
**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS
SUPERIORES DE OCCIDENTE**

Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de Nivel Superior según Acuerdo Secretarial
15018, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de noviembre de 1976

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOCULTURALES
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA Y LA CULTURA



ITESO
Universidad Jesuita
de Guadalajara

“Las interacciones en la industria editorial, su papel en la generación de pautas
tendientes a la homogeneización de prácticas y la emergencia de agentes autodenominados
independientes en la Zona Metropolitana de Guadalajara”.

Tesis que para obtener el grado de
Maestra en Comunicación de la Ciencia y la Cultura

Presenta

LLH. Fátima Betsabé Mendoza Ramos

Director de tesis: Mtro. Eduardo Quijano Tenreiro

*El agradecimiento es a mis padres, director de tesis,
sinodales, profesores, compañeros maestrantes,
amigos y familiares que me brindaron su apoyo.
Especial dedicatoria a mi compañero de vida,
que estuvo ahí a pesar de todo.*

*Estoy en deuda con Conacyt,
el Instituto Jalisciense de la Juventud e ITESO.*

*Mi reconocimiento y aprecio es
para los editores independientes
y todos los que formaron parte de
este largo camino de investigación.*

“Deberíamos de llamarnos «editores el salmón»
porque siempre vamos contra corriente; pero
a veces la manera más fácil de avanzar
es ir contra corriente”.

LUIS (EDITOR INDEPENDIENTE).

RESUMEN/ABSTRACT

En esta investigación indagamos las interacciones que construyen las prácticas de los editores autodenominados *independientes* de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG) desde una perspectiva sociocultural bajo el supuesto que posibilita ver tanto al objeto de estudio como a los sujetos en sus diversos anclajes capaces de transformar, construir y re-significar las explicaciones que dan a su actividad.

Consideramos pertinente interrogar lo que los editores hacen, qué efectos tratan de producir en sus discursos al construir narrativamente su oficio. Por tanto el objeto, problema e hipótesis los enfocamos a interrogar ciertas interacciones entre los agentes que componen el campo editorial (editores) y con ello ubicar sus prácticas productivas. Centramos la indagación en cómo dichas interacciones influyen en el establecimiento de las prácticas de los sujetos que discursivamente se denominan “independientes”.

Proponemos el abordaje teórico desde las nociones que proporciona la sociología de la cultura, tomando como referencia la caracterización de la industria editorial de Thompson (2010) con respecto a la concepción de campo (que recoge de Pierre Bourdieu) para denominar al campo editorial como un espacio en el que interactúan agentes que ponen en juego sus capitales en la construcción del libro (ciclo editorial) y al mismo tiempo participan en una cadena editorial en el recorrido del objeto (libro) hacia los lectores. De igual forma, en esta elección teórica planteamos también una primera contextualización del campo editorial mexicano para situar a los sujetos de estudio.

El trazado metodológico lo desarrollamos a partir de la Teoría Fundamentada (Grounded Theory), cuyo paradigma se fundamenta en la sociología y el interaccionismo simbólico, que permite crear propuestas teóricas a partir de los datos. Hemos utilizado esta estrategia como un marco para articular el análisis de los discursos, en este caso, a través de entrevistas a profundidad con la propia delimitación teórica, desde la codificación de los datos de manera selectiva, lo que nos permite observar cómo se caracterizan las interacciones a partir de los contactos entre los agentes que componen el campo y de ahí analizar sus prácticas.

En el análisis incluimos un marco comparativo con las prácticas editoriales analizadas por John B. Thompson, así como una caracterización breve de lo independiente a partir de la composición textual de los sujetos. Finalmente hacemos una interpretación del campo editorial de la ZMG a partir de la re-construcción de las interacciones y las prácticas de los editores independientes frente a pautas tendientes a la homogeneización vinculadas a los modelos de producción editorial internacional.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

Configuración del libro y sus interacciones en la producción	1
i. Del fenómeno de concentración de editoriales al objeto de investigación	4
ii. Objetivo	11
iii. Justificación y pertinencia social del análisis del campo editorial	12
iv. El cómo de las interacciones en el campo editorial. Pregunta de investigación	14
v. Línea de desarrollo del documento	14

CAPÍTULO I

Concentración en la industria del libro. Panorama internacional	18
1.1. La industria editorial en México. Recorte del campo	28
1.2. La industria editorial en la Zona Metropolitana de Guadalajara	34

CAPÍTULO II

Aproximaciones a un estado del arte	41
2.1. Revisiones desde un panorama general	41
2.2. Apuntes sobre las líneas de investigación situadas en México	57
2.3. Desarrollo de líneas de investigación en el estado de Jalisco	61

CAPÍTULO III

El concepto de campo y capitales en articulación con las interacciones de los editores como propuesta de marco teórico	66
3.1. Aproximaciones a la perspectiva de comunicación y sociología cultural	67
3.2. De la “Teoría de los medios de comunicación” a la “Estructura de la industria editorial”	72
3.3. La “lógica de las interacciones en el campo editorial”. Los conceptos pertinentes para la investigación	79

CAPÍTULO IV

Interacciones y prácticas de los editores independientes: estrategias de abordaje	91
4.1. ¿Quiénes son los editores autodenominados independientes de la Zona Metropolitana de Guadalajara? Configuración del universo y muestra de análisis	92
4.2. De los datos a la construcción teórica. La Teoría Fundamentada como marco metodológico	98
4.2.1. Desarrollo del instrumento de recolección de datos	101
4.2.2. Recolección de los datos	101
4.2.3. De los datos a las categorías: la Teoría Fundamentada como	103

metodología de análisis	
4.2.4. Ciclo y cadena editorial: observables, teoría y categorías de análisis	107
4.2.5. De los observables a las categorías y de las categorías a los observables: el ciclo de construcción	108
4.2.6. Reducción de datos y codificación	110
4.2.7. Primeros elementos de análisis	110
4.3. Consideraciones sobre la validez de la investigación	112
CAPÍTULO V	117
Encuadre analítico: las interacciones de los sujetos como pautas de significado en la homogeneización y/o resistencia de sus prácticas	
5.1. Marcos de acción. Perfiles y trayectorias de los sujetos	118
5.1.1. Marcos de acción, marcos de interacción desde su trayectoria	123
5.2. Valoración del posicionamiento del editor en el campo como elemento que da sentido a las interacciones	130
5.2.1. “Emergencia” de agentes independientes en un entorno específico	135
5.2.2. Caracterización de emergencia de acuerdo a su posición	136
5.2.3. La autodenominación independiente como estrategia de visibilidad	139
5.3. Interacciones durante las prácticas de producción	142
5.4. Interacciones en las prácticas de distribución	146
5.5. El juego de las interacciones en el campo editorial. Adquisición de derechos de contenido intelectual	150
5.6. Valoración del “producto libro” como dispositivo de significado en las interacciones	152
5.6.1. Hacia una nueva valoración del “producto libro”	154
5.7. Las prácticas de los editores autodenominados independientes de la Zona Metropolitana de Guadalajara frente a las pautas tendientes a la homogeneización	156
5.7.1. A seis años de la Declaración de los Editores Independientes	161
CAPÍTULO VI	165
Espacio e interacciones que detonan prácticas tendientes a la homogeneización y fragmentación	
6.1. El campo independiente como espacio en construcción	166
6.2. Naturaleza y característica de las interacciones	169
6.3. Las prácticas de los editores autodenominados <i>independientes</i>	173
6.4. La autodenominación <i>independiente</i> como construcción discursiva del campo editorial	177
6.5. Reconstruyendo el camino	180
6.6. Consideraciones finales y limitaciones de la investigación	184
BIBLIOGRAFÍA	188
ANEXOS	201

LISTA DE FIGURAS

Tabla 1. Las 12 más grandes editoriales comerciales en Estados Unidos, 2007-2008	22
Figura 1. Corporaciones editoriales en el espectro centralizado-federalizado	23
Tabla 2. Principales actores en la industria editorial del libro español	24
Figura 2. La lógica del campo editorial en Estados Unidos e Inglaterra	78
Figura 3. Proceso de conformación de los conceptos pertinentes para la investigación	84
Tabla 3. Relación de las interacciones y las prácticas de los editores	85
Figura 4. Cómo los editores añaden valor a la producción del libro	87
Tabla 4. Descripción de las editoriales filiales en la ZMG y sus grupos de pertenencia	93
Tabla 5. Tipos de producción de las editoriales bajo la denominación independiente	95
Tabla 6. Las fases del marco metodológico diseñado para la investigación	100
Figura 5. Las fases de la teoría fundamentada	106
Tabla 7. Fases de codificación de la teoría fundamentada	106
Esquema 1. Diseño de la investigación, recolección, codificación y análisis de los datos	113
Tabla 8. Relación de los sujetos y el capital simbólico desde la trayectoria	126
Tabla 9. Características del capital económico de cada sujeto	129
Tabla 10. Relación de cada sujeto y el capital simbólico que poseen a partir de sus valoraciones	134
Tabla 11. Relación de las interacciones, su caracterización y las prácticas de producción	146
Tabla 12. Relación de las interacciones, sus características y las prácticas de distribución	150

Tabla 13. Relación de las interacciones, sus características y las prácticas de adquisición de contenido intelectual 152

Figura 7. Cadena de contactos en la producción y distribución del libro 161

INTRODUCCIÓN

CONFIGURACIÓN DEL LIBRO Y SUS
INTERACCIONES EN LA PRODUCCIÓN

“Abramos los libros y veamos cómo cambió su presentación en el transcurso del tiempo, en qué sentido y cuáles son las causas de este cambio”.

LUCIEN FEBVRE Y HENRI-JEAN MARIE. LA APARICIÓN DEL LIBRO.

Pensar en el libro como el objeto cultural que nos ha acompañado a través de varios siglos, nos llevó a articular una indagación sobre los agentes de su producción, más allá de las posibles interpretaciones, sensaciones y apropiaciones que del mismo hacen los lectores. Para el objetivo de este trabajo ha sido prioritaria la forma asumir como perspectiva que la producción del libro tiene su anclaje en las interacciones de los editores con los demás agentes que componen el campo editorial. Es decir, se ha entendido al libro como la materialización de una actividad socio cultural y por supuesto como vehículo de la producción de conocimiento. Intentar reconstruir la microhistoria de estas relaciones significa articular narrativa y analíticamente tramos, sujetos y espacios importantes de nuestra cultura.

En el intento, varios cuestionamientos se acumularon al acercarnos a la naturaleza, características y condiciones de estos vínculos y las dificultades para analizarlas desde una concepción articulada de cultura: ¿qué significa ser editor?, ¿qué significa para un editor diferenciarse del resto de sus pares?, ¿desde qué posicionamiento se da esta diferenciación?, y sobre todo, ¿qué características conlleva a partir de las interacciones y las prácticas de producción que éstas generan? Lo anterior aglutina como interrogante adicional si estamos ante la emergencia de agentes diferenciados, o si por el contrario, estamos frente a prácticas diversas de los mismos agentes.

El análisis a la industria editorial en su conformación actual es una indagación que ha sido abordada desde variadas perspectivas: destaca en primer término la revisión socio-histórica en la que el eje transversal es la composición y creación sociocultural del libro como objeto, y cuya apuesta colocó a la imprenta como agente de cambio (Eisenstein, 2008). Quien con mayor agudeza ha descifrado el entramado de la cultura escrita y las transformaciones del libro como objeto ha sido Roger Chartier (2006), una historia del objeto permanentemente anclada a las transformaciones sociales y políticas producidas en la historia, la mirada de Chartier se ha centrado en el estudio de las prácticas de escritura-lectura, en los modos de producción de lo escrito (del papiro al códice, del libro a las pantallas) y la apropiación y reconstrucción de significados por parte de los lectores de épocas diferentes. Desde la sociología de la cultura, la visión de John B. Thompson (2005, 2010) revisa la diversidad de las prácticas editoriales en la búsqueda de la integración de una lógica del campo y de una “posible” enunciación de estructura del mismo.

Precisamente, asignarle valor a la visión heurística de Thompson nos permitió imaginar la posibilidad y utilidad de la caracterización de los editores autodenominados *independientes*, así como la relevancia y necesidad de investigar sus prácticas como referencias directas de su denominación discursiva.

El libro como elemento material y simbólico (Mass, 2006) ha contribuido históricamente a la configuración de las dinámicas sociales desde que se disparó la producción y distribución de conocimiento a través de la revolución comunicativa que representa la imprenta (Eisenstein, 2008). La generalización de la lectura privada y silenciosa es condición de posibilidad de un ámbito nuevo de experiencia que trastoca profundamente la alianza entre las palabras y las cosas, abriéndola en la dirección que va a constituir el espacio de nuestra modernidad. Es un lugar común señalar que la posibilidad de reproducir textos en grandes cantidades ha ejercido una influencia decisiva en el conjunto de las transformaciones políticas, económicas y culturales que han configurado la modernidad y el mundo como hoy lo reconocemos.¹

Por tanto, el fenómeno del que partimos para la enunciación del problema y objeto de investigación requiere diferenciar dos componentes que, aunque simultáneos y concurrentes, son irreductibles uno del otro, a saber: en primera instancia, el reconocimiento del libro como un objeto que posee –al menos– un doble sentido para el lector: objeto material y bien simbólico, al que se le añade una valoración específica relacionada con su contenido, sus significados y la propia acción de lectura. En segundo lugar y más fundamental, el entramado socio-histórico del campo editorial, los sujetos sociales que en él participan, sus dinámicas de lucha y posicionamiento, los procesos económicos y culturales en los que se gestan las acciones de producir, reproducir y distribuir al libro. El reconocimiento de estas dimensiones nos llevó a pensar a la dinámica actual del espacio editorial en su conjunto; una dinámica caracterizada por la concentración de editoriales (Schiffrin, 2001; Epstein, 2001), de modelos de producción, una tendencia relativamente reciente en la historia del libro.

¹ “[...]Establecer textos confiables y definitivos se convirtió en un asunto basado en el examen de la materialidad de la producción textual original, en el estudio de textos y libros como objetos físicos; determinando las diferencias en tipos de papel, tinta, métodos de impresión y demás[...]” David Finkelstein y Alistair McCleery, *An introduction of book history*, p.8.

De acuerdo con los autores mencionados, la concentración del campo editorial a escala global implica a la vez la marginación de editores y libros que por su tamaño y lógicas de producción poseen un escaso potencial de ventas. Esto no implica únicamente mediar la producción y la distribución de los libros y ubicar sus fuentes; sino también cuestionar la relación entre el libro y el ciudadano como un campo con articulaciones específicas.

Desde luego: “las fusiones suponen un cambio de política editorial que no beneficia al lector a largo plazo ya que es la pequeña y mediana industria la que más fuerte y arriesgadamente apuesta y el oligopolio puede asfixiar la creatividad y la diversidad” (Langa Pizarro, 2000, p. 37) Aunque no sea el objetivo primordial de la investigación, pensar la construcción de sentido de los textos publicados en forma de libro como procedimientos de producción y distribución de cultura es una forma de considerar y establecer al libro como objeto.

Como contraparte de la concentración, la enunciación *independiente* de algunos pequeños editores pudo ser reconocida como elemento característico de su discurso público y probablemente el rasgo más reiterado de su presencia pública, acaso como elemento simbólico-imaginario en el que se inscriben las acciones y representaciones de los que buscan enfrentar las políticas del capital globalizado, en una historia que de alguna manera busca rescatar este trabajo. Es indispensable, así lo creemos, identificar las implicaciones (espacios, prácticas, discursividad y creación de dispositivos) que para la organización y proceder de estos agentes puede tener la enunciación *independiente*; puesto que lo registramos como un fenómeno identificable a nivel internacional, en parte como respuesta y resistencia ante los procesos de concentración antes señalados. Resulta particularmente relevante para esta investigación indagar cómo estos fenómenos de diferenciación y resistencia ante modelos hegemónicos han podido contribuir a una re definición de la función del editor y sus implicaciones en la producción y comercialización de libros.

Así, en el desarrollo de la industria editorial, el editor, tanto en el rol de quien corrige y sugiere cambios estilísticos al texto, como el de *publisher*, en el sentido que tiene el término en el mundo anglosajón, juega un papel definitivo. Un editor, no sólo elige qué y a quién publicar; es un hecho que puede acompañar cada vez más el proceso creativo de un libro y tener acceso al texto a medida que se va produciendo (Thompson, 2010). Una parte de su práctica profesional puede ser registrable desde la intervención y proposición de

cambios en la búsqueda de un nivel de “calidad” que se ajuste a los criterios y demandas que su conocimiento le indica. Este tipo de prácticas y toma de decisiones han venido determinando modos de proceder que vinculan estrategias con el contenido de los libros y, por supuesto, su formato para adecuarlos a las transformaciones sociales.

i. Del fenómeno de concentración de editoriales al objeto de investigación

El contexto en el que situamos el fenómeno de investigación es el de esfera pública masiva y multitudinaria, pero a la vez restringida con mecanismos de exclusión y modelos de modificación en los procesos de comunicación dentro de un contexto económico y social determinado, en el que poco a poco la edición comenzó a tomar relevancia como producción masiva, inmersa dentro de las industrias culturales y en esta tensión entre la mercantilización de productos y la puesta en circulación de objetos los cuales a su vez conllevan una carga simbólica.

De tal manera formulamos como objeto de esta investigación a las interacciones en la industria editorial como constitutiva de industrias culturales caracterizadas por la producción y comercialización de “mercancías” con contenido simbólico (1988). En este mismo sentido, Néstor García Canclini (2002) describe a las industrias culturales como un sistema de “gran producción” en el que estas mercancías, o bienes simbólicos, están sujetos a ciertas dinámicas o interacciones, en busca de rendimientos económicos. En esta concepción se puede incluir la producción editorial y audiovisual (cine, televisión, radio y música).

La definición *de industrias culturales* es relativamente reciente, su primera acepción daba cuenta de la masificación de la producción artística, y por ello era concebida como el nivel más bajo dentro de la valoración artística. Surge desde la escuela crítica de Frankfurt, específicamente a partir de los postulados de Horkheimer, Adorno y Marcuse, que refieren el crecimiento y redimensionamiento del mercado cultural cuya expansión fue creando modalidades específicas de cultura, para dar paso a la llamada *cultura de masas*. Esto, por supuesto, tuvo como eje central el hecho de que a partir de la posguerra se incorporaron los principios y modelos de la organización del trabajo a la producción cultural.

Posteriormente, el concepto se fue ampliando hasta llegar a lo que actualmente podemos caracterizar como industrias culturales.

Ante la inicial concepción de producción de masas de las industrias culturales, John B. Thompson (1998), desde su propuesta de “estructuración comunicativa”, cuestiona precisamente este carácter atribuido a la producción de bienes simbólicos, entendido en un primer momento como masificación burda. Thompson, al igual que otros teóricos, observa en las industrias culturales una nueva configuración de lo social que puede ser estudiada en todas sus dimensiones y complejidades.

Para caracterizar la producción de bienes simbólicos, Thompson pone el acento a partir de la relevancia social de los media y su influencia. Esta perspectiva que considera a los medios de comunicación como el centro de la sociedad actual (Gómez Vargas, 2008) es una clave analítica útil para abordar fenómenos tan complejos como los que se dan en la industria editorial. Al respecto, para esta investigación adoptamos la concepción de industrias culturales en atención a un reconocimiento mucho más amplio de esta enunciación y que abrieron la posibilidad de encontrar elementos de diálogo teórico sobre esta definición. A partir de este marco planteamos un breve recorrido por sus principales líneas analíticas en busca de correspondencias y diferencias.

De acuerdo con Thompson, la conformación industrial se da a partir del surgimiento de la imprenta y demás medios técnicos de soporte que han permitido “la producción y difusión a gran escala de formas simbólicas en el espacio y tiempo [...] han dado forma a las maneras en que la información y los contenidos simbólicos son producidos y puestos en circulación en el mundo social” (1996, p.35) La clave de esta industrialización es precisamente la capacidad de reproducción.

El rastreo que Thompson hace de las industrias mediáticas abarca desde la alta edad media, a partir de la explotación de los medios técnicos que permiten la producción a gran escala para la sociedad. Conlleva también la multiplicación y desarrollo de adelantos tecnológicos (el uso para aumentar la capacidad de reproducción, lo que denomina “viabilidad comercial” (1998), que no es otra cosa que cierto grado de control que se ejerce en la producción y reproducción de un bien simbólico. Por tanto, “la explotación comercial de libros, grabaciones musicales, etc., se basa en la capacidad de producir múltiples copias de un trabajo y controlar su proceso de reproducción de manera que genere beneficios”

(Thompson, 1998, p. 40). Este grado de reproductibilidad en los procesos de producción no es ajeno a la industria editorial en la que podemos reconocer una búsqueda de la eficiencia en la producción de libros tanto en la optimización de insumos como en la búsqueda de grandes tirajes que posibiliten mayor rentabilidad en el mercado.

No ignoramos la discusión que actualmente hay en torno a la delimitación teórica, y los constantes replanteamientos sobre el estatuto, implicaciones y características de las industrias culturales; sobra sumar lo que incontables teóricos han aportado desde otras perspectivas. Las particularidades económicas, políticas y simbólicas de los bienes producidos por estas industrias propician disyuntivas respecto de si solamente deben ser considerados como bienes comerciales, o si debemos reconocer el carácter específico de los bienes y servicios culturales que, al ser portadores de identidad, de valores y sentido, requieren entenderse como algo más que mercancías o bienes de consumo en la misma línea que otros (Matos, 2008).

Una razón para utilizar como referente esta discusión sobre las características de las industrias culturales se debe a estas diversas formas de comprensión ofrecen el panorama de la producción cultural; elemento que podemos entender como una traducción visible, deseada por los individuos desde su manera de pensar la producción en el mundo social hasta la representación política; particularmente con la posición de los agentes que componen el campo. Precisamente ha sido éste el enfoque que elegimos como pertinente para el desarrollo del objeto de investigación

La perspectiva de industria cultural nos permite afirmar que en el espacio editorial existen elementos de concentración en el que editoriales “clásicas”, como las nombra García Canclini (2007), se han convertido, en mayor medida, en grupos empresariales administrados y dirigidos por gestores de lo mediático, donde podemos incluir la producción editorial como una dimensión más. En el plano referido anteriormente como línea de ubicación de los fenómenos “observados” en la industria editorial, tenemos que la concentración de los corporativos transnacionales establece una reformulación de la función de editor, lo que a su vez favorece el predominio de estructuras específicas de producción, distribución y consumo de libros.

En el reconocimiento de la autonomía relativa de los campos culturales, este proceso, centralizador, en términos de decisión y organización, refiere un modelo que genera dinámicas de producción y venta que potencializan un mercado “típico” donde, más allá de la concentración, es legítimo enunciar la existencia de otras prácticas recurrentes en busca de diferenciación.

Thompson (2010) reconoce el cambio en la industria editorial estadounidense e inglesa a partir de los años 60, en el que las editoriales existentes posicionadas en el mercado, reconocidas como “independientes” (empresas familiares que poco a poco fueron creciendo hasta tener una presencia en el mercado) fueron compradas por editoriales y conglomerados extranjeros en una paridad de intereses tanto en la compra como en la venta. Este efecto es visible hasta los años 90, cuando la concentración de editoriales extranjeras y de conglomerados mediáticos, ha acaparado a las editoriales que se habían mantenido al margen, haciendo más difícil la sobrevivencia de los que no pertenecen a estos.² Muchas empresas se pusieron en venta en busca de un mejor futuro en un fenómeno que denomina efecto “sombrija” en el que las pequeñas editoriales se amparan en los grandes conglomerados.

En el campo donde alguna vez hubo docenas de editoriales independientes cada una reflejando el gusto y estilo de sus dueños y editores, ahora hay cinco o seis grandes corporaciones, cada una operando como una organización sombrilla para numerosos impresores, muchas de las cuales todavía conservan el nombre de sus anteriores casas independientes, que ahora son parte de una gran organización, operando con ciertos niveles de autonomía (Thompson, 2010, p. 102).

Hay muchos otros aspectos contenidos en la descripción de la industria editorial; sin embargo, en función de lo planteado en esta investigación nos parece que lo esencial es rescatar la relación entre las determinaciones específicas de un campo de producción y la concentración en grandes organizaciones que se potencializa desde las presiones económicas (financiamiento, equipamiento y distribución) de un mercado con diversos niveles de constreñimiento. Así es como esta delimitación en la toma de decisiones sobre

² El proceso de concentración de sellos editoriales lo retomamos en el capítulo I, p. 18, como parte del contexto.

las acciones financieras y editoriales representa una de las características estructurantes de los agentes que en ella interactúan. La pregunta que ahora nos planteamos es: ¿desde dónde y cómo se decide qué publicar? La respuesta no es tan simple, aunque sí podemos reconocer un elemento de concordancia al advertir que el mercado de manera rutinaria orienta su búsqueda de productos libro “tipo” o “similares” a los ya exitosos en un afán por alcanzar estándares fijados y competir en el campo. Para la caracterización del objeto de investigación acudimos a la caracterización de industria editorial, como un espacio con múltiples aristas, que reflejan prácticas asimilables y al mismo tiempo que es capaz de incorporar espacios fragmentados con prácticas diferenciadas, o divergentes en la producción, consumo y apropiación de bienes simbólicos.

Bajo esta línea de pensamiento, el problema de investigación lo construimos a partir de las interacciones del campo editorial como propiciadoras de prácticas específicas que tienen sus anclajes y definiciones desde el contacto entre los agentes. Al respecto, Fernando Escalante Gonzalbo (2007) establece una forma de caracterización de las prácticas en el campo editorial como “fórmulas limitadas” que permiten la producción de cierto tipo de libros. Escalante reflexiona, a partir de lo enunciado por Bourdieu, sobre prácticas similares en el mercado, impuestas desde modelos de competencia, lo que permite que se repitan en la búsqueda y atracción de un máximo de consumidores.

La industria editorial, entendida como “campo” por Thompson, concepto rastreado en Pierre Bourdieu³ para caracterizar un espacio situado en donde confluyen agentes con sus capitales, es una definición que nos permite nombrar y enunciar un mapa teórico, sin dejar de lado la concepción de industria, que si bien no son sinónimos, nos ayuda a hacer un juego de conceptualizaciones desde lo teórico en una demarcación de campos de producción, como tipos diferenciados, que de igual forma se conjuntan en un mismo sello editorial; la mezcla, fragmentación y diversificación los vuelve agentes con difícil establecimiento de límites. Como un primer recorte para los propósitos de esta investigación nos concentramos en el campo de la publicación de generalidades: ficción y no ficción, tomando en cuenta que para el caso específico de México y Guadalajara, hay una relación indisociable entre este campo y el de la producción de libros escolares.

³ Thompson (2005) reconoce la noción de “campos” para caracterizar la producción editorial. Ver su desarrollo en el capítulo III, p. 64.

En la caracterización de las interacciones en el campo editorial, por una parte aludimos al planteamiento teórico general de Thompson (2005b) como una Teoría de las Interacciones (*Interactional Theory*); por otro lado, de manera particular, a las relaciones que se entretejen al interior del mismo campo, así como con otros campos sociales (Fuentes, 2006). Dichas interacciones están marcadas por la disposición de capitales (puestos en juego) así como por factores externos que caracterizan las prácticas editoriales que, en mayor o menor medida, son alimentados por pautas que consideramos necesarias caracterizar desde los propios editores. Evidentemente, Thompson (2010) no señala éstas interacciones como puntos de contactos horizontales y estables, al contrario, se trata de dinámicas siempre cambiantes, en las que las condiciones de cada sello en particular juegan un papel fundamental en su punto de choque.

De igual forma, para el planteamiento del concepto de *interacciones* como acciones caracterizadoras de las prácticas editoriales tomamos como referencia el postulado teórico de Goffman (1971) que habla de la influencia recíproca de los sujetos sobre sus acciones cuando están en presencia física inmediata, y más allá de ello, las interacciones las entendemos como actividades que sugieren ubicación de un “participante dado en una situación dada” y que sirven para ejercer influencia sobre cualquiera de los participantes.

Goffman recupera ideas centrales de la tradición sociológica cuando afirma que el orden social se produce, al menos “localmente”, a través de reglas y rituales que determinan las relaciones; es decir, el orden de la interacción está en la base del orden social. Es indispensable formularlo así, para comprender una cierta “normalización” en el desarrollo de las relaciones sociales, y justamente entender el control de los riesgos que se realiza mediante técnicas que consisten esencialmente en la rutina y la ritualización de la acción. Asumimos, a partir de este momento, a las interacciones como evidencias de consensos operativos que reflejan, en su multiplicidad y complejidad, formas regulatorias del proceder social.

Lo que aquí denominamos “pautas de homogeneización” busca referir y hacer evidente el rol que la tradición cultural impone a las relaciones sociales de un campo específico, pero sobre todo reconocer el papel decisivo que tienen las instituciones, en tanto estructuras, como agentes autorizados (como poder instituido) para fijar los parámetros de comportamiento que los individuos (y los grupos) deben reconocer y atender a fin de ser

incorporados a un cuerpo social. Son pautas tendientes a la homogeneización en tanto las entendemos como la expresión colectiva a la preferencia de modos, formas y esquemas que posibiliten la comunicación así como la creación de sentido común.

Así, la emergencia de editores autodenominados “independientes” responde, por una parte, a un “no reconocimiento” de las pautas orientadas a la homogeneización de sus prácticas de producción, por otra, registra el espacio social-económico en el que estos agentes se ubican como resultado del tipo de participación a la que tienen acceso en el sistema editorial establecido. Sin embargo, precisamos el carácter inestable y paradigmático de su posición de “resistencia”. Este no reconocerse en el otro es un elemento complejo, por lo que asumimos, *a priori*, que los agentes, en sus comportamientos, manifiestan una tensión entre rutinización de prácticas y resistencia.

Las prácticas diferenciadas que surgen de las interacciones de la industria editorial en la Zona Metropolitana de Guadalajara desde diferentes contextos, espacios, a partir de sus propias condiciones y elementos, cobran relevancia a partir de la enunciación discursiva divergente en el caso de los editores autodenominados *independientes*. Es en este espacio acotado de producción cultural donde hemos considerado pertinente preguntar: ¿qué significados adquiere lo “independiente” en el contexto editorial mexicano y específicamente en la Zona Metropolitana de Guadalajara?, ¿Bajo qué características y frente a qué espacios, prácticas y agentes se diferencian? Pensar en la conformación de la industria editorial en específico nos ayuda a trazar las características del objeto de investigación desde un plano contextual.

El problema de investigación lo formulamos entonces como la necesidad de reconocer y explicar la forma en que las interacciones de la industria editorial generan prácticas que posiblemente correspondan a la estructura y concentración imperantes, o que puedan articular otras formas de significación. Es decir, la centralidad explicativa radica en cómo las interacciones constituyen el referente analítico de la posible emergencia de agentes autodenominados “independientes” quienes adquieren en esta definición una forma particular de ver al campo y de interactuar en él.

Gilberto Giménez habla de “entender la cultura como un conjunto de prácticas simbólicas dispersas y descentradas” (Giménez, 2007, p. 29) que se definen en gran medida con relación a la agencia: el mismo individuo en acción. Para Giménez el problema se

centra en la articulación de la estructura con relación a la práctica en un espacio dinámico en el que continuamente se están rompiendo o siguiendo pautas estructurales. Estas pautas nos parecen evidentes a través de la posibilidad de que emerjan agentes bajo condicionantes estructurales impuestas, pero que de cierta forma son el resultado de reacciones en contra de ello. El problema de investigación radica, precisamente, en poder dar cuenta de las cualidades de las interacciones en el tenor de que éstas son el detonante de ciertas prácticas de adquisición de contenido, producción y distribución.

Thompson (2010) identifica a los sujetos que interactúan en el campo editorial como agentes, y es desde esta perspectiva que consideramos a los editores autodenominados “independientes”, como agentes con posibilidad de emergencia, que para esta investigación adquiere un doble sentido: por una parte, atender a lo enunciado teóricamente y, por otra, enfatizar la capacidad de agencia del sujeto inmerso en una estructura cultural con su propia historicidad, con capacidades y posibilidades para seguir o modificar las “pautas impuestas”.

En un principio podemos enunciar un campo en el que una de sus aristas está centrada en los intereses económicos y que, de cierta forma, constriñe a los agentes que dentro de este mismo campo, al grado de establecer una fuerte valoración de riesgo en el proceso de producción y, por tanto, de una ausencia de reconocimiento para algunos agentes. Éstos son caracterizados por Thompson (2003) desde una conciencia de su práctica, a partir de lo que denomina “*ethos* profesional” en el nombrarse y pronunciarse en contra de ciertas prácticas replicables imperantes en las industrias mediáticas.

Lo anterior no impide que al mismo tiempo pueda tratarse de agentes que están inmersos en las mismas dinámicas, bajo canales y espacios similares, por lo que su discurso de resistencia en sus diferentes modalidades pudiera diferenciarse o no en la práctica. Caracterizar a estos agentes es central en el problema de investigación, debido a esta tensión identificable entre pautas demarcadas, autonomía y capacidad de agencia. Con dicha articulación, lo que buscamos es dar cuenta de la existencia o ausencia de estos elementos en los editores autodenominados “independientes” de la ZMG.

ii. Objetivo

Desde el planteamiento del objeto y problema de investigación, el objetivo que buscamos es analizar cómo las interacciones en la industria editorial generan pautas tendientes a la homogeneización de prácticas y/o fragmentación; y cómo, a partir de éstas, se caracteriza la posible emergencia de agentes autodenominados “independientes” en la Zona Metropolitana de Guadalajara.

iii. Justificación y pertinencia social del análisis del campo editorial

La pertinencia social de este trabajo la afirmamos a partir del reconocimiento de la industria editorial como espacio de investigación (y de comunicación) de la cultura. A su vez buscamos un acercamiento que recupere otro tipo de fuentes documentales de individuos o comunidades que son referencia del hacer cultural. Es pertinente actualizar el estatus del conocimiento de la historia editorial de Jalisco y en particular de Guadalajara, atender y entender la multiplicidad y diferenciación de las prácticas culturales que tienen lugar en el segundo decenio del siglo XXI. Sin embargo, al revisar la trayectoria que supone la investigación, encontramos que nuestra pretensión es direccionada, no únicamente al reconocimiento de agentes específicos, sino a la posibilidad de analizar espacios poco abordados por la investigación y reflexiones académicas en México.

Con esta propuesta, a partir de una perspectiva sociocultural de la comunicación (entendida como la identificación de factores que intervienen en la producción de sentido social), ponemos en el centro de interés los procesos culturales de producción editorial. Con este afán incorporamos las diversas dimensiones de la misma: la producción, las mediaciones y el consumo. Consideramos relevante, para el reconocimiento del campo, dar cuenta de los procesos de producción de la industria editorial en la que se modelan lazos de interdependencia particulares en la relación comunicación-cultura de masas como una forma de poner el foco de atención en los procesos culturales de producción. (Gómez Vargas, 2009).

De igual forma, dirigir la mirada hacia una de las industrias de producción de bienes simbólicos y de distribución de conocimiento más significativa de los últimos siglos, en términos de Chartier (2000) permite reconocer “las obras y los gestos que, en una sociedad dada, atañen al juicio estético o intelectual”. Otra relevante significación de los resultados de este trabajo alude a la constatación de “las prácticas cotidianas que tejen la trama de las relaciones y que expresan la manera en la que una comunidad concreta, en un tiempo y un espacio, vive y reflexiona su relación con el mundo y la historia”. Finalmente, este espacio social más allá de sus propias transformaciones mantiene un enorme peso económico y simbólico, tanto en el soporte en papel como en el digital de forma más reciente.

