lógicas externas que implica con cada apoyo. Sin embargo, quedó claro en el apartado anterior, que los apoyos públicos no se ejercen ni se asimilan de igual manera, al menos por lo visto en las tres editoriales aquí estudiadas. Éstos son desplegados y aplicados de acuerdo al modelo editorial que cada organización escoge para sí, por supuesto también intervienen el tamaño de cada una de éstas, sus capacidades económicas y las formas en que construyen y proyectan su catálogo —las funciones editoriales que despliegan, los individuos que intervienen en la toma de decisiones, el tipo de títulos que les interesa publicar, los lectores que les interesa alcanzar y el mercado que les interesa cubrir—. Es decir, dependiendo de la organización del equipo y las estructuras que hayan desarrollado para llevar a cabo la labor creativa, y las capacidades e intereses que ello involucra, se conciben y gestionan los recursos que otorgan los organismos públicos, pero también depende de las estrategias que desarrollen con respecto al programa o institución en específico a la que se acerquen las editoriales para solicitar el apoyo público.

En la siguiente tabla se observa que el origen de los apoyos proviene de un abanico muy diverso de fondos públicos. El único programa público que está presente en las tres organizaciones aquí analizadas, y como ya se había señalado párrafos arriba, es el Programa de Coediciones de la Secretaría de Cultura, el resto provienen de diversos estratos del sector público y con diferentes orígenes y funciones.

<i>Origen de recurso</i>	<i>Organismo o programa</i>	<i>Número de apoyos</i>	<i>Editorial que los recibió</i>
<i>Secretaría de Cultura</i>	ProLibros	4	Textofilia
	Programa de Coediciones	15	Textofilia, Sexto Piso y Nitro Press
	FONCA-PROTRAD	1	Textofilia
	FONCA	5	Nitro Press
<i>Universidades públicas</i>	UAM	1	Textofilia
	UANL	4	Nitro Press
	Universidad Autónoma de	3	Sexto Piso

	Sinaloa		
	UNAM-DGP	1	Sexto Piso
	Universidad Veracruzana	1	Sexto Piso
<i>Organismos Regionales</i>	Ayuntamiento de Mérida	1	Textofilia
	Instituto Zacatecano de Cultura	1	Textofilia
	Instituto Cultural de León	2	Sexto Piso
	Fondo Regional para la Cultura y las Artes del Noroeste	1	Nitro Press
<i>Fondos Mixtos</i>	UANL-Instituto Zacatecano de Cultura	1	Textofilia
	Secretaría de Cultura Coediciones-Secretaría de Cultura de SLP	1	Nitro Press
	Secretaría de Cultura Coediciones-Instituto Sonorense de Cultura	3	Nitro Press
	Instituto Sonorense de Cultura-Secretaría de Educación de Sonora-Secretaría de Cultura Coediciones	1	Nitro Press

*Tabla: elaboración propia a través de datos recopilados en el portal de **Textofilia**, **Sexto Piso** y **Nitro Press**.*

Lo que se podría describir como un solo monolito institucional por el tipo de origen que tienen, “los recursos públicos” en realidad están compuesto por una serie de organismos donde cada uno tiene una agenda bien definida, objetivos e intereses bien claros con respecto a las publicaciones y a lo que busca dar apoyo. Es a partir de esta estratificación que se infiere que los vínculos de cooperación que se establecen no son los mismos ya que depende de las capacidades de cada organización —en cuanto a la gestión de vínculos profesionales— para relacionarse y generar formas de trabajo en común con los organismos que dan los recursos.

Uno de los ejemplos más claros de esto anterior es **Nitro Press** en su relación con el Instituto Sonorense de Cultura (ISC). Se argumentó ya en el capítulo anterior que esta editorial concentra sus esfuerzos de vinculación con organismos estatales con el fin de asegurar la continuidad de su producción a través de la obtención de recursos de fondos públicos —cosa que también se corroboró en este mismo capítulo, en el apartado anterior—; el ISC es uno de los

organismos que más recursos aporta a **Nitro Press** durante el periodo 2014-2017—4 de los 21 títulos en total provienen de este instituto— porque tanto Bares como Barajas han desarrollado una estrategia basada en la publicación de autores sonorenses que tienen un reconocimiento nacional en el campo literario —han obtenido becas, ganado premios nacionales y estatales— y que asumen serán de interés para este organismo: “[...] sabes qué me ha llegado todo esto de sonorenses, ve qué es lo que te interesa y ve qué es lo que podemos publicar. Y pues lo que no les parezca [...] pues ni hablar, no lo publicamos” (Mauricio Bares, Entrevista # 3). En esta descripción que hace Bares de cómo presentan los títulos al ISC se observa que el proceso de filtración va mediado por los intereses de quien otorga el recurso y la selección definitiva no la hacen los miembros de **Nitro Press**, es el organismo estatal quien tiene la última palabra con respecto a cómo se destinan sus recursos para la producción; de la capacidad de adaptación de la organización a los requerimientos del organismo público —en este caso— es que se garantizan los recursos para seguir alimentando el catálogo.

Otro caso que, me parece, ejemplifica cómo es que los vínculos profesionales que garantizan la obtención de recursos públicos presentan variaciones de acuerdo al tipo de organismo con el que se estén vinculando es la relación que se ha establecido entre **Textofilia Ediciones** y el Instituto Zacatecano de Cultura (IZC) que en conjunto han publicado, en el periodo 2014-2017, dos libros —*Tangos para Barbie y Ken* (2016) y *El discreto arte de narrar* (2017)—. Sánchez Riancho relató que la autora del primer libro —Maritza Buendía— fue quien se acercó a la editorial para proponerles la publicación de su libro de cuentos pero también para informales que IZC contaba con un presupuesto para su publicación si es que **Textofilia** aceptaba incluirlo en su catálogo. De ese contacto inicial, al siguiente año, se recurrió de nuevo a este instituto para publicar una antología de cuento coordinada por la misma Buendía. En este caso en particular, la relación con el organismo que otorga el recurso se estableció desde el vínculo profesional que implicó la autora para publicar el primer libro y después se gestionó ese vínculo existente —dado que es quien antóloga el segundo libro— para garantizar la obtención de un recurso público

para la alimentación del catálogo. En este caso, la función de filtrado estuvo mediada por la capacidad de respuesta o interés en alinearse a factores externos a la editorial a través de la mediación de un individuo externo a esta organización y al mismo tiempo en la gestión del vínculo profesional de Buendía que le permitió a **Textofilia** adquirir los recursos públicos del IZC para la publicaciones de dos libros. Es interesante este caso porque el mismo vínculo presenta dos momentos, para *Tangos...* es la presentación de los intereses de publicación del instituto y la subsecuente generación de conocimientos y vínculos profesionales mediados a través de Buendía y ya después, una vez publicado el primer libro, se gestionó de nueva cuenta desde la misma Buendía la posible publicación de un libro coordinado por ella, por tanto —sin saber a ciencia cierta qué estrategias y lógicas de selección se establecieron para publicar el segundo título— se puede asumir que el contenido provino directamente de ella y la organización editorial buscando entre los dos agentes la forma de vincularlo a los intereses del organismo público.

Los dos casos anteriores revelan una tendencia mucho más amplia: dependiendo de los organismos públicos a los que se acerquen las editoriales para solicitar recursos de coedición se ejercerán diferentes formas de vinculación y se desplegarán diversos agentes con muy diversos roles, esto anterior determinando en buena medida a las lógicas de la labor creativa de las organizaciones editoriales al nivel de las funciones de filtración: los libros que se seleccionan para formar parte del catálogo de estas editoriales no es solamente a partir de los criterios de estilo sino de los propios intereses que tengan los organismos públicos que otorgan recursos. Por supuesto que esto no implica una mera adaptación de las editoriales a las exigencias sino el desarrollo de un conocimiento que les permite a los miembros de estas organizaciones reconocer qué tipos de contenidos pueden interesarles o no a los organismos públicos:

[...] muy sencillo, tú lees la convocatoria y en la convocatoria vienen los lineamientos. Ellos te dicen “puedes proponer hasta tres títulos en estas categorías y con estas líneas. Nos interesan estos temas, bla bla bla”. Y ya. Tú de acuerdo con los objetivos, de los objetivos de la convocatoria, con los lineamientos de la convocatoria haces una propuesta que generalmente está ligada a nuestro plan editorial (Felipe Rosete, Entrevista # 4).

Aquí Rosete, de **Sexto Piso**, describe el proceder de su editorial ante la solicitud de apoyos con recursos públicos pero también coincide con la lógica que impera en las otras dos editoriales. No quiero decir que el proceder sea el mismo, que como he dicho varía de editorial en editorial a partir de las diversas formas de relación que vaya estableciendo con cada organismo público, sino se comparte la premisa de acercamiento a través de la cual las organizaciones editoriales van estableciendo las formas de vinculación y diversas estrategias de colaboración a partir de experiencias previas. De ahí, quizá, es que los organismos públicos que colaboraron con recursos en el periodo de 2014-2017 se repitan en diversas ocasiones para las mismas editoriales; sumando los ejemplos señalados en párrafos anteriores, llama la atención que las editoriales recurran a los mismos organismos en diferentes oportunidades para establecer esquemas de coedición, convirtiéndose así en colaboradores externos recurrentes de estas editoriales —al menos en el periodo ya señalado—. ¿Por qué sucede esto? La lógica bajo la cual se generan y establecen las convenciones que se involucran en implementación de los esquemas de coedición me parece que ofrece una solución a esta interrogante.

Como ya se había señalado en el capítulo anterior, y también en el primer capítulo, las convenciones son aquellos arreglos que cubren todas las decisiones que se deben de tomar en las actividades que circundan la producción editorial. La posibilidad para que las organizaciones editoriales implementen su modelo editorial —es decir la definición y formas que la labor creativa toma a través de las funciones de filtración y amplificación— se brinda a partir del establecimiento de éstas y posibilitan una fácil y eficiente coordinación entre los participantes de la actividad editorial y sus labores. Los vínculos cooperativos que permiten las coediciones entre los organismos públicos y las editoriales pueden leerse a través de este concepto de *convenciones* y por tanto, se puede argumentar que si algunos apoyos públicos se vuelven asiduos entre las editoriales para lograr acrecentar su catálogo es porque se desarrolla un entendimiento compartido de ideas y objetivos, y los acuerdos que de ellos derivan posibilitan tanto las editoriales como a los organismos públicos establecer una estandarización de los

procesos con los cuales se pueden llevar de forma regular las actividades de conceptualización y producción que satisfaga a ambas partes —organismos públicos y organizaciones editoriales— y que permitan la publicación de los títulos que mejor les parezcan y se ajusten a los intereses de los involucrados:

[...] cuando nosotros metimos *Lados B* [a Coinversiones del Fonca] por primera vez, nos la rechazaron. No cumplíamos completamente con los requisitos, debíamos de haber tenido tres años consecutivos de [...] estar publicando y no los teníamos. Nosotros apelábamos que habíamos tenido una primera etapa de mucho más años [...] finalmente nos batearon. Pero te queda el gusanito porque por tu intuición tú te das cuenta que si la gran mayoría de los veinte autores que propone cada año *Lados B* han sido premiados o becados o han tenido premios nacionales pero nadie sabe quiénes son o han tenido un premio local que no se conoció fuera del estado, es casi seguro que les va a interesar si tú los vas a apoyar, porque son autores que nadie más apuesta. Entonces, nosotros intuíamos que ese proyecto tarde o temprano iba a pegar. Entonces el primer *Lado B* lo financiamos nosotros y ya con el año anterior que habíamos hecho cosas ya no necesitábamos tener tres años; cuando vieron el resultado final terminaron por darnos el apoyo (Mauricio Bares, 3ª entrevista).

Lo que Bares describe es el proceso por medio del cual se establecen las convenciones en el caso particular del Programa de Fomento a Proyectos y Coinversiones Culturales del Fonca. En este caso los intereses y objetivos de la intervención pública se encuentran bien establecidos a partir de normas y reglamentos donde se estipula qué tipo de proyectos son los que se deben de apoyar. Ahora, es necesario puntualizar que este programa, y en realidad todos los programas de intervención pública indirecta que son de convocatoria abierta en la Secretaría de Cultura, no es de carácter normativo, es decir no señala qué tipo de contenidos se tienen que desarrollar con los recursos otorgados, sino lo que analizan las comisiones de selección es la viabilidad del proyecto y qué tanto se apega a los intereses de este organismo (Ejea, 2013). El establecimiento de las convenciones no es “consensuado”, por así decirlo, el equipo de editorial de **Nitro Press** tuvo por fuerza que desarrollar de forma unilateral —es decir, de manera interna— los conocimientos y los procedimientos necesarios para adaptarse a las formas de operación del otro agente con el que está cooperando, que es el programa, para así poder obtener los fondos necesarios. Las convenciones, en éste caso, se fijaron en la medida que facilitan el trabajo con la parte que otorga el recursos para las publicaciones: [...] una vez que haces uno y

te lo aceptan, sería una tontería no aplicar así lo siguientes, es muy complicado armar un proyecto. Ya tienes todos los formatos [...] yo los archivo por año, entonces veo el del año anterior o el último y lo voy actualizando” (Lilia Barajas, Entrevista # 3).

Una de las cuestiones interesantes del establecimiento de convenciones para el ejercicio de la labor creativa con el apoyo de recursos públicos es el mantenimiento de la llamada *autonomía creativa*. Como ya se había descrito en el capítulo anterior, ésta se puede entender como un sistema de valorización propio que no se ajusta a ningún otro a partir del establecimiento de pautas profesionales distintivas que van definiendo lo que se espera de cierto trabajo; desde las editoriales aquí estudiadas esto se traduce en el tipo de contenidos que publican: se perciben como organizaciones que ofrecen libros que en cierto sentido van a contracorriente del mercado dominante, que su oferta editorial no se rige por las exigencias comerciales sino literarias.

Desde esta perspectiva, se asume, que **Textofilia**, **Nitro Press** y **Sexto Piso** tiende vínculos cooperativos continuos con ciertas instituciones porque asumen que estos garantizan esa autonomía en la proposición de los títulos que van acorde a sus intereses de publicación, es decir, que les otorguen recursos para la producción no implica poner en riesgo sus propias formas y lógicas editoriales, de hecho, los intereses de ambos agentes —el organismo que otorga el recurso y la editorial— coinciden en los títulos que se buscan publicar y esto es posible a partir de determinar: “[...] cuáles son los criterios [para saber a quién pedirle apoyo:] elegir títulos que pueden ser atractivos para ellos, [...] generalmente son títulos de autores que sean más o menos importantes, de autores que ya hayamos coeditado antes con ellos para darle seguimiento a sus proyectos [...]” (Felipe Rosete, Entrevista # 4). El editor de **Sexto Piso** percibe que la búsqueda de continuidad en los esquemas de coedición no provienen solo de las editoriales, también los organismos públicos son los que tienen interés en seguir colaborando con cierta editorial ya sea por el prestigio del autor que están ayudando a publicar o por darle una continuidad a su propia labor; la relación entre organizaciones editoriales y la intervención pública indirecta parece ser una

relación de beneficio mutuo: las editoriales obtienen recursos para garantizar una continuidad de su producción editorial —que lo aplican de acuerdo a sus propias necesidades de su modelo editorial— y los organismos públicos se proyectan como benefactores de esos proyectos editoriales además de nutrir a otros programas relacionados con la formación de lectores. ¿Qué tan cierto es esto?

2. EL PROGRAMA DE COEDICIONES DE LA DGP EN SU RELACIÓN CON LAS EDITORIALES INDEPENDIENTES: LOS CASOS DE TEXTOFILIA EDICIONES, SEXTO PISO Y NITRO PRESS

Ya en el tercer capítulo se había descrito el Programa de Coediciones como un programa que se basa en la promoción y el apoyo a las actividades de editoriales mexicanas que por la misma naturaleza del programa tiene un impacto particular en el sector independiente de la industria editorial de nuestro país. De ahí que se desprendan una serie de acciones que buscan generar alternativas a las lógicas de concentración industrial y de mercado que imperan gracias a la dominancia de los grandes corporativos transnacionales en nuestro país, que siguen las tendencias globales de la industria editorial, y la dependencia de este mercado editorial a la producción dedicada al sector educativo.

En el mismo capítulo también se observó cómo este programa de la DGP se encuentra inserto en dos lógicas aparentemente polarizadas: 1) se encarga de promocionar la bibliodiversidad al apoyar la actividad de las editoriales tanto independientes como más corporativas para que publiquen títulos que no se observan por lo general en las listas de los más vendidos en nuestro país; 2) reproduce las lógicas dominantes de mercado y distribución a las que se busca anteponer cuando se ajusta a la demanda de abastecimiento del sector educativo —bibliotecas de aula principalmente— al tiempo que muchos de los apoyos que otorga están dirigidos a la producción de títulos de temática infantil y juvenil, los de mayor demanda en el mercado nacional. De esta manera, el Programa de Coediciones se puede comprender desde lo que se ha denominado en esta tesis como *diversidad limitada*: este programa se inscribe en una lógica de promoción y apoyo a las actividades de las editoriales independientes ya que asumen sus

actividades como importantes para el fortalecimiento de la industria editorial en México, por lo tanto brinda recursos económicos a editoriales con un capital limitado y que tienen una oferta de publicaciones alternativa a las grandes corporaciones; sin embargo, como ya se mencionó, los apoyos otorgados se decantan por las grandes tendencias de la industria editorial en nuestro país teniendo como resultado que la mayoría de los proyectos de coediciones aceptados estén concentrados en un sector dominante del mercado: el educativo desde la publicación de los géneros de literatura infantil y juvenil.

Sin embargo, en el caso de las tres editoriales aquí estudiadas estas tendencias no se hacen presentes. Como ya se señaló en este mismo capítulo, si se observan los libros publicados en el periodo de 2014 a 2017, con el apoyo del Programa de Coediciones, en **Textofilia**, **Sexto Piso** y **Nitro Press**, la mayoría están adscritos al género de la narrativa —particularmente novela y relato— lo que desestima un poco la aseveración hecha en el párrafo anterior, además de lo observado en el tercer capítulo de esta tesis. No obstante, este primer vistazo sólo es superficial: si observamos con mayor detenimiento cuáles son las principales publicaciones impulsadas por el Programa de Coediciones se observa el género de narrativa está empatado en segundo lugar junto con el género de poesía en cuanto al número de apoyo recibidos para coedición con la DGP de la Secretaría de Cultura que al menos, como se observó en el Acta de Resultados 2016 de este programa en el segundo capítulo, ocupa el 14.28% de la totalidad de apoyos otorgados para las coediciones. Esto confirma que a pesar de que el Programa de Coediciones reproduce de cierta forma las tendencias generales de la industria editorial en nuestro país —avocada en gran medida al sector educativo— también ayuda al mantenimiento y consolidación de colecciones editoriales que no están adscritas a esas tendencias dominantes. De esta forma se puede argumentar que la preservación, o más bien, la promoción de la bibliodiversidad por parte del Programa de Coediciones es un hecho al menos en su implementación en las tres organizaciones aquí estudiadas.

Más allá de observar si la bibliodiversidad está presente o no en el programa de la DGP y ver cómo es que se ejecuta de forma general, lo que

interesa en este apartado es identificar cómo es que las particularidades de este programa —en lo que ya identifiqué en capítulos y párrafos anteriores como *diversidad limitada*— se trasladan y hacen presentes en las tres editoriales aquí investigadas: qué impacto tienen en la constitución del catálogo de éstas, el tipo de acuerdos y las estrategias laborales que perciben en la implementación del programa al interior de las organizaciones editoriales. De lo que se trata es de averiguar cómo se negocian los intereses particulares frente a los propios intereses de la intervención pública y los resultados de esta negociación.

2.1 La incidencia del Programa de Coediciones de la DGP en la constitución de los catálogos y la ejecución de la labor creativa

El uso de fondos públicos, quedó asentado en este mismo capítulo, varía de acuerdo a los intereses, capacidades y necesidades de cada una de las editoriales. En otras palabras, las organizaciones y los sujetos que las componen toman una serie de decisiones con las que buscan ajustar los requerimientos objetivos de los organismos públicos que otorgan los recursos públicos para así solventar las necesidades particulares que tienen dichas editoriales o de las necesidades que aquellos que detentan el *control de asignación* perciben como necesarias resolver para así volver más eficientes aquellas acciones que definen las metas y los objetivos de la organización. Al igual que en la adaptación de la producción editorial a ciertas exigencias del mercado para el aseguramiento de recursos (la búsqueda por conciliar e impulsar el gusto particular del editor —que como se observó está centrado ya sea en un interés especial por publicar cierto géneros y/o temáticas o bien en contraposición de ciertos esquemas corporativos de publicación— con la retribución económica y la viabilidad comercial), al momento de establecer convenios de colaboración para la obtención de recursos públicos —ya sea a través de convocatoria pública o adjudicación directa— las organizaciones editoriales deben de establecer lógicas de colaboración entre diversas instituciones públicas para así garantizar los recursos públicos que posteriormente se aplican y gestionan dependiendo del modelo editorial que se haya seleccionado siendo los responsables de su administración y aplicación

aquellos que detentan el *control de asignación* al interior de las organizaciones. Estos recursos públicos, que pueden servir como complemento a las actividades de amplificación, tienen como principal objetivo solventar aquello que no se obtiene a través de las dinámicas de mercado para así asegurar el retorno de inversión; así lo señala Felipe Rosete de **Sexto Piso**:

Tenemos que generar recursos adicionales vía los programas de fondos públicos: coediciones, coinversiones, ProLibros, Bibliotecas Escolares y de Aula. Todas las vías posibles [...] Todo lo que podamos generar de adicional a la venta del libro [...] en fin... ésa es una veta en la que estamos tratando de meternos más porque es la forma de pagar todos estos gastos. De nuestras ventas totales yo creo que las librerías serán máximo un 60%; que no está mal [...] las ventas siempre crecen cada año pero también los gastos y ésa es la parte que nos sigue costando un poco... (Entrevista # 4).

De la misma forma, los editores de **Textofilia Ediciones** y **Nitro Press** recurren a los fondos públicos para así complementar lo adquirido con el retorno de inversión y continuar con la producción de su catálogo. Ahora, la forma en que estos recursos son percibidos y aplicados depende del capital que aportan éstos para que cada una de las editoriales pueda seguir publicando los títulos que le interesan: mientras Rosete los describe como un apoyo a los recursos obtenidos gracias a la venta de los libros, Sánchez Riancho, Bares y Barajas describen al capital que proviene del sector público como constitutivo para lograr los objetivos respectivamente planteados en cada una de las organizaciones que encabezan. ¿Esta percepción cómo se traduce en el caso específico del Programa de Coediciones de la DGP?, ¿cómo ésta afecta a la manera en que la labor creativa se ejecuta en cada una de las editoriales?

De entrada se puede afirmar que el programa que ejecuta la DGP no cuenta con igual presencia en las tres editoriales que aquí se describen: por una parte —al menos en el periodo 2014-2017— el número de libros publicados en coediciones con la DGP puede variar, pero más importante aún la cantidad de libros coeditados con los recursos provenientes de esta dirección con cada una de las organizaciones representan porcentajes diversos no sólo con respecto a las aportaciones que hacen para constituir el catálogo sino también con respecto a la cantidad de apoyos recibidos para la

producción. En el caso de **Textofilia Ediciones** y **Sexto Piso** la actividad en conjunto con el Programa de Coediciones se tradujo en la publicación de tres libros en un periodo de cuatro años, representando menos del 5% de su actividad editorial total y aproximadamente el 20% de los apoyos totales recibidos para la publicación. Mientras que para **Nitro Press**, en el mismo periodo, la colaboración con el mismo programa resultó en la publicación de ocho libros representando esto casi el 30% de su actividad editorial total a lo largo de cuatro años siendo además el 38% de los apoyos recibidos para la producción de su catálogo.

	Número de libros publicados con el Programa de Coediciones (2014-2017)	Porcentaje con respecto al total de publicaciones (2014-2017)	Porcentaje con respecto al número de apoyos para la publicación recibidos. (2014-2017)
<i>Textofilia Ediciones</i>	3	3%	21.42%
<i>Nitro Press</i>	8	27%	38%
<i>Sexto Piso</i>	3	1.8%	20%

*Tabla: elaboración propia a través de datos recopilados en el portal de **Textofilia**, **Sexto Piso** y **Nitro Press**.*

Las diversas formas en que el Programa de Coediciones de la DGP se hace presente en estas tres editoriales, como se observa en la tabla anterior, puede tener su origen en diversos factores —el tipo de libros que presentaron y fueron aceptados, el interés que tienen de participar en la convocatoria, la presencia de otros apoyos que ayudan a la capitalización, el tipo de impacto que quieren que tenga catálogo, el tipo de público que les interesa alcanzar, etc.— sin embargo, todos estos tienen como consecuencia, y al mismo tiempo como base, la forma en la que la labor creativa se estructura al interior de las organizaciones editoriales. Es decir, la manera en que se definen el tipo de labores, los agentes que las pueden ejecutar y cómo se pueden coordinar entre estos —el establecimiento de convenciones—, el tipo de vínculos cooperativos que se pueden habilitar —desde la habilidad de establecer vínculos profesionales hasta el gestionar los vínculos personales y de amistad para beneficio de la editorial— y los intereses que se

tengan con respecto a la manera en que se debe de conformar el catálogo definen el tipo de razones por las cuales los agentes al interior de las editoriales les puede interesar acercarse y establecer vínculos de cooperación con los organismos públicos que otorgan apoyos a la producción.

De esta manera, la forma particular en la cual se organiza la labor creativa en cada editorial puede determinar el tipo y el número de apoyos recibidos y por supuesto, condiciona la cantidad de coediciones que se realizan con la DGP. ¿Por qué y cómo sucede esto? Una de las razones más importantes, al menos lo que se pudo dilucidar a partir de las entrevistas realizadas, es la forma en que se planean las publicaciones buscando un equilibrio entre el interés particular del editor y el objetivo principal del programa —relacionado con las actividades de filtración— además del tipo de alcance que se quiere tener con las publicaciones que conforman el catálogo —relacionado con las actividades de amplificación—.

De esta manera al momento de explicar por qué **Nitro Press** ha sido capaz de obtener el mayor número de apoyos por parte de la DGP en los últimos años, en parte se puede argumentar que se debe al establecimiento de una serie de convenciones laborales que son altamente efectivas y donde la planificación antelada de las publicaciones está basada primero en un reconocimiento de los objetivos del programa público y, en segundo lugar, en una planeación editorial fundada en una identificación previa del tipo de apoyos que se pueden solicitar para facilitar su publicación:

Commemorativo [la colección] es para Coediciones y *Lados B* [las antologías de cuento] es para Coinversiones. Además conocí una vez [...] a alguien que fue jurado la primera vez que nos dieron apoyo para *Lados B*. Y él me dijo “sabes qué, ese proyecto cae como anillo al dedo. Ése es el tipo de proyecto que busca apoyar el Fonca con este programa. Cae a todo dar. Y más, embona a la perfección que el apoyo sea anual porque tienes chance de pedirlo dos veces. Luego lo descansas un año, luego lo vuelves a pedir dos veces. Entonces caen súper bien también en cuestión de continuidad”. Te digo, al menos con esas dos no le queremos mover y mientras sigan esos son los proyectos que vamos a sacar (Mauricio Bares, 3ª entrevista).

En **Nitro Press**, se puede inferir a partir de lo dicho por el mismo Bares, existe una correlación directa entre la cantidad de libros que se logran publicar en la organización en un determinado periodo y la efectividad que poseen los miembros

de la organización para conseguir apoyos para esas publicaciones. La labor creativa de Barajas y Bares, es decir la que hace que se ponga en acción la función de filtrado de la organización y lo que determina la constitución de su catálogo, está mediada en gran parte por la obtención de los apoyos públicos, de los cuales casi dos cuartas partes provienen de los fondos que provienen del Programa de Coediciones. En otras palabras, la actividad colectiva de **Nitro Press** está dirigida —en gran parte— a conseguir recursos públicos con el fin de solventar los gastos de inversión para así asegurar su modelo editorial de producción.

Tanto en **Textofilia** como en **Sexto Piso** el establecimiento de las convenciones para llevar a cabo su labor colectiva varía de acuerdo a las necesidades de su propio modelo editorial que determina, al mismo tiempo, el tipo de vínculos de cooperación que cada organización debe de desplegar en torno al sector público.