Al reconocer al campo editorial como generador de prácticas de producción, recuperamos una discusión ya posicionada en las investigaciones de autores como Raymond Williams y Stuart Hall (Gómez Vargas, 2009) sobre las prácticas culturales como el eje que engloba decisivamente otras, como las de apropiación de la cultura a través de los mensajes. Reconocemos la pertinencia de analizar la repercusión en las transformaciones de las prácticas, no como simples causas de la situación actual del campo editorial, sino por la posible emergencia de agentes diferenciados discursivamente de los otros, lo que manifiesta el peso de un registro analítico de la narrativa de su existencia. Evidenciar esto permitirá establecer pautas de reconocimiento y caracterización de estos agentes en los diversos campos editoriales y posiblemente dentro de las industrias culturales, lo que conlleva un análisis de éstas en la vida cotidiana.

En este sentido, la puesta en perspectiva de la industria editorial y su dinámica no sólo productiva, sino de comunicación al interior del “campo”, ayuda a trazar ejes que puedan relacionarse con la distribución y el consumo del libro. En este ámbito, una pretensión (una vez conocidos los vacíos con respecto a investigaciones relacionadas) es acercarse y comenzar a delinear objetos de estudio y temáticas que permitan generar nuevos intereses y aportarlos como referentes a futuros proyectos de investigación en torno a la comunicación de masas.

Adentrarnos en las prácticas de los editores, buscar su re-construcción desde el establecimiento de vínculos con sus valores, creencias, al igual que alianzas a través de un discurso, ha implicado un minucioso reconocimiento del campo editorial en la ZMG, y a partir de esta historización elemental situarlo como parte de los procesos de

institucionalización legitimadores de la cultura. Finalmente, acercarnos al objeto desde una visión de campo acerca de la cultura, permite visibilizar las relaciones de poder y las influencias que se producen entre estructura, instituciones y agentes. Por último, profesionalmente, es una beta amplia para propuestas de investigación y un espacio propicio para la especialización.

iv. El cómo de las interacciones en el campo editorial. Pregunta de investigación

¿De qué manera las interacciones en la industria editorial generan pautas tendientes a la homogeneización de prácticas y la emergencia de editores autodenominados “independientes” en la Zona Metropolitana de Guadalajara?

v. Línea de desarrollo del documento

En el primer capítulo presentamos las características del campo editorial internacional para, posteriormente, describir la matriz específica en México y la particular de la Zona Metropolitana de Guadalajara, en un recorte de espacios y contextos específicos en los que los agentes están inmersos. En este punto hemos dado primacía a describir las características de la producción editorial nacional, la intervención e influencia del Estado desde las políticas públicas a partir de la “Ley de fomento para la lectura y el libro” y su decisiva contribución desde la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuito a la producción y distribución para el sistema básico de educación pública en el país. Todo ello aunado a otros fenómenos coyunturales como las cadenas de librerías y las librerías “independientes”.

El segundo capítulo aborda las diversas formas en las que ha sido estudiada y analizada la industria editorial. Es un recorrido sintético en el que situamos las investigaciones en México y el estado de Jalisco dentro de un contexto general. Esta mirada histórica, situada y contextualizada, posibilitó la comprensión de la manera en que sujetos sociales en contextos históricos y culturales particulares, desde las prácticas y estructura del campo, han construido la apropiación y significados del libro.

En el tercer capítulo formulamos los elementos que configuran el marco teórico desde el cual presentamos los conceptos que creemos pertinentes para el desarrollo de la investigación. Se buscó formular las categorías centrales, enfoques y herramientas conceptuales con las cuales abordar los temas de trasfondo, específicamente la dimensión de las interacciones en la industria editorial desde la concepción de campo en el que los capitales económico, simbólico, social, humano e intelectual son puestos en juego.

La caracterización de los editores autodenominados “independientes” y la muestra que seleccionamos para el análisis, al igual que el desarrollo de la teoría fundamentada como metodología la planteamos en el capítulo cuatro. Con ello recogemos la materialidad de los informantes para comenzar a caracterizar observables, categorías y un proceso de análisis coherente, en correspondencia con el marco teórico enunciado. En este capítulo, además revisamos las consideraciones éticas con respecto a la recolección de los datos y su análisis.

El desarrollo del análisis en las interacciones, las posiciones de los editores en el campo y su enunciación independiente, así como sus prácticas de adquisición de contenido, de producción y distribución, lo centramos de manera estructurada en el capítulo cinco. También comparamos el resultado obtenido con el campo editorial anglosajón, bajo patrones que caractericen a las interacciones en busca de tendencias y resistencias en la homogeneización de prácticas. Lo anterior nos lleva a enunciar en el capítulo seis los elementos puestos en discusión con relación a estas interacciones y la posible emergencia de agentes en la Zona Metropolitana de Guadalajara. Y, finalmente, desarrollamos a partir del reconocimiento de las propias limitaciones de la investigación, el apunte de nuevas líneas trazadas desde la industria editorial como campo de investigación.

CAPÍTULO II

CONCENTRACIÓN EN LA INDUSTRIA DEL LIBRO. PANORAMA INTERNACIONAL

“Siempre he creído que el negocio editorial es un microcosmos que refleja, a menor escala, lo que ocurre en el resto de la sociedad”.

ANDRÉ SCHIFFRIN. LA EDICIÓN SIN EDITORES.

Historizar al libro es pensar al mismo tiempo la historia de la humanidad, no es posible pensar al uno sin el otro, ambos, desde la invención del lenguaje se han transformado juntos. El libro desde su más antigua composición, está estrechamente vinculado con la invención de códigos y herramientas que permitieran dejar registro, en sus diversos soportes y evolución tecnológica. Con el libro, el hombre ha registrado su proceso, desde la escritura jeroglífica hasta los poemas homéricos, la humanidad misma se ha plasmado en un número finito de signos. A continuación intentamos hacer un breve recorrido por lo que ha significado el libro, en su propia transformación, hasta llegar a la caracterización actual de la industria editorial en la convergencia entre el soporte papel y digital. El argumento central lo apuntamos hacia la transformación de la industria, desde la propia transformación del libro.

La escritura, definida como la acción de poner en códigos (Pasquali, 2010), es una de las primeras revoluciones en la conformación de soportes para la preservación del lenguaje. El paso de las civilizaciones conformadas desde la oralidad hasta aquellas que desarrollaron un sistema de escritura, fue un largo proceso con ello la invención de soportes que pudieran contenerla. Después de muchos otros recursos el libro como objeto manual comienza a tomar forma. Los libros, en su producción, son creados por los amanuenses, quienes se encargaron de transcribir los textos. Con la “revolución” de la imprenta, Gutenberg abrió a occidente la posibilidad de reproducción a escalas, hasta entonces, inimaginables. Sin embargo, Eisenstein (2008) señala cómo el paso de una forma de producción a otra no fue inmediato, el proceso de conformación del libro actual fue gradual y fragmentario. A pesar de ello, a partir de la imprenta la historia propia del libro no pudo desligarse. Así, imprenta y libro tienen un registro en común. Después de la Biblia (como el primer libro impreso), poco a poco otros textos fueron llevados al soporte impreso, otros personajes comenzaron a perfeccionar las técnicas y se fueron construyendo más y mejores artefactos que mejoraron la producción del libro.

Es indispensable destacar que el libro impreso supuso necesariamente la entrada en escena de una multitud de actores históricos: los impresores, los editores, los comerciantes de libros. Ya no bastaría con describir las obras, *contarlas*, ni con incorporar nuevos y más sofisticados procedimientos para producirlos: a partir de entonces se consideró necesario

investigar el fenómeno libresco en sus vertientes técnicas, culturales, económicas, geográficas y sociales, pero sobre todo a través de la interrelación de estos factores.

Pronto la selección, acomodo e impresión de un libro se convirtió en industria, en lo que define Thompson (2010) como la industria cultural más antigua. Debido, precisamente, al rápido crecimiento de los pequeños talleres y la expansión de la producción, como a la demanda en el espacio público, la industria comenzó a crecer en agentes y poder, esto bajo una dimensión histórica registrable; por ejemplo, conviene citar que durante el siglo XIX la popularización de largos viajes en tren por parte de la burguesía inglesa creó la necesidad en los viajeros lectores de material de lectura con contenido y tamaño especial, necesidad que los editores inmediatamente identificaron y estuvieron prestos para satisfacer la demanda, supliéndolos con libros de bolsillo (*pocket books*).

Eisenstein (2008) señala la existencia de una etapa revolucionaria, más no con bases comerciales, sino comunicativas, como noción explicativa que permite una definición más acotada en la ubicación de la participación de la imprenta en la producción de libros. Según la investigadora, lo comercial ya era una realidad cuando la imprenta permitió la creación del libro impreso, en todo caso es una etapa revolucionaria en las formas de comunicación. Al respecto Thompson (1998) refiere el cambio en las características de la comunicación además de la producción de libros, con la creación de la prensa escrita. Concordamos con la idea de que registrar la revolución dentro de los marcos de lo comercial es ampliar el registro a una “dimensión” con una densidad sociopolítica decisiva. La historia del libro es mucho más amplia que la historia de la producción de los libros pero la segunda, aunque pequeña, es una pieza decisiva en la transformación de los procesos culturales. Esta advertencia ayuda a caracterizar con mayor ponderación la emergencia del soporte impreso y atender con mayor detenimiento sus implicaciones en la conformación actual del campo editorial en su concepción de industria, en su caracterización de producción masiva donde, a decir de muchos historiadores, gravita la naturaleza secular de su actividad, siempre dependiente de recursos escasos y riesgosos, de las materias primas caras, de las veleidades políticas de los apoyos, de los lectores escasos y dispersos.

Como resultado de esta “revolución comunicativa”, los libros que tenían el formato de pesados volúmenes de gran tamaño forrados en cuero, fueron impresos en formato de 1/8, fáciles de adquirir y transportar, de igual forma prefiguró un tipo de lector-contenido. Si

bien el libro se convirtió en un objeto menos elitista y más accesible, también implicó una transformación de la lectura, que durante siglos fue concebida exclusivamente como una actividad para ser realizada especialmente entre cuatro paredes, fue llevada a otros espacios como la estación o cabina del tren (Manguel, 1997).

Las transformaciones históricas que transcurren desde la oralidad a la puesta en escrito de las ideas, con base en la cual se conforma el campo editorial como una industria cultural, son un ejemplo de cómo se ha modificado la concepción misma del libro y de manera inevitable, la del editor como productor. Ello bajo una lógica social y económica en ascenso, lo que coloca como metáfora de este campo a los talleres editoriales familiares que posteriormente se convirtieron en grandes espacios competitivos con sus propios procedimientos de actuación desde los cuales la industria se fue reconfigurando a la par que las transformaciones en el mundo.

John B. Thompson (2010) afirma que el panorama actual en el campo editorial anglosajón puede registrarse a partir de la primera mitad del siglo XX, con la emergencia de los agentes literarios, que ahora fungen como intermediarios entre el autor y el editor; así pasó también con el desarrollo de las cadenas de tiendas a lo largo de Estados Unidos, con la venta de todo tipo de bienes, incluyendo los libros. El mercado editorial estadounidense e inglés fue cambiando y restructurándose paulatinamente hasta conformar una estructura compleja con una lógica y dinámica basada en la confluencia de diversas fuerzas: editores, agentes literarios, librerías y, sobre todo, grandes cadenas comerciales que buscan incrementar sus ventas.

Estas lógicas comerciales actuales provocan que sean expulsados del mercado aquellos libros que tienen una rotación más lenta a los seis meses estipulados generalmente como periodo-margen de compra-venta. En este mismo sentido, Néstor García Canclín (2002) reconoce en las industrias culturales el sistema de “gran producción” en el que estas mercancías, o bienes simbólicos, están sujetas a ciertas dinámicas o interacciones, en busca de obtener beneficios económicos en el mercado, adopta patrones convergentes lo mismo en la producción editorial que audiovisual (cine, televisión, radio y música).

La contextualización socio-histórica realizada por Thompson da cuenta de una larga tradición editorial, como la primera forma de explotación de los media a un gran público. Al mismo tiempo el teórico establece el proceso de conformación actual de la edición, a

partir de factores que impulsan y contienen a los editores en sus interacciones y logran constreñir un cierto tipo de espacio cultural y desde él se redimensiona la forma en la que se concibe al producto editorial.

El efecto de la integración de las editoriales “independientes” en conglomerados más grandes es mayormente perceptible hasta los años 90, cuando la concentración, ya no sólo de editoriales extranjeras, sino de conglomerados mediáticos que lograron posicionarse y consolidarse, volvieron al campo editorial un espacio difícil para las pequeñas y medianas editoriales. Con ello el efecto sombrilla, antes mencionado, terminó siendo un proceso propiciado por ambos agentes. Tanto los dueños de conglomerados como pequeños editores, vieron en esto una oportunidad de seguridad en la inversión de su capital.

Al largo proceso de conformación actual de la industria editorial, posterior a este primer fenómeno relatado, hay que incorporar otro factor, el cual ocurre a partir de los años 80 hasta la fecha en que el crecimiento de las cadenas de venta al menudeo y el fuerte posicionamiento de los agentes literarios trajo como una de las consecuencias el crecimiento de venta de ciertos libros (*best sellers*), aunque de igual forma los riesgos y el capital invertido se incrementaron. Con ello los editores independientes que habían sobrevivido a la primera etapa de concentración poco a poco quedaron fuera del mercado. Sin embargo, agentes bajo la misma denominación “independiente” comenzaron a surgir: a tal grado que actualmente existen unas cuantas “grandes” editoriales en convivencia con muchas pequeñas empresas independientes.

Para Thompson el parteaguas en la concentración mediática y simbólica de esta industria se da con la compra de AOL (America On Line) por Time Warner,⁴ por una parte y, por otra, con la adquisición de Random House por el grupo mediático alemán Bertelsmann. Con ello la explosión de los corporativos transnacionales, que ya era una constante, adquiere perfiles de carácter estructural en la industria global. Al respecto, el teórico reconoce “pocos” grupos fuertemente posicionados frente a muchos pequeños editores y algunos medianos en un espacio poco delimitado y peligroso de transición, a esto le denomina “polarización del campo editorial”: “en el campo del comercio editorial existe

⁴ Esta mega fusión es una de las más grandes de la historia, con un valor combinado de ambas empresas que superaba los 350 mil millones de dólares y la unión de una empresa punto.com con una “tradicional” puede leerse como la expresión del creciente desplazamiento de la economía de la información hacia el mundo digital: la utilización de Internet como plataforma de comunicación para difundir los contenidos audiovisuales de los grandes conglomerados mediáticos.

un número pequeño de grandes corporaciones que entre ellas comandan una participación substancial en el mercado, y un gran número de operaciones de editoriales muy pequeñas” (Thompson, 2010, p. 146).

Los principales grupos editoriales en Estados Unidos condensan 63. 7% de las ventas, repartido en un total de 12 corporaciones, que no sólo se dedican a la edición sino que ejercen influencia en otros espacios mediáticos. En la tabla 1 “Las 12 más grandes editoriales comerciales en Estados Unidos, 2007-2008”. Thompson (2010) explicita las principales editoriales así como las corporaciones de las que forman parte junto con el porcentaje de ventas que representan para Estados Unidos.

Editorial	Conglomerado	Porcentaje general de ventas de ventas ⁵
Random House	Bertelsmann	13.1
Penguin	Pearson	10.5
Harper Collings	News Corp	9.4
Simon & Schuster	CBS	7.6
Hachette Book. Group USA	Lagardère	5.3
John Wiley & Sons	John Wiley	4.0
Scholastic	Scholastic	4.0
Holtzbrinck Book Group	Holtzbrinck	2.3
Rodale	Rodale	2.0
Thomas Nelson	Intermedia	2.0
Houghton Mifflin/Harcourt	Education Media and Publishing Group	1.9
Sterling	Barnes & Nobel	1.6

Tabla 1. Tomada de Thompson, *The merchants of culture* (2010, p. 116).

Compañías editoriales trasnacionales como Bertelsmann de Alemania y Lagardère de Francia, tienen una sólida incursión en el mercado editorial estadounidense, tanto así que Randon House, su filial, se sitúa en la primera posición. La segunda editorial en

⁵ El desarrollo de los ingresos en millones de dólares como el crecimiento de estas empresas se pueden consultar en Thompson, *The merchants of culture*, p. 116; aquí recuperamos los elementos que consideramos pertinentes para la contextualización.

importancia Penguin, fue una de las editoriales que bajo este fenómeno de “sombrija” pasó a formar parte de un conglomerado como Pearsons. Es indiscutible el porcentaje de participación de mercado que acaparan estas editoriales: más de la mitad del total de las ventas, lo que da cuenta del grado de posicionamiento y poder que tienen en el mercado. En contraste, 36.3% está repartido entre las pequeñas y medianas editoriales, que desde el reconocimiento del teórico, las primeras superan en número la constitución de empresas en proceso de crecimiento intermedio.

Al respecto, las editoriales que se adscriben o son compradas a los conglomerados mediáticos o transnacionales, están caracterizadas en sus prácticas de producción por dos tipos de modelo editorial funcional. Algunas editoriales trabajan bajo el reconocimiento del modelo federal en la producción editorial de sus sellos en el que los editores tienen cierto grado de autonomía con respecto a la cabeza de la empresa (Thompson, 2010). Mientras el modelo centralizado funciona bajo la adopción de una visión editorial construida por quienes están al frente del conglomerado, este modelo es mucho más vertical que el federal en el que el editor “adherido” goza de cierto grado de participación en la decisión de editar. Sin embargo, ambos espacios están constreñidos, en primera instancia, a los planteamientos de la empresa a la que se unieron. Esta forma de caracterizar los modos de desempeño de los grandes grupos editoriales es una manera de ubicar sus espacios de producción, que debido a su carácter transnacional dan cuenta de las formas de edición en Iberoamérica.

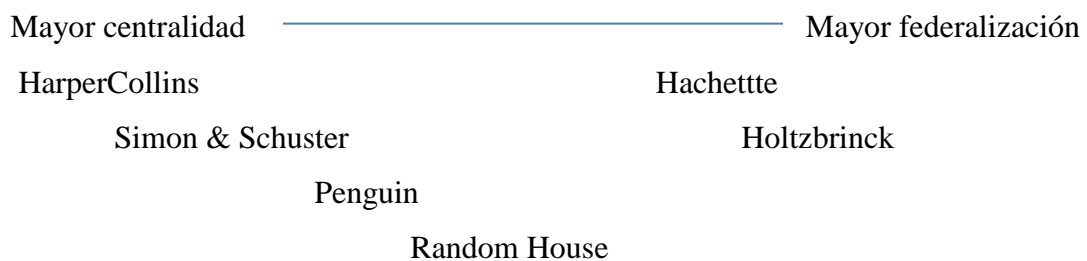


Figura 1. Corporaciones editoriales en el espectro centralizado-federalizado. Tomado Thompson de *The merchants of culture*, (2010, p. 128).

Los grupos editoriales anteriormente descritos se posicionan en los mejores sitios de visibilidad en grandes tiendas o espacios de venta, por lo que la polarización se vuelve una caracterización también de la distribución de libros. El surgimiento de las cadenas de ventas

al menudeo con cobertura global como Walmart o Costco, modificaron considerablemente la función de la librería. Aunado a esto, en el mercado anglosajón algunas cadenas de librerías comenzaron a tomar fuerza, por lo que las pequeñas librerías comenzaron a entrar en declive y franca desaparición. Actualmente, tanto Barnes & Novel como Borders, Costco, Walmart, Sam's Target y Amazon, esta última digital, son los principales espacios de venta de libros. Mientras que las cadenas de librerías y las grandes tiendas tienen 45% del total de la venta de libros, las librerías "independientes" apenas 13% del mercado y los espacios en Internet 11% del total⁶ (Thompson, 2010). Poco a poco las ventas en línea de formatos tradicionales como versiones digitales se vuelven un espacio de distribución viable de la mano de soportes especiales para la confección del libro digital como el ePub y de aparatos especializados para ello sin embargo, la dirección mercantil aún no es clara.

En el caso de la edición en español podemos describir un fenómeno similar al ya descrito: a partir de los años 80 comienzan a darse una serie de fusiones y compra-venta de editoriales, lo que deriva en la consolidación de conglomerados mediáticos desde Bertelsman y Lagardér con origen en Alemania y Francia respectivamente. Actualmente, el campo editorial español se compone de cuatro grandes conglomerados de televisión, prensa, radio y edición. Junto con otros grupos de mediana envergadura y algunas editoriales independientes de peso. En la tabla 2 "Principales actores en la industria del libro español" recogemos las relaciones que resalta Escalante Gonzalbo (2007) a partir de la compra-venta de editoriales en España.

Grupo Editorial Español	Lazos o pertenencia
Grupo planeta	Planeta
Grupo Santillana	División editorial del Grupo Prisa
Grupo Anaya	Lagardère/Hachette
Random House/Mondadori	Bertelsman

Tabla 2. Información tomada de Fernando Escalante Gonzalbo, 2007.

⁶ Ver la información completa con respecto a la venta de libros en el mercado estadounidense en Thompson, *The merchants of culture*, p. 49.

Las editoriales españolas que tienen fuerte presencia en mercado externo son Anagrama y Tusquets, y dentro de la producción del libro de texto SM ediciones y otros grupos de menor peso en el campo como RBA y Zeta. Entre éstos acaparan aproximadamente 70% de las ventas en el país (Escalante Gonzalbo, 2007). Estos grupos, en su mayoría tienen presencia en Latinoamérica. Incursionar en el continente americano se vuelve una opción viable debido a las condiciones y características tanto de importación de los propios países como de exportación en España.

El cuadro de jugadores en el campo iberoamericano lo conforman principalmente España, México, Colombia, Argentina y Chile, en menor medida, países que tienen presencia en otras partes de Latinoamérica a partir de sus filiales. Sin embargo, la incursión en España de los demás países de América no es tan constante, aunque algunas editoriales como Sexto Piso poco a poco ganan terreno en el campo ibérico. Por su parte, España controla gran parte del sector editorial a través de las filiales e inversiones de empresas editoriales españolas en América, dentro de las que destacan: Grupo Santillana con 18 filiales, Océano con 20, Grupo Planeta con 10, Everest con 9, Ediciones B con 6, Anaya con 5, Urano con 7, SM con 4, Gedisa con 2, Tusquets con 2 y por último, Juventud con 1 (Diagnóstico, 2010, p. 29). Específicamente en México están establecidas 20 editoriales españolas. De igual forma algunas editoriales mexicanas, colombianas y argentinas también tienen sus filiales en Latinoamérica como Grupo Editorial Norma (colombiana) con 15 filiales y Legis (México) con 5; otras editoriales mexicanas como Diana con 5 y el Fondo de Cultura Económica con 10 filiales en diversos puntos. Limusa y la Editorial Médica Panamericana, ambas argentinas, suman 11 filiales.

De acuerdo con el estudio *El espacio iberoamericano del libro* (Uribe, 2010), realizado por el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cerlalc), en el plano internacional los flujos de libros desde España se han contraído a 4%, mientras que México y Colombia mostraron un crecimiento, debido, en gran medida, a la presencia de transnacionales con origen en estos países. En general América Latina y el Caribe representan 2.8% de exportaciones frente al abrumador 54.1% de exportaciones de la Unión Europea.

Ya en el plano iberoamericano las exportaciones en su mayoría, a pesar de las actuales condiciones en España, siguen siendo lideradas por este país con 55.8% del total, frente a 39.8% de Latinoamérica y el Caribe en su conjunto, en donde México representa 12.6% y tan sólo 4.5% de Portugal. La diferencia entre España, que controla poco más de la mitad de las exportaciones, frente a los más de 24 países que componen el continente americano, que no igualan en exportación, es ampliamente reconocible. Al respecto Richard Uribe (2010) destaca “es reconocida la calidad de editoriales latinoamericanas pero por la estructura y tamaño de las empresas, la gran mayoría no está incorporada al mundo e la edición internacional” (p. 106).

En la industria editorial iberoamericana, con resonancia en México, el estudio antes mencionado en su edición de 2008 arroja datos que muestran la conformación de la industria editorial al interior. El estimado de la producción total de títulos en 2006 fue de 176,334. Con respecto a años anteriores, se vio un aumento en la producción latinoamericana en 8.2% mientras que el aumento de España apenas se vio en 1%. Para clasificar por la relevancia a los distintos países con respecto a la producción editorial Cerlalc propone la siguiente división: el primer grupo lo conforman Argentina, México y Colombia, con nivel de producción superior o alto y que establece distancias significativas con el resto. El segundo grupo lo integran Chile, Venezuela y Perú, con una producción mediana y no siempre constante. El tercero grupo lo integran Costa Rica, Ecuador y Cuba con menor índice. Mientras que el resto de los países conforma el cuarto grupo donde puede concluirse que su producción es débil o incipiente. (Uribe, 2008).

Dentro de los títulos por área temática en toda Latinoamérica, la más fuerte es la literatura con una producción de 16,318 en 2006. Frente a los números que arroja España con 15,116 para el mismo año. Si observamos la cadena de circulación del libro en Latinoamérica, los agentes editores en México (empresas y personas que registraron libro en ISBN) son de 1,321, por debajo de Brasil, Argentina y Colombia. El total en Latinoamérica son de 13,325 del cual 90% pertenece al sector público. En este sentido, el caso específico de México aparece con relevancia sobre todo porque en la industria nacional el estado funge un papel relevante en la producción y compra de libros.

Ello a través de la Comisión Nacional de Texto Gratuito (Conaliteg), para textos escolares; el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta) y el Fondo de Cultura Económica (FCE), antes mencionada como uno de los mayores productores nacionales con sede en otros países de América.

Esta producción, en su mayoría, se refiere al soporte en papel, ya que 93% de la producción es impresa. A pesar de la creciente fuerza del soporte digital para el espacio editorial iberoamericano, representa apenas 7% (Uribe, 2010) siendo España el país que ha comenzado con mayor fuerza a incursionar en tipos de soportes y desarrollo de programas para ello. Sin embargo, aunque este panorama es aún lejano, consideramos que el principal factor son las condiciones actuales de accesibilidad de los países a las nuevas tecnologías, y el grado de marginación de las editoriales de los países latinoamericanos en los grandes circuitos de distribución.

Uribe (2006) hace un comparativo con respecto a la distribución, sus canales y agentes en el caso de la industria editorial española y latinoamericana. La primera, mediada en 50% por distribuidoras entre el editor y el punto de venta, mientras que para Latinoamérica éstas representan sólo 20%, frente a la relación directa entre editor y el punto de venta, que en su mayoría refleja la ausencia de un agente en este espacio, así como la ausencia de intermediario entre editor y autor.

Con respecto a las ventas en España, México y Brasil, desde el estudio de Uribe el rubro más grande lo ocupa la distribución por el canal corto (sin intermediación de distribuidoras) con 47.52% y 39.5% respectivamente, y de Brasil 30.8%, frente a 16.1% de distribución por el canal largo. En España y México las ventas en librerías representan más de 30%, 32.41% para España y 30.1% para México. No mucho menor es la venta en librerías para Brasil, que representan 29%. En España las cadenas de librerías como vendedoras de libros captan 15.11%, para Brasil y México la cifra es mucho menor con apenas 1.2% y 7.9% respectivamente. El porcentaje restante se divide en ventas en puestos de periódico, Internet, ventas a escuelas, ferias de libros, entre otras. Las más representativas son éstas precisamente por la caracterización del mercado anglosajón antes revisada. A pesar de que en los tres países la venta a través del canal largo de distribución (distribuidoras) no es el más fuerte, es reconocido y disputado por los editores. En México

no hay cifras al respecto anteriores a 2005, por lo que se vuelve más complicado caracterizarla y compararla.

Bajo este recorrido cuantitativo de la producción y comercialización del libro, es posible establecer de manera más clara, la influencia de España en la industria editorial latinoamericana. Las trasnacionales, en las últimas fechas, han modificado y reconstituido el campo editorial en la América hispana, con ello, mucho de lo que se vende en México, específicamente, es una producción de importación. A continuación analizamos los números de México particularmente, con la intención de trazar una línea directa hacia el campo editorial de la Zona Metropolitana de Guadalajara.

1.1 La industria editorial en México. Recorte del campo

Para definirla en un enunciado breve: la actual industria editorial en México está enmarcada por la decisiva hegemonía de las importaciones españolas, con la presencia de filiales trasnacionales tanto del país ibérico como estadounidense, en menor medida. Al mismo tiempo México es uno de los principales exportadores en Latinoamérica y sus editoriales nacionales tienen presencia en otros países, entre las más fuertes: Editorial Diana y FCE, (editorial paraestatal). Consideramos preciso enfatizar al mencionar al FCE que en México es complicado delimitar la fuerza e incursión del estado en la industria editorial por una parte con sus librerías y por otra con la producción de libros de texto y una misteriosa red de concesiones para la producción de libros y materiales en educación básica. Existe mucha exageración y opacidad, poca transparencia sobre los verdaderos recursos involucrados, sobretodo escasa actualización de los datos que describan esta intervención con cierto grado de fiabilidad.

Néstor García Canclini (s.f.), en un intento por caracterizar a la industria editorial en México como un ejemplo del fenómeno de la concentración, lo define como una “neohispanoamericanización” en el que las editoriales españolas, a partir de sus filiales, concentran gran parte del mercado; sin embargo, consideramos que para describir con mayor pertinencia este fenómeno requerimos de una perspectiva más potente que la sola descripción de la incursión de un mercado en el otro. Por supuesto, no podemos negar la injerencia de estas trasnacionales en el país, pero éste es sólo una arista de la realidad en la

que convergen problemáticas culturales, económicas y sociopolíticas. Baste decir que grupos editoriales mexicanos repiten esta práctica en otros países de Lationamérica, como ya lo señalamos.

Por tanto, la fuerza de la industria editorial en México podemos ponderarla a partir de la producción de los libros escolares, donde se genera la mayor cantidad de ejemplares, desde la Comisión Nacional de libros de Texto Gratuito (Conaliteg) o bien a través editoriales que concursan para que sean sus libros los asignados a los programas de educación secundaria. Es significativo el dato de 23.1% de la producción de libros por parte de editoriales privadas que en 2011 correspondió a los programas escolares de gobierno; por su parte 52% de la producción de libros desde el servicio público estuvo destinado a los libros de texto para educación primaria (Caniem, 2011), el cual se yergue en México como el mercado dominante, tanto por espacios públicos como por el sector privado en su conjunto.

Las anteriores cifras con respecto a los canales de distribución del estudio del Cerlalc (2010) no reflejan las ventas hechas al gobierno desde el sector privado. La Caniem (2010) refiere que 33.5% de las ventas fueron realizadas al gobierno, mientras que 28.9% dentro de los canales de librerías, porcentaje con varios puntos de diferencia con respecto al estudio del Cerlalc, pese a todo son cifras cercanas con variación de dos o tres puntos. En el mismo año, las exportaciones representaron 11.2% del total de la producción en el país. Este estudio señala también una alza de 5% en la participación institucionalizada de distribución, correspondiente en algunos apartados a bibliotecas de aula, escolares y libros de texto para educación secundaria.

De los lectores, el público cautivo corresponde a los alumnos de nivel básico, educación media y superior, por lo que la incursión para el sector privado, en el campo de producción del libro de texto es una opción rentable (Escalante Gonzalbo, 2007). Como política de lectura, un factor adicional de injerencia del estado en la industria editorial es la implementación de Salas de Lectura a lo largo del territorio nacional por parte de Conaculta con una dotación de libros de diversos temas y editoriales, en 2003 se contaba con 4,028 (UNAM, 2010) salas de lectura distribuidas en todo el país, que tienen como usuarios mayoritarios a los jóvenes.

De acuerdo con el estudio de la Caniem (2005) el mercado de libros se concentraba en alta proporción en nueve empresas macro, de las cuales no se mencionan su nombre, pero que tienen especialización registrable en libros de texto; y es relevante que la mayoría de las editoriales, el resto, se encuentra en un rango de proyecto inicial con una tendencia creciente: 41 en 2003, 55 en 2004 y 99 para 2005. A pesar de la concentración en este tipo de producción editorial, la emergencia de nuevas empresas en el mercado editorial fue constante en los últimos años, a pesar de que para esta investigación no disponemos de datos más recientes con respecto al número total de sellos que se constituyeron en los últimos cinco, sí podemos afirmar que el número se encuentra a la alza. Sin embargo, las nueve empresas macro, sin dudar, controlan la parte más sustancial y económicamente jugosa de la producción en México.

Las ventas por Internet, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Hábitos y Consumo Cultural (CONACULTA 2010) apenas alcanzan a 0.1% de los encuestados. Esto ayuda a configurar la importancia de las librerías y los puntos de distribución en las que la industria editorial se apoya. Para 16.8% de los encuestados que compraron libros en librerías sobre la frecuencia de sus visitas durante el año, una sola vez fue la respuesta más pronunciada con 5.9% (293, 256), mientras que la mayor frecuencia aparece entre 12 y 17 visitas y sólo representa 0.1% (4,970). Lo anterior ofrece una idea de las características del consumo en los lectores, con ello, es explicativo el hecho de que haya pocas librerías en el país, concentrándose la mayoría en la Ciudad de México y en menor medida en Guadalajara y Monterrey.

Las cadenas de librerías con mayor presencia según *El informe sobre la cultural en México* (UNAM, 2010) son Educal Libros y Arte con 58 establecimientos, librerías de Cristal dentro de los servicios privados con 44 espacios en el país, aparece después Trillas con 29, Porrúa con 16 y Grupo Editorial Vid con 15; en total éstas representan apenas 15% de los establecimientos en el país. En el estudio citado, reconocen la escasez en la información sobre este rubro, por lo que es complicado establecer datos con precisión. Otras librerías con fuerte presencia en el país son Gandhi, Librerías San Pablo, Casa del Libro, Librería Iztaccíhuatl, American Bookstore, Librerías del Fondo de Cultura Económica y El Péndulo, con 15.44%. El resto, más de 60%, se reparte en librerías que cuentan con un solo establecimiento, muchas de ellas desde nichos especializados de venta.

A pesar de que las librerías de un solo establecimiento son mayores en número, la cantidad de facturación es mucho mayor en las cadenas. Cabe señalar que Librerías del Cristal con mayor presencia, desde la iniciativa privada, es parte del grupo Noriega Editores, que a su vez contiene la presencia de inversión norteamericana a través de la editorial John While & Sons, una de las 12 editoriales con mayor presencia en el campo editorial de Estados Unidos.

Por su parte, las editoriales universitarias están dirigidas a grupos y segmentos específicos de la población: la comunidad escolar, la académica y grupos especializados o interesados, a los que ofrecen libros de texto, consulta, investigaciones (una parte desarrollada por sus académicos e investigadores). Las universidades cuya producción editorial por su cantidad, continuidad, cobertura y calidad es significativa, de entre éstas resaltan: Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Autónoma de Guadalajara, Universidad de Guadalajara, Universidad Veracruzana, Universidad de Colima, El Colegio de México, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Universidad de Sonora, el Instituto Tecnológico Autónomo de México, Universidad Autónoma Metropolitana, la Universidad Iberoamericana, Universidad de Las Américas, Instituto Politécnico Nacional, la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla y la Universidad Pedagógica Nacional (Careaga Covarrubias, 2004).