Por ejemplo y como ya se ha expuesto en este mismo capítulo, en el caso de **Textofilia**, su modelo —concentrado en la publicación de narrativa, el 50% de sus publicaciones en un periodo de cinco años corresponden a este género— está articulado de tal forma que la financiación para la producción de su catálogo proviene mayoritariamente de recursos externos, principalmente de apoyos públicos y servicios editoriales a terceros. De los apoyos públicos recibidos, el Programa de Coediciones representa el 21.42%, lo que indica que la labor creativa y las convenciones que se hacen presentes en esta organización no están concentradas del todo en adquirir este recurso, por tanto la planeación antelada de publicaciones y un esquema de trabajo que contemple publicar éstas a través de fondos públicos no está de la misma forma que en **Nitro Press**:

[...] a lo largo de casi dos años que ellas han estado en el equipo [Elizabeth y Yessica] hemos tratado de definir los gustos personales [...] ayer tuvimos una junta editorial y dijimos “a ver... este año queremos trabajar con autores noruegos, con alemanes, con franceses, con turcos...” hicimos una lista junto con la lista de los apoyos para saber qué instituciones están apoyando [...] y me dijeron “sabes qué Ricardo, yo tengo un gusto en particular”, Yéssica me dijo que por el alemán y por Europa del este, perfecto. Liz me dijo “me llama la atención trabajar con los franceses, quisiera trabajar con los portugueses y con medio oriente” (Ricardo Sánchez Riancho, 1ª entrevista).

En este caso, la lógica de la labor creativa está dirigida —al menos por lo expuesto en la entrevista— por el *gusto personal* del editor —en este caso del equipo editorial de **Textofilia**— y no se guía por adecuar los contenidos ofrecidos por algún apoyo público para publicar. Se trata de buscar, a partir de los contenidos que interesa editar, qué tipo de apoyos pueden ser afines a los propios intereses de los editores, al revés de **Nitro Press** que buscan contenidos afines a los apoyos públicos que les interesa acercarse y eventualmente, obtener recurso para poder publicar. Mientas tanto, **Sexto Piso** establece un acercamiento distinto a las otras dos editoriales; el modelo de esta organización, como ya se ha expuesto en otros apartados, está garantizado por el éxito comercial que posee la editorial teniendo como mero “apoyo presupuestal”, por así llamarlo, los apoyos públicos. De esta manera la labor creativa de **Sexto Piso** está planteada desde un alto grado de autonomía con respecto a los apoyos públicos: como ya se planteó en este mismo capítulo, y en el anterior, la construcción del catálogo de esta organización editorial no está motivado por un interés predominante de ajustar el *gusto personal* del editor —es decir la lógica bajo la cual se constituye el catálogo de la organización— a los intereses editoriales de los apoyos públicos; el modelo de **Sexto Piso** es un modelo basado en la capitalización con base en las ventas —de ahí la estratificación laboral de la organización concentrada en la distribución— que hace uso de los recursos públicos para cubrir gastos de producción y así aminorar el riesgo de inversión para poder seguir produciendo de manera continua.

A pesar de las diferentes lógicas y necesidades que operan en las tres editoriales y que orientan las decisiones editorial para acercarse o no a un apoyo público, se observa que en **Textofilia**, **Nitro Press** y **Sexto Piso** —que quedó asentado en este mismo capítulo en apartados anteriores— el establecimiento de las convenciones laborales que hace posible la actividad colectiva con las instituciones y organismos los apoyos públicos, y con las que se define con qué frecuencia acercarse al Programa de Coediciones de la DGP y qué tipo de libros ofrecerle, varía de editorial en editorial —por supuesto hay colindancias entre el despliegue de las convenciones, sin embargo ha sido el interés de esta

investigación ahondar en las diferencias—. De ahí que la incidencia del programa, —qué tipo de agentes se involucran, qué tipo de labores se lleva a cabo y qué tipo de conocimientos se deben de hacer patentes— no sea igual forma entre las organizaciones aquí seleccionadas. Si bien estas diferencias se deben en parte al modelo editorial que cada organización ha desarrollado para la consecución de sus objetivos, tanto como organización empresarial pero igualmente como productor cultural, también se debe al tipo de decisiones directas¹²⁰ y personales de aquellos que poseen el control de asignación¹²¹ y la forma en que estos evalúan los beneficios de obtener los recursos de tal o cual fondo público. Este tipo de decisiones se les puede explicar a partir de lo que Becker denomina como el *momento editorial*; siguiendo los planteamientos de Herbert Mead y la psicología social, Becker señala que los productores artísticos

[...] imagina[n] lo que se hace y toma[n] las siguientes decisiones de acuerdo con eso. Se toman múltiples pequeñas decisiones en un diálogo constante con la red cooperativa que constituye el mundo de arte en el que se hace el trabajo [...] se preguntan si, de hacer algo de esa forma, recibirán recursos, si otras personas de cuya cooperación dependen en realidad cooperaran, si el Estado intervendrá, etcétera. En resumen, adoptan el punto de vista de todas y cada una de las personas involucradas en la red de vínculos cooperativos por medio de los cuales se realizara el trabajo, y modifican lo que hacen a los efectos de adecuarse con mayor o menor facilidad a lo que los otros piensan hacer [...] ¹²² (Becker, 2007, p. 201).

¹²⁰ Por decisiones estoy comprendiendo, tal y como lo identifica Becker, al instante en que el productor cultural selecciona, para mostrar el trabajo final, un número determinado acciones “[...] entre un conjunto mayor de posibilidades [...] Algunas decisiones pasan a ser habituales. Algunas quedan incorporadas a objetos concretos y de esa forma pasan a ser permanentes. Otras son efímeras [...]” (Becker, 2006, p. 231). En el caso de las tres editoriales, se observa que las decisiones que se toman con respecto a cómo y qué se presenta al Proyecto de Coediciones son decisiones permanentes, convenciones más o menos estables.

¹²¹ Es la capacidad de definir las metas generales y el alcance de la organización, además de determinar en formas muy generales cómo se destinarán los recursos de la empresa: la administración financiera y la distribución de las ganancias, además de las estrategias para la obtención de recursos. Para observar a detalle cómo funciona este tipo de control al interior de las organizaciones editoriales seleccionadas cf. el segundo apartado del capítulo III de esta tesis (pp. 129-155).

¹²² Traducido del original: “[...] come to bear on the mind of the person making the choice, who imagines the potential responses to what is being done and makes the next choice accordingly. Multitudes of small decisions get made, in a continuous dialogue with the cooperative network that makes up the art world in which the work is being made [...] They also ask themselves whether, if they do it that way, resources will be forthcoming, whether other people they depend upon for cooperation will in fact cooperate, whether the state will

En el caso de las tres editoriales aquí seleccionadas en su relación con el Programa de Coediciones, se intuye que los editores adaptan y presentan trabajos bajo lo que estos asumen es el punto de vista de la Dirección General de Publicaciones —la otra parte de la red cooperativa—: se plantea un esquema de trabajo que busca satisfacer los requerimientos y los intereses de la DGP como organización estatal, y de esta forma garantizar el acceso al fondo público que asegure la producción de cierto título. Sin embargo, no se trata de un mero acondicionamiento por parte de las editoriales y sus formas de labor creativa a los requerimientos del órgano estatal, se realiza al mismo tiempo una evaluación de los posibles beneficios que puede acarrear el establecimiento de vínculos cooperativos con el Programa de Coediciones desde experiencias anteriores en este programa y con otras instituciones que igualmente otorgan fondos públicos para la publicación de libros:

Es posible argumentar, entonces, que las decisiones que toman las organizaciones editoriales para adaptar el esquema de su labor creativa a los criterios y exigencias de aquellos con los que están interesados en cooperar —en este caso en específico, la DGP— se hace desde una lectura mediada por aquellos que se encuentran en los controles de asignación a partir de sus experiencias pasadas, particularmente de aquellas que han sido exitosas; se identifican las acciones que les han funcionado con anterioridad y las implementan en el trabajo de su organización en el momento que ellos asumen que éstas les puede reportar algún tipo de beneficio para la constitución de su catálogo. Se puede afirmar por tanto, que las formas de adaptación de las tres organizaciones aquí investigadas se construyen a partir de decisiones que poseen un fundamento más subjetivo —“experiencial” también se puede denominar— a partir de cual se *leen* las condiciones con las que se exige y las condiciones implica un programa como el de la de la DGP.

intervene, and so on. In short, they take the point of view of any or all of the other people involved in the network of cooperative links through which the work will be realized, and modify what they are doing so as to fit in more or less easily with what others have in mind to do [...]”.

Y en estas tres organizaciones, ¿cuál o cuáles son las experiencias que se vuelven más relevantes para las decisiones que llevan a establecer los vínculos cooperativos con el programa de la DGP? Como ya se había señalado al describir las características de la labor creativa, en las tres organizaciones editoriales el establecimiento vínculos cooperativos con ciertas instituciones está mediado, principalmente, por el mantenimiento de la autonomía creativa; para los editores de **Textofilia**, **Sexto Piso** y **Nitro Press** es de suma importancia que la alianza que se establece con la DGP no interfiera con los intereses propios que se vierten en la publicación, que la dotación de recursos para la producción no implique poner en riesgo las formas e intereses con que se constituye el catálogo de cada una de las editoriales aquí estudiadas.

Una de las cuestiones interesantes del establecimiento de convenciones para el ejercicio de la labor creativa con el apoyo de recursos públicos es el mantenimiento de la llamada *autonomía creativa*. Como ya se había descrito en el capítulo anterior, ésta se puede entender como un sistema de valorización propio que no se ajusta a ningún otro a partir del establecimiento de pautas profesionales distintivas que van definiendo lo que se espera de cierto trabajo; desde las editoriales aquí estudiadas esto se traduce en el tipo de contenidos que publican: se perciben como organizaciones que ofrecen libros que en cierto sentido van a contracorriente del mercado dominante, que su oferta editorial no se rige por tanto por exigencias comerciales sino de índole más literario. Desde esta perspectiva se asume que **Textofilia**, **Nitro Press** y **Sexto Piso** tiende vínculos cooperativos continuos con ciertas instituciones porque asumen que estos garantizan esa autonomía en la proposición de los títulos que van acorde a sus intereses de publicación, es decir, que les otorguen recursos para la producción no implique poner en riesgo las formas y lógicas editoriales, de hecho, los intereses de ambos agentes —el organismo que otorga el recurso y la editorial— coinciden en los títulos que se buscan publicar y esto es posible a partir de fijar: “[...] cuáles son los criterios [para saber a quién pedirle apoyo:] elegir títulos que pueden ser atractivos para ellos, [...] generalmente son títulos de autores que sean más o menos

importantes, de autores que ya hayamos coeditado antes con ellos para darle seguimiento a sus proyectos [...]” (Felipe Rosete, Entrevista # 4).

2.2 El programa de coediciones de la DGP: el Estado como “administrador creativo”

Entonces, la labor creativa de las editoriales aquí estudiadas se ve condicionada en su función de filtrado —el proceso mediante el cual se selecciona cuál título se publica y cuál no— al momento que se hace presente la intervención pública; en el caso particular de la intervención que proviene del programa de coediciones de la DGP esta función se modifica en el planteamiento de la toma de decisiones objetivas. Se observan dos tendencias en este tipo de decisiones cuando se decide recurrir al programa de coediciones: la intención de alinearse a factores externos a las organizaciones editoriales con el fin de vincular sus prácticas laborales a lógicas más amplias y que pueden permitirles la publicación de cierto título; mientras que la otra está asociada a la capacidad económica de las organizaciones para establecer su producción: recurrir al recurso que ofrece la DGP es visto como una estrategia que les permite a las organizaciones editoriales contar con cierto capital para publicar un título para que el cual, posiblemente, no poseen los medios o bien si cuentan con éstos, pueden “liberarlos” para destinarlos a otras actividades que ayuden a consolidar el mantenimiento de la organización.

Por supuesto, y como se expuso en el apartado anterior, este tipo de decisiones se ejecutan y se hacen patentes de acuerdo al modelo editorial que se esté aplicando en las editoriales. Sin embargo y a pesar de las posibles variaciones, es posible reconocer que en **Textofilia**, **Nitro Press** y **Sexto Piso** la vinculación con la DGP y su programa de coediciones se inserta desde y en la función de filtrado y la toma de decisiones que ésta conlleva, al tiempo que se van generando nuevas convenciones de las editoriales para lograr el objetivo de conseguir el apoyo y una vez que se logra obtener, lograr cumplir-ajustarse a los requerimientos del programa en cuestión.

Se puede afirmar que la manera en que se hace presente la intervención del Estado desde el programa de la DGP en las editoriales sucede al momento en que éstas logran articular su labor creativa y sus intereses de publicación en nuevas convenciones laborales que les permitan dar cumplimiento a las exigencias editoriales del programa de la Secretaría de Cultura. Estas exigencias, del programa público se perciben mínimas, dado que cada una de las editoriales no se ciñen a un estricto programa de publicación propuesto por la DGP sino más bien generan nuevas convenciones organizacionales —sin modificar del todo sus propios criterios de acción establecidos desde la autonomía creativa— a los lineamientos del programa en el momento en que proponen, prueban, ejecutan y, si es necesario modifican, nuevas formas de coordinación laboral que garantizan el establecimiento de esquemas de cooperación entre el organismo público —y sus intereses— con las metas que se plantea cada editorial como organización empresarial y cultural.

En otras palabras, no se vulnera ni la autonomía estética ni la profesional (Baker y Hesmondhalgh, 2003, p. 66-67) de las organizaciones aquí estudiadas al momento de tender vínculos de cooperación con la DGP. Por una parte, en lo referido a la autonomía estética, los valores culturales y comunicativos con los cuales cada editorial valúa la construcción de su propio catálogo y la valorización de la labor creativa que ejecutan no se ven modificados por la intervención pública; mientras que la adecuación de su autonomía profesional —las expectativas laborales de desempeño y las lógicas comunes de trabajo que se deben seguir para alcanzar cierto objetivo— a las exigencias de trabajo que la DGP, es percibido como una oportunidad que puede garantizar ciertos recursos económicos para la producción y la reproducción de sus propios intereses sin poner en riesgo el establecimiento y la continuidad de las normas profesionales distintivas de cada editorial y que van marcando pauta de lo que se espera al interior de cada organización con respecto a lo que deben de producir, cómo deben de hacerlo y el tipo de resultado se debe de obtener, que va de acuerdo al modelo editorial de cada una de las organizaciones aquí estudiadas.

Entonces, en la adecuación de la funciones de filtrado de **Textofilia**, **Sexto Piso** y **Nitro Press** a partir de la toma de decisiones objetivas con el fin de garantizar recursos económicos que den continuidad a su producción y sin comprometer las características de su labor creativa, ¿se puede afirmar que existe algún tipo de modificación sustancial en el momento que los intereses particulares de las organizaciones empresariales se vinculan a los tendencias más amplias de un programa que otorga recursos públicos, como el Programa de Coediciones de la DGP? Al menos desde los casos aquí analizados cuando las lógicas particulares de las organizaciones editoriales se intersectan con el programa de recursos públicos sí existe una exigencia para que cada una de las organizaciones beneficiadas por los recursos de este programa estén inscritos al padrón fiscal — dados de alta en Hacienda— y que estén al corriente con sus obligaciones fiscales, es decir que paguen sus impuestos puntualmente. Cumplir con estos requisitos se vuelve indispensable para obtener el apoyo de la coedición.

El proceso mediante el cual se seleccionan los títulos —y por tanto las editoriales— por parte de la Secretaría de Cultura para formar parte del Programa de Coediciones de la DGP se divide en tres etapas: “Preselección”, “Revisión técnica” y “Selección”. En la primera, es un primer filtro donde se evalúa la pertinencia de la propuesta enviada por las editoriales,¹²³ aquí los criterios de selección evalúan la trayectoria de la editorial, la viabilidad de la obra o obras propuestas —el tipo de contenido, la relevancia de éste— y que el presupuesto presentado sea congruente con el tipo de proyecto que se está presentando. Después de este proceso de preselección sigue la revisión técnica de los proyectos de las editoriales que llegaron a esta etapa; esta etapa la entrega de una serie de documentos y oficios donde la organización editorial acredite, lo siguiente (Secretaría de Cultura, 2017, Apartado V, incisos a-p):

- 1) Que la editorial posea la licencia de uso o los derechos patrimoniales de aquellos que realizaron la obra ya sea mediante un contrato o certificado de registro de obra en el Instituto Nacional de Derechos de Autor.

¹²³ Las editoriales, de acuerdo a las convocatorias emitidas primero por el Conaculta después por la Secretaría de Cultura, pueden presentar un máximo de tres proyectos; es decir sólo pueden presentar tres títulos por convocatoria.

- 2) En caso de ser una persona moral, se debe de entregar una copia simple del acta constitutiva de la empresa; mientras que las personas físicas deben de entregar constancia de inscripción al Registro Federal de Contribuyentes. También se debe de señalar quién es el representante legal de la editorial y entregar identificaciones oficiales.
- 3) Entregar una Constancia de situación fiscal actualizada; que es un documento que da fe de la inscripción al Servicio de Administración Tributaria (SAT). En caso de que el monto otorgado por la DGP supere los \$300,000.00 pesos se debe de emitir:
 - (a) Una carta del SAT con una opinión positiva de la editorial.
 - (b) Una carta donde se demuestre el cumplimiento en materia de seguridad social.
 - (c) Una constancia de cumplimiento en aportaciones patronales al Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda (Infonavit).
 - (d) Carta de conformidad con el artículo 32-D del Código Fiscal de la Federación, donde se señale que la organización está al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales.
- 4) Comprobante de domicilio que coincida con el domicilio fiscal.
- 5) Carta suscrita “[...] en la que manifiesta conocer el contenido y efectos de los artículos 50 y 60 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, así como lo estipulado en la fracción IX del artículo 49 de la Ley General de Responsabilidades Administrativas”.
- 6) Formato de estratificación de la empresa (documento mediante el cual se clasifica a las micro, pequeñas y medianas empresas).
- 7) Formato del Sistema Integral de Administración Financiera Federal (SIAFF), con la finalidad de que el pago se realice mediante transferencia electrónica.

Una vez entregados estos documentos se pasa al proceso de selección donde se revisará la documentación entregada y se verificará la información que se está entregando. Una vez corroborado los documentos e información, y si el comité lo declara como suficiente lo presentado, se anuncian cuáles fueron las editoriales seleccionadas para formar parte del programa de Coediciones.

Dentro de estas tres etapas la que tiene mayor escrutinio es la de Selección. Donde se verifican los aspectos legales tanto de la editorial como del proyecto que están presentando, y que estas organizaciones se encuentren al corriente de sus obligaciones fiscales y patronales. En el caso de la fase de preselección basta con que se presente la información básica de la obra que se quiere publicar en el esquema de coedición —título, subtítulo, que clase de obra es¹²⁴ y un resumen-descripción de la obra donde se explique su contenido y relevancia— no es necesario presentar la obra completa —aunque el comité de selección bien puede solicitarla aunque esto es de forma discrecional—, lo cual refleja un poco cómo existe una intención por parte del programa por no intervenir en la autonomía creativa de las organizaciones editoriales que buscan obtener el recurso público para llevar a cabo una coedición: no se refleja un interés por saber a detalle qué es lo que contienen las obras seleccionadas; esto coincide con lo señalado por Hesmondhalgh cuando explora las características de la producción de mercancía cultural desde las industrias culturales:

[...] una de las características definidoras de la era de producción compleja de la producción cultural es el inusual grado de autonomía [...] donde artistas, autores y compositores han sido vistos trabajando de forma más independiente a los imperativos del negocio que otros trabajadores. Sin embargo, esta autonomía no es de ninguna manera una autonomía completa, ya que se lleva a cabo bajo la supervisión de administradores creativos. (Hesmondhalgh, 2013, pp. 80).¹²⁵

Esta autonomía creativa es una de las estrategias más comunes que se desarrollaron en las industrias culturales para tratar de aminorar los riesgos que implican la creación de productos culturales. Los llamados “administradores

¹²⁴ Se pueden inscribir en **Categoría 1** (narrativa, poesía, cómic, novela gráfica, literatura infantil y juvenil, libros de arte, literatura testimonial, crónica literaria, biografía, autobiografía, memorias, correspondencia, literatura dramática y literatura de viajes), **Categoría 2** (divulgación científica; divulgación de la historia de las ideas y de la cultura; divulgación de la historia, prontuarios; guías o brevarios y libros de consulta general sobre música, teatro, danza, artes visuales, arqueología, cine, vida cotidiana y literatura; líneas del tiempo de interés general; libros de teoría y formación para el fomento a la lectura) y **Categoría 3** (libros en Braille o en lenguaje simplificado).

¹²⁵ Traducido del original: [...] one of the defining features of the complex professional era of cultural production is this unusual degree of autonomy [...] where artists, authors and composers were seen as working more independently of business imperatives than other workers. This autonomy is by no means a complete autonomy, however, as it is carried out under the supervision of creative managers.

creativos” reconocen que parte de la naturaleza en el consumo cultural se encuentra en el consumo de productos “novedosos”, que los vuelva singulares frente al resto de los productos culturales que se ofertan en el mercado. De ahí que reconozcan que se debe de dar ciertas pautas a las etapas relacionadas con la creación de un producto —concepción, ejecución, transcripción y edición (ibídem, p. 80)— para garantizar que los mercancías culturales que están produciendo sean lo suficientemente atractivas para los públicos a los que van dirigidas. Los administradores culturales supervisan que los recursos y los tiempos invertidos en la creación de las mercancías sea el adecuado, además de asegurarse de los creadores estén siguiendo las pautas y convenciones empresariales.

Con esto, no quiero decir que la relación entre las editoriales aquí investigadas en el Programa de Coediciones de la DGP sea exactamente igual a lo descrito por Hesmondhalgh; es decir no creo que la DGP esté pensando en hacer un negocio rentable de aquellos libros que se está apoyando en su publicación y que por tanto se deben de establecer cierto tipo de controles que logren canalizar la creatividad autónoma de aquellos que están realizando los libros para lograr un productor rentable, pero sí es posible —a mi consideración— establecer ciertas equivalencias en la relación que se establece entre los editores, sus editoriales y el programa de la Dirección General de Publicaciones. ¿En qué sentido? La etapa de selección no es sólo para garantizar que los recursos serán otorgados a coeditores confiables —tanto individuos como organizaciones— y que harán buen uso de estos recursos y que cumplirán de forma cabal con el objetivo de publicar los libros que son de interés del organismo, se trata también un intento por parte del Estado a través la DGP del Conaculta —ahora Secretaría de Cultura— de racionalizar los recursos y estrategias para promover la bibliodiversidad en nuestro país.

Como se había señalado en el tercer capítulo, el Programa de Coediciones es uno de los instrumentos especializados para la tarea de promoción de la bibliodiversidad en México. Éste se concentra en fomentar la producción de las editoriales con capital mexicano y contribuir a la nivelación del mercado editorial a

través del apoyo a pequeñas editoriales en la distribución y publicando títulos importantes pero de poca rentabilidad (Lino, 2013); y así lo explicita al inicio de su convocatoria:

Con el fin de apoyar el fortalecimiento de la industria editorial mexicana y contribuir a la cultura nacional, así como también dotar de acervos a los distintos espacios públicos de lectura y proveer a los programas de fomento a la lectura con una oferta amplia y plural de obras literarias, en español y en lenguas indígenas nacionales, en formato impreso, la Secretaría de Cultura del Gobierno Federal, a través de la Dirección General de Publicaciones, convoca a las editoriales mexicanas y a las personas físicas con actividad empresarial en el ramo editorial a participar en la publicación de obras de autores mexicanos y extranjeros, en la modalidad de COEDICIÓN. (Secretaría de Cultura, 2017)

De esta manera, el Programa de Coediciones podríamos describirlo por una parte, como una herramienta para apoyar a los programas públicos de fomento a la lectura al dotarlo de contenidos para nutrir sus espacios, y por otra como un apoyo público directo que ayude a dinamizar la producción de la industria editorial mexicana¹²⁶ y hacer aumentar la oferta de títulos de editoriales mexicanas en nuestro país. Se puede interpretar a este programa como una forma del Estado mexicano para racionalizar los recursos públicos de las políticas públicas culturales dirigidas al fomento a la lectura y la formación de lectores, aprovechando los recursos ya vertidos en la publicación de libros que se pueden convertir en materiales de lectura.

Pero no sólo se trata de aprovechar mejor los recursos públicos y volver más eficientes los programas que los aplican; si se va a equiparar al Estado como el “administrador creativo” de la labor creativa de las editoriales que recurren al apoyo público ofrecido por éste, también es necesario advertir la naturaleza de la administración estatal en las lógicas de trabajo que tienen cada una de las editoriales. Como se ha señalado en varias ocasiones a lo largo de esta tesis, particularmente en este capítulo, las formas en que las editoriales despliegan su labor creativa no se ve modificada por alguna exigencia directa de la DGP sino que de forma voluntaria, y movidos por el interés de sus propios administradores

¹²⁶ De esta manera se explicita que sólo podrán participar editoriales mexicanas, pero como ya señaló anteriormente hay sellos mexicanos que son filiales de organizaciones transnacionales, por lo tanto hay participación de sello transnacional pero que poseen capital mexicano.

creativos para obtener el recurso, las editoriales modifican a conveniencia sus convenciones laborales y las adaptan con el fin de establecer esquemas de cooperación que permitan la producción de algún título con el apoyo estatal. En esta formas colaborativas que se establecen entre los agentes privados y la entidad pública se observa que los editores de las organizaciones no modifican sus intereses de publicación sino que reconocen cuáles de las manifestaciones particulares de este interés puede resultar idóneo para que obtener el recurso público; por su parte, la DGP con el fin de garantizar que los contenidos se ajusten a sus intereses de publicación y que la colaboraciones que se establecen sean llevadas a cabo de manera idónea instituye, primero, una serie de filtros de selección —donde se preseleccionan los títulos de acuerdo a su descripción y cómo ésta encaja en los intereses de publicación del organismo estatal, y más importante se eligen las editoriales y los editores que comprueben su profesionalización a través de parámetros legales y de cumplimiento fiscal (y si aplica, patronal)— y después, elegidas la editoriales y los títulos, se les dicta una serie de fechas y procesos que se deben de cumplir hasta entregar los libros acordados en el esquema de coedición: firma de contratos, entrega de fianzas para la finalización de proyecto, corroborar que los logos e identidad del organismo estén bien colocados, etcétera. Y de nuevo, al igual que las etapas de selección, en las etapas de producción no se incluyen ninguna especie de valoración o evaluación de los contenidos —o cómo se están desplegando- lo que de nuevo nos da un indicador de que el Estado se comporta más cercano a un “administrador creativo” que a un órgano rector de la producción simbólica.

La forma que toma la administración creativa del Estado, o más bien la de la Dirección General de Publicaciones —equiparación que también retomo de las formas en que administran y organizan la labor creativa las industrias culturales— es lo que Baker y Hesmondhalgh, siguiendo el diagnóstico de Paul Ryan, denominan como un estilo de “gestión suave” (2013):

Pero la administración creativa es diferente a la supervisión inflexible de arriba hacia abajo que se encuentra en muchas otras industrias. Es menos directivo y tiene un "estilo silencioso y complaciente" (Ryan 1992: 121) que en parte se deriva de la opinión de que la creatividad simbólica no puede reducirse a reglas o

procedimientos establecidos. Por lo tanto, esta gestión "suave" pero racionalizadora, sin embargo, siempre está luchando contra la relativa autonomía otorgada a los trabajadores creativos, especialmente a los creadores "estrella", lo que alimenta aún más la racionalidad del proceso creativo. (p. 84).¹²⁷

De nuevo, la modalidad "blanda" de la administración creativa de la DGP no es exactamente comparable con la lógica bajo la que actúan los administradores de las industrias culturales esto es por el hecho de que a pesar de que hay recursos que se están invirtiendo la DGP —al menos como se describe el proyecto de coedición en las convocatorias de este organismo— no persigue la rentabilidad de los libros que se están produciendo con los recursos que otorga —a diferencia de los administradores de las editoriales que participan en este tipo de convocatorias que, como se ha visto en las organizaciones aquí estudiadas, se espera algún beneficio o retorno de inversión de los recursos recibidos—. La administración de la DGP en efecto, busca racionalizar la producción de las organizaciones que fungen como sus coeditoras, pero no bajo una racionalización de la actividad creativa desde las lógicas de mercado y comercialización para obtener mayores dividendos o, al menos, aminorar los riesgos de inversión al tratar de controlar la circulación de los productos que se están produciendo y que no sé sabe cómo van a ser recibidos por los mercados-consumidores; lo que hace la DGP a través de esta versión de administración creativa que se está describiendo en párrafos anteriores es introducir una racionalización que se le denomina *burocrática*. La *racionalidad burocrática*, según la describe Tony Bennett,¹²⁸ son formas de experiencia técnica a través de las cuales los recursos

¹²⁷ Traducido del original: "But creative management is unlike the top-down, inflexible supervision found in many other industries. It is less directive and has 'a muted and accommodating style' (Ryan 1992: 121) which partly flows from the view that symbolic creativity cannot be reduced to set rules or procedures. So this 'soft' but nevertheless rationalizing creative management is always struggling against the relative autonomy given to creative workers, especially for 'star' creators, which further fuels the a-rationality of the creative process. For capitalists, creative workers represent an investment in variable capital that consistently threatens to undermine profitability".