Precisamente bajo la alianza de estas universidades, surge a partir de noviembre de 2006 la Red Nacional Alttexto⁷, grupo de trabajo compuesto por representantes de editoriales de universidades e instituciones de educación superior; su objetivo principal es promover y apoyar las actividades que realizan las áreas editoriales de estas instituciones en cuatro líneas que van desde la representatividad de editoriales de instituciones de educación superior en México, a su difusión y comercialización, la apropiación de un espacio en ferias de las mismas instituciones y el desarrollo de coediciones entre los integrantes. A pesar de que los resultados de esta alianza son apenas relevantes, empiezan a reproducirse este tipo de asociaciones: el Consorcio de Universidades Mexicanas (CUMEX)⁸ estableció a finales de 2007 un convenio con Google Académico para que la producción de las editoriales

⁷ *ALTEXTTO: Alianza del texto universitario*. Folleto informativo, distribuido en la FIL, Guadalajara, Jal. Noviembre 27, 2007.

⁸ Consorcio de Universidades Mexicanas: una alianza de calidad por la educación superior <http://www.cumex.org.mx> Acceso: abril 06 de 2012.

universitarias de este grupo pueda ser visible en Internet, presentando hasta 20% del texto de los libros editados para dar difusión a los resultados de la investigación, la cultura y los procesos de docencia.

Aunque no corresponde directamente a la presente investigación, consideramos pertinente como marco de ampliación comprensiva, contextualizar los procesos de lectura en el país. Varias son las encuestas que ponen de relieve las prácticas de lectura en México, desde las ubicaciones de bibliotecas, concentradas en su mayoría en el Distrito Federal, la poca afluencia de los lectores, y al mismo tiempo el consumo y lectura de libros, concentrados en los títulos de moda. Los géneros de lectura de preferencia de los encuestados son: historia con 10.2% (506, 985), superación personal con 9.9%, cuento con 9.8%, biografía 6.6%, novela con 5.8%, fenómenos paranormales, vampiros con 4.6%, libros para jóvenes 4.0%, mientras que poesía aparece de entre los últimos géneros con 1.9%.

69.7 % no leyó ningún libro durante el año y apenas 0.1% leyó 70 libros durante el año. 16.8% de los libros leídos por los encuestados en los dos últimos meses fueron comprados, los demás se reparte entre prestados, regalados, bibliotecas y 2.06% fotocopiados, 2.0% obtenidos de internet. De estos datos resalta significativamente el contraste en entre el porcentaje de personas que no leyó algún libro, con ello se muestran las condiciones de lectura y el panorama de la compra-venta en México.

Desde esta perspectiva un factor adicional, fuera de esta relación estado-industria editorial, es la piratería industrial y el fotocopiado “ilegal” que representa apenas 2% que representa alrededor de 10 millones, tan sólo en 2010, de acuerdo con el Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor (CeMpro), aunque es un porcentaje menor, impacta a la industria en general y afecta sobre todo a las medianas editoriales.

La literatura figura como una rama significativa de publicaciones editoriales pero la diferencia entre lo más publicado en el país es abismal. De acuerdo con los datos de la Caniem (s.f.) la producción literaria nacional se comporta de la misma forma que las exportaciones, con una mayor presencia la de literatura infantil de 14.2% frente al de literatura en general con 7.7%. Dentro de las ediciones literarias, este estudio clarifica los géneros más publicados con relación a la encuesta del INEGI (2010) en donde la clasificación literaria se hace por libros de narrativa, ensayo y crítica. 95.8% lo representa

la narrativa, mientras que 4.2% es para los otros subgéneros; sin embargo este dato no despeja la duda sobre ¿qué pasa con la poesía? Que no se cuenta dentro de la clasificación de ediciones literarias y tampoco figura como una clasificación considerada por el INEGI. Mientras tanto, la literatura infantil ascendió a 36 149,000 libros, esto se debe sobre todo a que se trata de ficción narrativa (según la clasificación Caniem) donde se incluyen 10 subgéneros dentro de los que sí figura la poesía como uno de los géneros principales.

En esta compleja estructura del campo editorial (a la manera del modelo propuesto por Thompson) no podemos ignorar el papel del Estado mexicano en la instauración de una política de regulación de precios con la aprobación del precio único del libro, que abarca incluso la promoción de la lectura, establecidos en la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro. La apuesta es el fortalecimiento de un mercado que puede resultar atractivo para las editoriales si el número de lectores aumentara en un porcentaje mínimo ya que, en otra escala, esto representa miles de lectores (Villaseñor González, 2010).

Varios son los países que ya han aprobado modificaciones similares a la realizada en México, con la intención de establecer precios fijos en los diversos espacios de ventas de libros. En Francia la llamada Ley Lang ha permitido un florecimiento del mercado, frente a una estandarización de precios, lo que hace de éste un espacio mucho más homogéneo sobre todo para las librerías especializadas (Herralde, 2007). En Inglaterra hasta hace algunos años el acuerdo fue deshecho y actualmente no hay ninguna regulación al respecto (Thompson, 2010). En España quienes escapan al precio único son los libros de texto, aunque se prohibieron los descuentos como una medida equiparable a contrarrestar las consecuencias de la estructura de distribución en los espacios de ventas de libros. Para algunos escépticos como Herralde, falta coordinar un esfuerzo mayor en la búsqueda de precios únicos en este país.

En México varios han sido los cuestionamientos a la aprobación y puesta en vigor de la ley tanto de su urgencia en un espacio tan poco propicio para la competencia debido a los altos descuentos que algunos ofertaban, así como la duda ante la necesidad de equilibrio de una industria una estructura de distribución de difícil acceso (el fenómeno es mucho más complejo de lo que parece). No hemos encontrado hasta el momento análisis sobre las características de esta puesta en vigor, aunque sí varios apuntes sobre lo que representa la aprobación de la Ley de Fomento del Libro y la Lectura en México “Hay testimonios

Europeos de que el precio fijo baja el nivel general de precios. Es de esperarse que suceda lo mismo en México, y sería bueno comprobarlo estadísticamente” (Zaid, 2006).

En un estudio comparativo realizado por Omniprom (2010) sobre las variaciones de precio tanto en España como en México, dan cuenta de cómo hay un margen de 10% entre los precios que se establecen en España, ante los precios que se manejan en México, desde las formas de distribución propias y las ventas de distribución ajena con un aumento de 15 a 40 por ciento. Mientras que en España es relativamente fácil y accesible conocer el precio de un libro, en México los precios varían de acuerdo a lo antes mencionado, a pesar de la diferencia entre el peso y el euro. Lo anterior caracteriza a las ventas en el país y los escenarios de compra con precios que no son accesibles para todos “Los libros son prescindibles. Si el precio es excesivo y la compra no es obligatoria, no se venden. El comprador deja el libro para después o para nunca” (Zaid, 2006).

Las características generales de la industria editorial en México como las condiciones de lectura, los pocos espacios de venta de libros en el margen de la Ley del Fomento del Libro y la Lectura, de frente a acciones del gobierno como las salas de lectura, las compras directas al sector privado, así como la producción del gobierno, constriñen los espacios de acción de los editores y demarcan la lógica del campo editorial en el país. Esto en gran medida caracteriza el espacio editorial de la Zona Metropolitana de Guadalajara.

1.2 La industria editorial en la Zona Metropolitana de Guadalajara

Las características ya enunciadas sobre la industria editorial nos ayudan a describir un marco referencial básico para colocar el espacio de la industria editorial en la ZMG. En primer término habría que decir que en este espacio territorial confluyen tanto editoriales transnacionales como sellos de presencia nacional y de constitución local, muchos de estos últimos bajo la denominación “independiente” como elemento que los aglutina y distingue. La presencia de filiales españolas, en este espacio público, se da con Santillana, Editorial Limusa y Ediciones SM. Institucionalmente la Universidad de Guadalajara cuenta con su propia casa editora, Editorial Universitaria, misma que publica en su mayoría libros para el Sistema Medio Superior, así como investigaciones y otros proyectos literarios.

Específicamente, con relación a México el *Estudio estratégico y programa sectorial para evaluar la competitividad y el desarrollo sustentable de la industria editorial mexicana* (2007) muestra algunos datos sobre el panorama editorial del estado de Jalisco y permite referencias puntuales con respecto al del resto de la república. Así dentro de la producción de libros por entidad federativa en el país, en 1993 Jalisco no figuraba como estado productor; sin embargo, para 1998 el estado comenzó a tener presencia en la industria con 2.6% de producción total precedido por el Estado de México con 17.7% sucedido por Nuevo León con 2.4% de la producción total. El mayor porcentaje en todos los casos se concentra en el Distrito Federal, para 2003 el incremento en el estado de Jalisco fue de 2.6 %

El estudio realizado por la UNAM (2010) registra en el estado de Jalisco la presencia de tan sólo seis editoriales. Cinco concentradas en la ciudad de Guadalajara y tan sólo una desde interior del estado. La falta de información al respecto desde bases de datos confiables dificulta la identificación de editoriales en el estado. Evidentemente, en la práctica, son más las editoriales que este estudio puede registrar en la Zona Metropolitana de Guadalajara⁹, de las cuales la mayoría se dedica a la publicación de generalidades: ficción y no ficción, en las que puede incluirse la producción de libros de texto. Cabe resaltar que en el estudio realizado por la UNAM (2010) el estado de Jalisco se posiciona como el tercero en constitución de editoriales, después de Puebla con 7 y el Distrito Federal con 10 registros. En la mayoría de los rubros, de hecho, el Distrito Federal presenta diferencias sustanciales con respecto al resto de los estados, la Zona Centro presenta, un mayor índice de espacios culturales, por lo que podemos hablar de espacios tendientes a la centralidad.

Cabe mencionar que la Feria Internacional del Libro (FIL) representa para Guadalajara, y para el estado de Jalisco, una derrama económica significativa en diversos sectores, no sólo el editorial. Poco a poco la FIL ha crecido en número de visitantes y de expositores al igual que en el valor de sus negociaciones. En un principio la propuesta estaba dirigida a condensar visitantes y compradores. Actualmente los organizadores apuestan por las negociaciones y venta de derechos. Este es el principal evento librero en la ciudad, junto con la Feria Municipal del Libro, conforman los espacios institucionalizados

⁹ Ver capítulo IV Marco Metodológico, ¿Quiénes son los editores autodenominados independientes de la Zona Metropolitana de Guadalajara? Configuración del universo y muestra de análisis, p. 92.

de reunión de librerías y editores; con respecto a otros estados de la república, Jalisco se queda abajo en la organización de ferias. Con todo la FIL, se ha convertido en una plataforma fuerte en el espacio editorial mexicano y de Latinoamérica principalmente, tejiendo redes con otros espacios internacionales como Frankfurt. Este modelo, se replica, desde la misma Universidad de Guadalajara, en la ciudad de Los Ángeles, California en donde se abren espacios para editores mexicanos.

En este contexto no podemos soslayar la presencia de otra feria, que, si bien no reconocida por el estudio *Información sobre la cultura en México* (UNAM, 2010) forma parte del espacio editorial de la ciudad de Guadalajara, erigida como una propuesta alternativa a la Feria del Libro, la “Otra Fil”, esta actividad congrega a editores bajo la autodenominación “independiente” a participar en el encuentro durante la semana en que se verifica la FIL, a finales de noviembre de cada año, en diversas sedes –en su mayoría bares del centro de la ciudad– congregan a editores, escritores y lectores de la ciudad, al mismo tiempo que invitados especiales de otros estados de la república.

Las librerías más importantes de la ciudad son Gonvill con todas sus sucursales, así como Librerías Gandhi, Porrúa y en los últimos años se ha añadido al mercado local la librería El Sótano. Por su parte, la Librería Cristal durante el periodo en que se realizó esta investigación acababa de cerrar sus puertas en la ciudad. Estas librerías coexisten con supermercados y tiendas de autoservicio como Sanborns, así como pequeñas librerías “independientes” de las cuales no hay un registro exacto, pero podemos contar no más de 20 en la ZMG. En este contexto, en el centro de la ciudad se pueden encontrar varias librerías de viejo, en las que se compran y vende libros usados. Además de esto, cabe mencionar la relación de algunas editoriales a través de concursos como el que oferta el Centro Estatal para la Cultura y las Artes (CECA) para la publicación de todos los libros ganadores de las becas. También está el apoyo que se da para la distribución y venta a través de las librerías que tiene el Estado y los apoyos para coediciones.

El registro de librerías en la ZMG incluye también la presencia de establecimientos bajo un solo espacio, desde la denominación “independiente” como la Librería Ítaca, o El Aguaje, por mencionar algunas. La principal problemática que detectamos en el espacio editorial de Guadalajara, al igual que las del resto del país, son los pocos espacios de venta, dado que como anteriormente señalamos, casi la mitad de estas se hace a través de las

librerías, no muchas en todo el país, aproximadamente 81 mil habitantes por librería (Uribe, 2006). Como centros de comercialización de los libros, la mayoría de las librerías establecen políticas de ingreso rígidas y poco estimulantes para los editores.

Con respecto a la producción de libros en el estado de Jalisco, es difícil hacer un estimado de las distintas editoriales debido a la falta de bases de datos que condensen y actualicen esta información. Los registros que podemos encontrar son a partir de la participación de estos editores en convocatorias de fondos públicos, así como de las publicaciones del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) y la Dirección General de Culturas Populares (DGCP). De tal forma en el documento *Informe sobre la cultura en México* (UNAM, 2010) la producción editorial del INAH resalta por su concentración en el Distrito Federal con la cantidad de 92 libros que dan el cien por ciento de sus publicaciones, los demás estados, incluyendo Jalisco, no tienen presencia en el rubro editorial de este instituto desde la Dirección General de Culturas Populares, la producción del estado presenta los índices más altos, después del Distrito Federal, con un total de diez títulos, ocho concentrados en la ciudad de Guadalajara. Advertimos que esta es una figura numérica precaria con relación a la producción del estado desde la iniciativa privada, con lo anterior damos cuenta de la ausencia de bases de datos que permitan un referente estadístico de tal magnitud, y con ello la necesidad de realizar un estudio descriptivo y analítico más completo y actualizado del campo editorial del estado de Jalisco.

Desde este espacio de paulatina concentración a nivel internacional y con ello, la marcada centralidad de los editores establecidos en la Ciudad de México, el desarrollo de la industria editorial en el estado de Jalisco, tiene su epicentro en la Zona Metropolitana de Guadalajara. El marco general tiene correspondencias con lo que ocurre a escala nacional: la presencia de corporativos internacionales y nacionales, la marcada producción de libros de texto y con ello la fuerte participación del estado tanto en la producción como compra para distribución gratuita a las escuelas (esta política incentivada a partir de la iniciativa de José Vasconcelos).¹⁰ Aunado a ello, la presencia de núcleo de librerías pertenecientes a

¹⁰ “Entre 1921 y 1924, Vasconcelos inauguró dos mil bibliotecas, alguna sin local fijo y muchas de ellas con no más de 50 volúmenes, pero significativas en un país con más de 25 millones de habitantes de los cuales 12 millones eran analfabetos. El período se volvió célebre por la publicación de los clásicos en tirajes masivos” (Ochoa Sandy, 2001, p. 14).

cadenas nacionales en convivencia con librerías locales, que paulatinamente pierden participación en el mercado.

En este contexto la producción editorial adquiere dimensiones únicas desde la enunciación de independencia de los agentes que componen el campo editorial en Guadalajara, ángulo de análisis de esta investigación. Finalmente, este marco descriptivo de la industria editorial en su contexto internacional, nacional y local permite comenzar a establecer algunas claves analíticas con respecto a las características del campo y su resonancia internacional, estos datos nos permiten establecer relaciones entre sus prácticas y las interacciones que construyen. En los siguientes capítulos abordamos precisamente esta relación desde el marco teórico y metodológico en busca de las posibles articulaciones entre prácticas editoriales y posibles pautas de replicación o resistencia de las mismas.

CAPÍTULO II

APROXIMACIONES A UN ESTADO DEL ARTE

“En la medida en que los medios, las industrias culturales y todo el complejo tecnológico del entretenimiento y la información[...]son de hecho procesos altamente complejos, multidimensionales, su estudio ha requerido, requiere y seguirá requiriendo el recurso a las ciencias y campos sociales y humanísticos”.

ENRIQUE SÁNCHEZ. RECUPERAR LA CRÍTICA.

Analizar diversas investigaciones sobre la producción editorial, además de un procedimiento de compenetración, nos ha permitido reconocer modelos explicativos multidimensionales e incorporar variables que abonan a una construcción articulada de nuestro objeto de estudio. La revisión documental permite pensar en las diversas perspectivas de abordaje para la producción del libro y las múltiples aristas que se desdoblán como ejes de investigación del libro como objeto simbólico y productor de sentido.

La revisión gira en tres ejes fundamentales: un recortado abordaje de estudios centrados en la descripción y análisis del panorama internacional de la industria editorial, un conjunto de trabajos que atienden las dinámicas nacionales del sector y finalmente un acercamiento a investigaciones sobre el ámbito editorial de la ciudad. La revisión, minuciosa más no exhaustiva, la realizamos a través de la consulta de diversas fuentes de información tanto de instituciones públicas como privadas dentro y fuera de la Zona Metropolitana de Guadalajara.

2.1 Revisiones desde un panorama general

En primera instancia, desde la perspectiva de la sociología crítica y en el marco de un abordaje omni-abarcante resaltan los trabajos del sociólogo francés Pierre Bourdieu con una aproximación periférica del campo editorial a partir de la producción cultural; en *El campo de la producción cultural* (1993) Bourdieu formula su concepto de campo como estrategia para demostrar la pertinencia del análisis sociológico en un ámbito de difícil objetivación como el de la creación cultural. Así, plantea analizar el trabajo artístico y literario con los diversos actores que lo componen en el contexto de prácticas culturales, y en ellas la articulación dinámica entre estructura y conducta/acción, sin dejar de lado las coordenadas históricas y espacio temporales. Bourdieu concibe el campo como un espacio de *juego de fuerzas* y de lucha permanente por la conservación y transformación de posiciones de poder dentro del campo. El acento de su obra recae, primordialmente, en la figura del artista como un agente con prácticas y valoraciones dentro de una estructura. El artista valida su existencia social en tanto se asume como perteneciente a un campo artístico, intelectual o científico. El artista busca legitimación y reconocimiento a través de

sus obra (logra con ellas tomas de posición). Una implicación decisiva si se reconoce la aportación de Bourdieu es que con sus productos cada uno consolida una apuesta particular que enriquece la estructura del campo.

Bourdieu analiza, de igual forma, desde la noción de campo, la producción literaria en *Las reglas del arte, génesis y estructura del campo literario* (1997). Aunque en esta obra donde la edición se configura como un aspecto periférico, Bourdieu señala que cuando los agentes de producción literaria cobraron consciencia de la posición diferencial derivada de sus obras, se intensificó la lucha de fuerzas y el campo adquirió mayor definición. Queda clara en esta visión la claridad y el conocimiento de los agentes la cual en buena medida se consigue mediante la “aceptación” de agentes especializados, quienes reconocen los aportes, rupturas y/o continuidades de una obra. Por tanto se hace innegable el papel fundamental que para los estudiosos tiene reconocer y reconstruir el juego de apuestas que realizan los productores, tanto para el gran público como para el propio desarrollo y constitución del campo editorial en general.

Desde una perspectiva coincidente, aunque en un marco más cercano a la sociología de la cultura, resaltan las investigaciones que sobre la industria editorial ofrece John B. Thompson en *Books in the digital age* (2005a) y el más reciente *The merchants of culture* (2010). Ambos plasman una visión estructural del campo de la producción editorial, en correspondencia con la denominación de industrias mediáticas. Para ello retoma dos de los conceptos centrales del pensamiento de Pierre Bourdieu, a saber, *campo* y *capitales*. En disociación de la triada bourdiana recoge la visión de campo como un espacio de interacciones de los agentes a través de sus diversos capitales. De tal forma en *Books in the digital age* (2005a) el centro de análisis es la industria editorial universitaria en los Estados Unidos e Inglaterra, como un espacio en el que se vuelve tangible la incorporación en el uso de nuevas tecnologías y con ello una “revolución” en las prácticas de producción.

Mediante una metodología socio-histórica en el segundo de sus recortes a la industria, *Merchants of culture. The publishing business in the Twenty First Century* (2010), Thompson da cuenta –en un periplo que va de los años 70 del siglo pasado hasta la situación actual–, del surgimiento y evolución de corporaciones transnacionales de publicaciones derivadas de fusiones y adquisiciones como componentes y factores clave de las dinámicas y estructuras de la industria editorial, en Estados Unidos e Inglaterra. Desde

el inicio de la obra Thompson define al campo como “un espacio estructurado de posiciones sociales que pueden ser ocupadas por agentes y organizaciones, en donde cada posición de cualquier agente u organización depende del tipo y cantidad de recursos o ‘capital’ que tienen a su disposición” (pp. 3-4).

El eje es la producción de generalidades, desde donde analiza prácticas entre los agentes y sus diversas características de estructuración que apuntan hacia el establecimiento de una lógica (de interacciones) en el campo editorial. Con el análisis estructural del sistema de relaciones en esta investigación, da cuenta de las modificaciones que se operan a partir de la incursión de lo tecnológico, que en comparación, es menos fuerte que el del campo de producción universitaria. De hecho, Thompson apunta a una coexistencia de soportes de libros tanto impreso como digital, en donde una tecnología no reemplaza a la otra.

De manera central el autor alude a poder “estudiar sistemáticamente” una industria tan poco explorada en investigaciones desde esta perspectiva de análisis como espacio de poder y de constreñimiento para los agentes que la componen, comparativamente con el cine o la música, y que sin embargo ha mutado conforme las condicionantes socioeconómicas y culturales. Por demás significativa es una de las preguntas que Thompson plantea en el cuarto capítulo, “The Polarization of the Field” (La polarización del campo): ¿por qué aún existen pequeñas editoriales y por qué no han sido eliminadas por las grandes corporaciones? Su respuesta propone situaciones que corresponden al contexto de la producción editorial en lengua inglesa como que las editoriales independientes no reciben tanta presión como las grandes corporaciones y las empresas medianas. Sin embargo, también corren muchos riesgos aunque tienen algunas ventajas (como por ejemplo los correctores de estilo les cobran menos por su trabajo) y que son aquellas que se consideran preocupadas por publicar textos con mayor calidad e incluso algunas se han ganado un reconocimiento social (capital simbólico).

En esta misma línea, desde una mirada histórica, situada y contextualizada el texto *El pensamiento editorial como crítica de la industrialización de la cultura* (s.f.) del investigador argentino Martín Gonzalo Gómez, retoma la concepción del libro como producto material y simbólico. Con base en la deconstrucción de sus procesos de subjetivación, el énfasis de la revisión es la utilización de recursos en la producción que

delinean el procesamiento mercadológico de la industria editorial, centrado en la creación de libros/mercancías orientadas al éxito de ventas. Esta revisión (sin abordar directamente las prácticas de producción) contribuye a conceptualizar la lógica de producción de bienes simbólicos, a partir de la propia constitución del libro dentro de una red de relaciones económicas situadas. Para esta investigación éste es un aspecto que consideramos interesante incorporar como elemento analítico dadas las implicaciones socioculturales y sus efectos en la construcción de hábitos de lectura.

Por su capacidad para ofrecer explicaciones integradas de fenómenos micro y macro sociológicos *Las revoluciones de la cultura escrita* (1997) de Roger Chartier contiene un profundo y pertinente análisis de la utilización de la imprenta como elemento de cambio en la configuración de la práctica de la escritura y apropiación del libro como objeto material, y con ello, el conjunto de revoluciones que han definido a la producción de éste a lo largo de la historia, adecuándose a las necesidades que la sociedad va marcando, con lo que se establece su carácter utilitario en lo cotidiano. Convendría plantearse también cuáles son los elementos que, en el terreno de la práctica, representan los formatos materiales del libro que pueden ser objeto de interés para el investigador. Los elementos integrantes del formato del libro son la tipografía, la encuadernación y las ilustraciones (grabados, fotografías, etcétera). Con variados intereses y resultados, estos elementos han sido estudiados desde varias perspectivas. Un énfasis en la investigación lo han tenido la encuadernación y la ilustración para los historiadores del arte y de la técnica artística. La tipografía también ha tenido su parcela, especialmente para bibliógrafos, tipógrafos e impresores. Sin embargo, aunque son tareas sustanciales del proceso de producción, el estudio de la morfología del libro es un tema que no forma parte de los objetivos de esta investigación

Desde la línea teórica de la producción de bienes simbólicos, la investigación de Elizabeth L. Eisenstein, *La imprenta como agente de cambio* (1998), apunta a la caracterización del espacio social y cultural con la aparición de la imprenta como un agente de revolución, más que comercial, como material de utilización en la producción del libro. Eisenstein revisa tres fenómenos estrechamente vinculados a la imprenta: la fijación de los textos, la estandarización y la diseminación masiva. Aunque ambos teóricos –Chartier y Eisenstein– confluyen en la conceptualización sobre la relevancia transformadora del libro,

sus perspectivas apuntan a tipologías de impacto diferenciadas: una hacia lo sociocultural y la otra hacia las prácticas de producción.

Como hemos señalado, el trabajo analítico de Chartier recupera los conceptos “mundo del texto” y “mundo del lector” de Paul Ricoeur para definir a la lectura como el acto mediante el cual el texto cobra sentido y adquiere eficacia. La lectura como “una práctica de múltiples diferenciaciones en función de las épocas y ambientes, en donde el significado de un texto depende de la manera en que es leído. De ahí que afirme que hacer la historia de las lecturas y de los textos, es en el fondo construir la historicidad del proceso de apropiación de los textos (Chartier, 2005). La apropiación no es posible sin la materialidad del libro, el cual también es leído de diversas formas y sentidos, a partir de las mismas características de su elaboración, como objeto de soporte con un sentido de la estética característico a partir de la idea de “libro” que cada productor tiene en su imaginario.

Para los propósitos de esta investigación son pertinentes los señalamientos de Chartier respecto de la conveniencia de admitir una diversidad en las formas de lectura dentro de un marco social, cultural e institucional; por tanto, el análisis de sus implicaciones en la historia sociocultural no debe ignorar las prácticas específicas que las producen. La historización de la cultura escrita y el proceso de apropiación del libro desde la lectura como una manifestación transversal al hombre y la literatura como un espacio particular desde lo público, son dimensiones coincidentes como el entramado contextual de este trabajo y ha sido resultado de la revisión del conjunto de obras de Roger Chartier: *El presente del pasado: escritura de la historia, historia de lo escrito* (2005), *Cultura escrita, literatura e historia* (2006), *Pluma de ganso, libro de letras, ojo viajero* (1997). Aunque no es central el elemento histórico-literario como objeto de análisis para esta investigación, las reflexiones en torno a la preponderancia histórica del libro en el espacio público ayudan a caracterizar simbólicamente al objeto.

Por su parte, en *El orden de los libros* (1994) Chartier amplía el panorama teórico de la historia cultural cuando analiza, en primer momento, al autor y desde esta figura, las consecutivas transformaciones en la producción del texto, elemento central constitutivo del libro y que conlleva en sí el mecanismo por el cual se crea la unidad textual. A partir de la relación entre el libro y el autor, Chartier vincula los soportes de lectura y las formas en

cómo se ha leído. Le interesa pensar los modos de producción de lo escrito (del papiro al códice, del libro a las pantallas) y la apropiación y reconstrucción de significados por parte de los lectores de épocas diferentes.

La práctica de leer, la historia de su configuración y desarrollo están inscritas en el marco de la historia cultural. Las opciones de descripción densa del panorama histórico de estas prácticas implican acercamientos de diferentes campos del conocimiento como sociología, semiótica, antropología, estudios literarios y lingüística que permitan delimitar este objeto de estudio. Por supuesto podemos advertir cómo desde la visión histórica de la apropiación del libro, la lectura como práctica social es un eje explicativo y de constitución de sentido a través del cual se puede analizar la situación actual de la industria editorial.

La transformación de las prácticas de lectura ocurre a partir de dos acontecimientos fundamentales en la historia de la cultura y la producción del pensamiento moderno: la incorporación masiva del papel en los procesos de escritura y de impresión, así como la invención de la imprenta como dispositivo que apunta a la consolidación de la lectura como práctica social, y al mismo tiempo, como herramienta para la democratización del conocimiento. Hemos de reconocer el nacimiento de la lectura silenciosa como paradigma fundacional en la formación de nuevos lectores, así como de los procesos cognitivos que se activan bajo esta rutina. En *Una historia de la lectura* (1998) Alberto Manguel bajo distintos acercamientos –el estudio de los clásicos, las memorias, el ensayo, el relato histórico– construye precisamente una biografía de lo personal sobre los significados de leer.

En la colección “Libros sobre Libros” del Fondo de Cultural Económica a la que pertenece la investigación de Eisenstein (1999) revisamos otros dos textos dedicados a historizar al libro como un agente de transformación con y desde la sociedad. De tal forma Lucien Febvre y Henri-Jean Martin en *La aparición del libro* (2000) construye la historia del entorno tecnológico en el que Gutenberg perfecciona la talla y producción masiva de tipos móviles, sus condiciones comerciales y geográficas que hicieron posible la revolución de la industria librera.

A partir de estos objetivos los autores rescatan tanto la aparición del papel en Europa como sus transformaciones las modificaciones tecnológicas de la imprenta hasta llegar a la conformación del libro y generar su paulatina comercialización. Es el punto de

inflexión a partir del cual las problemáticas comienzan a girar en torno a las formas de distribución y otros elementos de la producción adquieren una relevancia particular. Reflexionar sobre cómo se han establecido estos canales de distribución a lo largo del tiempo ayuda a concebirlos como espacios de conformación redes (contactos e interacciones) y con ello una posible “estructura” de producción y distribución del libro, bajo un sentido comercialización y masificación del mismo.

Continuando en esta recapitulación de aproximaciones socio-historicas a la construcción social del libro, Robert Darnton en *El negocio de la ilustración: historia editorial de la Encyclopédie 1775-1800* (2006) expone las transformaciones del libro desde un espacio social y cultural situado en la Francia de la revolución ilustrada en donde tuvo lugar la conformación de libros “totales”, como son pensadas las enciclopedias. El texto recupera los ámbitos socioculturales desde los que se piensa la producción, desarrollo y publicación de libros de tal envergadura, con sus significaciones propias y como parte de la reconstrucción de un “relato” de la cultura. A pesar de esto, no es un estudio que pueda tener mayores injerencias en nuestro trabajo, más allá de la caracterización del proceso de construcción de una tipología relevante pero acotada del libro.

Juan Luis de Diego en *Editores y políticas editoriales en Argentina 1800-2000* (2006), analiza desde la visión histórico-social la incorporación de políticas culturales encaminadas a la formación y consolidación de lo que hoy es el panorama editorial en Argentina. De esta reconstrucción histórica es relevante advertir procesos de participación del estado en la implementación de políticas que impactan al sector editorial, lo que constituye como ejercicio una posible línea de análisis ya no centrada en el editor (como productor) o en el lector, sino en los agentes y espacios institucionalizados desde donde se regula a la industria editorial.

Metamorfosis de la lectura (2010) del catalán Roman Gubern expone, desde trazos históricos amplios, las diversas formas de apropiación de la lectura hasta culminar con la aparición del libro electrónico y registros de observación donde el punto central fueron las prácticas de lectura en sus modalidades de acceso a los libros; en la reconfiguración de la práctica intervienen modos de asimilar el libro como elemento de sentido que vinculan su contenido con el conocimiento sobre el mundo real.

Leer y escribir en un mundo cambiante (2001) de Emilia Ferreiro traza un recorrido detallado por los métodos de alfabetización de la escuela, que abarca un contexto previo a la introducción de la tecnología en la sociedad hasta el momento actual en el que los entornos educativos están experimentando la integración del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (Tic's) como herramientas educativas. Son las características del libro como objeto simbólico y cultural, ya no anclado en el análisis de su producción, sino en el establecimiento de un contacto y apropiación del lector. El libro en este caso es el medio de conexión de un ciclo, no como simbolismo *per se* sino como parte de un proceso que es significativo. Diferimos de esta concepción debido a que parte de la investigación que planteamos está encaminada a la caracterización simbólica y de sentido del objeto-libro desde su producción hasta su apropiación en la lectura.

Katarzyna Moszczynska, bajo la perspectiva literaria, en su tesis doctoral *Cultura, ideología e industria editorial: la narrativa de las mujeres en la España de los noventa* (2007), recrea la conformación de la industria editorial española, con lo que abre el panorama sobre la industria mexicana de las últimas décadas, modificada en gran medida por la incursión de corporaciones transnacionales provenientes de España. Esta articulación estructural que deriva en modelos productivos de largo alcance nos ha permitido hacer un trazado directo en la comprensión de la situación editorial en México y, específicamente de Guadalajara, en los últimos cincuenta años. Un apartado inicial lo constituye el exilio de autores españoles a nuestro país como agentes culturales que enriquecieron la producción literaria (por supuesto la creación de editoriales) en el país, así como el ya mencionado cruce de fronteras comerciales de las editoriales españolas que estratégicamente comenzaron a ganar terreno en países latinoamericanos, elementos que nos permiten caracterizar el espacio en el que situamos esta investigación.

En la perspectiva comunicativa, Marshall McLuhan, quizá, uno de los autores más cuestionados y al mismo tiempo referido en la construcción del campo de la comunicación, aborda al libro como objeto tecnológico, al mismo tiempo que pretexto para historizar los procesos de construcción comunicacionales en las sociedades humanas. En *La galaxia Gutenberg* (1985) desarrolla la idea de conformación tecnológica como extensión del cuerpo humano, en la que el hombre piensa en el desarrollo de aparatos extensivos. Para algunos investigadores actuales como Scolari (2009), esta propuesta es un antecedente de lo

que podríamos nombrar ahora como mediaciones entre el hombre y los aparatos tecnológicos. Esta idea le permite a McLuhan establecer la caracterización de civilización como “aldea global” en donde poco a poco el libro comience a valorarse como un antiguo objeto tecnológico digno de estar en los museos. A decir de algunos investigadores, *La galaxia Gutenberg* es un esbozo tendiente a lo literario, desbordado, carente de investigación empírica y cargado de cuestionamientos filosóficos; como Eisenstein (1999) que describe al texto como desarticulado y enredado que está en deuda con el desarrollo histórico. Mientras que para otros, la obra de McLuhan es el pertinente antecedente de las posturas teóricas actuales con respecto a los medios y las formas de interacción.

Bajo la misma perspectiva comunicativa *Las redes ocultas de la edición* (2002), obra de Janine y Greg Brémond, aborda una serie de problemáticas en la industria editorial en el contexto francés: desde la concentración, la uniformización del libro, las implicaciones de otros medios de comunicación como radio y televisión en el consumo del mismo. Esta radiografía explica mucho más de lo que muestra: abona a la configuración del campo editorial como un espacio condicionado en sus dinámicas y modelos de producción por el sistema económico y social imperante, elemento de partida para la presente investigación. Para estos autores, el libro es producto singular en tanto “participa en la libertad de expresión, en la creación artística, en el debate colectivo, en la educación”, por lo que el sector “es clave en el funcionamiento de una democracia”. Enfatizan que “el imperio del marketing y el hecho de que los corporativos transnacionales controlen los medios de comunicación que informan sobre esos libros produce efectos perversos, contrarios a la libre competencia”. Antes, los editores “no eran determinantes, no podían influir tanto sobre la recepción de un libro, que dependía más de los críticos, del boca a oreja y de los libreros”.

Desde la perspectiva sociocultural, estudios que abordan la problemática de la vigencia del soporte en papel frente al libro digital han llamado la atención en las últimas décadas. Como ejemplo analizamos algunos que tienen raíz desde lo filosófico-ensayístico como *El futuro del libro ¿esto matará eso?*, compilación de Geoffrey Nunberg así como uno de los libros más recientes de Umberto Eco en coautoría con Jean Claude Carriér *Nadie acabará con los libros* (2010). Ambos libros permiten establecer el dinamismo de la propia industria y sus perspectivas actuales, en las que reconocen la fuerza del soporte electrónico

más no la desaparición del libro impreso, al contrario, se muestran optimistas hacia una convivencia de soportes tal como lo expone Thompson (2010).

La implementación de las Tic's en las prácticas de lectura y producción editorial destaca como objetos de investigación en *Nueva imprenta digital* (2000) de Ángel Bosch Torrano; también como otra aproximación a las implicaciones del desarrollo tecnológico para el libro impreso y con una visión complementaria a la expuesta por Eco y Thompson. Bruno de Vecchi, en *Algunas reflexiones acerca de la inminente desaparición del libro* (2001), proponen que el libro “no desaparecerá con los medios de lectura digitales, tomará un nuevo lugar, tal vez ya no el principal, entre las tecnologías de la escritura”. Ambas propuestas son significativas en la conformación del panorama de discusión sobre qué pasará con la “primera de las revoluciones”, frente a otras de carácter digital, en donde se pone en tela de juicio la existencia de la imprenta en la actualidad y una “posible” desaparición del soporte papel, idea que a partir del año 2000 tuvo auge y que ahora se pone en duda debido a la convivencia actual de ambos soportes. Recurrentemente, con la centralidad de nuevos dispositivos móviles y diversas tecnologías de la comunicación, se generan visiones y pronósticos apocalípticos sobre potenciales consecuencias “benéficas” o “devastadoras” para el futuro del libro y la lectura de las que es pertinente investigar.

No debe menospreciarse la tendencia a modificaciones sensibles en los patrones de consumo cultural e incluso en los modelos de la producción de los mismos con el consecuente desplazamiento del papel central históricamente atribuido a la cultura escrita. Algunos quieren ver en la persistencia del libro impreso un acto de resistencia con tintes heroicos, como un en el plano de la creación literaria, un reducto en las prácticas teóricas de campos educativos y lingüísticos, una oportunidad para el estudio de las culturas, pero más que otra cosa para preservar y ampliar las prácticas de la lectura y la escritura.

José María Barandiarán realizó un análisis cualitativo desde la perspectiva sociocultural titulado: *Edición ¿Independiente o interdependiente?* (2005), este trabajo situado en España perfila la situación de editoriales autodenominadas “independientes” –que en la práctica no siempre lo son–, postura que abona a los supuestos de esta investigación con relación a nuestros sujetos de estudio que proclaman su autonomía. El texto permite pensar y contextualizar la autodenominación “independiente” como un fenómeno en cuya construcción y revaloración participan factores externos.

Por su parte, José María Gutiérrez de la Torre realizó la investigación *Sociedad lectora y bibliodiversidad* (2005), en la que caracteriza la industria editorial española en la que actúan las editoriales independientes ante la concentración económica como principal adversario y como problemáticas que se suman a ésta, el dinamismo de las tecnologías de la información, además del porcentaje de lectores. Al respecto el término bibliodiversidad aglutina la respuesta a un espacio tan concentrado. Sin embargo, vuelve a aparecer una visión totalizadora de las condiciones económicas y sociales de la industria editorial, discurso que nos parece podría ser contextualizado y re-nombrado.

Resulta indispensable reconocer al editor independiente como un agente *distinto pero no ajeno* al centro de gravedad de la industria editorial. Al interior de las dinámicas de concentración –de la edición y de la distribución– y de la imposición hegemónica de los criterios, así como de los modelos de rentabilidad sobre valores culturales. Respecto de lo anterior el autor establece la posición de las editoriales independientes que cumplen un rol significativo para el desarrollo de la producción cultural local y en más de un sentido contribuyen a la diversidad cultural. Al respecto ¿bastaría identificarlas como aquellas que no forman parte de grupos transnacionales?, ¿ayuda caracterizarlos como empresas dónde las decisiones sobre qué editar se toman directamente por sus responsables?

Para algunos editores (Danielli, 2006) las editoriales independiente son espacios privilegiados donde los escritores e investigadores tienen oportunidad de intercambiar, discutir y reflexionar, allí se inventan en conjunto colecciones, se proponen investigaciones, foros, actuando como agentes culturales diferenciados. Esta consideración concuerda de manera significativa con el desarrollo de algunos investigadores con respecto al término; sin embargo, *bibliodiversidad* va más allá de un fenómeno de agrupación y trabajo colectivo. Consideramos que es un término con significaciones complejas que es pertinente analizar desde diversas perspectivas.

Al respecto Gilles Colleu, en su libro *La edición independiente como herramienta protagónica de la bibliodiversidad* (2008), resalta la visión de las prácticas editoriales como elemento característico de la “independencia” desde una enunciación discursiva y práctica. Dicho texto articulado a las enunciaciones de diversidad cultural de la UNESCO, plantea la producción masificada de libros como amenaza a la independencia de las ideas, en tanto los procesos de concentración en la edición se vincula a la construcción de

ciudadanía. Posiblemente lo criticable del libro, a pesar de la correspondencia de objetos en la búsqueda de una caracterización de lo independiente, es su visión totalizadora del sistema económico, así como la enunciación de lo independiente como la alternativa a ello, en la medida en la que se busque la bibliodiversidad –diversidad en la oferta de libros en el mercado–. Este trabajo da cuenta de la aprobación de la Ley Lang, denominación de la ley del libro francesa, como una forma de acción desde las políticas públicas.

Desde un coincidente enfoque sociocultural y en correspondencia con estudios de lingüística, Josemari Esparza en el texto *Bibliodiversidad lingüística, cultural y editorial* (2004) coloca este término como eje articulador para el reconocimiento de nichos de mercado de un intercambio cultural a partir de la producción de libros en las lenguas propias de cada región. Esparza no oculta que editar desde una región pequeña, en una lengua arcaica, indígena y minoritaria no presupone aislamiento del resto del universo. Por el contrario, la posibilidad de generación de diversidad librera en contextos lingüísticos específicos abre un vasto repertorio de alternativas de producción para las editoriales autodenominadas “independientes”.

De manera contextual la propuesta de este editor nos permite pensar en prácticas alternativas de producción, quizá sí, desde el posicionamiento independiente y bajo el término *bibliodiversidad*. Distingue la necesidad de articular un discurso común al interior de los actuales debates sobre bibliodiversidad y diversidad cultural: las funciones de los editores independientes en la globalización, los acuerdos de libre comercio sobre bienes culturales, las cuestiones nodales referidas a los derechos de autor y la propiedad intelectual; los vínculos solidarios con editores y creadores de otros países.

De manera general el término *bibliodiversidad* es parte de un discurso centrado en la diversidad cultural, del que la esfera de producción de libros ha establecido como un parteaguas en la concentración económica y simbólica de las grandes editoriales. A pesar de ello, este término nos parece poco revelador de la situación actual del campo editorial en el que muchos factores, voces, significados y prácticas tienen lugar, por tanto, no representa más allá que un elemento contextual para nuestra investigación.

En Argentina, Adriana Astutti y Sandra Contreras, ambas de la Universidad del Rosario, en coordinación con la editorial Beatriz Viterbo realizaron una investigación a partir de vincular la trayectoria de las editoriales independientes y las políticas culturales

del país. El trabajo titulado *Editoriales independientes, pequeñas... micropolíticas culturales en la literatura argentina actual* (2011) arranca con cuestionamientos fundamentales para el reconocimiento del estatuto de los editores independientes: “¿de qué hablamos cuando hablamos de edición independiente?, ¿cuál es la relación entre las editoriales independientes y las multinacionales del sector?, ¿hay políticas de Estado que puedan favorecer la producción cultural en relación con las editoriales independientes” (p. 1). Desde el análisis cultural y del mundo de la creación literaria las autoras argentinas plantean estrategias para atajar las políticas públicas alineadas al *boom* editorial. En el propósito de mantener las culturas locales, la vía que ellas abren es la “irrupción de los intersticios, de la multiplicidad de las voces apostar por estas micro-políticas de edición” aunque también admiten que ello “no supone una resistencia defensiva en relación con las grandes editoriales”. (p. 779), en el sentido del retorno a lo local, del sujeto. Por el contrario, la intención para ello sería la formación de lectores consientes de su consumo.

Bajo esta misma línea, Hernan Vanoli en *Sobre editoriales literarias y la reconfiguración de una cultura* (2010) señala cómo la conformación de un espacio editorial ya transformado por las políticas culturales ha repercutido en la consolidación de ejes factibles y transitables para que nuevas editoriales literarias emerjan y se posicionen en el campo editorial y cultural argentino con mayores potencialidades de influencia sobre él. En este sentido, ambas investigaciones resaltan el papel del estado en la visión, configuración y puesta en práctica de políticas que permiten el florecimiento de editoriales “pequeñas” o “independientes”¹¹ que han reconfigurado el campo editorial en Argentina.

Anna Danieli, editora de Trilce, expone las características de la edición al margen de la diversidad cultural, desde una perspectiva centrada en su práctica como profesional a cargo de una editorial autodenominada “independiente”. Reconoce el espacio editorial bajo la concentración editorial y abona, en este sentido, a la reconfiguración de las editoriales independientes, que han comenzado a establecerse en el campo editorial, primero iberoamericano y posteriormente latinoamericano. Con ello, abona al recuento e historización de las editoriales independientes de Chile a partir de su agrupación, en búsqueda de fortalecimiento económico y de prestigio (simbólico).

¹¹ Aunque muchas veces el término *independiente* es asociado con el tamaño de la empresa editorial, Astutti y Contreras establecen la diferencia entre ambas. El tamaño no implica el asumirse independiente y viceversa, son terminaciones que dotan de identidad a las editoriales desde diversos ángulos.

Una aportación valiosa desde la perspectiva sociocultural centrada en las prácticas editoriales es la de André Schiffrin que con base en su propia experiencia como propietario de Pantheon, que vivió el proceso de compra-venta de editoriales, desarrolla un discurso articulado en la concentración editorial y la consecuente polarización del campo. En su libro *La edición sin editores* (1999) plantea el panorama general de la industria editorial a través de la concentración de los grandes grupos, al mismo tiempo vislumbra los problemas que conlleva minimizar a las pequeñas empresas.

Hay otros temas polémicos y de enorme importancia que se despliegan en este libro: la desaparición de las librerías independientes, reducción o pulverización de los catálogos de calidad en beneficio de conglomerados dedicados a producir, promover y publicar únicamente *best sellers*; y dentro de este panorama las capacidades limitadas –y con esfuerzos, en ocasiones, imposibles de sostener– de las editoriales independientes, únicas con la decisión y capacidad de publicar libros *distintos*, de calidad, Schiffrin pone de relieve las innumerables adversidades que deben enfrentar, entre ellos el más brutal: la indiferencia y cerrazón de distribuidores, cadenas de librerías y medios de comunicación.

En *The bussines of book: how international conglomerates took over and changed the way we read* (2001) Schiffrin da continuidad a estas ideas, con mucho mayor énfasis en el cambio de significados que experimenta la función editorial. Ambos trabajos desde perspectivas centradas en sus experiencias profesionales ofrecen elementos de reconocimiento del panorama global actual de los conglomerados y sus lógicas de actuación, como primer paso –indispensable– para contar con una visión cercana de la problemática del campo editorial.

De igual forma, Jason Epstein en *La industria del libro. Pasado, presente y futuro de la edición* (2002) aborda las problemáticas actuales de la edición desde su propia práctica y experiencia como editor. En esta recuperación Epstein hace una aguda crítica a la crisis del libro y los escenarios de su inminente transformación. Al igual que para Janine, Greg Brémond y Schiffrin, para Epstein la crítica fundamental es su mirada, como una acción totalizadora del mercado sobre la industria del libro. Aunque, en efecto la problemática está dibujada en sus diversos componentes, no contemplan las características socioculturales contextuales de cada espacio editorial en el que se desarrollan, y en

contrapartida, la capacidad de conjunción de lo global con lo local en un efecto de glocalización (E. Sánchez, 2011).

El Cerlalc, como organismo público realiza año con año sus propias investigaciones sobre la industria editorial donde reúne los datos de producción y circulación del libro; informes sobre la promoción de la lectura y la escritura, así como un recuento de las acciones destinadas al estímulo y protección de la creación intelectual. De esta forma ofrece un diagnóstico de todos los países y los condensa en un análisis riguroso de las tendencias de la propia industria en Latinoamérica.

Específicamente para esta investigación es relevante recoger la más reciente de las compilaciones: *El espacio iberoamericano del libro 2010* (Cerlalc, 2010) que, bajo la coordinación de Richard Urbe, rescata la preponderancia de las negociaciones directas entre editor y librero, sin mediación de distribución para algunos países, frente a otros que realizan la acción contraria, esto en contraposición a las ventas a través de Internet que aún no son significativas. De igual forma, la producción de libros electrónicos aún no alcanza los números que algunos investigadores vaticinaron. La relevancia de este texto y los datos incluidos es que sirven como un marco comparativo de la conformación del campo editorial en Latinoamérica del que, por supuesto, España condensa gran parte del mercado.

El nuevo paradigma del sector del libro (2008) de Manuel Gil y Francisco Javier Jiménez retoma, desde una perspectiva económica, como objeto de estudio al mercado del libro, sus características, los consumidores instalados (en este paradigma) desde la cualidad de productor en la red, denominados “prosumidores”. De igual forma las nuevas prácticas del editor *wiki* y de manera periférica la problemática de la visibilidad del editor independiente en la búsqueda de espacios de venta. Los autores miran que la editorial independiente del futuro –planteada como una empresa pequeña en producción y con un nivel de recursos e infraestructuras limitadas– puede imaginarse integrada a una red social en la que interactuarán miles de lectores en diferentes idiomas, bajo un nuevo concepto editorial y colecciones “en abierto”.

Estos editores *wikis* observan que el libro, en su acepción tradicional, es un objeto de consumo que debe competir en un entorno con numerosas formas de ocio. Este desplazamiento del eje educativo-formativo hacia los mercados de consumo ocio-cultural discurre en paralelo a un cambio generacional decisivo. Es decir, el editor se convierte en

una especie de consultor y analista de propuestas y sugerencias, debiendo abandonar su concepto de “reserva espiritual del conocimiento” y su “apostolado intelectual” e intervenir en este nuevo espacio social. Rescatamos, precisamente, esta última propuesta para esta investigación desde la utilización del concepto visibilidad, que también construye Thompson (2010), para nombrar el fenómeno de apropiación del espacio público en donde los libros llegan al destinatario final: el lector.

En las investigaciones relacionadas con la apropiación de la lectura, desde un paradigma lingüístico-literario el texto *De la cualquierización al texto* (s. a.) escrito por los argentinos Damián Selci y Ana Mazzoni, refiere la emergencia de las nuevas “lecturas” y juega con la idea del lector *e-lector* que hace visibles las formas en que se apropia de lo que lee y en la que destacan como novedad el auge del diseño como factor dinamizador la llegada de nuevas tecnologías que habilitan la edición “independiente”. Mazzoni y Selci han caracterizado el presente momento de la edición literaria en términos de “cualquierización”: cualquier cosa puede ser considerado un libro y al mismo tiempo cualquier cosa puede ser leído como tal. Esta denominación vincula que a lo largo de la década de 1990 el espacio de producción de literatura argentina habría atravesado un ensanchamiento de la definición de *escritor*, que sería al mismo tiempo una redefinición de lo que es un texto y de lo que es una editorial. Esto tendiente a la reconfiguración del lector y los modos de apropiación del texto, tema sensible que no retomamos para esta investigación, pero que forma parte del ciclo de creación social del libro.

Con otros propósitos, la relación independencia y bibliodiversidad en las editoriales es continuada por la revista *Bibliodiversity*¹² publicada en la web en enero de 2011, que reúne a editores e investigadores de habla hispana, inglesa y francesa. Los artículos que componen *Bibliodiversity* son: “Indicators of bibliodiversity a multiversalist’s matrix. Publishing and globalization”, escrito por Susan Hawthorne; “How should cultural diversity be measured? An application using the French publishing industry” de Francoise Benhamou y Stephanie Peltier; “La bibliodiversité et ses indicateurs fondamentaux et prospective” de Luc Pinhas; En español el artículo de la investigadora argentina Estella

¹² Cabe resaltar que la revista *Bibliodiversity* es un proyecto de la Alianza Internacional de Editores Independientes.

Puente, “Bibliodiversidad. Indicadores y Debate”, así como “Midiendo la bibliodiversidad –hacia el desarrollo de un índice de bibliodiversidad–” de Daniella Allerbón.

El planteamiento del conjunto de los artículos posee un imán de confluencia en el término *bibliodiversidad*, entendido como la posibilidad en la apertura de espacios para los editores autodenominados “independientes”. Allende de sus potencialidades semánticas, esta construcción abona a la intención de conformar un espacio para los editores “independientes” y apela al ensanchamiento del mercado para otras propuestas. Es una palanca que moviliza la diversidad librera y editorial, en contrapartida de la concentración y los monopolios de empresas mediáticas, no sólo las editoriales. Los elementos que se desarrollan no plantean, en general, cuestionamientos que vayan más allá de la validación discursiva de lo independiente que pueda ser subsanada por la bibliodiversidad.

2.2 Apuntes sobre las líneas de investigación situadas en México

México como espacio en el que la industria editorial adquiere dimensiones y características específicas, ha sido objeto de estudio desde diversas líneas de investigación con una abundante diversidad temática en la que destacan las prácticas de lectura, las políticas públicas, revisiones históricas de industria, la influencia de agentes institucionales y su producción desde la visión histórico social, cultural y educativa, así como mapas y revisiones de las configuraciones del mercado.

Néstor García Canclini, en *Lectores, espectadores e internautas* (2007) ayuda a configurar los diversos planos del contexto amplio y denso en el que se desarrolla nuestra industria editorial, ubicándola como parte de las industrias culturales, y coloca el acento analítico en las nuevas formas de interacción y consumo. Otro de sus libros, éste en coautoría con Ernesto Piedras Fera, dedicado a las industrias culturales y en el que describe periféricamente a la industria editorial es *Las industrias culturales y el desarrollo de México* (2006), un estudio general sobre el aporte económico y cultural de estas industrias y los principales problemas a los que se enfrentan en México. Reconocemos que la producción de García Canclini es mucho más extensa, los mencionados son los trabajos que consideramos presentan un acercamiento más directo a la industria editorial desde las prácticas de consumo y desde la perspectiva socioeconómica del país. Ambos ayudan a la

configuración tanto del campo editorial mexicano como de la situación de las industrias culturales en el país.

El análisis de Fernando Escalante Gonzalbo *A la sombra de los libros. Lectura, mercado y vida pública* (2007) expone las relaciones entre las prácticas de lectura y la industria editorial con incidencia en el espacio público mediatizado. Desde la propuesta de Pierre Bourdieu, Escalante retoma los postulados de Gustave Flaubert con respecto al campo literario para formular una minuciosa contextualización del campo editorial mexicano desde sus líneas de contacto con el espacio anglosajón y español, principalmente; plantea como entorno las prácticas de lectura y la constante lucha de los escritores por mantenerse en el espacio público. Con ello analiza los simbolismos tanto del libro como del escritor en un mundo mediatizado. Este análisis se vuelve relevante para nuestra investigación como antecedente tanto de la conformación de la industria editorial en México como de las características de los “lectores-consumidores” y de la conformación del campo intelectual.

En esta misma línea incluimos a Gabriel Zaid con *Los demasiados libros* (1996), libro que se centra principalmente en la problemática de lectura que enfrenta el país. Este panorama da cuenta de la sobreproducción de libros que en la mayoría de los casos no llegan a ser leídos, mucho menos comprados ante la carencia de los servicios básicos de aproximadamente la mitad de la población en el país y donde el libro ni por asomo es un artículo de primera necesidad. Al respecto, Zaid resalta los pocos espacios de venta y la cultura de la no lectura, frente al excedente de escritores, quienes en muchos casos obvian la lectura, esta práctica incide en la propia industria y su desarrollo, con espacios muy cerrados o acotados, especialmente para los “pequeños editores”. Del trabajo de Gabriel Zaid rescatamos su abordaje de las posibilidades de producción de los editores autodenominados “independientes” a partir de la impresión digital como potenciadora de una práctica de producción alternativa.

Como aportaciones a la investigación sociocultural sobre prácticas de lectura en México los textos: *La lectura masiva en México: apuntes y reflexiones sobre la situación que presenta esta práctica social* (2005), *Prácticas de lectura en México* y *El libro como producto cultural* (2002), de María Guadalupe Chávez Méndez, reconstruyen prácticas sociales de la lectura en el país para –más allá de las estadísticas que apuntan a porcentajes

muy bajos– dan cuenta de las condiciones en que se gestan. En estas propuestas de revisión del estatuto del libro como producto cultural, su uso y consumo, no sólo están imbricadas las diversas aprehensiones de la lectura sino la valoración del libro como un objeto cargado de simbolismo. Ambas perspectivas ayudan a conformar una idea de sentido y objeto de doble significación.

Con respecto a la historia del libro y la lectura en México varios son los acercamientos que se han realizado, entre ellos destaca específicamente Carmen Castañeda con su obra *Del autor al lector: historia del libro en México* (2002), quien logra reconstruir el camino que siguen las publicaciones impresas del productor al lector como destino; pasando por el traductor, el impresor, el comerciante y el librero. Examina las prácticas de lectura y el análisis de textos para entender las formas de apropiación de los libros.

Desde una perspectiva histórica, Castañeda también colaboró con Luz Elena Galván Lafarga y Lucía Martínez Moctezuma en el libro *Lecturas y lectores en la historia de México* (2004), donde a través del recuento e identificación de los libros, pero sobre todo las prácticas de lectura, hacen un repaso de la cultura contemporánea mexicana. Ambos textos permiten comprender las condiciones socio históricas que componen la industria editorial mexicana, sobre todo desde la incursión del Estado en la producción de libros. Esto nos permite caracterizar un espacio editorial en México a partir de las condicionantes históricas y los agentes reconocibles, para poder comprender las propiedades específicas del campo editorial mexicano.

Pudimos registrar investigaciones que tienen como objeto de estudio las relaciones consistentes y determinantes del Estado con la industria editorial de México, donde un papel preponderante lo tiene la conformación de la Comisión Nacional del Libro de Texto Gratuito (Conaliteg). Esto al margen de la inclusión de políticas públicas articuladas a una visión específica de la cultura y la consolidación del “ser nacional” como dispositivo fundacional que puede ubicarse en la implementación de esfuerzos editoriales encaminados a la educación popular y que en su momento fueron propuestos por José Vasconcelos. *El libro de los que hacen el libro* (2009) es un texto que agrupa el testimonio de los trabajadores de la Conaliteg, editado por la Secretaría de Educación Pública, que reconstruye la historia del organismo a partir de la narrativa oral de quienes han formado

parte de ella en los últimos años. Este libro da cuenta de los procesos de producción y la actual situación de la Conaliteg.

Reconocemos asimismo el trabajo de Lorenza Villa Lever con el libro *Cincuenta años de la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos: cambios y permanencias en la educación mexicana* (2009), así como *El libro de texto gratuito en la actualidad* (2011) de Tonatiuh Anzures, ambos con su centro en la producción editorial institucionalizada en la figura de la Conaliteg: las implicaciones de la producción de libros de texto para toda la república como política educativa y al mismo tiempo la figura del Estado como principal inyector económico a la industria editorial en el país. Las características de una institución que a lo largo del tiempo ha consolidado su presencia vinculante y ha desatado un sinfín de consideraciones sobre su influencia. En las interacciones entre el Estado y los diversos agentes en la producción de libros de texto, además de cotos de poder e influencia se incluyen las problemáticas presupuestales y concesionarias.

Caracterizar a la Conaliteg es pertinente para la enunciación, tanto del contexto de la industria editorial nacional, como de la situación del estado de Jalisco, ya que no podemos pensar en la edición en México sin la Conaliteg como un “aparato” que mantiene viva a la industria editorial. Aunque estos textos no son una crítica abierta a la comisión, reconocemos un debate abierto en torno a la influencia de ésta en la creación de cierto tipo de libros, las concesiones a editoriales, su posible privatización y lo que con ello acarrearía para la industria.

Desde la perspectiva económico-social cabe mencionar los reportes de la industria editorial en México a partir del *Informe Omniprom 2011 sobre el libro en México*¹³ (2011), coordinado por Marcelino Elosua, en el que destacan la caracterización de espacios de distribución en el país comparativamente con España y la principal problemática en torno a ello, que tiene que ver, no con el establecimiento del precio fijo del libro, sino con la manera en la que previamente se realiza tal acción en atención a las inflaciones en la cadena de distribución. Característica que consideramos central en la descripción de la estructura de distribución y desde la que es posible analizar la Ley de fomento para la lectura y el libro.

¹³ La empresa distribuidora Omniprom, presente en México, año con año presenta un análisis de la situación de la industria editorial en el país.

Particular interés representó la centralidad de la industria editorial y la divulgación científica, específicamente el trabajo que da cuenta de la producción editorial de textos de divulgación como: *Divulgación de la ciencia para niños a través de revistas producidas en México: aproximación a partir de las estrategias editoriales y discursivas* (2007), de Luisa Fernanda González Arribas, en el que coloca de forma periférica la relación entre edición y ciencia dándole más peso a esta última, con lo que tocan tangencialmente el problema de investigación ya enunciado; sin embargo, no establecen una relación concreta y tampoco hay líneas ya trazadas para continuar abonando al respecto. Aquí hay un buen camino para abonar a la línea de investigación.

2.3 Desarrollo de líneas de investigación en el estado de Jalisco

Desde el estado de Jalisco como origen y fin de los planteamientos de esta investigación en torno a la industria editorial, varios son los acercamientos que podemos registrar a partir de una perspectiva cultural en torno a las políticas establecidas; en un recorrido histórico y desde el reconocimiento y descripción de la propia práctica editorial. Con relación a la práctica editorial y las políticas culturales, cabe resaltar en este sentido la investigación realizada por María Dolores Díaz Aguirre, *Las políticas culturales y las editoriales independientes* (2011), que ayuda a configurar un panorama de la edición independiente en México y sus posibles interrelaciones Estado-industria a través de las acciones del gobierno desde las políticas culturales, así como un análisis desde la gestión cultural de lo que estas editoriales representan en la industria y sus modelos de conformación para asegurar su continuidad.

Ayuda mucho a esta investigación la construcción del objeto de estudio de las editoriales desde la gestión cultural, éste es un primer acercamiento con agentes autodenominados “independientes” de Guadalajara, Distrito Federal y Oaxaca. No obstante el planteamiento situado en el estado de Jalisco, el proyecto es extensivo a las políticas de todo el país. Quizá, haría falta pensar en las características propias de contextualización del estado a partir de la configuración de sus agentes y posteriormente hacer una articulación a nivel nacional.

A partir de la línea de investigación histórica el libro *El perímetro de la hoja. Las revistas literarias de Guadalajara (1991-2000)*, (2007), de Pedro Valderrama Villanueva rescata la configuración del espacio editorial desde la producción de revistas literarias en la Zona Metropolitana de Guadalajara. Aunque no se trata específicamente del libro como objeto, pensar en un trabajo desde esta perspectiva ayudaría a plantear posibilidades de investigación en cuando a la producción de libros de literatura en los últimos años en busca de una caracterización de sus agentes principales.

Finalmente, desde el reconocimiento de la práctica editorial, consideramos pertinente mencionar la colección de libros del Foro de Editores y Profesionales del Libro que se han publicado en el marco de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, bajo el título “Profesionales del libro”, de la Editorial Universitaria en coordinación con diversas instituciones ya sea el Cerlalc o la UNESCO en algunos casos. En estos libros está registrada la visión de los editores, en una serie de reflexiones a manera de ensayos.

Destacan: *Redes y alianzas en el mundo del libro* (2007), *Pasajes de la edición: hablan los profesionales* (2003), *Competitividad y demanda* (1980), *La librería y sus espacios* (2007), *El libro para niños y jóvenes. Un mercado en crecimiento* (2009), *Redes y alianzas en el mundo del libro* (2007), *La edición y la librería ante los cambios tecnológicos* (2010); *Esencia, quehacer y retos de la edición académica* (2005) y *El valor económico de la lengua española* (2011). Los anteriores están escritos desde la visión de la práctica editorial en las narrativas de los editores que reflejan sus preocupaciones y describen sus espacios al margen de sus características contextuales y conforman las discusiones de cada uno de los foros de editores. Éstos, aunque condensan sus discursos, no representan consideraciones más allá en la conformación de la presente investigación debido a que, en muchos casos, los textos están dirigidos a la aplicación de acciones empresariales y mercadológicas a los sellos editoriales.

Caso contrario es el libro *Entre el oficio y el beneficio: el papel del editor. Práctica social, normatividad y producción editorial* (2007) de Gerardo Kloss Fernández del Castillo, que desde la línea de generación y producción, presenta diferencias de entre los textos ya mencionadas, ya que a partir de la perspectiva sociocultural retrata el perfil y práctica del editor en una consideración dual: la práctica productiva, rutinaria y al mismo tiempo la función social, ambos como elementos indisociables que dotan de significado a la

práctica editorial. De esta postura vale recuperar la caracterización del editor desde lo social como un agente de contacto con el espacio público en el que la decisión de editar es una acción fundamental.

De las investigaciones que pudimos registrar nos parece pertinente recoger las diversas perspectivas en el establecimiento de nuevas líneas de investigación que apunten a la contextualización de las políticas culturales en torno a la edición en el estado de Jalisco, las prácticas y soportes de lectura en la actualidad y la visión histórica que pudiera construir una biografía del libro como objeto en el estado. Todo aquello centrado en diversas perspectivas que permitan el diálogo y la convergencia de miradas en torno a un mismo objeto.

A lo largo de este recorrido bibliográfico y de discusión en torno al libro como objeto central y periférico, hemos revisado diversos ángulos de análisis de un mismo objeto. Con ello pretendemos conformar las múltiples visiones que se tienen del libro para brindar un amplio panorama de todo lo que lo rodea. Posterior a esta discusión y contraposición de perspectivas es pertinente presentar nuestra propia articulación teórica desde la sociología de la cultura como una línea de entrada que permite el análisis de prácticas, interacciones y significados a partir del libro como objeto simbólico.

CAPÍTULO III

**EL CONCEPTO DE CAMPO Y CAPITALES EN ARTICULACIÓN CON LAS
INTERACCIONES DE LOS EDITORES COMO PROPUESTA DE MARCO TEÓRICO**

“Dado que la comunicación mediática está generalmente ‘fijada’ a un estrato material de algún, tipo resulta tentador concentrarse en el contenido simbólico de los mensajes de los media e ignorar el complejo orden de las condiciones sociales que subyacen a la producción y circulación de tales mensajes”.

JOHN B. THOMPSON. LOS MEDIA Y LA MODERNIDAD.

El marco teórico para esta investigación lo construimos a partir del planteamiento de análisis de John B. Thompson sobre la industria editorial. Con el fin de hacer visible nuestra “lectura y uso” de su propuesta a continuación presentamos de manera general un recorrido por el desarrollo teórico con especial énfasis en la estructura del campo editorial. De igual forma reconocemos su genealogía teórica y enunciamos los conceptos que consideramos pertinentes para la investigación. De manera más clara aceptamos que nuestro trabajo busca un análisis sociocultural y en ese sentido coincidimos con Thompson que el análisis cultural es, en esencia y ante todo, la “elucidación de esos patrones de significado, la explicación interpretativa de los significados incorporados a las formas simbólicas. Nos queda claro al mismo tiempo que al referirnos a la cultura y sus problemáticas estas se encuentran insertas en relaciones de poder y conflicto. En este sentido, la propuesta estructural pretende no ignorar esta dimensión política que todo fenómeno cultural implica.

Thompson reconoce el papel de las industrias mediáticas para enfocarse en el análisis de una sola de estas: la editorial, que, desde *Los media y la modernidad* (1998b) identifica como la primera en consolidarse a partir de la imprenta. Como explica en su artículo *Nueva Visibilidad* (2005c) su propuesta puede entenderse “...como una “teoría de las interacciones” (interactional theory) de los medios..., porque analiza los medios de comunicación con relación a las formas de interacción que las hacen posibles y de las cuales forman parte...” (p. 13) al respecto, caracteriza a los mismos a partir de las relaciones, acciones e interacciones que los individuos generan con ellos.

De la revolución mediática que desata el uso masivo de la imprenta, Thompson centra su atención en el campo editorial como una industria que se ha transformado conforme las características sociales y tecnológicas de la época, y plantea una visión de la estructura de la misma a partir de las últimas décadas, así como de los agentes que en ésta interactúan de forma específica. Esta perspectiva se consolida con las aportaciones de *Books in the digital age* (2005a) y recientemente en la propuesta teórica desarrollada en la obra *The merchants of culture* (2010). Tanto en los textos referidos como en el desarrollo teórico propuesto en *Ideología y cultura moderna* (1998a) y *Los media y la modernidad* (1998b), hasta sus más recientes títulos Thompson propone una “concepción estructural de la cultura” (Gómez Vargas, 2008, p. 97), en la que las formas simbólicas se producen en

contextos sociales específicos que funcionan con sus propias lógicas. La materialidad de la investigación de Thompson, primero sobre la industria editorial académica y posteriormente en la industria editorial de ficción y no ficción, está centrada en las narrativas obtenidas de las entrevistas con agentes que pertenecen al campo editorial y que cumplen funciones relevantes en él. A partir de esto “reconstruye” la lógica del campo de (la edición de libros).

3.1 Aproximaciones a la perspectiva de comunicación y sociología cultural

Consideramos pertinente esbozar la genealogía teórica de Thompson para poder situar su propuesta basada en la teoría de la estructuración de Giddens, quien propone que para describir acciones sociales se requiere conocer las formas de existencia que se manifiestan en esas acciones (Fuentes, 2010) . Ello va a implicar para Giddens una *doble hermenéutica*, es decir, lo que el investigador social realiza es interpretar (regulando metodológicamente) las interpretaciones (consciencia práctica y consciencia discursiva). Así, al reconocer que los esquemas interpretativos incluyen esquemas ya interpretados por los agentes sociales, entonces la reflexión parte de la práctica social que la reproduce. En este sentido, la propuesta de Giddens puede retomarse para reflexionar las implicaciones de los medios masivos de comunicación como instituciones o estructuras de significación en su relación con los sujetos o las audiencias.

Para rearticular el modelo de Giddens, Thompson lo complementa con revisiones de Habermas, Ricoeur, Bourdieu, Goffman y Geertz; además de reconocer diversos elementos analíticos de autores en búsqueda de alimentar una construcción más sólida del problema de investigación. En primera instancia es necesario ubicar a John B. Thompson, profesor de sociología en la Universidad de Cambridge, a quien podemos situar dentro de la línea teórica de la sociología de la cultura, tradición que trae a la cultura al centro de su estudio como “parte de la vida social” (Gómez Vargas, p. 93), clave epistemológica que engloba la materialización de lo simbólico dentro de lo social, como una dimensión en la que cobran sentido el estudio de prácticas, valores y creencias de los sujetos.