¹²⁸ Bennett ofrece una discusión bastante amplia en torno a la relación entre los intelectuales y la instauración de las políticas culturales. Su argumento parte en identificar y desmontar el debate que gira en torno a cuál debe de ser el rol de los intelectuales y el tipo de relación que deben de entablar con los procesos burocráticos donde las políticas culturales se desarrollan. De esta forma identifica y describe una serie de roles sociales a

culturales son adaptados a nuevos propósitos y en este proceso, estos recursos son aplicados a diferentes proyectos gubernamentales y sus diversos intereses por medio de una serie de “[...] procedimientos a través de los cuales las formas particulares de conocimiento y experiencia organizan los materiales [culturales] con los que trabajan y que disponen en las superficies sociales a las que se aplican esos materiales de manera que los hace susceptibles a un tipo particular de acción gubernamental” (Bennett, 2006, p. 101).¹²⁹

¿Y cuáles estos procedimientos en el caso del Programa de Coediciones? Si bien, este programa no manipula el contenido de los libros —es decir los materiales culturales— de forma directa sí influye indirectamente en la manipulación de éstos por parte de las organizaciones editoriales en el momento en que el Programa de Coediciones «obliga» a los editores a ejercer sus actividades profesionales y de las editoriales que representan (o encabezan) desde un marco operado y regulado por y desde el Estado; es decir, para formar parte del proyecto de la DGP el editor tiene primero que someter las actividades productivas de su editorial al aparato administrativo del Estado, principalmente desde sus aspectos fiscales. En otras palabras,

[...] el Estado puede afectar la producción de trabajos artísticos actuando, a través de su sistema legal [...]. Los artistas son conscientes de esa posibilidad y conforman su trabajo de manera tal de evitar esos problemas [...] o toman sus precauciones en relación con los problemas que pueden tener (Becker, 2008, p.).¹³⁰

través de los cuáles se instituyen y desarrollan las políticas culturales, y que se encuentran interpretados —desde la óptica de Bennett— desde una falsa dicotomía: intelectuales —aquellos que aplican la razón crítica— y los burócratas —aquellos que no poseen capacidad propia para un pensamiento independiente. A lo largo de su argumento, Bennett demuestra que ambas posiciones representan la aplicación de una razón movilizadora por motivaciones diferenciadas pero que al final se intersectan y dialogan para organizar campos diferenciados de gobierno y manejo de lo social.

¹²⁹ Traducido del original: “[...] that level of procedures through which particular forms of knowledge and expertise organize the materials with which they work and prepare the social surfaces to which those materials are applied in ways which make them amenable to particular kind of governmental action”.

¹³⁰ Traducido del original: “[...] the state can affect the production of art works by acting, through its legal system [...]. Artist, aware of this possibility, shapes their works to avoid such problems [...] or plan for the troubles they are likely to have”.

Los administradores creativos de las editoriales que han sido beneficiadas por el programa de la DGP, o que están interesadas en ser favorecidas, saben que deben de homologar sus estructuras administrativas a las exigencias de índole fiscal y legal por parte del Estado y acatar las normatividades que éstas implican. Si el cumplimiento de las exigencias estatales no está relacionado con cuestiones editoriales se puede inferir entonces que la administración burocrática aplicada desde la lógica de la razón burocrática no se concentra en los aspectos de generación, producción y circulación de contenido, como lo hace aquella relacionada con las industrias culturales, sino más bien en procesos burocráticos que pretenden homologar la actividad empresarial de las editoriales —desde aspectos financieros, hacendarios, legales— con el fin de favorecer resultados específicos. ¿Y qué tipo de resultados? Los que están referidos a aquellas políticas públicas que relacionadas con el impulso de la lectura y la industria editorial en nuestro país, articuladas principalmente desde la *Ley del Fomento para la Lectura y el Libro* que, por una parte, respecto al libro busca articular políticas de intervención tanto directas como indirectas que incentiven al sector editorial y a su cadena de producción, además de volver a esta mercancía accesible a la población en general a nivel nacional e, incluso, internacional:

Artículo 8.-Las autoridades responsables, de manera concurrente o separada, deberán impulsar la creación, edición, producción, difusión, venta y exportación del libro mexicano y de las coediciones mexicanas, en condiciones adecuadas de calidad, cantidad, precio y variedad, asegurando su presencia nacional e internacional. [...]. (Diario Oficial de la Federación, 2015).

Por otra parte, busca generar políticas de intervención directa en el campo del consumo del libro no en términos comerciales sino en el espectro de creación de más lectores, estas intervenciones directas se están planteando desde la generación de programas de estímulo de lectura tanto al interior del sistema educativo nacional como en otros espacios fuera del educativo a través del establecimiento de salas de lectura a nivel nacional (Programa Nacional de Salas de Lectura) con el fin de que la actividad lectora se vuelva una regular en la población —por supuesto esto impacta en la comercialización del libro a la postre

si es que se aumenta el número de lectores y la lectura se convierte en una actividad regular—:

Artículo 11.- [...] II. Promover conjuntamente con la iniciativa privada acciones que estimulen la formación de lectores;
III. Estimular y facilitar la participación de la sociedad civil en el desarrollo de acciones que promuevan la formación de lectores entre la población abierta;
IV. Garantizar la existencia de materiales escritos que respondan a los distintos intereses de los usuarios de la red nacional de bibliotecas públicas y los programas dirigidos a fomentar la lectura en la población abierta, tales como salas de lectura;
V. Coadyuvar con instancias a nivel federal, de las entidades federativas, municipales y demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, así como con miembros de la iniciativa privada en acciones que garanticen el acceso de la población abierta a los libros a través de diferentes medios gratuitos o pagados, como bibliotecas, salas de lectura o librerías [...]. (Diario Oficial de la Federación, 2015).

Se puede decir que la racionalización burocrática que busca aplicar el Programa de Coediciones de la DGP de Conaculta-Secretaría de Cultura a través de la lógica de la administración colectiva descrita en párrafos arriba, es con la intención de estimular y promover la institucionalización del sector editorial para homologar a un marco institucional —aunque sea de forma temporal— no las actividades editoriales de los beneficiados por el programa sino la producción de éstos con el fin vincularlos a políticas culturales —con sus propias normas e infraestructura— que persiguen fines sociales muy específicos. Entonces, la relación que se establece entre el programa de la DGP y la organizaciones editoriales a través de la administración creativa está basada en la introducción de los mecanismos racionales burocráticos que buscan vincular la labor creativa de las editoriales y sus resultados “[...] con los reinos de la vida social que son responsables de administrar [el Estado], así como para ser corregidos y revisados a la luz de esas conexiones” (Bennett, 2006, p. 90).¹³¹

Es así, que la relación entre los sectores público y el privado avocados al libro y la producción editorial —al menos por lo que se pudo percibir desde las tres organizaciones editoriales y el programa estatal aquí estudiados— tiene como fin el establecimiento de nuevas formas institucionales y organizacionales que sirvan

¹³¹ Traducido del original: “[...] of connecting with the realms of social life they are responsible for administering as well as for being corrected and revised in the light of those connections.”

como mediación con aquellos problemas y asuntos sociales que la administración estatal ha decidido gestionar y resolver. A saber, para estos casos aquí estudiados, solventar cómo la política cultural en torno a la industria editorial puede ser instrumentadas no sólo en beneficio de ese sector y los individuos que están encuentran vinculados a esta industria sino de volver accesibles los bienes y servicios culturales que ahí se producen y aprovecharlos para los propios objetivos que persigue el Estado y su organismo con respecto a la vida social y cultural que gestionan.

Con respecto a la aplicación de las política cultural pública, tanto indirecta como directa al interior del sector editorial, podría argumentarse que está encaminada a solventar la desigualdad que existe al interior de la industria editorial y que tiene su origen en los procesos de concentración derivados de la integración de editoriales locales a grandes corporaciones transnacionales. Que la existencia de programas como el que impulsa la DGP, el de Coediciones, son la aplicación de una política pública que busca darle un apoyo a las editoriales menos beneficiadas y con menos participación en el mercado debido al desequilibrio originado por la dominancia de las grandes editoriales transnacionales y su infraestructura de difusión y distribución, resultando que el resto de las organizaciones se vean limitadas en poder obtener beneficios económicos y por tanto, restándoles la posibilidad de poder seguir produciendo más libros (con la merma obvia a la blbiodiversidad que esto supondría dado que las opciones sólo serían aquellas que propone las corporaciones). Sin embargo, a partir de los casos abordados de **Textofilia**, **Sexto Piso** y **Nitro Press** lo que se observa es un panorama en donde la desigualdad se reafirma: los que no tienen autonomía financiera se mantienen así aún recurriendo a los apoyos públicos, mientras aquellos que poseen autonomía financiera y recurren a los recursos públicos acrecientan sus posibilidades de producción. En suma, el apoyo que representa el Programa de Coediciones es por una parte una forma del Estado por racionalizar la producción de la iniciativa privada para darle uso desde las lógicas públicas de ciertos programas que éste impulsa —de ahí que no le interese meterse en el contenido producido ya que puede ser útil—; al tiempo que es usado

por las editoriales para beneficiarse ya sea como forma primordial de capitalización —por tanto como una estrategia primordial para mantener las publicaciones y actividad de esas organizaciones tal y como es el caso de **Nitro Press**—y por otra parte, se puede utilizar el recurso público como un “apoyo” útil para ciertos títulos que quizá representen un riesgo comercial o bien no se tengan los suficientes recursos para publicarlo —como puede ser el caso de **Textofilia** y **Sexto Piso**—; en ambos escenarios no se resuelven las desigualdades estructurales del sector: sólo dota de capital aquellas editoriales que son suficientemente capaces de alinear su modelo editorial a las lógicas y necesidades estatales, resultando en beneficio de todas las partes involucradas: el Estado obtiene materiales de lectura; las editoriales capital.

El establecimiento de vínculos cooperativos con el Programa de Coediciones como una de las estrategias para asegurar la producción por parte de **Textofilia**, **Sexto Piso** y **Nitro Press**, como se ha corroborado en este capítulo, no se da a partir de una mera adaptación de las convenciones de la labor creativa de cada una de estas editoriales. A través del análisis de las formas en que se constituyen los catálogos de éstas se observa que el vínculo con este programa de la DGP — pero también se pueden incluir a cualquier otro tipo de apoyo que provenga del Estado— son elementos que, podría decirse, se desarrollan “naturalmente” en los procedimientos convencionados al interior de cada editorial y forma parte del paquete compartido por cada uno de los agentes que integran estas organizaciones, ¿por qué sucede esto?

Como se observó en éste capítulo y el anterior, el sector independiente se caracteriza por una vinculación necesaria con el Estado: la situación de desventaja que tienen frente a las grandes corporaciones editoriales transnacionales, el alcance limitado de sus procesos de amplificación —respecto a las grandes empresas— y la dificultades que representan la concentración e integración de mercado, orillan a este tipo de empresas a recurrir a los marcos legales y las políticas culturales en torno al libro para garantizar una continuidad

en su producción editorial y el crecimiento de su catálogo. Por supuesto, y también se remarcó a lo largo de capítulo, esto no quiere decir que las formas de vinculación con el Estado se presenten de la misma manera en las tres editoriales aquí analizadas. El modelo editorial que hayan seleccionado y desarrollado, y el éxito de éste, define las actitudes e intereses que los administradores creativos de las organizaciones tengan con respecto a los apoyos estatales, y por tanto el tipo de recursos laborales y conocimientos que deciden movilizar para poder obtenerlos; dependiendo de qué tan efectivos resulte estos recursos y conocimientos se instalan como herramientas más o menos estables a las que se recurre cada que sea necesario vincularse a alguno de estos organismos estatales. En el caso particular del Programa de Coediciones, el más solicitado y el recurrente en las tres editoriales, se observa que la vinculación se desarrolla a partir de la búsqueda del mantenimiento de la llamada *autonomía creativa* —el sistema de valorización propio que determina el tipo de publicaciones que se realizan y el tipo de labore que se requiere para ello—. **Textofilia**, **Nitro Press** y **Sexto Piso** tienden vínculos cooperativos continuos con el Programa de Coediciones porque éste garantiza la autonomía que es necesario para el mantenimiento de sus propios intereses de publicación, es decir, obtener recursos de este programa no implica poner en riesgo sus propias formas y lógicas de labora creativa; lo que de cierta manera deja ver que los criterios establecidos para la construcción del catálogo no varían mucho una vez que el recurso es obtenido.

Es posible asegurar, entonces, que el uso de fondos públicos varía de acuerdo a los intereses, capacidades y necesidades de cada una de las editoriales en la medida que los sujetos que componen las organizaciones toman una serie de decisiones y desarrollan una serie de conocimientos y convenciones que les permite delimitar el uso y el acceso a los recursos que otorgan los organismos públicos con el fin de solventar las necesidades particulares que cada organización haya identificado como prioritaria. Por supuesto, y como quedó asentando en secciones y capítulos arriba, el Estado o los organismos que poseen los recursos para distribuirlos entre las editoriales se apoyan de estas editoriales

que obtienen apoyos para la producción para apoyar otras políticas culturales relacionadas al mundo del libro: algunos de los títulos que son producto de los fondos públicos se incorporan a los programas de lectura que igualmente son impulsados por diversos organismos estatales. De esta manera, el Programa de Coediciones se puede interpretar como una forma del Estado mexicano para racionalizar los recursos públicos de las políticas públicas culturales dirigidas al fomento a la lectura y la formación de lectores, aprovechando los recursos ya vertidos en la publicación de libros que se pueden convertir en materiales de lectura. Lo que nos lleva a confirmar al Estado, desde la lógica del Programa de Coediciones, como una suerte de “administrado creativo” que no sólo trata de aprovechar de una forma más eficaz los recursos públicos y volver más eficientes los programas que los aplican; también se advierte un interés, por una parte, en vincular sus objetivos particulares con el resto de las políticas culturales en torno al libro y por otra, garantizar que los receptores de los estímulos cumplan con sus obligaciones. De esta manera, el Programa de Coediciones de la DGP confirma al Estado, al menos en el plano de lo cultural, como “administrador creativo” en donde se revela un tema de “corresponsabilidad” entre las editoriales y el programa, tal y como lo plantea Tomás Ejea Mendoza al momento de analizar las políticas culturales del Fonca: “[...] existe una determinación contextual de los procesos económicos y políticos en el nivel macro sobre el ámbito cultural [...] donde los actores sociales interactúen, a partir de la lógica de los intereses establecidos por la propia dinámica del ámbito cultural en general y del ámbito artístico específico” (2011, p. 158).

En otras palabras, el marco de acción de la interacción entre el Programa de Coediciones de la DGP y las tres editoriales analizadas a lo largo de este capítulo está condicionado por las lógicas económicas generadas por el mercado del libro en nuestro país, dirigido por las corporaciones y delimitado por la presencia de la política educativa estatal que marca tendencia en cuanto a la producción de libros en nuestro país; la condición estructural limita la participación del sector en el que se colocan **Textofilia**, **Nitro Press** y **Sexto Piso**, y motiva al Estado a intervenir si no para revertir las condiciones de producción de producción

y de mercado imperantes —se perdería la lógica de un intervención pública indirecta— sí para tratar de incentivar una mayor variedad en la producción editorial del país pero también para fomentar la producción de libros que fortalezcan sus propios programas de fomento a la lectura. Las editoriales analizadas, y posiblemente el sector editorial independiente mexicano, aprovechan este interés del Estado para movilizar sus propios intereses y lograr publicar libros que les parecen culturalmente relevantes, con los cuales se identifican y a través de los cuales construyen el estilo de su catálogo. Los intereses particulares específicos y los intereses públicos se sirven el uno al otro —por supuesto en una situación no siempre equilibrada para las editoriales— resultando en una actividad editorial que no necesariamente está marcada por los dictados del mercado más amplio —que está definido por un tipo de lecturas de un corte más comercial, cierto tipo de autores consagrados y ciertas dinámicas de amplificación—, pero que de igual forma busca participar en este tipo de mercado a partir de las consideraciones que tienen por legítimas y que asumen deben de lograr entrar a una dinámica comercial.

CONCLUSIONES

Hacer libros en México: entre lo público y lo privado se propuso como una investigación con miras a ampliar el horizonte investigativo sobre el estudio de las industrias culturales en nuestro país y también como un texto que abonara al campo de investigación que gira en torno a la edición y el libro, campo de estudio que se está consolidando recientemente en nuestro país. De esta manera, la tesis aquí desarrollada es una propuesta teórico-metodológica que buscó concentrarse tanto en las características internas socioculturales que dotan de sus particularidades a las organizaciones productivas que son las editoriales, y al mismo tiempo vincular y analizar las características más generales como industria cultural a través del estudio de tres organizaciones del denominado “sector independiente”.

Como se señaló en la introducción a esta tesis, la intención no fue la de establecer un marco comprensión general ni la de elaborar una perspectiva de análisis que pudiera ser trasladada con ciertos ajustes a otros casos similares; que no se comportara como una suerte de “sinécdoque” investigativa donde la comprensión de un solo caso ayude a la disección de un amplio rango de fenómenos similares. Lo que motivó el desarrollo de esta tesis fue la proposición de un ejercicio de análisis donde se pudieran concatenar tanto los aspectos internos y el carácter de organización social de las editoriales junto con los aspectos externos, más amplios —tendencias generales de la industria editorial y políticas culturales— y que enmarcan el trabajo individual de cada editorial y vincula ese trabajo. Me interesa que esta tesis sirva como futura referencia de aproximación para próximas investigaciones y trabajos que busquen centrarse en los aspectos sociales y organizacionales tanto de la producción cultural en general.

La dimensión de análisis

¿Por qué una investigación que se plantea como un aporte al análisis de la industria editorial desde las lógicas de las industrias editoriales se abordó de forma exclusiva a partir de tres editoriales del sector independiente?

Por supuesto que tuvo que ver con cuestiones de delimitación y encuadre de la investigación. Pero existieron también motivaciones más concretas para esta selección. Desde un principio me pareció pertinente acercarme al sector independiente por el tipo de información que me podían brindar para la comprensión sobre el fenómeno de la editorial y las formas en que éstas, como industrias culturales, se conforman no sólo como empresas sino también como organizaciones sociales donde individuos establecen una serie de relaciones, toman decisiones, la convierten en un espacio de interacción cotidiana en donde se generan productos muy particulares como son los libros. La lógica de avance en la investigación siempre estuvo planteada en abordar a las editoriales como espacios de socialización de conocimientos, actitudes, representaciones y por eso, me pareció que las editoriales corporativas representaban un reto en cuanto a la recopilación de la información por la cantidad de agentes involucrados además de una dificultad para poder delimitar el número de personas a las que tenía que acercarme para así poder obtener el tipo de información que me interesaba obtener; a saber, las dinámicas sociales específicas que permiten la producción, circulación y producción del impreso que es el libro. La aparente simplicidad de las editoriales independientes —“simplicidad” por el número reducido de personas que componen este tipo de organizaciones, menos estratificadas, mucho más compactas en cuanto a el establecimiento de contactos al interior de la organización— me pareció ideal para una aproximación directa, mucho menos compleja en cuanto a la distribución de los roles laborales lo cual podía facilitar la identificación de una forma más directa del espacio que sostiene la producción del libro desde sus vínculos sociales pero también en la maneras que impacta el contexto que va más allá de la organización en cada uno de los individuos que la componen.

En cuanto a la decisión de concentrarme —no exclusivamente pero si de forma intensiva— en el Programa de Coediciones de la DGP encuentra su razón en la impresión que tuve de que al realizar un análisis de la industria editorial en México, aunque se centrado en unas cuantas editoriales como fue el caso de esta tesis, quedaría incompleto si no se incluía la dimensión estatal; en todas las investigaciones que anteceden a ésta se reconoce el papel que ha jugado el Estado para la constitución de la industria editorial en nuestro país como tal, no sólo desde la proposición de marcos legales y comerciales sino también como agente activo y de suma importancia para la definición de las características de organizacionales pero también de producción, circulación y consumo. Es, sin duda, necesario para todos aquéllos que nos interesa aproximarnos al estudio de la industria editorial en México tener presente la relación histórica entre el Estado mexicano y la industria editorial, y que ha originado, a lo largo de los años, una multiplicidad de instituciones, legislaciones y políticas públicas que, variando a lo largo del tiempo, han desempeñado funciones específicas dependiendo de las coyunturas políticas, económicas y sociales. Entonces, y de nueva cuenta, a pesar de lo multidimensional y amplio del fenómeno de la intervención estatal en la industria editorial, ¿por qué concentrarme en un solo programa?

Como lo explicité en la introducción, no me interesó investigar las características generales y los patrones históricos de la relación Estado-industria editorial, sino buscar elementos clave para comprender los aspectos sociales de esta relación para así poder aterrizarlo en el interés principal de esta tesis: identificar y analizar las lógicas que intervienen en la producción de los objetos que son los libros, sus circunstancias sociales y las experiencias que implican publicar. Y de nueva cuenta, considerar y analizar todas las formas en las cuales se despliega la relación entre el Estado y las editoriales, a parte no ser posible por los alcances propios de la investigación, no sería tan fructífero como sólo concentrarme en una “manifestación” del Estado que le fuera común a las organizaciones seleccionadas. Elegir un solo programa que fuera usado por las tres editoriales, a parte de abordar una forma explícita de la relación Estado-industria editorial, sería mucho más fácil contrastar las experiencias de aquellos

que integran la dimensión estatal a su prácticas laborales y por supuesto, a las dinámicas de las editoriales de las cuales forman parte. De esta forma, detenerme en un solo programa —sin descontextualizarlo del todo, dado que éste forma parte de una serie de acciones mucho más amplias— a partir de la forma en que interactúa con **Textofilia**, **Nitro Press** y **Sexto Piso**, ayudó a comparar el comportamiento de las organizaciones integrando diversos niveles: desde los estructurales —instituciones, mercado, políticas culturales, procesos de industrialización, etc.—, pasando por las mercancías y sus modos de producción, el contenido simbólico, hasta llegar a los arreglos sociales al interior de las organizaciones editoriales.

A partir de esta delimitación de los objetos de estudio la investigación se concentró en averiguar primordialmente dos aspectos:

- 1) Determinar las maneras en que las organización editoriales definen, desarrollan y establecen sus modos de producción; indagar qué tipo de rendimientos implican estos modos y los tipo de distribución social, las formas interacción, integración de conocimientos y actividades laborales que implican para lograr producir la mercancía que le es distintiva, en este caso el libro.
- 2) Averiguar cómo esto anterior podría modificarse, o no, al momento de hacerse presente la intervención pública y las formas en que ésta interactúa con las lógicas sociales de la producción editorial el espacio organizativo donde se hace presente.

De esta forma, la investigación tuvo como principal objetivo reconocer el tipo de agentes sociales que se insertan en las organizaciones sociales tanto en su labor cotidiana como en su relación con el Estado; averiguar los vínculos sociales que se establecen, los conocimientos, las formas de trabajo que se comparten, la relaciones laborales que se entablan y las relaciones de producción y dependencia que se generan. Desde los casos particulares de las editoriales **Textofilia Ediciones**, **Nitro Press** y **Sexto Piso**, en el análisis tanto de su conformación como organizaciones editoriales así como en su relación con los programas de fomento a la producción editorial se trató de responder las

siguientes preguntas: ¿por qué se pueden considerar a las editoriales como organizaciones sociales?, ¿qué tipo de características se pueden ayudar a identificar y analizar desde esta perspectiva a las editoriales?, ¿de qué manera afecta la intervención pública a las editoriales?, ¿éstas modifican sus forma de organización interna?, ¿la producción de un libro es igual para un libro sin apoyo que para un libro que sí posee?, ¿existen roles específicos para llevar a cabo la interacción entre la intervención pública y las editoriales?

El marco de análisis, la puesta en acción y sus hallazgos

La investigación estuvo articulada en lo general a partir de tres ejes teóricos: el concepto de *industrias culturales* desarrollado por David Hesmondhalgh, *labor creativa* también desarrollado por Hesmondhalgh en colaboración con Sarah Baker, y las ideas de *cooperación y convenciones* propuestas por Howard S. Becker en el marco de los *mundos de arte*. Cada uno de estos conceptos sirvieron como guías —en cada capítulo y enriqueciéndolos desde las particularidades teóricas y metodológicas de otros autores como Bhaskar, Miller, Miège, Yúdice Winne, Malumián, Mihal, etc.— para la aproximación y el análisis a **Textofilia Ediciones, Nitro Press y Sexto Piso** tanto en su dimensión como industria cultural —particularidades generales, estado de la industria, etc.— así como el análisis de sus arreglos sociales y lógicas laborales cada editorial despliega en su día a día.

A partir de la articulación de estos cuatro conceptos, la investigación se pudo desplazar de un análisis de las tendencias generales tanto de la industria editorial en México, en tanto industria cultura, y de las políticas culturales en nuestro país concentradas en el sector editorial y de la lectura, a uno específico en donde se identificó y analizó a los diversos agentes que posibilitan la actividad editorial en cada una de las organizaciones editoriales tanto en sus lógicas particulares como en su interacción con la intervención pública. En el análisis de las tendencias generales se observó que las editoriales están insertas en un contexto que está determinado por dos aspectos: por una parte, por las lógicas de producción, distribución y comercialización que los grandes corporativos

internacionales van imponiendo en el mercado nacional y el otro, la participación activa del Estado en el sector editorial a través de programas y legislaciones que afectan tanto las condiciones de mercado así como ciertas formas de producción y promoción. La articulación de estas dos lógicas condiciona al sector independiente de dos maneras: 1) las condiciones impuestas por los grandes corporativos limitando su competitividad y participación en el mercado y 2) se observa una asociación estratégica con el Estado que se asume como un agente interesado en la promoción de la diversidad editorial al establecer programas que buscan apoyar a la producción y distribución en el sector independiente; estos programas promueven la idea de *bibliodiversidad*: el papel que debe de asumir el Estado en mediar con la industria editorial para mantener un equilibrio justo del mercado nacional ya sea encaminando acciones en un sector general de la industria o bien interviniendo de forma específica en las dinámicas de algún sector de la industria con el fin de contar con oferta editorial que no sólo satisfaga las necesidades del mercado sino que también responda a otro tipo de consumos culturales que no encuentran cabida en éste. Del análisis de estos dos aspectos se concluye lo siguiente:

- A. El sector independiente, y las organizaciones editoriales que lo componen, está caracterizado por concebirse como una lógica de producción editorial que se encuentra en oposición a la lógica de operación de las editoriales transnacionales o bien, se presenta como una forma alternativa a las lógicas de producción y distribución que son generadas desde los grandes corporativos editoriales.
- B. El rechazo o la proposición de un modelo alternativo a las lógicas de las multinacionales dificulta la participación del sector independiente en los espacios tradicionales y más comunes para la distribución y circulación del libro, lo que obliga al Estado a establecer una serie de acciones que apoyen a este sector sin alterar las lógicas estructurales en las cuales se asienta la industria editorial en nuestro país, de esta manera los programas de fomento a la producción editorial están dirigidos a facilitar la participación de las editoriales independientes en el mercado dotándolas de los recursos

suficientes para que garanticen su producción y proponiendo infraestructura para la distribución de sus productos, el Estado así garantizando la diversidad cultural del libro.

Mientras tanto, en el análisis de las tendencias específicas, me concentré en diversas consideraciones y estrategias a través de las cuales **Nitro Press**, **Textofilia Ediciones** y **Sexto Piso** establecen sus formas de producción editorial, tratando de enfatizar cuáles son los roles, sus funciones y la manera en que se coordinan y el tipo de conocimientos que se requieren para garantizar la producción, circulación y difusión de sus libros. A través del concepto de *labor creativa*, apoyada por los conceptos que explican la actividad editorial, propuestos por Michael Bhaskar: *filtración* y *amplificación*, se observó cómo las organizaciones editoriales aglutinan una serie de agentes diversos que tienen el anhelo de producir contenido culturalmente valioso y al mismo tiempo la necesidad de producir objetos para venderlos y obtener ganancias. Existe una tensión constante en la autonomía creativa de los editores, con la cual se expresa el interés por promover y publicar cierto tipo de contenido que no se ajuste a las tendencias más comerciales del sector editorial, y el interés por asegurar ganancias y beneficios económicos a través de la venta de su producto; con esta tensión se refleja cómo las editoriales son un espacio de negociación, compromiso y ajuste entre los intereses culturales y el comercio.