La comunicación como dimensión relevante dentro de los estudios de la sociología cultural se comenzó a imbricar a partir de los estudios de comunicación de masas, que en un principio tuvieron una connotación negativa sobre este concepto.

Uno de los fundamentos de la sociología de la cultura es la tradición humanista dentro de la que se comenzaron a realizar investigaciones con relación a la cultura, en contradicción con “la civilización” (Gómez Vargas, 2008). De esta conformación Gómez Vargas identifica una primera perspectiva rastreable en el siglo XVIII y XIX, se trata de Mathew Arnold, quien resalta el concepto de *cultura* con una posición central y clave en la configuración de la vida social, posteriormente desarrollada y ampliada por la perspectiva marxista que aporta el modelo social sobre el cual se pensaría la cultura.

Una sociología cultural subrayaría el carácter simbólico de sus objetos. El ámbito de la cultura se concibe autónomo, aunque esta autonomía no la desvincula de la sociedad, tal como argumentan pensadores como Alexander (2003). La cultura no es una “cosa”, un poder impuesto o heredado a la sociedad, sino una dimensión constitutiva de ella. La cultura entreteje la estructura social desde dentro, a modo de contexto que la hace inteligible. Desde este enfoque, los objetos culturales poseerían la fuerza propia de lo simbólico, una potencialidad capaz de generar acciones tecnológicas, económicas o políticas, esto es, las variables que se reconocen en los estudios culturales

Una tercera fase de la sociología de la cultura se fortalece a partir de la hermenéutica como metodología. Valles (2003), basado en Guba y Lincoln, establece la relación que desde la hermenéutica se traza con la vida cultural, la comunicación y los significados simbólicos, a través de los cuales se estudian relatos. Es precisamente en esta tradición de la sociología cultural en la que situamos a John B. Thompson, y que comprende tres fases a través de tres teóricos fundadores: Wilhem Dilthey, Emile Durkheim y Max Weber.

Para la adecuada comprensión de sus planteamientos es clave ubicar a autores como Talcott Parson con su obra *El sistema social* (1984) en donde prefigura la cultura como una dimensión de lo social, así como a Clifford Geertz (1982) en cuyo modelo teórico la cultura consiste en formas de comportamiento y de conducta que proporcionan el contexto en el cual la acción humana se torna comprensible; de esta forma la cultura es “separada” de la sociología para instaurarla como objeto central de investigación, con sus propias

problemáticas. De esas ideas se retoma el supuesto de que el significado puede ser buscado mediante la interpretación. En esta misma línea de pensamiento otro teórico fundamental es Pierre Bourdieu (1980), quien con la conformación de la tríada: campos, capital y habitus, profundiza sobre los factores de la dimensión simbólica de la cultura. Es necesario reconocer en Bourdieu la influencia directa y fundamental del desarrollo de la teoría estructural utilizada por John B. Thompson en la investigación de la industria editorial.

De Bourdieu, Thompson toma para su hermenéutica profunda los conceptos de *campo* y *capitales* y los despliega para caracterizar el espacio editorial y las prácticas de los agentes que interactúan en él. Sin embargo, el concepto de *habitus* está desagregado de su postulado teórico. La noción de campo formulada por Bourdieu es sustancial para Thompson –y para este trabajo– en la medida en que describe una esfera de la vida social que sucesivamente crea autonomía –lógicas de acción propias– a través de la historia de las relaciones sociales, entendida esta historia como el relato de lo que está en juego, con recursos y ritmos temporales propios, diferentes de aquellos de los otros campos. Los seres humanos no actuamos por las mismas razones en el campo económico, en el político, en el artístico o el deportivo. Lo que convendría aquí destacar es la imagen del mundo social en una representación pluridimensional: el mundo social está constituido por una pluralidad de campos autónomos.

En su libro *Los media y la modernidad* (1998b), Thompson coloca su anclaje inicial en la sociología crítica de la escuela de Frankfurt, cuyos estudios comenzaron a definir una postura culturalista y de donde surgen las primeras investigaciones sobre la cultura de masas (Galindo Cáceres, 2008). La definición y conceptualización de las industrias de la cultura pasa así a ser una de las señas de identidad del análisis de la escuela crítica. La obra central de esta corriente es la publicación de la *Dialéctica de la Ilustración* (1947). Esta obra es considerada como el manifiesto indudable del estudio de la industria de la cultura como *engaño de las masas*, tal y como Horkheimer y Adorno titulan el capítulo central del libro. El punto cardinal de su lectura es la tecnología aplicada a los procesos creativos. A partir de esta observación, tratan de examinar cómo se condiciona la cultura por el sistema económico.

De la escuela de Frankfurt, Thompson retoma la suposición de que la naturaleza y la centralidad de la comunicación masiva en las sociedades, donde las formas simbólicas – entendidas como construcciones significativas con estructuras internas diversas e insertadas en contextos determinados– se han visto cada vez más mediadas por los mecanismos y las instituciones de la comunicación. No todos los postulados teóricos de la Escuela Crítica de Frankfurt son plenamente asumidos en las propuestas de Thompson, antes bien, pone en tela de juicio la acepción negativa con la que Horkheimer, Adorno y Marcuse caracterizaron a las industrias culturales. También se desmarca de la corriente crítica por su visión de pasividad de los individuos y porque presenta el proceso de recepción como un hecho demasiado determinado. Thompson propone un enfoque más contextualizado y de sensibilidad hermenéutica que mostraría que el proceso de recepción es una actividad mucho más complicada y creativa de lo que supusieron los teóricos de la escuela de Frankfurt

Thompson reconoce la influencia de Jürgen Habermas en el planteamiento teórico de la esfera pública, lo que le ha permitido reflexionar en torno a la influencia de los media en la conformación de la opinión pública y por consiguiente en la transición a la democracia (Thompson, 1998b). En el término de *opinión pública* en la teoría habermasiana se inserta el tema de las industrias culturales como “industrias de la conciencia” que ya se han convertido en industrias plurales, puesto que van desde la música de consumo, al cine para masas y las tecnologías de información y comunicación. En pocas palabras, Habermas identifica industrias culturales con comunicación tecnologizada e ideología instrumental; ante ello es imperativo reformular una teoría de la acción comunicativa como reconstrucción de la subjetividad de los ciudadanos y de su acción social.

De acuerdo con Thompson, la analogía que Habermas encuentra entre la esfera pública “refeudalizada” y la “propiedad pública representativa” propia de la Edad Media –indicando tal semejanza como sinónimo de retroceso intelectual– es “más aparente que real. [...] pues el desarrollo de los medios de comunicación ha creado nuevas formas de interacción, nuevas maneras de visibilidad y nuevas redes de difusión de la información en el mundo moderno” (Thompson, 1998, p. 107). Habermas formuló el concepto de *esfera pública* con la mirada en la creación de la sociedad civil y en la formación de los Estados

en la Europa moderna. En nuestros días la caracterización de este espacio como escenario de lo público, de crítica y fiscalización abierta, abarca ámbitos de la acción social más extensos y complejos que los propuestos por Habermas, y es así como Thompson los reconoce.

Para la enunciación de la teoría de los medios de comunicación nos parece relevante señalar su vinculación con la escuela de Toronto, en particular la influencia del profesor de economía política, Harold Innis y de Marshall McLuhan. Especialmente a Innis, pionero de los estudios de las relaciones entre los medios de comunicación y el poder, quien examina las tecnologías de comunicación desde el punto de vista histórico, periodo de invención, cómo y en qué momento y lugar se volvieron dominantes, percibe que los descubrimientos tecnológicos fundamentales se reflejan en nuevas formas de organización social y desarrolla la idea de la duración en tiempo y extensión en espacio para describir cómo los medios de comunicación impactan en la sociedad.

Recuperamos también a Joshua Meyrowitz (1987), cuyo trabajo profundiza lo que Thompson describe como la interrelación de los medios de comunicación, lo que

“Dio pie a una nueva forma de visibilidad desespacializada que tenía en cuenta una forma íntima de autopresentación libre de las constricciones de la copresencia. Éstas fueron las condiciones que facilitó el nacimiento de lo que podríamos llamar “la sociedad de la autorrevelación”: una sociedad en la que era posible y, ciertamente, cada vez más común para los líderes políticos y otros individuos, aparecer ante audiencias distantes y poner al descubierto algún aspecto de uno mismo o de su vida personal” (Thompson, 2005b, p. 10).

De igual forma, reconoce la influencia de la teoría de la interacción social de Goffman, para señalar la manera en qué los media están inmersos en relaciones desiguales de poder y al mismo tiempo los individuos le dan más importancia a los “productos mediáticos” que incorporan (Thompson, 1998b). Específicamente en Latinoamérica ubicamos dentro de la sociología de la cultura, aunque desde otra lógica, a los estudios de Néstor García Canclini, quien traza el mapa creciente y los vínculos consecuentes de las industrias culturales con sus trabajos sobre los procesos de construcción histórica de estas

industrias; el panorama del consumo y las políticas culturales que acogen y condicionan su desarrollo. Además de su perspectiva de abordaje sobre las industrias culturales ya mencionada, los postulados de García Canclini son significativos por su coincidencia con aspectos claves para el desarrollo de esta investigación por la forma en la que concibe y caracteriza a la industria editorial latinoamericana. Los supuestos que subyacen al entendimiento de las industrias y algunos de sus hallazgos, los cuáles aportan elementos para contextualizar el objeto de esta investigación dentro del continente americano.

En la multiplicidad y heterogeneidad de enfoques teóricos, recuperamos la formulación de *mediaciones* de Jesús Martín Barbero, en tanto eje analítico fundamental donde se articula el sentido de los medios de comunicación, ya no como depositarios de análisis como bienes simbólicos, sino del conjunto de articulaciones sociales que de ello devienen. Así formula el cruce de la comunicación y la sociología de la cultura.

“[...] la comunicación se está convirtiendo en un espacio estratégico desde el que pensar los bloqueos y las contradicciones que dinamizan estas sociedades-encrucijada, a medio camino entre un subdesarrollo acelerado y una modernización compulsiva. De ahí el eje del debate se desplace de los medios a las mediaciones, esto es, a las articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales, a las diferentes temporalidades y la pluralidad de matrices culturales.” (Martín Barbero, 1998, p. 257)

3.2 De la teoría de los medios de comunicación a la estructura de la industria editorial

Thompson (1998b.) desarrolla su teoría con respecto a los medios de comunicación a través de lo que él denomina como “la producción e intercambio de los bienes simbólicos”, de ésta retomamos los elementos que consideramos pertinentes para el desarrollo posterior de sus postulados teóricos con respecto a la industria editorial en las dos obras ya señaladas. Al respecto, en esta fase, el punto de partida es su propuesta sobre medios de comunicación, en tanto transformadores de la naturaleza de la interacción social. El punto de inflexión de esta mirada comprensiva es que a partir del desarrollo de los media, se han trastocado los modos en los que se producen bienes simbólicos y se realizan sus intercambios en el mundo social.

La anterior, que es en efecto una transformación decisiva, está vinculada al desarrollo de medios técnicos que permitieron (y lo siguen haciendo) la reproductibilidad de las formas simbólicas. En el recorte a nuestro objeto de estudio, advertimos que es justamente con la explotación de la imprenta que da comienzo otra era, en este caso, la era de las industrias mediáticas; puesto que “Al utilizar estos media los seres humanos se convierten en fabricantes de tramas de significados para consumo propio” (Thompson, 1998b, p. 26). Desde esta postura el teórico incorpora el concepto de *campo* de Pierre Bourdieu para caracterizar a los “campos de interacción” en los que se da la producción y consumo de bienes simbólicos, y los entiende como “espacio estructurado de posiciones sociales cuyas propiedades son definidas primariamente por las relaciones entre esas posiciones y los recursos que se le atribuyen” (Thompson 2010, p. 8). En este ámbito es significativo el proceso de institucionalización al reconocer reglas y relaciones sociales estables dentro de las industrias mediáticas.

La enunciación teórica de Pierre Bourdieu consiste en la relación triádica de campo, capitales y *habitus*: para él, el campo es un espacio de relaciones estructuradas y determinadas en el que los agentes toman sus posiciones de acuerdo a los capitales que poseen, esto también les lleva a acceder a determinados espacios o posiciones. El *habitus* es entonces el resultado de los constreñimientos del campo en una “estructura estructurante” que da cuerpo a los capitales y la determinación del campo en las prácticas de los agentes (Bourdieu, 1980). De esta forma, la historia y trayectoria de cada sujeto condiciona sus posiciones, sus interacciones a través de los capitales que posee y su *habitus*, en el reconocimiento de esa estructura.

La diferencia central entre el planteamiento de Bourdieu y lo que Thompson recoge de él es la disociación de la triada, en la que este último prescinde del *habitus* para caracterizar al sujeto en sus prácticas. Para él la relevancia está en las condiciones del campo, como espacio estructurado y los capitales que los agentes ponen en juego. Lo que se vuelve significativo son los tipos y cualidades de los recursos que poseen los agentes del campo editorial. Al respecto, Thompson presta atención a la estructura en el campo por lo que el acento está en su propia constitución y en el reconocimiento y caracterización de las prácticas de las editoriales.

“Extiendo el enfoque de Bourdieu dando mayor atención que él, a las propiedades espaciales y lingüísticas del campo, examinando el rol de las tecnologías en la conformación evolutiva del campo, combinando la teoría de los campos con el análisis de las estrategias y prácticas de las firmas, y centrando en las transformaciones estructurales de los campos y las formas en las que las organizaciones responden a esos cambios” (Thompson, 2005, p. 30).

Desde nuestra opinión, el trabajo de Thompson, al reasignar la teoría de los campos, vuelve operacionalizables los conceptos a partir de la reapropiación de campo que centra la atención en las características espaciales y lingüísticas del campo editorial, en el que los capitales son evidenciables a partir de los conceptos de *ciclo* y *cadena editorial* que se traducen en prácticas de producción y en el canal de conformación del producto libro. De igual forma, al poner el acento del análisis en las respuestas (desde las prácticas) de las organizaciones editoriales respecto a la estructura propia del campo, abandona una concepción determinista del mismo para atender las reacciones de los sujetos, que están determinados, sus condiciones particulares y adversas permiten su descolocamiento y por ende mantienen viva y activa su capacidad de agencia y decisión.

Reconociendo la tensión implícita en estas posturas teóricas, para la caracterización de la industria editorial partimos de la reapropiación del concepto de *campo* y *capitales* que utiliza Thompson. Optamos por la disociación de la triada *bourdiana* con la intención de poner en el centro de la investigación a las prácticas de los editores y desde éstas caracterizar sus respuestas en torno a la estructura del campo. Asimismo, para configurar el abordaje de la investigación partimos de la libertad en la construcción que asume el mismo autor respecto de la pertinencia de la industria editorial como objeto. Thompson (1998b) entiende a las industrias mediáticas como aquellas que, a partir de los adelantos tecnológicos, han explotado la capacidad de reproductibilidad para producir y difundir formas simbólicas a gran escala; al mismo tiempo, las caracteriza con un alto grado de penetración en la vida social. En consecuencia las interacciones entre individuos están mediadas por los productos y apuestas de estas industrias. Lo que se compartía en un mismo tiempo y espacio, a través de estas nuevas formas de producción, comenzó a

cambiar por una ruptura en el tiempo y el espacio de las formas de producción, así como por diferentes *espacialidades* que conlleva la recepción de estos bienes simbólicos.

Ello deviene en el desarrollo de tres tipos de interacción: cara a cara, caracterizada por el tiempo y espacio compartido; interacción mediática en la que medios –como el teléfono– permiten una interacción de uno a uno con una separación espacial y temporal; finalmente, la interacción cuasi-mediática en la que unos pocos producen bienes simbólicos para muchos en tiempos y espacios completamente diferentes, y mediados por algún tipo de soporte en el que la interacción ya no es directa, como por ejemplo, el periódico, la radio o la televisión, en los que se da una separación e incluso desconocimiento de las formas de producción en relación con el consumo (Thompson, 1998b).

En un artículo posterior al planteamiento teórico de los media, Thompson (2005b) caracteriza al desarrollo de las tecnologías de la comunicación como “interacción mediada por ordenador” en la que distingue diversas características aglutinadas en este término; así por ejemplo el uso del correo electrónico que corresponde a la comunicación dialógica a distancia, y de otra forma, los *blogs* o portales de noticias, producidos de uno para muchos, que correspondería a la interacción cuasi mediática, en las que se da un “intercambio simbólico mediado”. Aunque el autor no profundiza en las interacciones mediadas por computadoras, resalta la forma en la que las interacciones cara a cara conviven cada vez más con las interacciones mediadas, lo que genera una nueva comprensión del mundo en el grado de penetración que tiene lo “no local”.

Asumidos estos aspectos de su teoría social de los medios de comunicación, consideramos pertinente describir los conceptos claves, relacionados entre sí, con los que Thompson afirma que se conforma la estructura editorial: *ciclo, cadena y campo editorial*. Este último es el que delimita las interacciones y las prácticas en un espacio social determinado tanto por las propias características de los agentes como de las interacciones con otros campos sociales. En el campo editorial, los agentes ponen en juego su capital económico, simbólico –en mayor medida– y social, humano e intelectual, lo que caracteriza las dinámicas que se generan al interior del campo. “La posición de cualquier editor en particular depende de las cantidades de recursos que posea” (Thompson, 2005, p. 31). El ciclo editorial corresponde a las prácticas y relaciones que se van gestando durante “la vida” del libro, desde la decisión de editar “algo”, hasta la de sacarlo del mercado; proceso

que se lleva alrededor de cuatro o cinco años en los que no hay una pronta recuperación del capital económico invertido.

El capital económico está referido a las posibilidades económicas heredadas o por adquisición de infraestructura y capacidad de inversión de los sellos editoriales (Thompson, 2010). El capital simbólico, en estrecha relación con el económico, lo remite a la “acumulación de prestigio, reconocimiento y respeto” de ciertos agentes, instituciones u organizaciones editoriales. Este capital puede ser equiparable a lo que Bourdieu entiende por capital cultural con la preponderancia del prestigio como un tipo de capital que también puede ser heredado o adquirido de forma institucional o por validación de los demás.

Desde esta misma perspectiva al capital humano lo entendemos como el conjunto de capacidades de tener, mantener y “entrenar” al personal que les permita la creación del libro como objeto en sus múltiples dimensiones. En el caso de conformación de las transnacionales se traduce en la capacidad de retener y capacitar al grupo de editores que laboran en su interior en la búsqueda de captación de nuevos proyectos que garanticen relativa estabilidad económica y simbólica. El capital social tiene que ver con la capacidad de relacionarse con otros agentes dentro del campo editorial, el establecimiento de vínculos estables para compartir intereses, amistades y relaciones que les permitan interacciones diferenciadas. Finalmente, el capital intelectual o propiedad intelectual hace referencia a la posesión normativa para la explotación del contenido intelectual que es negociada con diversos agentes en el campo editorial.

El registro de estos capitales no está formulado en términos de una sumatoria, sino de vectores, fronteras, tensiones, conflictos, coincidencias que condensan las apuestas de los editores en el campo. Son capitales ubicuos desde donde interactúan y establecen sus prácticas, con ello dan pie tanto al entramado de la cadena editorial, caracterizada por una serie de funciones a cargo de diversos agentes (no sólo el editor), que hacen posible la creación de un libro; así como el ciclo editorial, la trayectoria que el propio objeto realiza desde su creación hasta el destinatario final. Ambos conceptos están determinados por las condiciones del campo en sus contextos específicos, por lo que el desarrollo de Thompson (2005a y 2010) sobre las particularidades propias del espacio editorial estadounidense e inglés está caracterizado por un efecto de polarización (concentración y marginalidad de las empresas editoriales) y por una pugna constante entre agentes literarios, autores y editores.

La cadena editorial se compone a su vez de dos elementos: *cadena de suministro* y *cadena de valoraciones*, en ambas se concibe a la edición como un proceso que involucra otros agentes además de los editores, así como diversos pasos a seguir. La denominación de cadena, da una idea del funcionamiento de la dinámica editorial a través de interacciones, en las que se tejen prácticas eslabonadas, delimitadas y necesarias para que se lleve a cabo la producción del libro. La cadena de suministro, que es el primer componente, engloba las relaciones que durante el proceso editorial se generan, desde el autor hasta el distribuidor, en donde el editor es una fracción más de todo un conjunto.

Lo interesante de esta propuesta es que la cadena de suministro es complementaria a la cadena de valor, puesto que cada uno de los pasos, así como los agentes, añaden valor al producto final. En este segundo término de cadena el editor está relacionado con el proceso en general, aunque resalta la función de otros agentes como los correctores o los impresores que participan con prácticas específicas en las que el editor tiene una menor intervención. Sin embargo, en mayor o menor medida el editor cumple una función de orquestación y comando insustituibles, que desde el diálogo con el agente, e incluso antes, está estrechamente vinculada con el producto y que ejerce su influencia hasta en las negociaciones de distribución.

Del *campo*: las relaciones y estructura son mucho más complejas de lo que pudiéramos plantear en un principio. Thompson (2005) hace una pertinente distinción a la acepción en singular, y habla de “campos” para distinguir los diversos espacios que componen, en este caso a la industria editorial, en una serie de interacciones dinámicas. Pensado de esta manera, cada campo está referido a un tipo específico de producción del libro: publicaciones escolares, publicaciones académicas, generalidades (ficción, no ficción), infantiles; los cuales evidentemente actúan y se configuran entremezclados, por lo que un solo agente puede estar inmerso y ser competente en varios campos. Precisamente las luchas entre los agentes no son ajenas a la relación de un campo con otro.

Asumimos que la lógica imperante del campo editorial, específicamente para la edición de generalidades, se da a partir del crecimiento de las cadenas de ventas directas (supermercados y otros), que con el aumento de los agentes literarios y la consolidación de editoriales en el campo editorial comienza a ser latente la preocupación por la producción de “grandes libros” con sus respectivas valoraciones de peso como la trayectoria del autor

(*track record*); estos dispositivos generan la creación de libros (como modelos replicables) que puedan ser comparables en el mercado (*comps*), lo cual se sedimenta en la plataforma del mismo autor y la red de creencias compartidas por parte de los editores (*web of collective belief*) Thompson (2010).

Estos elementos y sus dinámicas además de otras regularidades de menor calado, permiten la constitución de un campo polarizado¹⁴, caracterizado por las denominadas *publicaciones extremas* (apuestas editoriales en las que se arriesgan los capitales), y en contrapartida las librerías como escenarios-mediaciones o “ventanas” de visibilidad estrechas para los libros en el mercado que traen como consecuencia los altos regresos de materiales no vendidos a los editores. En el esquema número 2, “La lógica del campo editorial en Estados Unidos e Inglaterra”, que recuperamos del marco teórico de Thompson, hacemos evidentes estos elementos en la conformación de una estructura compleja y de difícil acceso, y de la que nos interesa destacar las disparidades entre los pequeños y los grandes editores.

1. Crecimiento de las cadenas de venta al menudeo
2. Crecimiento de agentes literarios
3. Consolidación de las casas editoriales



1. Polarización del campo
2. Preocupaciones por grandes libros
 - (i) Registro de la trayectoria del autor
 - (ii) Libros comparables
 - (iii) Plataforma del autor
 - (iv) Red de expectativas colectiva
3. Publicaciones extremas
4. Ventanas estrechas
5. Grandes regresos de libros

Figura 2. La lógica del campo, tomado de *The merchants of culture*, Thompson, 2010, p. 344.

¹⁴ De acuerdo con Thompson, tanto el crecimiento de las cadenas de venta al menudeo, el surgimiento de los agentes literarios, como la emergencia de las corporaciones editoriales han consolidado cierta lógica y dinámicas en la industria editorial que generan un campo polarizado “en el campo del comercio editorial existe un número pequeño de grandes corporaciones que entre ellas comandan una participación substancial en el mercado, y un gran número de operaciones de editoriales muy pequeñas, que van desde las pequeñas editoriales independientes a una variedad de asociaciones comerciales e instituciones educativas, con un pequeño y disminuido número de editoriales medianas” (2010, p. 146).

3.3 La “lógica de las interacciones en el campo editorial”. Los conceptos pertinentes para la investigación

Después de la revisión de la teoría de John B. Thompson con respecto a la industria editorial, es pertinente para esta investigación preguntarnos ¿cómo se construyen las interacciones en la industria editorial? y ¿hasta qué punto son generadoras de pautas tendientes a la homogeneización de prácticas? Ambos cuestionamientos, centrales para las decisiones de orden metodológico en nuestra investigación, tienen el propósito de reconocer una dimensión constituyente de las mismas interacciones en la industria editorial. Derivadas de estas primeras inquietudes surgen otras: ¿qué podríamos entender cuando hablamos de pautas tendientes a la homogeneización? y ¿de qué manera definir a las interacciones? En búsqueda de algunas certidumbres nos acercamos a las interacciones de los usuarios con los media, éstos como catalizadores y potenciadores de diversas formas de comunicación, de acuerdo con el contacto y la experiencia de los agentes.

“Los medios de comunicación no son meramente instrumentos técnicos que transmiten información de un individuo a otro sin alterar su relación; sino que más bien los individuos, utilizando los medios de comunicación, crean nuevas formas de acción e interacción que tienen sus propias características distintivas” (Thompson, 2005, p. 13).

Esta perspectiva nos da una idea de las diversas dimensiones y complejidades de la interacción medio-sujeto, por lo que permite volver la mirada a productor-medio. Entendemos que tiene legitimidad el cuestionamiento sobre las interacciones, no desde el libro como producto mediático, sino de la generación de tipos de relación que devienen en acciones concretas y registrables. Es, a partir de la producción, con las características particulares del campo en el que se dan estas interacciones, en muchos casos mediadas y fragmentadas en eslabones institucionales o de agentes.

El reconocimiento de las interacciones como centro de nuestro interés apunta menos a la amplificación de sus efectos, que la revisión de sus dinamismos como modelos de comportamiento y en este plano al cuestionamiento de la relación misma de causa-efecto y del juego de los presupuestos que sostienen la lógica del mercado editorial imperante. Con

este fin articulamos el planteamiento de Goffman (1971) de interacciones sociales como los presupuestos de Thompson (1998b). La obra de Goffman invita a analizar el comportamiento del actor en su escenario y el orden que se construye en su interacción simbólica con otros seres humanos. Su aportación teórica ha sido ubicar en primer lugar el estudio de la interacción social que puede ser registrada como aquella que surge primordialmente en el vínculo social, es decir, en los contextos en los que dos o más individuos están físicamente en mutua presencia. Entendemos que de cierta forma, los postulados de Goffman y su enfoque tienen un papel relevante en las observaciones sobre los funcionamientos lingüísticos y comunicativos, por lo que complementan la propuesta de Thompson sobre el simbolismo de los media en la vida cotidiana, así como de las acciones y reacciones de quienes las reciben, asumiendo que no se trata de un proceso de asimilación pasiva por parte de los agentes, sino de una comprensión y discriminación de los productos mediáticos de los receptores.

Goffman entiende las interacciones, desde una dimensión micro social en donde los agentes tienen como referente el tiempo y espacio compartido. Una dimensión de influencia mutua a partir del contacto directo con el otro. En otras palabras, se trata de la mutua influencia que ejercen los sujetos que entran en contacto en un mismo espacio, con ello es posible caracterizar toda acción de los sujetos, bajo un conjunto de prescripciones o normas sociales que se establecen y cumplen con independencia de la intencionalidad de los sujetos sobre estas prescripciones.

En el mismo sentido, Thompson (1998b) plantea las características de la interacción cara a cara en un entorno de co-presencia que comparte todo un sistema de elementos contextuales, entendidos, referentes, significantes y elementos simbólicos en un intercambio dialógico hablado y no hablado. Precisamente, es la pertinencia de esta definición que caracteriza el concepto de interacciones, la que usaremos como ángulo para situar nuestra investigación en la industria editorial. Nos permite situar las prácticas de quienes producen los bienes simbólicos y su mutua influencia en el marco de las particularidades del campo y de los capitales que en cada situación ponen en juego.

De manera estructural, las interacciones de los diversos agentes en la industria editorial configuran pautas con propensión a la regulación de sus prácticas productivas. A su vez, estas pautas propician simultáneamente comportamientos de asimilación, de

resistencia y otras prácticas divergentes al modelo imperante en la industria editorial mexicana: en el caso de las prácticas de resistencia, éstas pueden ser evidenciadas en la emergencia de agentes caracterizados bajo el término “independencia”. La enunciación, con todas las restricciones del caso, es válida como estrategia para marcar una clara diferenciación discursiva con respecto a otras formas de ser editor y hacer edición.

Con respecto a la “emergencia” como concepto que aglutina la distinción de agentes editoriales independientes y no independientes, responde a una posibilidad de agencia (Geertz, 1987) de quienes se asimilan de tal forma. En términos de Goldstein (2002), es un concepto que hace referencia a las nuevas estructuras y propiedades que se generan en los sistemas dinámicos, permitiendo su evolución. Con ello, los agentes que “emergen” en un sistema o campo plantean nuevas formas de acción e interacción que caracterizan el dinamismo del sistema.

Dentro la industria editorial Thompson (2005a) nombra a los individuos que integran el campo como agentes, sin embargo en su propuesta teórica no se dedica a estudiar la emergencia de agentes en el campo, lo que para el presente proyecto es un propósito central, por lo que en la definición del concepto, entendemos la emergencia de agentes, que desde la estructura editorial globalizada y polarizada, surgen como un discurso “contrario” al ya existente, como una voluntad expresa de diferencia y no identificación, desde la capacidad de agencia del sujeto (Geertz, 1987) en términos de su posibilidad para transformar o continuar pautas y condiciones de la estructura, así como los contextos concretos en los que se generan las interacciones.

Las nociones de emergencia de Goldstein (2002) poseen una suficiencia comprensiva que han sido utilizadas en el planteamiento de esta investigación. Sobre esta base es posible afirmar que la posibilidad de que surjan agentes diferenciados a los ya existentes en el campo editorial responde, por una parte a un “no reconocimiento” de las pautas orientadas a la homogeneización de sus prácticas de producción y por otro lado ofrece un reflejo del espacio social-económico en el que estos agentes se ubican como resultado del tipo de participación a la que tienen acceso en el sistema editorial establecido. Con todo ello, se intenta enfatizar el carácter inestable y paradigmático de la posición de “resistencia” de los agentes que emergen. Este no reconocerse en el otro es un elemento complejo, por lo tanto, *a priori* asumimos que los agentes, en sus comportamientos,

manifiestan una tensión entre la negación de las pautas orientadas a la homogeneización y la asimilación de las prácticas.

Por su parte, la enunciación conceptual de homogeneización de pautas intenta establecer el ámbito de las regularidades que actúan predominantemente sobre las decisiones de los agentes en un campo específico. Para retomar algunas de las coordenadas que lo vinculan con las industrias culturales establecemos en primer término a la referencia en conjunto de mediaciones entre lo económico y lo cultural; es decir a la homogeneización cultural imbricada en el proceso de la globalización, o como lo plantea Ulf Hannerz:

“Ya hay una cultura mundial, pero debemos estar seguros de entender lo que significa [...] No ha ocurrido ninguna homogeneización total de los sistemas de significado y expresión ni parece probable que tenga lugar, por ahora. Pero el mundo se ha convertido en una red de relaciones sociales y entre sus regiones se produce un flujo de significados, así como personas y mercancías” (Hannerz 1990, p. 237).

Valga decir que este proceso de homogeneización cultural denomina más los dinamismos que las formas establecidas de carácter permanente. De sus aristas complejas y multidimensionales, las hibridaciones y mutaciones culturales que caracterizan a la globalización en la etapa de la modernidad, surgen prácticas de resistencia, posiciones de identidad diferentes y diversificadas, y al mismo tiempo nuevos modos de identificación cultural. La utilización de la terminología “pautas tendientes a la homogeneización” denota aspecto sobre los procedimientos que dan forma a los bienes culturales, además de implicar los mecanismos de apropiación y consumo de los mismos.

Sobre lo anterior, Néstor García Canclini (1995) señala que a pesar de los procesos de replicación de los medios de comunicación globales en estas interacciones, no se han logrado difuminar procedimientos tradicionales de expresión cultural, sino que actúan a la manera de plataforma para la remodelación y “re-colocación” de significados que desplaza modos previos de concebir la cultura: “Pero la complejidad y los matices de estas interacciones requieren también estudiar las identidades como procesos de *negociación*, en tanto son “híbridas, dúctiles y multiculturales” (García Canclini, 1995). Hay pues una

relación en la emergencia de agentes que potencializan una acción diferenciada en las prácticas, con nuevas formas de interacción y negociación.

Atendiendo a las pautas tendientes a la homogeneización como concepción clave en el desarrollo de la investigación, nos referimos a este proceso desde la perspectiva de Hannerz (1990), quien advierte que no puede entenderse como si se tratara de un fenómeno total. Así, señala las potenciales líneas de homogeneización vinculadas a los mecanismos de la producción editorial, a partir de las interacciones entre los editores, los agentes y autores, de acuerdo con Thompson. La práctica de los editores es la que con mayor especificidad refiere pautas de comportamiento regularizadas en la mayoría de los agentes y en la que intervienen de manera decisiva factores como los capitales económicos invertidos y la búsqueda de un mayor rendimiento de estos bienes. Asimismo, la homogeneización puede conferirse a la acotada tipología predominante en el modelo de publicación de libros y ha sido caracterizada por Thompson como el “yo también” (*mee too*), fenómeno por medio del cual los editores copian prácticas que garanticen el éxito de ventas en el campo editorial.

Así, las pautas tendientes a la homogeneización se caracterizan por los siguientes elementos diferenciados:¹⁵ la primera derivada del proceso por el que las editoriales (de todo tipo y tamaño) paulatinamente se fueron adhiriendo a los conglomerados empresariales globales a partir de los años 60 y 70, hasta conformar grandes núcleos de producción a partir de los años 80, bajo el efecto sombrilla antes mencionado. El segundo corresponde a la transformación del sector de ventas, que a su vez alude al aumento de grandes librerías, la desaparición de otros mecanismos de distribución y la concentración de espacios para la oferta; de igual forma, el auge de agentes literarios como agentes fundamentales en la negociación entre autor y editor.

Finalmente, la aparición de espacios de venta a través de Internet como Amazon, con un amplio espectro y variedad de bienes simbólicos (libros, películas) que además, fue añadiendo otros servicios, productos y tecnología. Hay que enfatizar que a partir de Amazon la evolución global de la industria de la edición se orienta hacia a una presencia más acentuada de grupos multimedia: aquellos que integran la edición en una lógica de

¹⁵ Estos elementos ya han sido señalados ampliamente en otros apartados del marco teórico así como el contexto editorial. Éstos son factores caracterizadores del campo editorial y, al mismo tiempo, generadores de pautas de homogeneización entre las prácticas de los agentes.

valorización que sobrepasa el escrito para enfocarse en el audiovisual y la edición electrónica, y son capaces de elevar barreras financieras reforzadas a la entrada. Sólo las firmas debidamente organizadas y suficientemente potentes para multiplicar las iniciativas en los mercados extranjeros podrán obtener ventajas inmediatas. Incursionar más allá de sus fronteras convencionales, analizar las potencialidades y flaquezas de editoriales concurrentes, negociar alianzas ventajosas, reunir los medios de intervención adaptados a los mercados culturales y las especificidades nacionales, son exigencias inapelables para sobrevivir en el emergente ámbito de la edición electrónica, un ámbito en el que el paradigma tradicional de la cadena del libro se ha visto completamente trastocado (Gil; Jiménez, 2008).