Es posible afirmar, por tanto, que **Textofilia Ediciones**, **Sexto Piso** y **Nitro Press** buscan racionalizar su producción editorial tanto en su etapa de concepción y producción, así como en la etapa de circulación a través del establecimiento de varias funciones especializadas asentados en una división laboral que requieren ciertas pautas de organización. Resultó, a partir de lo anterior, de vital importancia la implementación de los conceptos propuestos por Howard S. Becker, *cooperación* y *convenciones* para describir las lógicas de la producción editorial en cada una de las editoriales, éstas se caracterizaron por operar como red —por supuesto con las especificidades de cada organización, marcadas por el tamaño y el número de agentes involucrados en cada una de éstas—: se observó que el proceso de edición involucra diversas áreas del conocimiento y se relacionan con

varias actividades simbólicas, económicas y tecnológicas basadas en el objeto que es el libro, al mismo tiempo que tratan de gestionar intereses económicos, personales, culturales e inclusive, de amistad.

Una vez descrita estas redes se propuso averiguar cómo éstas se podrían modificar cuando los intereses de las organizaciones editoriales intersectan con las estructuras burocráticas y su racionalidad desde los programas estatales que promueven el fomento a la producción editorial. A través de las mismas líneas teóricas con las que se describió la red de colaboración y la estructura de la labor creativa que garantiza la producción en las organizaciones editoriales se analizaron, por una parte, los motivos por los cuáles los editores de **Sexto Piso**, **Textofilia Ediciones** y **Nitro Press** optan por cierto tipo de apoyo públicos, lo que esto supone para la organización en términos de movilización de recursos humanos, conocimientos y materiales, haciéndose patentes una serie de estrategias que van desde la supervivencia económica como organización —como son el caso de **Nitro Press**—, hasta por diversos modos de capitalización —como son los casos de **Sexto Piso** y **Textofilia Ediciones**—. A partir de este análisis de las tendencias específicas se identificaron y caracterizaron las particularidades de las relaciones que se establecen entre el Estado y las organizaciones editoriales al momento en que ambas posiciones se coordinan y establecen lógicas de cooperación con la finalidad de publicar un libro a través del esquema de coedición, como es el caso de la programa de la DGP. De esta forma, se concluye que un aspecto fundamental de las relaciones Estado-organización editorial es el establecimiento de un beneficio mutuo: las editoriales obtienen recursos para garantizar una continuidad de su producción editorial y los organismos públicos obtienen materiales para darle continuidad a sus propios proyectos editoriales y de fomento a la lectura. Esta relación se estructura a partir de dos momentos:

- A. El primero se relaciona con el mantenimiento, por parte de las editoriales de un sistema de valorización propio a través del cual establecen sus pautas profesionales distintivas que van definiendo el tipo de contenidos que publican. Desde esta perspectiva, se asume, que **Textofilia**, **Nitro Press** y **Sexto Piso** tiende vínculos cooperativos continuos con ciertas

instituciones porque asumen que estos garantizan esa autonomía en la proposición de los títulos que van acorde a sus intereses de publicación, es decir, que les otorguen recursos para la producción no implica poner en riesgo sus propias formas y lógicas editoriales, de hecho, los intereses de ambos agentes —el organismo que otorga el recurso y la editorial— coinciden en los títulos que se buscan publicar y esto es posible a partir de determinar

- B. El segundo momento va relacionado con la aparición de lo que se identifico como la *racionalidad burocrática* —concepto retomado desde la perspectiva de Tony Bennet—, que es la forma en que el Estado administra no sólo los recursos que otorga y la gestión de las formas en que se coordinan las actividades en conjunto con las organizaciones editoriales y el tipo de arreglos legales y sociales que se establecen cuando se van generando los vínculos de cooperación para llevar a cabo una coedición. Implica también la administración y la aplicación de una serie de consideraciones técnicas —perspectivas teóricas, diferentes concepciones de lo que debe de convertirse en público, ideologías políticas, etc.— que juegan un papel decisivo en las formas en las que las producciones culturales circulan y son exhibidas, y a quiénes son ofrecidas y mostradas—. Esto tiene consecuencias directas en la forma en que la labor creativa es ejecutada por parte de las organizaciones editoriales y la forma en que éstas despliegan sus conocimientos y experiencias con el fin de que sus mercancías puedan ser adaptadas a los propósitos y objetivos públicos que persiguen las organizaciones estatales como lo es la DGP. La racionalización de la labor creativa de las editoriales en efecto es una función administrativa de lo creativo, pero a diferencia de las lógicas impuestas en las industrias culturales, y por ende en la industria editorial, no buscan reducir los riesgos que implica la labor con la que se generan las mercancías culturales sino que más bien busca establecer vínculos

directos entre la mercancía cultural, la esfera pública y los intereses particulares del Estado.

Los intereses de cada una de las editoriales aquí analizadas y los intereses públicos, que se canalizan y movilizan de una forma particular a través del Programa de Coediciones de la DGP, se sirven el uno al otro —por supuesto en una situación no siempre equilibrada para las editoriales— resultando en una actividad editorial que no necesariamente está marcada por los dictados del mercado más amplio —que está definido por un tipo de lecturas de un corte más comercial, cierto tipo de autores consagrados y ciertas dinámicas de amplificación—, pero que de igual forma busca participar en este espacio de circulación y de más alcance del libro al tiempo que se intenta impulsar la participación de contenidos culturales que tienen otras formas de constituirse y legitimarse más allá del éxito comercial y de ventas, y se que asumen deben de lograr entrar un circuito de difusión y consumo mucho más amplio de lo que sus propias características le permiten.

Entonces, ¿independientes por qué y de qué?

A pesar de que no fue nunca objetivo identificar el mundo social más amplio del sector independiente de la industria editorial en nuestro país —identidad, procesos de socialización, movilización de posiciones sociales, etc.— es más que obvio que fue un tema que estuvo latente a lo largo de toda la tesis y que se podría resumir en la siguiente pregunta, ¿qué es lo que vuelve a una editorial independiente “independiente”?

A lo largo de tesis saltaron a la vista algunos elementos a través de los cuales se podría articular una respuesta: las editoriales independientes son organizaciones de capital limitado, no vinculadas a ningún tipo de corporativo transnacional o local, su única actividad es la de la publicación y comercialización de libros, el rango de su mercado es más reducido que el de los corporativos y sus publicaciones generalmente no se ajustan a la demanda de mercado más amplia promoviendo por lo general contenidos que les parecen culturalmente valiosos más que económicamente redituables. Por supuesto, si observamos a las

editoriales descritas en esta tesis por supuesto que se ajustan a estos parámetros y sin embargo, no acaban por decir mucho sobre el sector independiente de nuestro país, ¿qué tipo de valores en común intervienen?, ¿pueden ser elaborados y transmitidos por varias editoriales a la vez?, ¿se crea una identidad de lo “independiente” que se sostenga de igual manera entre las editoriales vinculadas con en el sector y que vaya más allá de sus diferencias organizacionales? En resumen, ¿es posible invocar un mundo social específico ligado a la independencia —productores, consumidores, actitudes, valores y formas de identificación que sean comunes y cuya movilización esté garantizada por la constante interacción de individuos que se vinculan a través de esos términos—?

Por lo presentado en esta investigación, sí es posible hablar de una identidad asociada a la organizaciones descritas como independientes que no sólo está vinculada a las características como organización. ¿De qué manera? ¿A qué me estoy refiriendo?

Si bien las editoriales aquí presentadas son organizaciones que tienen diferentes niveles de complejidad creo que una de las cuestiones que puede ser pensada como constitutiva de la identidad “independiente”, y que es transversal a las tres editoriales es el posicionamiento frente a un sector de la industria editorial que consideran altamente comercial y carente de procesos creativos y culturales auténticos, se asumen en contraposición de esa industria. A partir de lo descrito, se constituyen patrones de comportamiento y producción que giran en torno a la órbita del *gusto personal* del editor o de los editores que es, como ya se había señalado, el ejercicio de un criterio para seleccionar cierto tipo de obras que a su consideración necesitan darse a conocer a más lectores; éste criterio sumando a consideraciones de índole comercial a través del modelo editorial que cada organización posee sirve como elemento constitutivo para la articulación de las labores creativas que se ejecutan al interior de las organizaciones y través de las cuales se va constituyendo un catálogo, que es la construcción y afirmación constante de una autonomía creativa que se contrapone a las formas editoriales más corporativas y comerciales. Y esta autonomía y mantenimiento del gusto

personal como eje de constitutivo del trabajo y forma de identificación frente a el sector más comercial no sólo es perceptible en las tres editoriales aquí estudiadas sino también editores de otras organizaciones que son vinculadas al sector independiente:

Somos un proyecto editorial político, claramente. Lo que queremos es que los libros y nuestros autores sean estética y políticamente relevantes; que nos digan algo sobre los problemas contemporáneos. Por eso no nos importa tanto el género. [...] Que todos los géneros dialoguen entre sí. No queremos ser una editorial coyuntural [...] Son reflexiones desde otro ángulo; estos libros sobreviven por más tiempo [Entrevista a Pablo Rojas, editor de SUR+ (Revista Yaconic, 2015)].

El lema de la Tumbona es: “El derecho universal a la pereza”. Siempre existe la presión, incluso por parte del mercado, de sacar más libros, más rápido, más novedades, etcétera. Nuestra estrategia es resistir a la tentación y mantener nuestro propio ritmo [...] Nos preocupa seguir el proceso de libro desde que, éste comienza como una idea hasta que se agosta el último ejemplar. No nos interesa simplemente publicar libros para que lleguen a las librerías. [Entrevista a Luigi Amara, editor de Tumbona Ediciones (España, 2015)].

En Acapulco publicamos autores que nadie conoce, hacemos libros que pueden ser muy chocantes, nuestros *best sellers* son de 400 ejemplares. Ni siquiera es nuestra intención generar un catálogo mucho más pensando hacia el mercado de libros en México. Me encanta hacer un libro de alguien que nunca ha hecho un libro, una exposición, nada –y a quien nadie le haría un libro–, y que se divierte dibujando a sus perros [Entrevista a Selva Hernández, editora de Ediciones Acapulco (Zanella, 2014)].

En el 2005, fundamos la Editorial Almadía con la intención de apostar por nuevos autores y propuestas literarias, de publicar los géneros desdeñados por el circuito comercial y de incentivar nuevos círculos de lectores, y escogimos el género de literatura porque es lo que nos gustaba. [...] Nos basamos mucho en buscar libros que nos gustan, en diversos géneros y países. Estamos muy centrados en un catálogo latinoamericano. En un principio arrancamos solo con tres colecciones: narrativa, ensayo y poesía, y hemos abierto una de dibujo e ilustración, clásicos de viaje y crónicas en los últimos años [Entrevista a Guillermo Quijas-Corzo y Vania Reséndiz, editores de Almadía Ediciones (Retamales, 2017)].

Diferentes formas de concebir el trabajo editorial y diversas estrategias para la construcción del catálogo, y lo que integra a estos diferentes posicionamientos es una visión compartida de que se debe apostar por la publicación de contenidos basados en el gusto particular de quien los publica; el filtro del gusto personal y el

ejercicio de éste de forma consciente, materializándose en el catálogo que se convierte de esta manera en la expresión tangible del ejercicio del gusto personal, y esto es lo que permite articular formas de distinción entre el sector más corporativo del mundo editorial y aquél que se reconoce como el “independiente”, y que permite reconocer la particularidad de la labor que se está llevando a cabo, entre los mismos que la realizan pero también para lectores que están interesados en este tipo de expresiones y mercancías. Ejercer y demostrar esta actitud es la primera manera de erigir una identidad como independiente, no sólo se trata de las particularidades de organizativas o la posición antagonista y en clara desigualdad con respecto a los corporativos, la clave es la promoción de ciertos valores y actitudes que lo sostiene y valida ciertas formas de producción, no es la estructura lo que legitima la asociación al sector independiente y que se se identifique como parte de este sector; privilegiar las formas y contenidos sobre el interés de masificar la producción —claro sin desdeñarlo— es lo que media entre los diversos editores, la diversidad de propuestas y las variadas formas de concebir el trabajo editorial, y desde donde se construyen los vínculos cooperativos a través de los cuales se establecen redes de interacción social —tanto profesionales como personales— y ayudan a mantener, interpretar y mercantilizar su labor creativa. La “independencia” está referida, según el acercamiento que se ha dado a partir de esta investigación, al mantenimiento de la *autonomía creativa* que es el despliegue de elementos culturales y comunicaciones valuados desde sus propios términos: la mercancía cultural —y sus productores— persiguen esta valorización a sabiendas que es lo que les permitirá el acceso al mercado y distinguirse en éste.

Ya es materia para una futura investigación cómo se construye una idea compartida sobre la autonomía creativa, las maneras en que se legitima, se transmite y se mantiene como parte constitutiva de un mundo social particular en donde la producción de cierto tipo de mercancías culturales es lo que dota de estatus, visibilidad y formas legítimas de vincular valores culturales y elementos comerciales.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN

Adorno, Theodor W. *The culture industry: Selected essays on mass culture*. Psychology Press, 2001.

Alarcón, Óscar. "Entrevista a Lilia Barajas: editora de Nitro Press", *Neotraba*, 14 de julio de 2014. Recurso en línea: <http://neotraba.com/entrevista-a-lilia-barajas-editora-nitro-press/>

Bautista, Virginia. "Conaculta traza publicaciones ruta editorial 2014", *Excélsior*, 13 de diciembre de 2013. [Recurso en línea: <http://www.excelsior.com.mx/expresiones/2013/12/13/933579>]

Barrios, José Luis. "Los descentramientos del arte contemporáneo (Monterrey, Guadalajara, Oaxaca, Puebla, Tijuana)" en Isa María Benítez (coord.), *Hacia otra historia del arte en México tomo IV Disolvencias (1960-200)*, Conaculta, 2004.

Bayardo García, Rubens. "Políticas culturales: derroteros y perspectivas contemporáneas." *RIPS. Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas* 7, no. 1 (2008).

Becker, Howard. *Arts World*. University of California Press, 2008.

Becker, Howard S. y Michael McCall. "Introduction" en Becker, Howard S. y Michael McCall (ed.), *Symbolic Interaction and Cultural Studies*. The University of Chicago, 1990.

Bello, Kenya y Marina Garone Griever. "Presentación" en Bello, Kenya y Marina Garone Gravier (coordinadoras), *El libro multiplicado. Prácticas editoriales y de lectura en México*. UAM, En prensa.

Bhaskar, Michael. *La máquina de contenido: hacia una teoría de la edición desde la imprenta hasta la red digital*. Fondo de Cultura Económica, 2014.

Blumer, Herbert. *Symbolic interactionism. Perspective and method*, Prentice-Hall, 1969.

Botto, Malena. "1990-2010. Concentración, polarización y después" en José Luis de Diego (Director), *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2010)*. Fondo de Cultura Económica, 2013.

- Carrasco-Campos, Á., y E. Saperas. "Industrias culturales y políticas de comunicación: bases conceptuales de la institucionalización de las corrientes críticas de investigación social" en *Comunicación y regeneración democrática. Universitat Jaume I* (2011): 30-40.
- Cervantes Becerril, Freja. "La edición literaria de la primera mitad del siglo XX en México" en Bello, Kenya y Marina Garone Gravier (coordinadoras), *El libro multiplicado. Prácticas editoriales y de lectura en México*. UAM, En prensa.
- Cisneros Sosa, Armando. "Interaccionismo simbólico, un pragmatismo acríptico en el terreno de los movimientos sociales". *Sociológicas* 14 (41), septiembre-diciembre de 1999: 103-126.
- CONCAMIN. "Presentan el programa de Coediciones de la Secretaría de Cultura", *Industria*, febrero 27 de 2017 (Referencia el línea: <http://revistaindustria.com.mx/camarasyasociaciones/caniem/presentan-el-programa-de-coediciones-de-la-secretaria-de-cultura/>).
- Cubeles, Xavier. "Políticas culturales y el proceso de mundialización de las industrias culturales en "Seminario: nuevos retos y estrategias de las políticas culturales frente a la globalización [Recurso en línea: <http://www.uv.es/~cursegsm/MaterialCurso/SCGCubeles.pdf>].
- Danto, Arthur. "The artworld" en *The journal of philosophy* 61, no. 19 (1964): 571-584.
- Del Valle-Rojas C, Nitrihual-Valdebenito L, Mayorga-Rojel A. J. "Elementos de economía política de la comunicación y la cultura: hacia una definición y operacionalización del mercado de los medios" en *Palabra Clave* 15 (1), 2012: 82-106.
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. "Ley Fomento para la Lectura y el Libro" en *Diario Oficial de la Federación*, DOF 17-12-2015.
- Díaz Aguirre, Dolores. *Las políticas culturales y las editoriales independientes*. La zonámbula, 2011.
- Dickie, George. *El círculo del Arte: una teoría del arte*. Paidós, 2005.
- DiMaggio, Paul. "Market Structure, the Creative Process and Popular Culture: Towards an Organizational Reinterpretation of Mass-Culture Theory" en *Journal of Popular Culture*, 11:436-452.
- Ejea Mendoza, Tomás. "La liberalización de la política cultural en México: el caso del fomento a la creación artística" en *Sociológica (México)* 24, no. 71 (2009): 17-46.

- Ejea Mendoza, Tomás. *Poder y creación artística en México: un análisis del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (Fonca)*. Universidad Autónoma Metropolitana, 2011.
- Esteves Fros, Fernando y Jorge Vanzulli. *El mundo de la edición de libros*. Paidós, 2002.
- España, Daniela. "Entrevista a Luigi Amara" en *GasTV*, septiembre de 2015. Recurso en línea: <http://gastv.mx/entrevista-luigi-amara/>
- Gallo, Irma. "Sexto Piso: La riesgosa apuesta por lo culto". *Sin embargo*, 4 de enero de 2013. Recurso en línea: <https://www.sinembargo.mx/04-01-2013/479569>
- García Canclini, Néstor, *Políticas culturales en América Latina*. Grijalbo, 1987.
- García Canclini, Néstor "Políticas culturales: de las identidades nacionales al espacio latinoamericano" en García Canclini y C. Moneta. *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*. Grijalbo, 1996.
- García Canclini, Néstor. *Las industrias culturales y el desarrollo de México*. Siglo XXI, 2008.
- Garnham, Nicholas. "Concepts of culture: public policy and the cultural industries." *Cultural studies* 1, no. 1 (1987): 23-37.
- Escalante Gonzalbo, Fernando. *A la sombra de los libros: lectura, mercado y vida pública*. Colmex, 2007.
- Gans, Herbert J. *Deciding What's News*. Vintage, 1980.
- Gilmore, Samuel. "Art Worlds: Developing the Interactionist Approach to Social Organization" en Becker, Howard S. y Michael McCall (ed.), *Symbolic Interaction and Cultural Studies*. The University of Chicago, 1990.
- Golding, Peter y Graham Murdock. "Culture, communications and political economy." *Mass media and society* 3 (2000): 70-92.
- Hall, Stuart. "Cultural Studies and its Theoretical Legacies" en During, Simon (ed). *The cultural studies reader*. Routledge, 2007.
- Hesmondhalgh, David. *The cultural industries*. SAGE, 2013.
- Hesmondhalgh, David y Sarah Baker. *Creative labour: Media work in three cultural industries*. Routledge, 2013.
- Hirsch, Paul M. "Cultural industries revisited" en *Organization Science*, 11 (3):356-361.

- Horkheimer, Max y Theodor W. Adorno. "La industria cultural. El iluminismo como engaño a las masas" en *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Trotta, 1997.
- Lino, Manuel. "Se asumen como gobierno, ya no como una editorial", *El economista*, 2 de septiembre de 2013. [Recurso en línea: <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2013/09/02/se-asumen-como-gobierno-ya-no-como-editorial>].
- Lindoso, Felipe. *O brasil pode ser um país de leitores?*. Summus Editorial, 2004.
- Lee, David. "Networks, cultural capital and creative labour in the British independent television industry." *Media, Culture & Society* 33, no. 4 (2011): 549-565.
- Maanen, Hans van. *How to study art worlds: On the societal functioning of aesthetic values*. Amsterdam University Press, 2010.
- Martínez Torrijos, Reyes. "Informa Conaculta que publicó 83 libros en 2013", *La Jornada en línea*, 13 de diciembre de 2013. [Recurso en línea: <http://www.jornada.unam.mx/2013/12/13/cultura/a03n3cul>].
- Mata Madrón, Sofía (coordinadora). *México: realidad y oportunidades para el sector editorial y del libro Español*. Centro Cultural de España en México, 2015.
- Milliot, Jim. "The World's 52 Largest Book Publishers, 2016." *Publisher Weekly*. Agosto 25 de 2016. Recurso en línea: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/international/international-book-news/article/71268-the-world-s-52-largest-book-publishers-2016.html>
- Mejía, Eduardo. "La industria editorial en México, obra de personas más que de instituciones" en Cobo Borda, Juan Gustavo (ed.). *Historia de las empresas editoriales de América Latina. Siglo XX*. CERLALC, 2000.
- Miège, Bernard. "Las industrias culturales y de información: un enfoque sociocultural" en *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 2008, 10 (1). (Recurso en línea: <http://redie.uabc.mx/redie/article/view/186/871>).
- Miège, Bernard. *The Capitalization of Cultural Production*. International General, 1989.
- Mihal, Ivana. "Biodiversidad: una mirada a las políticas culturales estatales." ponencia presentada en el *II Seminário Internacional Políticas Culturais, Fundação Casa Rui Barbosa, Río de Janeiro* 21, 2011.
- Mihal, Ivana. "Actores y procesos en la gestión de la biodiversidad" en *Alteridades* 23, no. 45 (2013): 123-136.

Miller, Toby. "Política cultural/industrias creativas." *Cuadernos de literatura* 32. 2012: 19-40.

Montaño Garfias, Erick. "Duplican presupuesto a coediciones de Conaculta", *La Jornada en línea*, 13 de marzo de 2014 [recurso en línea: <http://www.jornada.unam.mx/2014/03/13/cultura/a07n1cul>].

Mosco, Vincent. "La economía política de la comunicación: una actualización diez años después". *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 1, 2006: 57-79.

Nivón Bolán, Eduardo. "Desarrollo y debates actuales de las políticas culturales en México .s/f. [Recurso en línea: http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/nivon/NIVON_EDUARDO_Pol_Cultural_Mexico.pdf].

Ollé-Laprune, Philippe. *México: visitar el sueño*. Fondo de Cultura Económica, 2011.

Programa de Fomento para el Libro y la Lectura. 2016-2018. Secretaría de Cultura- Dirección General de Publicaciones, 2016.

Piedras, Ernesto. *Desempeño Económico de la industria editorial en México*. WIPO, 2013.

Pineda, Ricardo. "Sexto Piso: otro tipo de éxito". *Forbes México*, 26 de diciembre de 2014. Recurso en línea: <https://www.forbes.com.mx/sexto-piso-otro-tipo-de-exito/>

Proceso. "Nace la editorial Sexto Piso: El hambre por nuevas opciones". *Proceso*, 15 de abril de 2003. Recurso en línea: <https://www.proceso.com.mx/251713/nace-la-editorial-sexta-piso-el-hambre-por-nuevas-opciones>

Moran, Edgar. *El espíritu del tiempo. Ensayo sobre la cultura de masas*. Taurus, 1962.

Montaño Garfias, Ericka. "Sexto Piso busca vender libros pocos conocidos en época en que no se lee". *La jornada*, 20 de septiembre de 2003. Recurso en línea: <https://www.jornada.com.mx/2003/09/20/05an1cul.php?printver=1&fly=>

Montaño Garfias, Ericka. "El editor culto y con olfato literario ya no cabe en el mundo editorial de hoy". *La jornada*, 12 de diciembre de 2003. Recurso en línea: <https://www.jornada.com.mx/2003/12/12/05an1cul.php?origen=cultura.php&fly=>

Ramos, María José. "La edición literaria en México en la segunda mitad del siglo XX", en Bello, Kenya y Marina Garone Gravier (coordinadoras), *El libro multiplicado. Prácticas editoriales y de lectura en México*. UAM, En prensa.

Retamales, Paulina. "Creen en los libros: entrevista a Guillermo Quijas-Corzo y Vania Reséndiz, fundadores de Almadía" en *La fuente*, 20 de junio de 2017. Recurso en

línea: <https://www.fundacionlafuente.cl/creen-en-los-libros-entrevista-a-guillermo-quijas-corzo-y-vania-resendiz-fundadores-de-almadia/>

Rivera Mir, Sebastián. “Usos políticos de la edición durante el siglo XX” en Bello, Kenya y Marina Garone Gravier (coordinadoras), *El libro multiplicado. Prácticas editoriales y de lectura en México*. UAM, En prensa.

Romero, Horacio. “La edición independiente y la industria editorial en México”. *La gaceta de la Universidad de Guadalajara* (19 de mayo de 2014). Recurso en línea: http://gaceta.udg.mx/G_notas1.php?id=15690

Rodríguez Barba, Fabiola. “El precio único del libro en México”. *Casa del tiempo*, no.19 (mayo de 2009): 81-85.

Rodríguez Sierra, Beatriz. *La industria editorial en México: su evolución y participación en el desarrollo de colecciones de bibliotecas* (Tesis para optar al grado de doctor). Universidad Complutense de Madrid, 2009.

Sánchez, Luis Carlos. “Conaculta: la DGP dobla apoyo a coediciones”, *Excélsior*, 13 de marzo de 2014. [Recurso en línea: <http://www.excelsior.com.mx/expresiones/2014/03/13/948429>].

Salomón, Alfredo. “Panorama Nacional” en *Comercio Exterior*, no. 4, vol. 53, 2003: 381-385.

Saferstein, Ezequiel Andrés. “Entre los estudios sobre el libro y la edición: El ‘giro material’ en la historia intelectual y la sociología” en *Información, cultura y sociedad*, No. 29 (2013): 139-166.

Secretaría de Cultura. *1º Informe de labores 2015-2016*, Secretaría de Cultura, 2013.

Secretaría de Educación Pública. *1º Informe de labores 2012-2013*, Secretaría de Educación Pública, 2013.

Secretaría de Educación Pública. *2º Informe de labores 2013-2014*, Secretaría de Educación Pública, 2014.

Secretaría de Educación Pública. *3º Informe de labores 2014-2015*, Secretaría de Educación Pública, 2015.

Sorá, Gustavo. (2013), “El mundo como feria. In(ter) dependencias editoriales en la Feria de Frankfurt”. *Revista Comunicación y Medios número 27* (2013).

- Szpilbarg, Daniela, "El espacio editorial independiente: heterogeneidad, posicionamientos y debates" en *I Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición (La Plata, 2012)*. 2012.
- Throsby, David. *The Economics of Cultural Policy*. Cambridge University Press, 2010.
- Tovar y de Teresa, Rafael. *Modernización y política cultural*. Fondo de Cultura Económica, 1994.
- Tuchman, Gaye. *Making News*. Free Press, 1978.
- UNESCO. *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. UNESCO-Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, 2010.
- UNESCO. *Declaración universal sobre la diversidad cultural*. UNESCO, 2001.
- UNESCO. *Comprender las industrias creativas. Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas*. UNESCO-Global Alliance for Cultural Diversity, 2015.
- UNESCO. *Repensar las políticas culturales. 10 años de la promoción de la diversidad de las expresiones culturales para el desarrollo*. UNESCO, 2015.
- Vizcarra, Héctor Fernando Vizcarra. "Entrevista a Alfredo Núñez Lanz, editor de Textofilia". *Seminario de Estudios Sobre Narrativa Latinoamericana Contemporánea (SENALC)*, 21 de junio 2016. Recurso en línea: <http://senalc.com/2016/06/21/entrevista-a-alfredo-nunez-lanz-editor-de-textofilia/>
- Wasko, Janet. "Studying the political economy of media and information" en *Comunicação e Sociedade* 7 (2005): 25-48.
- Yaconic. "Cuestionar el estado de las cosas", en *Yaconic*, 30 de mayo de 2015. Recurso en línea: <https://www.yaconic.com/entrevista-pablo-rojas-surplus/>
- Yúdice, George. *El recurso de la cultura*. Gedisa, 2002.
- Williams, Raymond. *La larga revolución*. Nueva Visión, 2003.
- Williams, Raymond. *Sociología de la cultura*. Paidós, 1994.
- Winne, Hernán López y Víctor Malumián. *Independientes, ¿de qué?: Hablan los editores de América Latina*. Fondo de Cultura Económica, 2016.
- Wischenbart, Rüdiger. "The global ranking of the publishing industry 2009." *Publishing research quarterly* 26, no. 1 (2010): 16-23.

Wortman, Ana. "Cambios culturales, cambios en los consumos culturales". *Revista Indicadores culturales 2009*, UNTRE. Julio de 2010. Recurso en línea: http://www.untref.edu.ar/documentos/indicadores_culturales/2009/Cambios%20-%20Ana%20Wortman.pdf

Zallo, Ramón. *Economía de la comunicación y la cultura*. Akal, 1988.

Zanella, Jacobo. "Ediciones Acapulco" en *Sada y el bombón*, febrero de 2014. Recurso en línea: <http://sadabombon.com/acapulco/>