En el entendido de interacciones situadas y ancladas en las prácticas de los editores, tomamos como referencia para el desarrollo del trabajo analítico los dos conceptos centrales en el desarrollo de la propuesta teórica de Thompson con respecto a la industria editorial: la noción de campo y capitales. De la estructura en la que interactúan los agentes con sus capitales se desprenden tanto el ciclo como la cadena editorial, ámbitos elegidos para distinguir y caracterizar las prácticas de los agentes en búsqueda de homogeneización y resistencia. En la figura 3 damos cuenta del proceso de conformación de los conceptos pertinentes para la investigación.

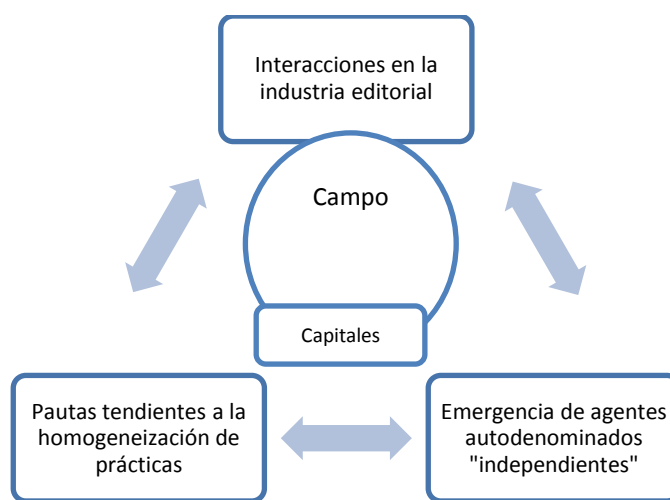


Figura 3. Proceso de conformación de los conceptos pertinentes para la investigación.

Es necesario señalar que aunque en su modelo teórico Thompson no jerarquiza de forma evidente estos conceptos, nos parece indispensable hacerlo, ya que precisamente en los campos editoriales los agentes ponen en juego los capitales y generan las interacciones que dan lugar tanto a posibles pautas de homogeneización como a posiciones de divergencia y, por consiguiente, prefiguran la emergencia de agentes que rompen las pautas ya existentes. Clarificamos que este sistema social, al ser nombrado bajo la acepción de “lógica del campo”, no puede ser entendido como una serie de reglas lineales e inquebrantables. Por el contrario es un sistema articulado bajo relaciones subjetivas, siempre latentes.

La tabla 3: “Relación de las interacciones y las pautas tendientes a la homogeneización”, muestra cómo dentro del campo editorial los capitales mantienen un juego y una tensión dinámicos, siendo el simbólico y económico los de mayor peso para la caracterización de las interacciones que generan el ciclo y la cadena editorial, subconceptos que a nuestro entender permiten una adecuada comprensión de las líneas de producción y distribución del libro, con lo que es posible situar y condensar las interacciones de los editores con los demás agentes en el campo.

En la búsqueda de referentes de pautas de comportamiento tendientes a la homogeneización que en un primer momento funcionarían como “modelos de edición” –líneas que los agentes siguen en este proceso–, la revisión de éstas ha sido empíricamente muy provechosa. Lo que se ha podido registrar antes del análisis es que los mencionados patrones de homogeneización conllevan una serie de interacciones mediadas por los comportamientos organizacionales (editoriales), particularmente a partir de que adquieren contenidos; la noción de “toma de riesgos con cierto grado de incertidumbre” se vuelve definitoria de los elementos que se incorporan al proceso. Esta decisión permea a todos los que componen el campo, de ahí que la estructura del mismo esté constituida por una serie de interacciones en las que un componente central lo constituye la “inversión riesgosa” tanto de capital simbólico como económico.

Interacciones en el campo editorial	Capital Económico	Ciclo editorial	Caracterización de las prácticas editoriales
	Capital Simbólico	Cadena editorial	
	Capital Social		
	Capital Humano		
	Capital Intelectual		

Tabla 3. Relación de las interacciones en el campo editorial, los capitales, el ciclo del producto libro y la caracterización de las prácticas.

El ciclo editorial define el paso del “original” del autor a un libro con cierto formato. Es precisamente en esta etapa en donde se le da “vida” a un libro, misma que está supeditada a las nociones –medida de forma dinámica y a vez singularizada– de riesgo e incertidumbre generadas por las condiciones del campo. La cadena editorial se compone tanto de una cadena de suministros como de valoraciones. La primera se refiere al conjunto de agentes involucrados en la publicación, distribución y venta del libro hasta el destinatario final, en donde el editor es sólo un enlace más. Involucra, precisamente, todas las negociaciones e interacciones entre el editor y los demás agentes. La cadena de valoraciones (o como lo llamamos, valores agregados) describe la forma en que el libro adquiere simbólicamente valor en cada uno de los diversos procesos por los que atraviesa.

En la cadena de suministros ocurren una serie de enlaces que se llevan a cabo desde la producción hasta la compra de un libro (Thompson 2010). En ésta, el editor es una parte constitutiva de articulación de todo el proceso. Para efectos del proyecto de investigación, establecemos como relaciones del editor con los demás agentes todas las interacciones que intervienen en el proceso, desde las negociaciones con los agentes literarios hasta las que se llevan a cabo con los representantes de instituciones (en la mayoría de los casos el Estado). Ésta última no es reconocida por el esquema analítico propuesto por Thompson, sin embargo, debido a las características contextuales de México decidimos añadirlas ya que, como hemos mencionado, una parte considerable del subsidio económico del campo editorial nacional proviene del Estado. La cadena de valores involucra a todos los agentes que posibilitan la creación del material impreso, por tanto añaden significado y relevancia al libro conforme lo elaboran. Para nosotros ha sido más relevante la forma en la que el

editor agrega valor a su práctica, debido a ello consideramos seis elementos sobre las funciones del editor y la manera en la que éstos valoran simbólicamente su propio proceso de producción.

Al respecto, resaltan la adquisición del contenido y la construcción del catálogo como elementos simbólicos para el editor, también la valoración que hace de la inversión y el desarrollo del contenido del libro a publicar, lo que significa seguramente sumar calidad y garantizar los “estándares” que se consideran para cada publicación. Por su parte otro elemento es la coordinación de la gerencia de una editorial, en relación con los demás agentes, que desde la coordinación del editor trabajan en un libro que añade valoración con respecto a la venta y la serie de consideraciones mercadológicas para propiciarla. La figura 3: “Cómo los editores añaden valor a la producción del libro” ejemplifica lo que propone el autor.

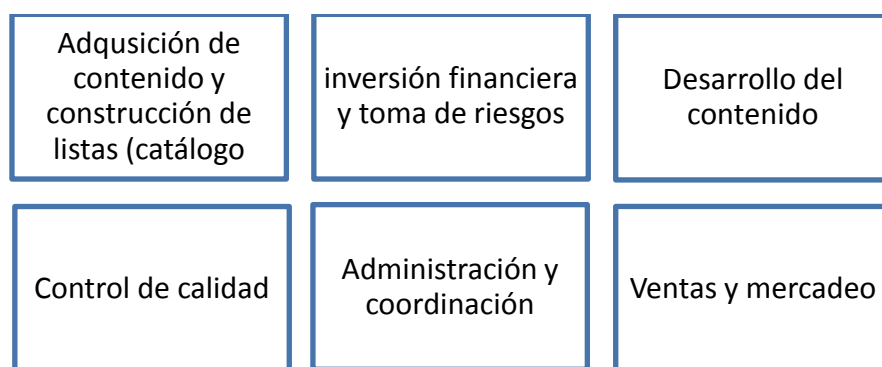


Figura 4. Cómo los editores añaden valor a la producción del libro. Tomado de *The merchants of culture*, (Thompson 2010, p. 19).

Con ello no queremos decir que dejemos de lado la figura de otros agentes en la industria además de los editores, sino que el objeto de investigación son las interacciones en la industria editorial desde las prácticas de producción; por lo que el acento lo establecemos en torno a los editores. Con respecto a lo anterior, bajo la lógica del campo editorial y los capitales en juego, el ciclo y la cadena editorial se convierten en prácticas que caracterizan el proceso de homogeneización y, por tanto, en un “modelo de edición” que se replica y que de cierta forma constriñe a los sujetos y sus dinámicas.

Cabe destacar que para este proyecto sólo tomamos como referencia lo que hemos denominado como “pautas tendientes a la homogeneización de prácticas”. Con la investigación lo que pretendemos indagar, en un primer momento, es la posible emergencia

de agentes diferenciados en el campo editorial. Consideramos, con relación a estos agentes, que la posible emergencia es visible en las editoriales autodenominadas “independientes” que conforman el campo de la producción editorial de la Zona Metropolitana de Guadalajara, en contraste con las grandes corporaciones editoriales.

Dentro de la delimitación de la propia investigación el centro del análisis lo establecemos en el campo editorial de producción de generalidades (ficción y no ficción) que nos permite caracterizar a un grupo “amplio” con respecto a la publicación de un solo género o línea. Más adelante desarrollamos las características de ello desde el universo de sujetos hasta la selección de la muestra, el establecimiento de la metodología de análisis y con ello el acercamiento a los datos, el establecimiento de categorías de análisis desde éstos y su interpretación.

Después de establecer los conceptos pertinentes para la investigación y de esbozar aquellos que de forma secundaria nos ayudan a comenzar a conformar un primer cuerpo de categorías, es pertinente mencionar que la conformación y establecimiento de las mismas fueron establecidas a partir del primer análisis de datos. Este esbozo de las prácticas de los editores a través del ciclo y la cadena editorial nos permitieron establecer líneas de indagación para el levantamiento de los datos. A continuación, en el capítulo IV damos cuenta precisamente de todo el proceso metodológico a partir de la Teoría Fundamentada como marco de acción general.

CAPÍTULO IV

INTERACCIONES Y PRÁCTICAS DE LOS EDITORES INDEPENDIENTES: ESTRATEGIAS DE ABORDAJE

“El investigador construye los datos, y al hacerlo registra la información en algún soporte físico... y emplea para ello algún modo de expresión simbólica”.

RODRÍGUEZ G., GIL J. Y GARCÍA E.
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA.

La prefiguración de una metodología que permita el ensamblaje de teoría y empírea es un elemento de consideración central en la investigación. Desde esta visión, el diseño metodológico para este proyecto lo articulamos desde el paradigma cualitativo interpretativista, atendiendo a la denominación que hace Schawldt (2004) retomada por Valles (2003), de una visión contraria al positivismo. Esta postura enfatiza la “experiencia de vida” de los sujetos como eje articulador del procedimiento de incorporación y codificación. En términos de proponer marcos de comprensión, la metodología interpretativa utilizada se fundamenta al menos en dos elementos que han sido recuperados para dar cuerpo a la construcción de nuestro objeto de estudio:

1. Elementos socio-contextuales que permiten el análisis social, es decir, procedimientos para articular, entender y ubicar las formas como se van gestando los procesos de significado y acción de las prácticas.
2. Elementos simbólicos que permiten analizar e interpretar las prácticas culturales como construcciones representativas específicas dentro de un sistema determinado.

Para esta investigación dicha visión ayuda a analizar la experiencia y valoraciones de los sujetos que interactúan en un espacio específico: la industria editorial en Guadalajara. Bajo este referente, el marco metodológico lo hemos construido a partir de la Teoría Fundamentada (*Grounded Theory*) como mirada analítica que condensa la propia enunciación, desde los datos, de un proceso de inducción analítica y comparación constante con la teoría, en busca de una construcción conjunta. Hemos utilizado como método a la inducción, que ha requerido de la codificación abierta de la información, así como categorización (codificación selectiva) y delimitación. A partir de esta perspectiva también prefiguramos, en primera instancia, el universo de editores situados en la Zona Metropolitana de Guadalajara y de éstos, la muestra que hemos seleccionado para la investigación.

4.1 ¿Quiénes son los editores autodenominados “independientes” de la Zona Metropolitana de Guadalajara? Configuración del universo y muestra de análisis

Antes de comenzar con el desarrollo del marco metodológico conviene hacer explícito, a partir de los observables, a los sujetos de la investigación –editores autodenominados “independientes”–, como agentes en los que hemos podido analizar y comparar interacciones, así como sus prácticas de producción y distribución, bajo la discursividad desde los límites de la enunciación de “independencia”.

A partir del análisis del fenómeno de concentración editorial en el campo de la edición mexicano e internacional, reconocimos cómo las editoriales en la Zona Metropolitana de Guadalajara son identificadas a partir de sus filiales en el resto del país, principalmente en el Distrito Federal, que conviven con las editoriales de un solo establecimiento¹⁶ con registro en la ciudad, estas son el grupo más numeroso que en algunos casos muy específicos, tienen presencia a partir de librerías o comparten oficinas de producción con otras editoriales en la misma ciudad y otros puntos del país.

Las filiales de trasnacionales con presencia en la ciudad que operan a través de gerencias comerciales o sucursales de distribución son: Editorial Trillas, Editorial Esfinge, Macmillan Education, Editorial SM, Editorial Santillana, Grupo Planeta, Grupo Pearson y Editorial Limusa; de éstas la mayoría está fundamentalmente posicionada en el mercado de libros de texto. Algunas, como Editorial SM, Santillana, Planeta, Pearson o Grupo Limusa, simultáneamente presentan producción de generalidades, que abarca a la literatura, además del libro de texto como punta de lanza. En la tabla 5: “Descripción de las editoriales filiales en la ZMG y sus grupos de pertenencia”, rastreamos el origen de estos sellos, en muchos casos provenientes de España, Estados Unidos o Alemania. El único caso de un corporativo editorial mexicano es el de Trillas. No está por demás recordar en este punto que como componentes de corporativos globalizados, los sellos editoriales forman parte de conglomerados mediáticos con significativa presencia en el manejo de medios de comunicación: prensa, radio, cine y televisión.

¹⁶ Ver tabla núm. 4: Descripción de las editoriales filiales en la ZMG y sus grupos de pertenencia, p. 93 y tabla núm. 6: Tipos de producción de las Editoriales de la Zona Metropolitana de Guadalajara, p. 95.

Conglomerado	País de origen	Componentes	Filial en la ZMG
Holtzbrinck/ GmbH	Alemania	Medios electrónicos (HGV, Holtzbrinck Ventures), prensa (Diet Zeit, Der Tagespiel) y más de 40 sellos editoriales entre los que destacan Macmillan, Macmillan Education, Bedford, Minotaur, Scientific America, entre otras.	-Macmillan Education
Pearson Group	estadounidense	Prensa periódica, prensa especializada (Financial Times Group), servicios de informática, sistemas de información financiera. Entre sus editoriales destacan Addison Wesley, Berckey Books, Penguin, New American Library, Pearson, entre otros.	-Pearson
Grupo Planeta	Rama editorial junto con Editis en Francia, y Grup 62 en Cataluña, del consorcio francés Wendel Investissement	Prensa (diario La Razón) radio (Onda Cero), televisión (Antena 3 TV), entre sus sellos destacan Ariel, Booket, Crítica, Diana, Emecé, Espasa Calpe, Joaquín Mortíz, Paidós, Planeta, Seix Barral, entre otras.	-Grupo Editorial Esfinge -Planeta
Grupo Santillana	Rama editorial del grupo Prisa, originario de España	Tiene presencia en prensa (El País), radio (Grupo Latino de Radiodifusión, Radiópolis), televisión (Sogecable), desarrollo tecnológico en sociedad con Indra. Sus principales sellos son Alfaguara, Santillana, Aguilar, Punto de Lectura, Taurus y Suma de Letras.	-Santillana
Grupo Noriega Editores	Grupo editorial mexicano asociado con la editorial estadounidense Jonh Wiley & Sons	Tiene presencia en el país a través de las librerías de Cristal, Nori, Limusa y Limusa Wiley.	-Editorial Limusa

Tabla 5. Descripción de las editoriales filiales en la ZMG y sus grupos de pertenencia. Información tomada de Escalante Gonzalbo (2007).

Como parte del registro de los agentes editoriales en la ciudad, la presencia de editoriales universitarias tiene su mayor referente en la Editorial Universitaria, perteneciente a la Universidad de Guadalajara, como una de las más consistentes productoras de libros de texto para el nivel medio superior y superior, así como materiales de investigación, desde el ámbito institucional. Universidades privadas de la ZMG como ITESO y Universidad Autónoma de Guadalajara (UAG), así como Tecnológico de Monterrey, cuentan con sus espacios de publicación más o menos consolidados, sin

embargo, ninguna de ellas tiene la infraestructura humana y económica que permita la constitución de un sello editorial como la referida. De esta forma la editorial de la Universidad de Guadalajara se ha constituido como parte fundamental de la producción de libros en la ciudad, en la medida en que, junto con la Feria del Libro, representan espacios institucionalizados consolidados dentro del campo editorial universitario.

En torno a la producción de textos de orientación religiosa en la Zona Metropolitana de Guadalajara, esta investigación ha registrado la presencia de los sellos Ediciones Casa del Catequista y Editorial San Pablo que, con una larga trayectoria y especificidad, producen obras para un público relativamente cautivo. Ambos sellos cuentan con sus propias librerías, Editorial San Pablo además de presencia en la ciudad de Guadalajara se ha extendido a otros puntos de la república mexicana.

Otros casos, como Editorial Página 6, representan la oferta de servicios editoriales, por lo que no ha sido considerada dentro del universo, como este trabajo ha planteado, bajo la denominación de editorial, puesto que es evidente de que en su operación persiste la ausencia de decisiones para discriminar, seleccionar y editar algo. Bajo esta misma línea, pero desde el ángulo de la autopublicación, tanto Editorial Coamil como Editorial Atman restringen su campo de producción de textos a la publicación de un solo autor, que se trata, en ambos casos, del propio editor. Dentro de la producción editorial local se han ubicado en el periodo que cubre esta investigación a Petra Ediciones y Mantis Editores, la primera dedicada a la publicación de libros infantiles y la otra específicamente a la poesía. Por su parte Ediciones Escolares de Occidente se dedica exclusivamente a la producción de libros de texto para niveles de educación básica.

El espacio editorial de la ciudad también lo componen editoriales que se dedican a la publicación de ficción, no ficción y libros infantiles. La mayoría bajo la caracterización *independiente*, una autodefinición asumida desde su propio discurso, oral o escrito. En otros casos bajo el reconocimiento de los pares y su participación en eventos que los congregan bajo esta identidad. Es complicado hacer un rastreo de estas editoriales, ya que en algunos casos no hay información al respecto y es difícil saber si se encuentran activas, en reposo, o si se disolvieron.

De las editoriales que pudimos registrar, las más antiguas existen desde los años 70, otras más apenas tiene una edad de entre ocho y 15 años, mientras que algunas otras cuentan con apenas cuatro o cinco años de conformación. La mayoría de estos sellos cuentan con una línea editorial tendiente a la publicación de generalidades y literatura, dentro de las primeras algunas incluyen libros de texto como Ediciones Arlequín, o libros infantiles como Litalia Editores y Conexión Gráfica editorial. Mientras que Harmaño Editores o Eugéneisis Publicaciones, se dedican a la edición de cuento, ensayo, novela y poesía, casi de forma exclusiva.

La tabla 6: “Tipos de producción de las editoriales de la Zona Metropolitana de Guadalajara” vuelve explícito el tipo de producción de la ciudad. La mayoría de éstas se establecen bajo una denominación independiente.

Tipos de publicación	Editoriales de la ZMG que no son filiales
Libros de texto	<ul style="list-style-type: none"> -Umbral -Ediciones Arlequín* -Conexión Gráfica Editorial
Ficción y no ficción	<ul style="list-style-type: none"> -Editorial La Zonábula -Ediciones Arlequín -Taller Editorial la Casa del Mago -Editorial Edhalca -Editorial Sonata -Taller Ditoria -Editorial Papalotzi* -C & F Ediciones -Conexión Gráfica Editorial* -Editorial Amate*
Infantil (ficción y no ficción)	<ul style="list-style-type: none"> -Petra Ediciones -Litalia Ediciones* -Ediciones El Viaje*
Sólo ficción	<ul style="list-style-type: none"> -Ediciones El Viaje -Litalia Ediciones -Eugéneisis Publicaciones -Editorial Harmaño -Ediciones Acequia Va de Nuez -La Rueda Cartonera (libro objeto)
Especializados	<ul style="list-style-type: none"> -Mantis Editores (poesía) -Ediciones Casa del Catequista -Editorial San Pablo
Textos Universitarios	<ul style="list-style-type: none"> -Editorial Universitaria (UdeG)

Autopublicación	-Editorial Atman (superación personal) -Editorial Coamil (narrativa)
Servicios editoriales	-Editorial Página 6 -Editorial Amate

*Editoriales con más de un tipo de producción.

Tabla 6. Tipos de producción de las editoriales ubicadas en la Zona Metropolitana de Guadalajara que no están adscritas a filiales.

El total de las editoriales tapatías localizadas a partir de la denominación *independiente* con publicación de generalidades y ficción es de 16¹⁷ y son: Ediciones Arlequín, La Zonámbula, Literalia Editores, La Luciérnaga Editores, Taller Editorial la Casa del Mago, Ediciones El Viaje, Editorial Harmaño, Editorial Edhalca, Editorial Sonata, Conexión Gráfica Editorial, Eugénesis Publicaciones, Editorial La Musa Fea, Taller Ditoria, C & F Ediciones, Ediciones Memoria de la Voz, Ediciones Acequia Va de Nuez, Ediciones Papalotzi, Editorial Amate y La Rueda Cartonera.¹⁸

La Alianza de Editoriales Mexicanas Independientes (AEMI), a la que pertenecen tanto Literalia Editores como Ediciones Arlequín, reconoce otras seis editoriales desde el término “independiente”: La Luciérnaga Editores, Petra Ediciones, Taller Editorial La Casa del Mago, Editorial La Zonámbula, C&F Ediciones y Taller Ditoria. (*El Informador*, 2010). Del total de editoriales ubicadas en la Zona Metropolitana de Guadalajara sólo tres (Editorial la Musa Fea, Ediciones Memoria de la Voz y La Luciérnaga Editores) son las que no cuentan con información disponible en la Web, dirección postal o datos de los editores. Por tanto, no ha sido posible establecer contacto directo ya que su mención es a través encuentros de editores independientes,¹⁹ de esta manera la muestra se reduce a 13 editoriales, de las que seleccionamos un número representativo para su análisis a partir de la viabilidad para establecer contacto directo.

¹⁷ La información la registramos de seis fuentes distintas: redes sociales (Facebook y redes de editores), Libro de profesionales FIL 2010, Registro de la Feria del libro independiente realizada en agosto de 2010 en Guadalajara por el Fondo de Cultura Económica, la Red de Revistas y Editoriales Independientes, Registros del foro Edita en la Ciudad de México, así como el efecto bola de nieve entre los informantes localizados.

¹⁸ Ver anexo p. 201 y 202, directorio de las editoriales ubicadas en la Zona Metropolitana de Guadalajara.

¹⁹ Consideramos la información como válida porque se trata de EDITA 2010 y de la Feria del Libro Independiente 2010 en Guadalajara, ambos eventos cuentan con un registro formal de participantes, sin embargo es la única referencia de su existencia.

En las editoriales reconocidas dentro de la definición “independiente” el acercamiento lo realizamos con los editores tomando como punto de partida la definición que hace Kloss Fernández del Castillo (2007) con respecto a la función político-editorial, técnico-organizativa y empresarial del editor.²⁰ Recurrentemente en estas editoriales una sola persona coordina todo el trabajo y concentra las decisiones; en algunas pocas, el trabajo es compartido entre dos o más personas, que además gestionan, coordinan y realizan diversas funciones dentro de la editorial.

Para la selección de la muestra de referencia tomamos en consideración la delimitación de los tipos de producción, atendiendo a una diferenciación en la estructura y dinámicas de los mismos, así como los capitales que ponen en juego (Thompson, 2010). La elección también corresponde a que 16 de las 24 editoriales antes descritas se dedican a la publicación de libros de generalidades (incluida la literatura como una de sus fortalezas) y sólo ficción, es decir, éstas representan casi el 70% del total de las editoriales bajo la denominación “independiente”, por lo que esta tipología caracteriza al espacio editorial de la Zona Metropolitana de Guadalajara.

Conviene recalcar que otras de las consideraciones en la discriminación de las editoriales para conformar la muestra, correspondieron también a la definición “independiente” en el discurso o la práctica (adscripción a organismos, foros, encuentros, reconocimiento de los pares y autodefinición independiente), además de su ubicación reconocible y registrable a partir de su práctica: diseño, impresión y publicación de libros, dentro de la ZMG. La discriminación de editoriales para la muestra la consideramos a partir de la constitución de un número representativo de las 13 editoriales de ambos tipos de publicación. Finalmente, nuestra referencia correspondió al punto de saturación (Miles y Huberman, 1994) de los datos obtenidos, por tanto, el número final de editores correspondió a siete; cuatro editores desde la producción de generalidades y dos dedicados de forma exclusiva a la producción de literatura, sin que su línea editorial representara variaciones mayúsculas en el tipo de interacciones o prácticas.

²⁰ De acuerdo con Fernández del Castillo (2007): la función político-cultural comprende la decisión de publicar: selección y discriminación de textos, de lo que se implica una cierta responsabilidad social; la función empresarial- administrativa caracterizada por la decisión de invertir el capital económico; finalmente la función técnico-organizativa definida como las decisiones que se toman en el proceso de producción y reproducción que incluye tanto la responsabilidad de coordinación de los recursos humanos y económicos, así como la validación de la calidad.

4.2 De los datos a la construcción teórica. La Teoría Fundamentada como marco metodológico

Esta fase del proyecto de investigación implica explicar con el mayor detalle posible la forma como se pretenden alcanzar los objetivos planteados y, por consiguiente, dar respuesta al problema de este proyecto de tesis. La Teoría Fundamentada definida como un procedimiento analítico que permite la continua comparación entre los datos obtenidos y su correspondencia con el planteamiento teórico. Para Strauss (2004), según lo ratifica De la Cuesta Bejumea (2006), es una propuesta metodológica que “hace visibles las teorías” a partir del análisis de los datos. En este sentido, como base analítica conlleva un ir y venir entre los conceptos y de ahí a la formulación y establecimiento de categorías de análisis.

Valles (2003) identifica varias raíces en la tradición interpretativista, desde la que Glasser y Strauss (1967) formulan la teoría fundamentada: la hermenéutica en su desarrollo por pensadores alemanes como Wilhem Dilthey y Martin Heidegger, la tradición sociológica de la comprensión (*verstehen*) y finalmente la tradición fenomenológica expuesta sólidamente por Schutz. Es esta misma visión, que como parte de su influencia teórica y metodológica, recupera John B. Thompson en la denominada hermenéutica profunda, a partir de los postulados de Geertz (1987) y el círculo hermenéutico.

Debido a economía de tiempo y a la necesidad de articular con la mayor atención y pertinencia el análisis e interpretación de los datos, la hermenéutica profunda ha servido sólo como marco de referencia comprensiva. Como elemento singular, la decisión metodológica operativa ha sido utilizar a la entrevista semiestructurada como técnica de conversación desde la que se construyen narraciones; de igual modo, además de la observación hemos acudido a la revisión documental, con la intención de aglutinar textos producidos por los sujetos de estudio y que contribuyen a dar cuenta de un discurso construido bajo otro andamiaje comunicacional. A partir de la teoría fundamentada como guía analítica, la estrategia en el uso de los dispositivos de recolección de información la planteamos desde dos tipos de referentes: orales y escritos.

Como hemos señalado, la entrevista es la técnica que potencializa un encuentro dialógico con el sujeto de estudio. Por tanto, para la investigación conviene el desarrollo de la entrevista semiestructurada a profundidad, como un elemento que permite un diálogo constreñido hacia ciertas líneas, mas no cerrado en sus referentes y tópicos, en una

construcción dialógica de larga duración, que permita la comprensión y exploración del otro, ya que ésta permite un determinado acercamiento desde el conocimiento “base” que se tiene de algo, así como del registro y comprensión de los fenómenos sociales. De igual forma resulta “un ámbito espacio temporal en el que los datos son construidos en una relación dialógica, y cuyo proceso de interacción son fuente constitutiva de conocimiento” (Rivas, 1998, p. 203). De esta forma en el encuentro con el otro atendemos a una producción de sentido.

La entrevista es equiparada por Marta Rivas (1998) a la visión de cultura propuesta por Geertz, en la medida en que en ella se comparten códigos y expresiones sociales y “de esta manera, orientan y organizan las prácticas sociales y la comprensión del mundo, generando cierto tipo de experiencias de vida y sujetos de cultura” (Rivas, 1998, p. 207). Por tanto, resulta una técnica acorde a las pretensiones de la investigación, desde su relación epistemológica, teórica y metodológica.

Dada la elección de esta técnica, a partir de una flexible estructuración previa, una herramienta para su puesta en práctica es la construcción de un instrumento base, desde la idea de “un esquema con los puntos a tratar, pero que no se considera cerrado y cuyo orden no tiene que seguirse necesariamente” (Valles, p. 204). Con lo anterior atendemos a la correspondencia del encuentro dialógico semiestructurado, que si bien propone ciertos elementos, no está cerrado a su puesta en práctica, al contrario, permite un desplazamiento natural entre dos sujetos que previamente han concertado la finalidad de su diálogo.

Hasta este punto, a través de las entrevistas establecidas en la muestra seleccionada, atendemos uno de los elementos centrales que componen esta investigación: el reconocimiento de las interacciones entre los agentes del campo editorial y la caracterización de sus prácticas, desde la autodefinición de agentes independientes. El otro componente de la investigación es la comparación de estas prácticas con las de los agentes del campo editorial dominante. Comparación que, en busca de correspondencias y divergencias en las prácticas de los agentes, y reconociendo que operan desde otras estructuras y con otras características contextuales, permite la identificación de prácticas e interacciones específicas. Para obtener estos datos, el modelo que utilizamos es el derivado del análisis documental que subyace en Thompson (2010), a partir de los conceptos ya enunciados.

En la siguiente tabla “Fases del marco metodológico diseñado para la investigación” ofrecemos el proceso, que de manera sistemática, estructuró las fases metodológicas planteadas para este proyecto de investigación, en el entendido de que en la práctica articulamos la codificación y el análisis de los documentos escritos junto con las conclusiones. Lo cual dio lugar a un continuo proceso de reflexión en la construcción de categorías a partir de la consonancia entre los datos obtenidos, el marco teórico y con ellos su análisis.

Fases de la propuesta metodológica	Técnicas a utilizar
Recolección de discursos orales	Entrevistas semiestructuradas a profundidad.
Recolección de documentos	Revisión de bases de datos, acervos y otras publicaciones sobre y del campo editorial mexicano.
Análisis de documentos	Revisión documental en la investigación de Thompson con respecto al campo editorial (2010), así como el análisis del documento “Declaración de los editores independientes del mundo latino”.
Codificación de los discursos obtenidos y construcción de categorías	Codificación desde la Teoría Fundamentada, a través del <i>software</i> Atlas Ti al corpus de entrevistas realizadas y el documento “Declaración de los editores independientes del mundo latino”.
Formulación de categorías de análisis	Rearmado de categorías de análisis a partir de la confrontación de los datos y la teoría.
Análisis de los discursos de los sujetos	Análisis, desde la Teoría Fundamentada, al corpus de entrevistas y documento ya codificados.
Conclusiones	Síntesis del análisis discursivo junto con la revisión documental.

Tabla 7. Fases del marco metodológico diseñado para la investigación.

4.2.1 Desarrollo del instrumento de recolección de datos

El instrumento de recolección de los datos, construido desde la formulación de una entrevista semiestructurada incluye un planteamiento de ejes temáticos con preguntas que giran en torno a la cotidianidad de los editores, permitiendo en su estructura espacios de intersección en el seguimiento de la línea que en el transcurso de la conversación traza el entrevistado. Todas las entrevistas sufrieron modificaciones o reformulaciones en el momento de su aplicación, en atención al propio hilo argumental de la conversación. Los ejes temáticos que abordamos en las entrevistas giran en torno a las siguientes temáticas:

- Formación, práctica editorial y perspectivas a futuro;
- Relaciones con los demás agentes que componen el campo (autores, distribuidores, impresores, sus pares);
- Relaciones que se entretujan al interior de la editorial (relaciones con el equipo de trabajo);
- Valoración de la industria editorial de manera genérica, así como localizada en México y la ciudad de Guadalajara;
- Valoración del libro como objeto;
- Prácticas de distribución;
- Prácticas de adquisición de contenido.

4.2.2 Recolección de los datos

El trabajo de recolección de los datos implica una postura clara del investigador con respecto al planteamiento de la investigación así como la ponderación de los elementos que incorpora. En un proceso reflexivo de construcción y reconstrucción del instrumento, la recolección de los datos a partir de la prueba piloto nos permitió hacer una valoración en torno a los elementos abordados en la entrevista, a fin de recuperar con énfasis y flexibilidad nuestra pregunta de investigación como referente principal para direccionar las entrevistas.

Este acercamiento previo al diálogo con los sujetos de estudio conformó, no sólo la reformulación de trayectos y ajustes metodológicos, sino que también ayudó a cuestionar nuestra postura investigativa con respecto a la interacción con los sujetos. Resultó en beneficio de otras tareas como la observación participante, con mayor eficiencia en la realización de las entrevistas y en la consolidación de la confianza con los sujetos entrevistados. De esta forma, el acercamiento con los editores de la ciudad de Guadalajara mantuvo el respeto y la confidencialidad, a la intimidad de los informantes y su derecho a la información de los postulados y objetivos básicos de la investigación. Elementos que ayudan en la conformación de un trabajo ético y profesional, que al mismo tiempo permite la construcción de datos fiables.

De las siete entrevistas que realizamos, tres de ellas tuvieron como espacio de diálogo el lugar de trabajo de los sujetos de estudio; dos más en espacios neutrales como cafés, y las dos restantes, en los domicilios de los editores, espacios que propiciaron un acercamiento de mayor intimidad con el entrevistado. Valga señalar que, aunque todas las conversaciones transcurrieron sin complicaciones mayores, no podemos dejar de lado cuestiones de logística, que de cierta forma complicaron la transcripción de las entrevistas, por lo que fue necesario un tratamiento mucho más puntilloso de cada conversación. Como parte los encuentros con los sujetos de estudio, fue preciso tomar en cuenta sus intereses, en un ejercicio ético y respetuoso de su trabajo e integridad personal. Por lo que no intentamos, en ningún momento, poner en juego o riesgo a los informantes con aseveraciones o indagaciones que fueran más allá del entendimiento de su práctica.

Como primer dato relevante, desde la enunciación discursiva de los sujetos, cabe resaltar la utilización preponderante de la primera persona del singular para remitirse a sus prácticas e interacciones. En el discurso la decisión editorial parece asumirse como una tarea individual, un juego de “uno contra todos los demás”. Con ello, comenzamos a prefigurar un perfil que, más allá de la valoración a su trabajo, realiza multiplicidad de funciones que no son convencionalmente adjudicadas a un editor.

La revisión de materiales comprendió la selección de un amplio repertorio de artículos periodísticos y documentos producidos particularmente por los editores. En articulación con la pregunta de investigación optamos por su pertinencia declarativa y por constituirse en un referente común por el documento “*Declaración de los editores independientes del*

mundo latino". Esta declaración, que toma la figura de un posicionamiento público y formula rasgos identitarios desde lo colectivo, coloca los elementos y criterios de sentido de la postura respecto a la concepción independiente. Se manifiesta con relativa claridad las líneas de acción (léanse estrategias, vínculos y articulaciones) que corresponderían a seguir en busca de la apertura de espacios en el campo editorial. Cabe señalar que como clave analítica ha sido fundamental en la comprensión de las dimensiones que sobre su ser y hacer ofrecen los discursos de los editores.

4.2.3 De los datos a las categorías. La Teoría Fundamentada como metodología de análisis

Antes de comenzar a desarrollar los elementos de análisis de la Teoría Fundamentada que describen Barney G. Glasser y Anselm L. Strauss (1967), nos permitimos enmarcar su arraigo teórico en el interaccionismo simbólico, y éste, a su vez, como parte de la Fenomenología de Schütz (1995) cuyo aporte a las ciencias sociales y humanas se concibe a partir de la categoría del "mundo de la vida". Schütz explica que la realidad es un mundo en el que los fenómenos están "dados", sin importar si éstos son reales, ideales o imaginarios. Este mundo es el "mundo de la vida cotidiana", cuya materia prima es el sentido común.

El sujeto que vive en el mundo social está determinado por su biografía y por su experiencia inmediata. Lo primero alude a que cada sujeto se sitúa de una forma particular y específica en el mundo. Bajo este interpretativismo Valles (2003) reconoce a la antropología interpretativa de Geertz, al interaccionismo interpretativo de Denzin y al interaccionismo simbólico de Blummer, como las corrientes de pensamiento en las que se desarrolla esta concepción del sujeto con capacidad de agencia ante el entorno social como "protagonistas de comportamientos autorreflexivos" (Valles, 2003, p. 61).

En este sentido resaltamos la potencialidad analítica y explicativa del interaccionismo simbólico como marco teórico en atención de que "son las personas las que actúan en la sociedad" (De la Cuesta Benjumea 2006, p. 137). En este caso se puede pensar en agentes considerados preponderantemente en su dimensión activa y de la misma forma en un registro de su entorno en modificación continua. Desde esta postura es como se

explica el surgimiento y validación de la Teoría Fundamentada, desarrollada por Glasser y Strauss²¹ con la finalidad de poder extraer de manera sistemática la información desde una base empírica.

La decisión de la utilización de la Teoría Fundamentada como metodología de análisis deriva, por una parte, del reconocimiento de la capacidad de agencia²² que está presente en el sujeto desde las interacciones socioculturales. El mundo del sentido común, el “mundo de la vida”, permite anticipar determinadas conductas para que el sujeto se desarrolle en su entorno. Eso hace posible la intersubjetividad, vista de esta manera, supone ponernos en el lugar del otro, a partir de lo que conocemos de ese otro, de lo que vemos en él. En este ámbito de relaciones, y siguiendo a Schütz (1995), se pueden reconocer relaciones intersubjetivas tanto espaciales como temporales. Ello sin demérito de que en este caso particular partimos de una identificación de las características globales del sistema económico, social y cultural en el campo editorial por lo que muchas de las condicionantes no son impuestas por los sujetos, sino estas mismas caracterizaciones en las que se sitúan la industria editorial.

En seguimiento de Valles (2003) es posible reconocer dos componentes esenciales en el proceso analítico propuesto por la Teoría Fundamentada: el método de comparación constante y la inducción analítica, elementos que se articulan en el proceso de análisis. La comparación como procedimiento de verificación, corrección de supuestos y surgimiento de espacios de entendimiento; y la inducción a partir de la propia materialidad de los datos obtenidos, en una continua construcción de códigos y categorías que los contengan.

La primera fase en la aplicación de esta propuesta es el establecimiento de códigos a partir de los datos obtenidos, a la que se denomina codificación abierta, en la medida en que es un paso latente a la interpretación de los códigos desde “sus propiedades y dimensiones”

²¹ El libro desarrollado por ambos autores se titula *The Discovering of Grounded Theory*, escrito en 1967 a partir de una investigación sobre el fallecimiento en los hospitales, desde el discurso de las enfermeras.

²² Nos ha parecido indispensable incorporar como elemento explicativo la capacidad de agencia que tiene el sujeto para replicar, mantener o no, pautas, interacciones y prácticas, editoriales en este caso, atendiendo a que, con respecto a los editores autodenominados “independientes” se trata de prácticas modeladas y legitimadas (y en ese sentido impuestas) por el sistema editorial dominante (concebido como un campo que articula prácticas económicas y culturales en su dimensión histórico-política). Mismas que pueden o no reconocer para incluirse o autoexcluirse como desde determinados discurso lo hacen con la autodefinición de independencia.

(Valles, 2003, p. 350). Posteriormente se comparan las primeras codificaciones en busca de diferencias y similitudes entre éstas; es decir, en busca de “lo estable” (Campo- Redondo y Labarca, 2009). En esta etapa es pertinente realizar la búsqueda de las propiedades de las categorías, así como la escritura de notas analíticas e interpretativas que amplifiquen las posibilidades de entendimiento. La codificación axial es un elemento subsecuente de la codificación abierta, en la medida en la que las propiedades encontradas en los códigos permiten hacer un acercamiento a cada una de las categorías por separado en busca de relaciones entre éstas, así como de una integración y organización de las categorías y sus propiedades (Valles, 2003). Todo lo anterior, reiteramos, mediante la continua comparación con la propia teoría en el establecimiento de posibles hipótesis en referencia a los datos trabajados.

En esta integración se incluyó la codificación selectiva como fase que ayudó a aglutinar al conjunto de categorías y organizarlas en torno a una categoría con mayor potencia explicativa. Con base en ella se puedan realizar “esquemas gráficos” –en la denominación de Valles (2003)– o “matrices condicionadas” como las refieren Campo-Redondo y Labarca (2009). Esta fase tiene el propósito de atender a dos criterios diferenciados: parsimonia y alcance, el primero permite hacer una amplia explicación de un fenómeno a partir de un número mínimo de conceptos, el segundo invita a ampliar la aplicación teórica desde la empiria ya analizada como base directa. En el siguiente esquema, “Las fases de la Teoría Fundamentada” establecemos la manera cómo, a partir de la inducción analítica y el método comparativo constante, se construyen los andamiajes para el análisis.

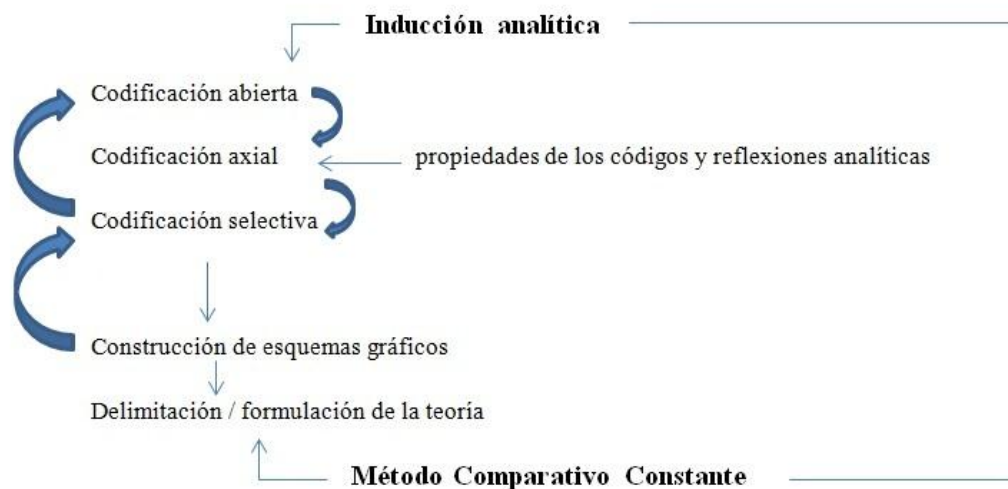


Figura 5. Las Fases de la Teoría Fundamentada.

A continuación, en la tabla: “Fases de la codificación de la Teoría Fundamentada” desarrollamos a detalle las diversas etapas en la codificación de manera específica, con la precisión de que éstas no corresponden necesariamente a un proceso lineal, aunque sí es posible identificar episodios secuenciados y diferenciados.

Fases en la codificaciones desde la Teoría Fundamentada	Características
Codificación abierta	Primera fase que involucra el análisis directo de los datos y el nombre de códigos desde éstos.
Codificación axial	Esta codificación se vuelve parte fundamental de la codificación abierta en la medida en que se analiza cada una de las categorías por separado en busca de sus elementos y propiedades para establecer las relaciones entre éstas.
Codificación selectiva	La codificación selectiva parte de la ubicación de una categoría central sobre las que se organizan las demás.

Tabla 7. Las fases de codificación de la Teoría Fundamentada. Información tomada de Valles (2003).

En correspondencia con el método de comparación recurrente y el análisis inductivo, establecimos una primera codificación para integrar tanto el código abierto, como la codificación desde conceptos planteados en la teoría. El establecimiento de códigos está formulado en dos niveles: descriptivos e interpretativos (Miles y Huberman, 1994), esto asumiendo que la codificación es una fase anterior a la categorización; “categorización y codificación son, por tanto, actividades que giran en torno a una operación fundamental: la decisión sobre la asociación de cada unidad a una determinada categoría” (Rodríguez, *et al*, 1999).

La formulación de la codificación selectiva constituyó el segundo paso para llegar a la construcción de esquemas gráficos de las categorías y sus relaciones, hasta establecer la delimitación teórica, entendiendo que en este caso el método comparativo constante implica una revisión de la teoría en busca de una construcción articulada de la que es posible obtener, desde la empírea y los ejes de construcción del problema de investigación, una

sistematización analítica correspondiente desde la teoría y los sujetos. Para el análisis del texto “Declaración de los editores independientes del mundo latino” (noviembre de 2005), el planteamiento analítico se realizó y verificó mediante la misma dinámica ya establecida para los discursos orales, bajo la correspondencia de las categorías en aplicación a la codificación abierta, en algunos casos con correspondencia entre éstas y los observables enunciados con anterioridad.

4.2.4 Ciclo y cadena editorial: observables, teoría y categorías de análisis

Las categorías de análisis las construimos en correspondencia con los discursos y el marco teórico, en busca de confluencia entre ambos. De tal forma, con respecto al ciclo editorial caracterizado por el riesgo y la incertidumbre, la decisión de editar refleja las serie de interacciones con relación al proceso de editar algo, en la que los editores pueden tener mayor o menor injerencia. Las negociaciones sobre el material que se publicará, los avances sobre el original y lo que se pagará. Thompson (2005) describe cómo muchos editores se adscriben al “modelo rana” que se caracteriza por la búsqueda de varios autores o materiales con la intención de quedarse al menos con una opción.

El riesgo en el tiraje y la reimpresión refieren la toma de decisiones con respecto al costo de cada unidad; muchas veces la valoración del editor “tiene” que supeditarse a los costos que se le asignan al material desde la impresión del libro, por lo que el riesgo aumenta conforme los costos en los insumos. Por tanto, piensan en un “tipo” específico de material, páginas y tamaño en búsqueda de un precio que no merme la inversión y permita el regreso del capital. Es aquí donde el riesgo comienza a permear este proceso debido a que el mayor número de unidades en ocasiones disminuye el costo unitario, pero se enfrentan a grandes cúmulos de libros sin vender, lo que disminuye las ganancias. De igual forma, la decisión de sacar libros del mercado obedece a presiones económicas y simbólicas; cuando éstos no se venden, después de un periodo se deciden sacar de las librerías y regresar los derechos al autor. En esta parte del proceso como en el riesgo en el tiraje no se puede obviar, como Thompson no lo hace, la inclusión de la tecnología en la reducción de los costos.

4.2.5 De los observables a las categorías y de las categorías a los observables: el ciclo de construcción

Desde los observables comenzamos a esbozar elementos que posibilitan y potencializan categorías para integrar el marco metodológico del proyecto de investigación. De igual forma, a partir de la teoría otras “posibilidades” comenzaron a tomar forma en un proceso cíclico de construcción, análisis y re construcción. Éste es el paso de la enunciación teórica a la inducción analítica en función de los cuales está asentada la codificación de las narrativas de los sujetos. Así, en esta construcción desprendemos tres posibilidades de análisis en correspondencia con los conceptos: campo, capitales (simbólico, económico, social, humano e intelectual), así como ciclo y la cadena editorial (suministros y valoraciones).

En el ciclo editorial pudimos articular, respecto de los sujetos y la teoría, al ciclo de adquisición, producción y distribución del material en el que principalmente están en juego el capital económico y simbólico. El ciclo a su vez se desprende en prácticas de adquisición de contenido, producción y distribución del libro. En estas prácticas es posibles articular tanto las motivaciones de la compra-venta de derechos, las negociaciones y los contratos para ello, la decisión de editar y los factores que en ello intervienen, la valoración del autor como un elemento de peso en esto, la valoración de la inversión de capitales desde el reconocimiento del “riesgo”, además el tipo de distribución y sus características.

La cadena de valoraciones, desde el capital simbólico la centramos en las valoraciones de los editores, sus percepciones del campo editorial, su posición y las valoraciones de lo independiente como una autodefinición. Dentro de estas valoraciones, la que los editores depositan a su producto libro también la contemplamos como un espacio de asignación de las formas simbólicas objetivadas tanto en el precio del libro como en la construcción del catálogo y la calidad del producto final, en coordinación con el equipo de trabajo. Por tanto, los capitales pueden aparecer entremezclados y ligados a diversas manifestaciones, que no son para este caso exclusivos ni excluyentes.

Finalmente, la cadena de suministros, caracterizada desde la inclusión del capital social y humano refiere las posibilidades de contacto y relación entre los agentes que componen el campo editorial y los editores mismos como eje articulador de esta categoría.

El capital social es visto desde las relaciones con los pares y las “posibilidades” de relacionarse en beneficio de su sello, así como el capital humano se toma en cuenta desde las posibilidades de conformar un equipo de trabajo al interior de la editorial.

Otros elementos observables dentro la cadena de suministros es el contacto con los autores y la posibilidad de mediación de los agentes literarios en el campo, con los impresores, con los distribuidores y librerías, con los agentes institucionales y con los mediadores en el espacio público. Al respecto el espacio público lo entendemos como la puesta en escena del libro en “el espacio” al que los lectores tienen acceso desde las librerías como canales validados de venta hasta las presentaciones de libros como forma de “hacer llegar” al producto.

A partir de la construcción teórico-deductiva de campo editorial y el reconocimiento de capitales para la producción y distribución del libro, podemos articular el análisis en las interacciones de los mismos editores, sus características y definiciones desde la enunciación de lo independiente como un marco de acción, en este mismo tenor sus prácticas como elementos subyacentes a éstas que nos permitan dar cuenta de la posibilidad enunciativa de pautas tendientes a la homogeneización.

4.2.6 Reducción de datos y codificación

La correspondencia entre categorías y claves explicativas e interpretativas, fue parte de una segunda etapa dentro del proceso analítico. Apoyados en el *software* como herramienta primaria de trabajo, pudimos establecer informes a manera de referencias básicas de una posterior comprensión holística. A las fases de codificación, análisis, construcción de códigos y sus propiedades operacionalizados con el *software* sumamos una continua revisión analítica. Desde esta vigilancia pudimos establecer los códigos como unidades mínimas de análisis y, en un segundo nivel de abstracción, las redes que condensan a estas unidades primarias. Una vez formulados estos elementos pudimos establecer un primer nodo de lectura analítica.

Sin embargo, tal y como lo señala Rodríguez (1999), forma parte del proceso de investigación regresar reflexivamente al trabajo con el *software* para cuidar cada uno de los elementos en el proceso de codificación y análisis, ya que los riesgos en la interpretación

son desde el propio trabajo del investigador. No ignoramos que la mediación del ordenador en el análisis de los datos exige un trabajo riguroso de continua revisión tanto de las categorías sobre las que se hace la codificación como las relaciones entre los mismos códigos en busca de pautas estables y no accidentales, elementos que por la propiedad del programa pudieran darse de manera equivocada.

Parte de la validez del trabajo implicó volver a los datos en su estado natural con la formulación de la pregunta de investigación como base para no perder el rumbo entre los elementos, que habíamos dejado de lado en una primera lectura y que emergieron con fuerza posteriormente, por lo que nuestro trabajo fue sometido a constante discusión, planteamiento y replanteamiento. La pregunta permaneció como guía de articulación, integración y discriminación a partir de la clarificación de nuestra búsqueda, parte fundamental para el análisis (Weitzman, 2000).

4.2.7 Primeros elementos de análisis

La codificación es, dentro del análisis, uno de los pasos a seguir como parte de un proceso circular, no secuencial. A decir de Rodríguez (1999), no es la primera fase del análisis; para él, este se lleva a cabo desde antes, con la recogida de los datos en donde el investigador ya comienza a esbozar claves analíticas en diversas formas. Sin embargo, la codificación es una de las tantas “operaciones oportunas” en la estructuración del análisis como una unidad lógica.

Precisamente esta consideración es el punto de partida de la codificación de los datos desde donde podemos establecer un continuo reformular de las categorías: agrupar, nombrar y discriminar datos. A partir de la Teoría Fundamentada la codificación abierta es el primer elemento a seguir. Cuando abordamos el siguiente paso: la codificación axial, en busca de caracterizar las propiedades de cada una de las categorías y sus indicadores, volvíamos a considerar algunos elementos de la codificación abierta en la asociación de datos y categorías.

Ambos pasos complementaron el proceso de codificación inicial, en el establecimiento de una primera línea de agrupamiento, con sus propiedades y variables. La codificación selectiva se volvió el dispositivo decisivo, a través del cual emergió con fuerza

la categoría “suministros” como la propiedad que organiza los datos, incluso sobre aquella que caracteriza las valoraciones de los editores. La cadena de suministros en el cruce de categorías fue conformando una serie de elementos en el análisis con los datos ya reducidos a partir del vaciado y conjunción de éstos en la búsqueda de patrones (Valles, 1999). Esta consolidación nos permitió ubicar el tipo de interacciones y sus características entre los agentes. En relación con las prácticas de adquisición de contenido, producción y distribución nos permitieron hablar de aquellos elementos reiterativos y fragmentarios en la replicación de las prácticas. Todo esto nos ayudó a conformar un primer trazado esquemático de categorías en articulación con la comparación teórica constante en la búsqueda de posibles conclusiones primarias.

Cuando estas fases, con sus debidos remojos figurativos (Wolcott, 2003), revisiones y rectificaciones, estuvieron medianamente construidas comenzamos a establecer patrones de correspondencia y diferenciación entre las interacciones caracterizadas por Thompson (2010) con los resultados obtenidos. Cabe señalar que el mismo proceso de codificación, reducción de datos y análisis para los productos textuales de las entrevistas fue el que aplicamos para el discurso escrito de los editores, con la intención de buscar patrones de contactos que posibilitaran la ubicación de interacciones y la caracterización de las prácticas de los mismos editores, que en este caso están redactadas en futuro, como “posibilidades” de acción. Éste fue el primer esbozo de caracterización de las interacciones junto con la de mediación y acción directa en los editores de la Zona Metropolitana de Guadalajara, desde estos dos ejes analíticos centramos la línea de las interacciones y a partir de ahí la interpretación.

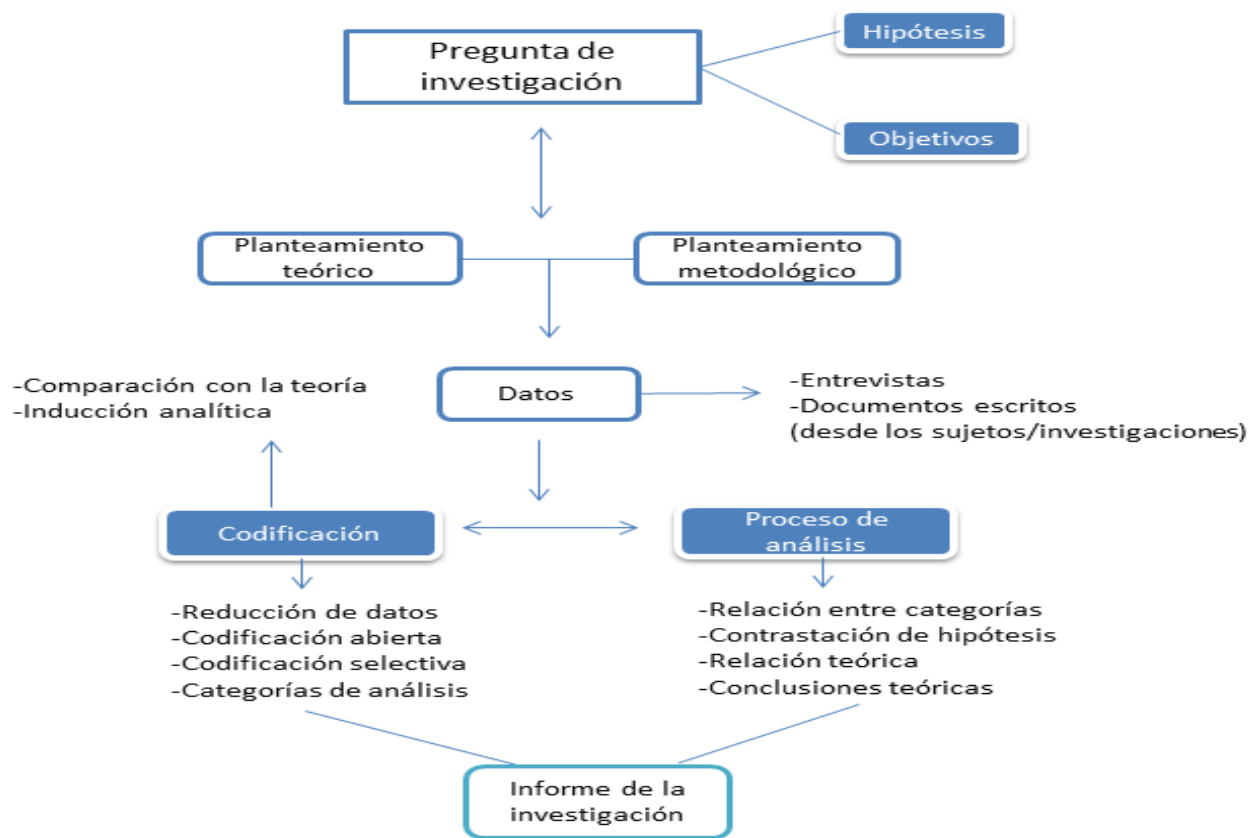
4.3 Consideraciones sobre la validez en la investigación

La validez en la investigación cualitativa quedó sustentada en los elementos de rigor metodológico (Rodríguez, 1999) previamente descritos que ayudaron a reflexionar al propio investigador sobre la consistencia y articulación del proyecto de investigación y proporcionaron condiciones de confianza respecto de pertinencia y utilidad de las tareas concretas realizadas en las diversas etapas, aun las más complicadas, de su desarrollo.

La validez interna (Le Compte y Goetz, 1982; en Rodríguez, Gil y García, 1999) del trabajo quedó patentizada con base en la revisión y contraste de los datos y las categorías, la definición de éstas por el investigador y su caracterización por sujetos. La comparación continua entre lo previamente planteado y todo aquello de ahí surgió demandó capacidad reflexiva en el investigador para distinguir, incorporar y descartar elementos; supuso cuestionar la forma de construcción y abordaje en busca de los atributos del objeto de estudio, reconocer variables que surgieron en el análisis, sin que fueran asumidas o impuestas.

Indudablemente a través del proceso de investigación se siguen intereses, pistas o intuiciones que se identifican en los datos. En este plano, la validación interna la orientamos a la búsqueda de comprensiones alternativas de las experiencias, procesos, fenómenos sobre una actividad y sus componentes socio-comunicativos, es decir, de la producción de sentido. Esto fue posible a través de la comparación constante de los elementos obtenidos y la revisión de la construcción analítica, con el continuo “regreso” al tratamiento de los datos como elementos de “vigilancia”; en la búsqueda de inconsistencias y de datos opuestos y su ponderación como otros patrones de registro, sin desaparecer ni eliminar ninguna de las visiones. Lo anterior requirió de un tratamiento minucioso de los casos de cada editorial en particular, como sellos con historias singulares, con sus propios elementos de azar y posiciones desde las que ponen en juego sus capitales.

Por otra parte, el procedimiento de validación externa estuvo anclado en la triangulación de técnicas, metodologías o incluso tipos de datos. En esta investigación tratamos de seleccionar opciones que pudieran focalizar y atender las hipótesis que surgieron continuamente en el proceso de investigación. Implicó escoger y decidir sobre la utilidad de procedimientos alternativos: ajuste en las entrevistas, incorporar las conjeturas producto de la observación; y por supuesto, tomar en cuenta la compleja naturaleza de la realidad social y nuestra capacidad para comprenderla. De tal forma, realizamos, a través de la comparación de datos, la triangulación de categorías en busca de interacciones, así como la confrontación con el modelo analítico ofrecido por Thompson. Incluso incorporamos la comparación entre la producción discursiva oral de los editores a través de las entrevistas, en correspondencia con sus producciones discursivas. Esto a través de los procedimientos queda sintetizado de la siguiente forma:



Esquema núm. 4. Diseño de la investigación, recolección, codificación y análisis de los datos.

A lo largo de este capítulo el marco transversal es la Teoría Fundamentada como una forma de articular tanto la enunciación epistemológica y teórica de la metodología para esta investigación, así como elementos de “vigilancia” en la recolección, tratamiento y análisis de los datos. En el siguiente capítulo hacemos explícitas las categorías, sus propiedades y características; a continuación damos paso al informe de investigación. En el capítulo V describimos y analizamos los datos, mientras que en el capítulo VI presentamos las conclusiones a las que llegamos a partir de éstos.

CAPÍTULO V

ENCUADRE ANALÍTICO: INTERACCIONES DE LOS SUJETOS COMO PAUTAS DE SIGNIFICADO EN LA HOMOLOGACIÓN Y/O RESISTENCIA DE SUS PRÁCTICAS

“El habitar precede al construir que es,
el disponer de un lugar donde caber de,
manera que todo construir es para el ser
humano la búsqueda permanente de un
habitar en el que quepa”.

JESÚS MARTÍN BARBERO. DE LOS MEDIOS A LAS MEDIACIONES.

En este apartado nos disponemos a situar, caracterizar y explicar los elementos constitutivos, prácticas y valoraciones de los editores autodenominados “independientes”. Planteamos una caracterización como sujetos anclados en un contexto, en este caso el campo editorial. Por tanto, buscamos dar cuenta de los “hallazgos” obtenidos a partir del análisis centrado en las interacciones y las prácticas desde los discursos de los sujetos. Las características que enunciarnos están basadas en los datos obtenidos en siete entrevistas realizadas a los editores y asimismo en su producción discursiva textual –a partir de diversas particularidades– como editores de la Zona Metropolitana de Guadalajara.

La guía analítica de datos la diseñamos en función de lograr configurar las interacciones de los diversos agentes que componen el panorama editorial a través del contacto entre colegas y la puesta en juego del capital económico, simbólico, social, humano e intelectual, traducido en sus propias valoraciones con respecto a la edición, su posición en el campo y la construcción del libro como objeto de significado. Reiteramos que en este ánimo cuidamos no dejar de lado elementos contextuales como la situación editorial del país, las propias trayectorias de los sujetos, prácticas de adquisición de contenido, producción y distribución como “rutinas” en las que se vuelven evidenciables los capitales antes mencionados.

Antes de comenzar con la descripción y análisis de los datos consideramos necesario traer de nueva cuenta la definición de *interacciones* que utilizamos como concepto que aglutina el contacto y las redes que establecen los sujetos del campo editorial a través del vínculo social en el que comparte el mismo espacio por lo que establecen contacto directo (cara a cara).

El acento está puesto precisamente sobre estos espacios de contacto entre dichos sujetos –editores o no– que establecen cierta influencia en las acciones del otro. Para esta investigación la interacción se fundamenta en el reconocimiento de que la composición del libro como objeto material no es resultado del propósito y la tarea de un solo sujeto. Thompson (2012) reconoce que en el ciclo de producción y distribución del libro (como en todo el trabajo editorial) se vuelve fundamental el contacto con otros agentes, a partir del establecimiento de buenas relaciones que permitan el crecimiento y posicionamiento en el campo. De tal forma el contacto entre los diferentes agentes genera nodos en la reificación de prácticas.

5.1 Marcos de acción. Perfiles y trayectoria de los sujetos

Al referirnos a marcos de acción buscamos centrar la atención sobre la dimensión profesional del editor en relación con sus interacciones y, al mismo tiempo, atender a las particularidades que diferencian a cada sujeto. No es posible desdeñar consideraciones sobre trayectorias, aprendizajes y formación como elementos conformadores de los sujetos que son; con valoraciones, anclajes y significaciones que les permiten actuar y posicionarse en el campo.

En este punto conviene situar sus perfiles y caracterizar sus particularidades, ya que hacen de ellos, a pesar de las correspondencias y convergencias, sujetos con historias únicas en espacios y posiciones que no sólo tienen que ver con sus capitales, sino con esa mezcla entre éstos y sus condiciones azarosas, que representan en cada sujeto historia, unicidad y complejidad. Como apunta Thompson (2010) cabe resaltar que no todo en la industria editorial está basado en la lógica del campo, como espacio que constriñe o delimita; mucho de lo que sucede tiene que ver con ese mínimo elemento de circunstancialidad e individualidad que contribuyen también a conformar sus marcos de acción en el campo editorial.

Consideramos necesario hacer un acercamiento individual para conocer sus particularidades para posteriormente, hacer una reconstrucción transversal de los elementos comunes que los caracterizan y los ubican en entramados sociales específicos. Finalmente, consideramos indispensable registrar sus particularidades en las prácticas de adquisición de contenido, producción y distribución, así como sus propias valoraciones de la práctica editorial y el libro.

Luis

Luis es licenciado en Comunicación por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, además estudió la Maestría en Literatura comparada en la Universidad de Guadalajara. Desde que egresó de la licenciatura tuvo contacto con la edición en pequeños proyectos como revistas o periódicos. Ha trabajado para medios de comunicación como radio y prensa de la Universidad de Guadalajara, participó en varios proyectos editoriales a la par de su desarrollo profesional dentro de la universidad. Se define como escritor,

imparte talleres literarios y trabaja actualmente para la Editorial Universitaria al mismo tiempo que en su sello editorial con el que publicó su primer libro en 2007.

Luis define su trayectoria como editor a partir de sus diferentes incursiones en publicaciones periódicas y de libros. Se sorprende al hacer el recuento de los 25 años que lleva en el campo editorial en donde reconoce su incursión en proyectos que para él tienen relevancia en la ciudad de Guadalajara. Aunque se asume como editor independiente el término no lo identifica en el fondo, sabe que es una forma de ubicación desde el campo pero reconoce que no es del todo acertado. Habla de sus contactos en el espacio editorial y el espacio que se ha ganado su editorial a pesar del poco tiempo que lleva de vida.

Andrés

Andrés se define como editor “independiente militante”. Es licenciado en Letras Hispánicas por la Universidad de Guadalajara, reconoce, desde su infancia, el gusto por los libros. Su formación editorial la inicia desde la educación media superior con algunas tareas, su formación profesional en Letras, además de haber cursado una especialidad en Edición por la Universidad Complutense de Madrid, España. Tiene 38 años y se considera también escritor. Reconoce que en un principio la conformación de su editorial en 1994 fue por una “necesidad de espacios” para publicar sus obras. Él con un grupo de amigos conformaron un proyecto bastante alejado a lo que pudiera considerarse, en un principio, una empresa formal.

En un principio la intención fue publicar diez títulos, meta que posteriormente superó. A casi 18 años al frente de la editorial reconoce las complicaciones económicas que tuvieron que sortear y destaca el crecimiento que ha tenido en los últimos años. Valora su posición a partir del reconocimiento que las personas hacen de su sello. Desde hace varios años comenzó a publicar libros de texto como una vía para ampliar el mercado. Por lo expresado, para él han significado mucho más las interacciones con el espacio editorial de la Ciudad de México que de la ciudad de Guadalajara, aunque al mismo tiempo resalta la necesidad de explotar nichos de mercado²³ en la ciudad.

²³ Nicho de mercado lo definimos como un espacio de “nuevas oportunidades” en el que los que ofrecen productos desde las industrias, culturales y fuera de esta definición pueden posicionarse en la búsqueda otros consumidores.

Marcos

Marcos es contador público y abogado, profesiones que comparte junto con la escritura y la edición. Su función como editor la define claramente como “contacto” en la búsqueda de autores. Realiza su trabajo con el apoyo de otro editor, cuya formación es en Diseño Gráfico y Mercadotecnia, ambos comparten las responsabilidades de su editorial que tiene alrededor de siete años de creación. Califica su incursión en la edición a partir de las transformaciones en la producción hacia la impresión digital y establecimiento del sistema conocido como *bajo demanda*.

Él sabe que su particular constitución –editorial cobijada por otro sello– les abre las puertas en diversas librerías. Aprovecha que su socio cuenta con una casa editorial dedicada al libro de texto y potencializan la utilización de la misma maquinaria y los insumos para sus publicaciones. Su caracterización independiente está asociada particularmente a esta posición y en el desconocimiento de interacciones con instituciones públicas o privadas. Ambos socios participan activamente en foros institucionalizados e independientes. En su discurso reiteradamente señala la responsabilidad del autor en la distribución de los libros, como el eslabón que “forzosamente” tiene que moverse en el espacio público para el posicionamiento del material.

Diego

Diego es el editor “diletante”, se reconoce como autodidacta y no cuenta con una formación sistematizada. Obtuvo su certificado de preparatoria de forma extemporánea, y comenzó su incursión en la edición de manera informal, a partir de sus propias inquietudes y las lecturas compartidas con sus amigos. Es pintor de “profesión”, su formación técnica la recibió en Italia y a su regreso a México conformó la editorial, primero en el Distrito Federal y posteriormente en la ciudad de Guadalajara. Su discurso refiere 18 años de esfuerzo: arduo trabajo editorial en la conformación de libros manufacturados. Su independencia radica en la posibilidad de ejercer el oficio sin mayores recursos técnicos o de infraestructura. Establece como fuente de su proceder el amor a los libros y al oficio como el punto que lo mantiene en el campo a pesar de que califica a la edición como una tarea difícil. Su editorial es quizá la más atípica de los sujetos entrevistados.

Mantiene la elaboración del libro en forma manual, lejano a la impresión *offset* o digital. Destacan en su discurso enfáticas alusiones a la labor artística que realiza cómo editor, así como metáforas con respecto a la valoración del libro como objeto y producto artesanal.

María

María es la única mujer entrevistada, su trayectoria se remonta a los talleres literarios de los que formaba parte en los años 80 bajo la tutela de un escritor reconocido de la ciudad de Guadalajara, con quien comenzó su trayectoria como autora. Sus estudios son primordialmente de carácter técnico: se recibió de secretaria bilingüe, mas el ejercicio de la escritura y sus ambiciones literarias la condujeron hacia el camino de la edición. Al igual que la ausencia de espacios para los alumnos del taller literario que imparte, la llevaron a tomar la decisión de conformar su sello como un emprendimiento paralelo.

Entre ella y sus alumnos conforman un consejo editorial y realizan todas las funciones. Aunque reconoce que no cuentan con recursos, se las *ingenian* para publicar. Como escritora ha ganado varios premios y reconocimiento a nivel nacional por lo que se sabe “odiada” en el campo debido a esto. Se define como “independiente”, aunque en su caso no es un término que pueda describirla por completo. Hace mucho tiempo que decidió no participar de ferias, foros y encuentros, su postura prefigura un aislamiento deliberado. Pero al mismo tiempo busca ser una “negociante de la cultura”, su discurso está marcado por la tensión entre su trayectoria como escritora y su proyecto editorial.

Pedro

Pedro es el editor más reacio a aceptar la definición de independencia, para él es un término desgastado y con connotaciones negativas. Sin embargo, sabe que es una manera de nombrar y ubicar a los proyectos editoriales de la ciudad de Guadalajara. Es el único editor que no se asume como escritor: su formación profesional es en Diseño Gráfico y trabaja para una editorial trasnacional con sede en la ciudad de Guadalajara. Desde que egresó de la licenciatura se introdujo en el campo editorial a través de diversos proyectos y contactos que lo fueron llevando primero a crear una Revista Literaria y posteriormente una editorial con tendencia a la publicación de poesía, particularmente. Debido a la incompatibilidad de atender responsabilidades compartidas tuvo que dejar momentáneamente la editorial junto

con sus socios, para posteriormente conformar otro sello con un rango de publicación mucho más amplio. En su discurso aparecen alusiones a la conformación editorial como negocio y a la toma de decisiones con base en esa consideración. Para él las potencialidades del libro en el futuro próximo están sentadas en el soporte digital.

Jesús

Jesús es, de los entrevistados, el poseedor del capital simbólico más fuerte. Hijo de uno de los fundadores de un periódico de la ciudad de Guadalajara, estudió periodismo en la Universidad de Nevada y comenzó a hacer carrera en diversos diarios, posteriormente estudió una maestría aunada a un doctorado en Periodismo en la Universidad de Colorado. Con estos referentes formativos y de origen, cabe señalar que ante todo Jesús se asume como escritor. A su regreso a la ciudad de Guadalajara trabajó en el área editorial del periódico de su familia. La ruptura entre los socios hizo que prefiera retirarse del negocio y formar su sello editorial. Se asume con editor independiente aunque en su discurso no hace referencias claras a la definición del término, sino más bien a las dificultades en la distribución del material, a las diversas oportunidades y fracasos en sus contactos con el espacio de distribución. Cabe señalar que su trayectoria como editor estuvo relacionada con la conformación de coediciones con el estado.

Antes de la incursión del formato de impresión digital contaba con la maquinaria para impresión. En la actualidad el tiraje tope de sus libros para él son 500 ejemplares. Tuvo que realizar una reconfiguración del soporte de su práctica editorial al reducir la planta laboral que en un momento fue de 20 empleados a sólo dos personas que junto con él realizan el trabajo de edición. Según se aprecia en sus argumentaciones, actualmente piensa en el retiro. Con más de 25 años de trayectoria editorial, asume su posición en el campo, ha recibido varios premios que “reconocen” y “validan” su trabajo como editor, por lo que menciona, “me dejo querer” con relación a los contactos con las instituciones públicas y privadas.

5.1.1 Marcos de acción, marcos de interacción desde su trayectoria

Para hablar de las interacciones desde sus marcos de trayectoria consideramos preciso señalar de manera transversal las características de los sujetos ya descritos. Esta construcción de la trayectoria de los sujetos como editores forma parte de su capital simbólico, desde donde pueden acumular recursos y prestigio con el paso del tiempo. Puesta en perspectiva, la trayectoria en el espacio público responde en la mayoría de los casos a estrategias de búsqueda de lugares y contactos a partir de la formación profesional.

A esta secuencia de estrategias la hemos denominado *cadena de contactos*, formulación que se desprende de la visión de Thompson (2010) para colocar la articulación entre la estructura del campo editorial y una –prácticamente inevitable– línea de producción que sigue el libro. Esta cadena de contactos les permitió a varios de los sujetos incursionar en el campo editorial desde diversas funciones. Esto los llevó asimismo a construir su trayectoria en términos de *habilitación* y por consiguiente, un elemento definitorio: la paulatina y gradual especialización que requieren hasta la conformación de sus proyectos editoriales. Por ello, en algunos casos la trayectoria del sujeto está ligada a la trayectoria de los sellos editoriales como espacio preponderante de aprendizaje y crecimiento. En otros casos, esta última se consolida cuando los sujetos han adquirido un “nombre” dentro del campo.

Por su parte, algunos de los sujetos entrevistados llegaron al campo con una cierta tradición “literaria” o “editorial”. Son poseedores de capital simbólico por herencia directa de los padres –en dos casos con empresas dedicadas a la edición ya sea de publicaciones periódicas o de libros–. En otro caso debido a la herencia literaria recibida, que dotó de “autoridad” al sujeto para continuar con la tradición de los talleres literarios en la ciudad, de ahí la transición al campo editorial fue un paso, de cierta forma, posible facilitado por el nombre creado como autor.

Para algunos editores la trayectoria implica el reconocimiento a través de premios, como validaciones desde lo profesional; éstos forman parte del capital simbólico institucionalizado que de manera intencionada o no comparten un elemento constitutivo de su posicionamiento en el campo editorial. A mayor reconocimiento mayor posicionamiento, por lo que para los editores se vuelve un elemento de gran valor ya que estos espacios de

reconocimiento y validación de su existencia editorial y/o literaria les permite la reconfiguración de sus interacciones con los demás agentes de la industria editorial, pues tienen la posibilidad de aspirar a nuevos espacios, contactos o a relaciones que les estaban veladas por su posición.

Estas características, ya sea como herencia o paulatino posicionamiento, les han permitido a los sujetos establecer interacciones específicas con los demás agentes que componen el campo. Son relaciones que se dan con un evidente grado de ritualidad y especulación. Hay que mencionar que sólo cuando la posición se hereda, es perceptible, de cierta forma, una estabilidad que posibilita entablar un diálogo directo con las instituciones en la búsqueda por ejemplo de apoyos, coediciones que les ayuden a continuar en el campo. Ello también les ha permitido establecer una cadena de contactos con los autores en la búsqueda y discriminación de material publicable.

La relación que se da con los autores es otra de las interacciones que definen y “enrutan” la trayectoria de los editores, sin olvidar esa doble función de editor/autor, que la mayoría de nuestro sujetos estudiados ejerce. Para algunos, conformar una editorial se volvió una “necesidad” ante la búsqueda de espacios de visibilidad²⁴ de su trabajo como autores, lo que moldea la valoración que se hace de “la calidad” o “lo literario”, elemento de una fuerte consideración para los editores y al mismo tiempo de subjetividad. Esta doble función moldea las percepciones sobre las obras y los autores permeando ciertas interacciones tanto en las negociaciones del material publicable como en el trabajo formal de edición al interior “cuando eres autor ser editor es muy complicado porque te quedas en una parte del proceso, entonces dices: Caray, el ser editor es una profesión muy compleja que requiere profesionalización en todas su áreas, no es nada más el sueño guajiro” (Entrevista con Luis)

Leído en otro sentido, esta condición representa una diferenciación en el proceso de edición como el de escritura, donde se evidencia la preponderancia de una labor sobre la otra y la “pérdida” de elementos en la práctica, en la búsqueda de espacios de

²⁴ La visibilidad para Thompson (2005) en el sentido de co-presencia es definida desde el espacio visible, “lo que se puede ver”. Sin embargo, reconoce que con los medios de comunicación la visibilidad adquiere una nueva dimensión en ausencias. Ésta también se vuelve unidireccional y dependiendo del medio de comunicación es como se desarrolla. Este tipo de modificación en el rango de “lo visible” lo denomina como *visibilidad mediada*. Este es precisamente el término que permite caracterizar la búsqueda de espacios por parte de los editores de hacerse “visibles”.

profesionalización. Para los editores se vuelve necesaria distinguir las perspectivas de sus decisiones, sean éstas desde la mirada del editor/autor o como la del autor/editor. Dependiendo de cuál adquiera mayor peso, se forjan sus valoraciones y decisiones, además de cobrar peso en la conformación de su trayectoria.

La trayectoria se vuelve tanto un elemento constitutivo como el resultado deseable del capital social para el establecimiento de relaciones y vínculos permanentes y provechosos. La conformación de la cadena de contactos, es por sí misma *una trayectoria* – sinuosa, intrincada– para entablar lazos con autores, armar el equipo de trabajo, cercanía con agentes institucionales e impresores, con los que se van fortaleciendo relaciones de amistad y el soporte con el que se construyen espacios en los que se generan oportunidades de participación, así como discrepancias y rupturas.

Por tanto, en las interacciones de los editores con los demás agentes que componen el campo, desde el posicionamiento de éstos a través de la trayectoria profesional se tienden lazos de amistad y compañerismo frente a conflictos y interrupciones. En las interacciones con los impresores la trayectoria de cada uno se vuelve un elemento de encuentro y enlace de largo alcance donde se establecen relaciones de correspondencia en el trabajo.

Otro aspecto de las interacciones con relación a la trayectoria se presenta a través de las redes que se establecen con los agentes de instituciones, ya sean públicas o privadas, las cuales dan cuenta de una transversalidad a su práctica editorial. Por lo general quien tiene este contacto lo conserva, como un elemento intermitente que en ocasiones les permite disminuir el riesgo en la inversión del capital económico y simbólico “Por muchos años estuve colaborando con el Gobierno del Estado, colaborando en una forma totalmente independiente a lo que era el dictamen del Gobierno del Estado” (Entrevista con Jesús). Hay otros editores que a lo largo de su trayectoria, por decisión propia se mantienen al margen de este tipo de interacciones con las instituciones como elemento que aglutina lo independiente y que al mismo tiempo los define en el campo editorial.

La trayectoria es un elemento indisoluble de la relación con los pares y las interacciones entre ellos tanto de validación mutua como de no reconocimiento, a partir de coincidencias en la visión del trabajo editorial como por diferencias en las relaciones personales, de divergencia en la concepción del trabajo editorial y del libro como tal. El posicionamiento les permite entablar interacciones horizontales con quienes se consideran

“pares” y discriminar a quienes no posean sus mismas características. La forma de agruparse, de dejar fuera a alguien, de establecer redes con ciertos fines y de validar el trabajo o el catálogo de alguien más se convierten en elementos asociados a la trayectoria que cada editor forja.

Las interacciones entre los editores y los diversos mediadores del espacio público permiten mayor visibilidad y reconocimiento a partir de la posición que se tenga en el campo, misma que se da a partir de la trayectoria reconocible de los sujetos tanto de la acumulación de capital simbólico institucionalizado o heredado como de capital humano a partir de los lazos de amistad y trabajo con quienes forman parte del equipo editorial, incluyendo a los impresores.

En la tabla número 8: “Relación de los sujetos y el capital simbólico que poseen a partir de su trayectoria y formación”, exponemos las principales características de los agentes editoriales a partir de su trayectoria en la construcción de prestigio y reconocimiento en el campo editorial de la Zona Metropolitana de Guadalajara. En éste resaltan los años que tienen en el campo como un elemento que permite la construcción de las interacciones con las instituciones, su trayectoria de vida profesional y su profesionalización en el desarrollo de trabajo a lo largo del tiempo.

Sujeto	Capital simbólico desde la trayectoria			
	Capital adquirido	Capital heredado	Trayectoria como escritor	Trayectoria e instituciones
-Luis (25 años en el campo editorial)	-Capital adquirido desde la formación institucionalizada y la experiencia (Trayectoria y contacto con los pares)		Autodefinición como escritor/impartición de talleres literarios	-Relación intermitente con instituciones a partir de diversos trabajos
-Diego (18 años en el D.F., 3 años en el campo editorial de la ZMG)	-Capital adquirido a partir de la formación artística en el extranjero. Migración a la edición.			
-Andrés (18 años en el campo editorial)	-Capital adquirido desde la formación institucionalizada y la experiencia (Trayectoria desde su sello)		Autodefinición como escritor	-Trabajo anterior con la Universidad de Guadalajara

-María (alrededor de 24 años en el campo editorial)		-Capital literario heredado a partir de su relación con autores poseedores de reconocimiento en el campo Migración a la edición	Autodefinición como escritora. Posición validada por premios nacionales	-Desde la editorial contacto intermitente con los agentes institucionales del estado
-Marcos (7 años en el campo editorial)	-Formación institucional no relacionada con la edición. Migración		-Autodefinición como escritor	
-Pedro (15 años en el campo editorial aproximadamente).	-Capital adquirido desde la formación institucionalizada y la experiencia (Trayectoria y contacto con los pares)			
-Jesús (29 años en el campo editorial).	-Capital cultural adquirido institucionalmente desde los premios	-Capital cultural y económico que permite un posicionamiento diferenciado desde lo independiente	-Autodefinición como periodista	-Desde la editorial, contacto horizontal y constante con los agentes institucionales

Tabla 8. Relación de la trayectoria de los editores y el capital simbólico que poseen.

Antes de abordar las valoraciones de los editores y sus prácticas en la construcción del libro, consideramos pertinente trazar las características del capital económico desde la trayectoria como una de las aristas de estos marcos de acción que da cuenta de la constitución de las editoriales como empresas con riesgos de inversión de capital económico.

El espacio de la producción editorial es el punto de partida de la caracterización de los sellos. Con esta expresión nos interesa destacar la importancia de lograr una óptima relación de articulación entre aspectos subjetivos y objetivos en el lugar de confluencia con el equipo de trabajo, y sitio social en el que se diseña y construye el libro como objeto material. Estos espacios, en su mayoría están establecidos como la vivienda del editor, e instalaciones diferenciadas (oficinas de trabajo), en algunos se incluye también el área donde se lleva a cabo la impresión. El sello de Marcos aparece con una caracterización diferenciada en el espacio compartido con un sello editorial que les hospeda y del que se valen para la utilización de los recursos técnicos. El que la casa se vuelva el espacio de

trabajo permite aprovechar los recursos económicos, pero al mismo tiempo refiere posicionamiento condicionado de las editoriales que no pueden solventar el gasto que implica un espacio propio para la producción editorial.

De los siete editores entrevistados sólo dos cuentan con maquinaria propia o prestada, que les permite completar el ciclo de producción del libro además de la infraestructura humana para realizarlo. Marcos, uno de ellos, tiene que ajustarse a los tiempos de la editorial de la que es huésped para publicar su material, pero con ésta condicionante aprovecha tanto a los impresores como los insumos.

Jesús comenta cómo anteriormente contaba con los insumos y recursos técnicos que permitían la impresión, fue la incursión en la impresión digital lo que le permitió establecerse, pero con menos recursos humanos y técnicos, abaratando los costos “lo que yo producía en la editorial con la imprenta con 15 gentes, 20 gentes que fue lo máximo que tuve, ahora lo puedo hacer con una diseñadora y con un ingeniero industrial y me cuesta exactamente lo mismo” (Entrevista con Jesús). Para este editor el tipo de impresión se volvió una práctica que permitió reducir el riesgo en la inversión del capital económico. Al igual que él los otros cuatro sujetos “contratan” servicios de impresión pues no cuentan con la maquinaria –que es costosa–, por lo que no es una opción invertir en ello y se vuelve común solicitar servicios de impresión de empresas en donde la producción de libros no es exclusiva.

La obtención de recursos económicos es desde luego la parte fundamental para garantizar –de cierta forma– la viabilidad y presencia del sello editorial en el espacio público. En sus discursos, la distribución y venta, no es la forma en la que la mayoría capta recursos económicos, por lo que generar otras alternativas se vuelve vital para ellos. La mayoría busca coediciones e incorpora la inversión del capital económico del autor para la edición (mediación en la decisión de editar, algo que desarrollamos líneas abajo). Otros establecen actividades diferenciadas como la oferta de servicios editoriales desde una empresa hermana del sello que les permita captar recursos cuando la editorial no presenta ganancias suficientes. Incluso para ellos mismos el libro de texto es una estrategia de captación de recursos de “lectores cautivos” (Escalante Gonzalbo, 2007).

“Tenemos otra empresa, para apuntalar digamos las épocas, los periodos del año en que la venta de libros de literatura y de texto no es tan copiosa para poder mantener la editorial la otra empresa ofrece servicios editoriales” (Entrevista con Andrés).

Para Diego la captación de recursos es a través del sistema de suscriptores, recurso común en las publicaciones periódicas, a los que les envían las colecciones de la editorial. Ellos mismos reconocen que gran parte de la captación se da a través de la Feria del Libro de Guadalajara, donde aseguran buena parte de su ejercicio al año. La tabla número 9: “Características del capital económico de cada sujeto”, aglutina los recursos con los que cuenta cada sello, con ello es posible prefigurar las posibilidades de acción en el campo.

Sujetos	Capital económico		
	Ciclo de producción del libro		
	Infraestructura económica y humana		Obtención de recursos económicos
	Planta	Recursos técnicos y humanos	
-Luis	- Oficina en casa	- Espacio equipado	-Coediciones con instituciones -Inversión del autor. Poca inversión propia
-Diego	-Taller/oficina	-Maquinaria de impresión propia -Cajistas, impresores como parte del equipo de trabajo	-Sistema de “cooperativa” -Suscriptores -Ventas en FIL -Coediciones con instituciones públicas
-Andrés	-Instalaciones compartidas con empresa de servicios editoriales	-Varias oficinas con equipos de cómputo. -Equipo de trabajo editorial (contrataciones/servicio social)	-Empresa de servicios editoriales como subsidiaria.
-María	-Instalaciones en casa	-Espacio equipado -Los alumnos del taller como equipo de trabajo editorial y de dictaminación	- Inversión del autor- Coediciones
-Marcos	-Oficina dentro de las instalaciones de una editorial que publica libros de texto	-Acceso a recursos técnicos a partir del sello que hospeda. -Recursos humanos editoriales propios a partir de servicio social y trabajo de freelance -Recursos humanos para impresión a partir del sello que	-Editorial de libros de texto como subsidiaria de insumos -Inversión del autor-coediciones

		hospeda	
-Pedro	-Instalaciones en casa	-Equipo de cómputo	-Coediciones con instituciones públicas
-Jesús	-Instalaciones en casa	-Espacio equipado. Equipo de cómputo -Recursos humanos editoriales y para dictaminación	-Coediciones con instituciones públicas y privadas

Tabla 9. Características del capital económico de los editores de la ZMG.

5.2 Valoración del posicionamiento del editor en el campo como elemento que da sentido a las interacciones

Un editor refiere el peso que adquiere dentro del campo como un elemento de “respeto”, la posición les permite hablar de esta forma, el reconocimiento de los demás en el espacio público funge como elemento de peso en la conciencia de la posición que se tiene en el campo. Al asumir el reconocimiento del otro en el espacio público se acepta el espacio editorial como un campo del que se forma parte, a pesar de que discursivamente en varias ocasiones lleguen a cuestionar, siquiera un campo editorial formal en la Zona Metropolitana de Guadalajara. “las personas nos reconocen, nos ubican perfectamente y si hay cada vez más identificación, o sea la gente sin pensarlo, mucha sabe qué publicamos” (Entrevista con Andrés).

La mayoría de los editores reconocen la presencia y constancia de pocos agentes editoriales, una de las coincidencias más sonadas es la figura de Mantis Editores, sello que goza de reconocimiento y prestigio en el campo a partir de su catálogo y posicionamiento. Otro agente con una posición reconocida es Andrés, quien goza del aprecio de su catálogo como elemento de sentido en el espacio editorial de la ciudad de Guadalajara. Precisamente para algunos el catálogo representa el mayor valor del trabajo editorial, para otros es sinónimo de referencia obligada en el reconocimiento de las editoriales de la misma ciudad. A pesar del tiempo y posicionamiento de Jesús a partir de su trayectoria y capital simbólico, su trabajo no es un punto fuerte de referencia para los editores entrevistados, que en mayor medida reconocen el trabajo de Andrés o de Mantis Editores.

Sin embargo, ante este reconocimiento de pares, subyace la valoración de posicionamiento, de pertenencia, por lo que implícitamente tienen “conciencia del campo”. Esta valoración está estrechamente ligada con la de la posición en el mismo, por un lado a

partir de la validación de los pares y, por otro, a través del reconocimiento del lector en el espacio público. Estos elementos permiten entretejer cualidades específicas en las interacciones con los diversos agentes que componen el campo “¿Cuál? [...] No hay industria editorial en Guadalajara, la industria editorial en Guadalajara es la que viene de España de las grandes trasnacionales que vienen de México, ésa es la industria editorial, la industria de los pequeños editores pues es una vacilada” (Entrevista con Luis).

La auto-marginalización ha sido registrada en esta investigación como característica de la percepción de estos editores respecto de su ubicación en el espacio editorial. De la misma manera que en otros casos se presenta una identificación de su presencia como “no marginal” (aunque tampoco hay condiciones para referir protagonismo o trascendencia mayor). En ambas percepciones, el vértice situacional es el reconocimiento de asumirse como agentes de “industria” que delimita y enmarca sus interacciones en la práctica editorial. Estas valoraciones tienen mayor relevancia acaso porque definen una cierta conciencia “fatalista” respecto de su posición en el campo y con ella sus posibilidades de acción e interacción con los demás agentes. De esta manera, el reconocimiento de pares se da a través de las interacciones que se entretejen desde una asimilación de igualdad en la debilidad y necesidad de vínculos que los editores “independientes” pueden establecer mediante redes y organizaciones sobre un mismo plano.

Su relación con los autores está mediada por esta posición en la que se reconocen y asumen los editores, sea con autores nuevos o renombrados. Es justamente esta “posición” construida un poco por la trayectoria y adquirida desde su reconocimiento del campo lo que les permite que las interacciones con los autores se vuelvan estables, incluso cuando éstos “migran” a otras editoriales, lo cual asumen como un escalar posiciones, sobre todo si se trata de un cambio hacia editoriales más grandes. Es decir, en estos casos una pérdida puede convertirse en un elemento de prestigio.

Las valoraciones con respecto al trabajo en el interior de la editorial, en el proceso de construcción del libro, desde su posición en el campo es asumida como una tensión entre dos elementos: por una parte, la necesidad de profesionalización tanto de los mismos editores como del equipo de trabajo, sobre todo de la gente joven que en buena medida se trata de prestadores de servicio, en el quehacer editorial y en la búsqueda de formación

institucionalizada que les permita obtener capital simbólico validado desde las instituciones para construir su posición en el campo.

Por otra parte, aparece el reconocimiento de algunos editores del trabajo artesanal de un libro, del “oficio” sobre la profesión en el que la especialización se adquiere conforme se perfecciona la técnica con base en la experiencia, sin una búsqueda institucionalizada. Estas formas de valoración permiten interacciones en dos vías con los demás agentes: desde lo “formal-institucional” y desde lo “simbólico-institucional”. Al respecto un editor resalta el valor de los impresores que trabajan al interior de su editorial, más concebida como taller que como oficina “son todos buenos en el oficio y el oficio se aprende en el taller, cada uno es autodidacta” (Entrevista con Diego). Esta valoración es, digamos, la excepción de la muestra, debido a que en sí, la mayoría espera y busca una formación institucionalizada que de cierta forma avale el trabajo y “nombre” de la editorial.

Desde los contactos con los agentes de distribución²⁵ el campo editorial es valorado por los editores como un espacio cerrado. Un espacio en el que encontrarán mínimas posibilidades de visibilidad, un sitio acotado y estrecho al que es difícil acceder. Al respecto Thompson (2010) habla de “ventanas estrechas” de visibilidad en las que se vuelven más visibles los agentes mejor posicionados en el campo, con mayor capital económico y simbólico, lo que les permite “invertir” en estos canales. Por tanto, para mejorar su propia valoración del lugar que ocupan en el campo, estos editores recurren en buena medida a la construcción de nichos de mercado que les permitan un posicionamiento estable y consolidado que para algunos les significa acceder a la distribución por canales ya establecidos a partir de las interacciones entre editor y agente distribuidor. Diego reconoce las diferenciaciones que otorga el capital económico a la hora de plantarse en el campo y ser distribuidor “las editoriales constituidas grandes, monumentales, las hegemónicas, ellos sí tienen un aparato de [...] que está atrás de difusión que sí generan una especie de cultivo de la venta, de sus productos” (Entrevista con Diego)

En la valoración del campo editorial con respecto a las interacciones con las instituciones, algunos editores muestran una tensión entre autonomía y dependencia, tanto en las prácticas de producción como en las de distribución.²⁶ En ambas prácticas, las

²⁵ En este caso el agente de distribución puede ser cualquier sujeto que medie la distribución en la cadena editorial, ya sea distribuidores de empresas dedicadas a ello o librerías.

²⁶ Ambos tipos de prácticas las describimos líneas abajo.

interacciones que pudieran darse adquieren relevancia a partir de las relaciones que se establecen con las instituciones, en su mayoría desde la cadena de contactos, aunque cabe resaltar que algunas se dan a partir de concursos con lo que se potencializa un tipo de capital simbólico (institucionalizado) con la obtención de premios.

Otro elemento que está presente como parte de la adquisición de reconocimiento y posición en el campo es la pertenencia a organismos gremiales o vinculantes por parte de las editoriales. Se menciona la adscripción a diversas instancias: la validación institucional que significa pertenecer a la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana –a la que sólo se adscribe Jesús en la ciudad de Guadalajara–, a la Red Internacional de Editoriales y Proyectos Alternativos (RIEPA) organismo al que pertenece Marcos y que tiene presencia en México a partir del Encuentro Internacional de Editores Independientes y en la ZMG a la Red de Revistas y Editoriales Independientes de Guadalajara. Andrés es uno de los diez editores que conforman la Alianza de Editoriales Mexicanas Independientes, a su vez está adscrita a la Alianza Internacional de Editoriales Independientes.

No en todos los casos ocurre esta necesidad de contacto y pertenencia a este tipo de organizaciones que otorgan visibilidad, reconocimiento y posicionamiento en el campo en diversas dimensiones, desde el plano internacional hasta la visibilidad y legitimación en Guadalajara. Editores como Luis y Diego no forman parte de este tipo de organizaciones, sus trayectorias individuales les permiten posicionarse en el campo con capitales, que si bien no afines del todo a la edición, sí con un reconocimiento y prestigio suficiente para acceder a ciertos espacios y oportunidades a través de su cadena de contactos. Por su parte, Luis, junto con otros editores de la ciudad y otros estados del occidente del país conforman una organización con un planteamiento específico, la inversión del capital económico en conjunto en una visión de riesgo compartido para su participación en FIL.

De forma contraria a como hemos establecido, las anteriores pautas de interacción a partir de las valoraciones de los editores tanto del campo como de su posición, el contacto con los mediadores en el espacio público –medios de comunicación principalmente– y los editores permite un tipo de interacciones entre “iguales” desde la mutua conveniencia (editor: necesidad de difusión, medios [impresos]: necesidad de noticias). Se reitera que el poder de los medios para nombrarlos o “incluirlos” y los limitados alcances de la difusión ponen en desventaja a los editores, por lo que en otro sentido estas interacciones pueden

mirarse desde el plano de la “desigualdad de acceso”. Sin embargo, ambas formas, con sus efectos y connotaciones permean espacios de visibilidad, por lo que la posición de los editores se ve constreñida a partir de sesión de espacios, presencia y constancia en los medios. Cuando los editores se incorporan a esta dinámica la cadena de contactos se vuelve una forma de interacción que permite mayor o menor grado de visibilidad.

Las características que les permiten a los sujetos posicionarse en el campo a partir del capital simbólico objetivado en las valoraciones tanto de lo independiente como las relaciones con instituciones y pares, las presentamos en la tabla 10: “Relación de cada sujeto y el capital simbólico que poseen a partir de sus valoraciones”.

Sujetos	Capital simbólico		
	Ciclo y cadena editorial		
	Reconocimiento de pares	Definición de independiente	Pertenencia a organizaciones
-Luis	-Reconocimiento del trabajo de Mantis Editores	-Tensión entre el reconocimiento y la no identificación	-Organización LL para ingresar a FIL
-Diego	-Reconocimiento y respeto de Andrés	-Identificación sin peso en el discurso	-Sin pertenencia
-Andrés	-No reconocimiento ni respeto por Luis. Identificación con pares de la Ciudad de México, reconocimiento de Mantis Editores	-Militancia asumida	-Pertenencia a la Alianza de Editoriales Mexicanas Independientes (AEMI), con sede en México
-María	-Reconocimiento de Andrés y de Mantis Editores	-No identificación independiente	
-Marcos	-Reconocimiento de los pares que conforman “La otra Fil”. Reconocimiento de Mantis Editores	-Posición e identificación a partir de lo independiente	-Pertenencia a la Red de Revistas y Editoriales independientes (Ciudad de Guadalajara) -Pertenencia a la Red Internacional de editores y proyectos alternativos (RIEPA) con sede en España
-Pedro	-Reconocimiento de Jesús, de Andrés y de Mantis Editores	-Posición asumida más no reconocida. (No identificación)	-Sin pertenencia

-Jesús	-Reconocimiento de Andrés y Mantis Editores.	-Identificación sin peso en el discurso	-Perteneencia a la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem)
--------	--	---	--

Tabla 10. Relación de los editores y el capital simbólico que poseen.

5.2.1 “Emergencia” de agentes independientes en un entorno específico

¿Son los editores autodenominados “independientes” agentes emergentes? Hablar de emergencia, más aún, caracterizar emergencia es complejo, sobre todo cuando los agentes se develan e identifican en el discurso a través tensiones dicotómicas. Si bien existen múltiples definiciones de lo que puede ser reconocido como emergencia, traemos a cuento una de las más aceptadas y que hemos descrito líneas arriba. Para Goldstein (2002) la emergencia está asociada con el surgimiento de estructuras nuevas y coherentes, patrones y propiedades durante el proceso de auto-organización en los sistemas complejos. Las características comunes, aunque no necesariamente determinantes de los agentes emergentes son: novedad radical (características que no han sido observadas previamente en los sistemas o en los sujetos); coherencia y correlación, esto indica que se mantienen a ellos mismos con criterios estables de identidad por un periodo de tiempo; nivel macro o global (por ejemplo hay una cierta relación con otros sujetos en otros ámbitos, elemento que sí está presente en los editores independientes de la ZMG); es el producto de un proceso dinámico (se desarrolla); y posee visibilidad, es decir, puede ser percibido.

De tal forma utilizamos la noción de agentes emergentes como término descriptivo que apunta a ubicar patrones, estructura o propiedades que caracterizan a determinados sujetos. En este espacio es oportuno destacar de qué manera las dinámicas culturales de los editores independientes en sí son un sustrato mucho más factible para la emergencia desde la intención de visibilidad de los sujetos que se autodenominan “independientes”, más que de posicionamientos radicales o novedosos, o de coherencia y correlación que señala Goldstein. Hasta este punto, concedemos tan sólo la visibilidad emergente de los sujetos que bajo la autodenominación “independiente” adquieren.

Como mencionamos en líneas anteriores, hay un contraste, por una parte de auto marginalización y por otra de autonomía en las prácticas. El término *independiente* se vuelve una forma de identificación, ubicación y al mismo tiempo un término de no

reconocimiento por lo que la inclusión de los agentes bajo esta denominación se establece en la práctica (sólo a través de la participación en foros, ferias y encuentros independientes), mientras que en las interacciones (a través del reconocimiento de pares, de los lectores y mediadores en el espacio público) y en su discurso es ambiguo.

Las características reconocibles del campo editorial por parte de los sujetos entrevistados coinciden en la configuración de un espacio editorial constreñido, cerrado, de difícil acceso y de difícil posicionamiento, éstas son apenas algunas de las características del entorno editorial en la ZMG que pudieran definirse como adversas a partir de su propio discurso. Al respecto los marcos en los que interactúan los editores se caracterizan por la presencia de conglomerados transnacionales y nacionales en la ciudad de Guadalajara, la preponderancia en la producción de libros de texto y la participación del estado tanto en su producción como en la compra a editoriales privadas; las cadenas de librerías nacionales al igual que la presencia de librerías de un solo establecimiento. Todo ello desde el marco legislativo del precio único del libro.

De tal forma la prefiguración independiente adquiere su propio significado en el contexto mexicano y de la ciudad de Guadalajara a partir de la oposición al estado de cosas imperante. Como hemos podido dar cuenta tanto en la descripción de las interacciones desde la trayectoria de los sujetos, como en sus valoraciones, la independencia actual ha permeado los rastros de una terminología pasada; sin embargo, la autodefinición actual está asociada, discursivamente, con la idea de un espacio constreñido y con estrechas ventanas de visibilidad.

Con base en el registro de “lo independiente” como un fenómeno discursivo internacional caracterizado muchas veces desde “la bibliodiversidad” y como apuesta de visibilidad podemos establecer una emergencia terminológica, debido a que se trata de otra caracterización de lo independiente con respecto al entorno específico desde el cual se definen. Sin embargo, esta posible emergencia en la discursividad no puede ser equiparada con la emergencia de agentes diferenciados en el campo editorial, elemento que es parte central de la investigación y del que más adelante podremos dar cuenta.

5.2.2 Caracterización de independencia de acuerdo a su posición

En términos generales, la resignificación de algo (en este caso la noción “independiente”) parte de una apropiación de los sujetos, de su aprehensión y puesta en práctica. Sin embargo, ambas dimensiones: discurso y acción, pueden diferir y en muchos casos lo hacen. La disociación entre ambas puede atribuirse a diversas cuestiones, en este caso, los marcos de acción de los mismos sujetos a partir de la estructura del espacio, pero al mismo tiempo por la condición azarosa implícita en las trayectorias, y con ello a las posibilidades de acceder a otros espacios o agentes; es respuesta a la necesidad de pertenecer al campo y de ser reconocido dentro del mismo para construir capital simbólico.

A partir de lo aportado por el grupos de análisis es pertinente delinear el trazado discursivo de lo independiente de acuerdo a la posición que estos sujetos “ocupan” en el campo, como uno de los elementos determinantes que dotan de identidad y sentido a sus prácticas. Así, la definición de independencia, a pesar de las mediaciones tanto desde la figura del autor como de las instituciones en las prácticas de producción y distribución, radica en los márgenes que posee el editor para tomar la decisión final de editar algo o no; sin “presiones” aseguran ellos. Es evidente cómo las acciones de los editores se ven constreñidas, de cierta forma, por presiones externas a su autonomía.

Lo independiente, desde la autodefinición de los mismos sujetos es asociable con la “apertura” de espacios para autores “no institucionalizados”, aquellos que no tienen en principio trayectoria forjada, a saber, capital simbólico que los valide. Lo anterior, en otros sujetos es apreciable como una contradicción debido a la tensión que hay entre esta valoración y la búsqueda de autores “consolidados” en el campo; ya sea a través de la cadena de contactos o la economía de favores, incluso a través de la adquisición de derechos con remuneraciones económicas de por medio, práctica que aparece en menor medida, debido a las características de los sujetos, pero que también es referida en más de uno de los informantes.

Hay una concepción de lo independiente mucho más débil en la definición de los sujetos, a partir de las interacciones al interior de la casa editorial, con el equipo de trabajo y ésta se traduce en la autonomía sobre el tipo de producción que se genera. La forma de

dictar los tiempos y espacios dedicados a ello, contar con la infraestructura y el capital humano adecuados para realizar las actividades, así como la elección del tipo de impresión, en el caso específico en el que se pondera al libro como objeto y la manufactura del mismo como un elemento que genera “libertad” de producción. Así pues, cuando la producción es tan pequeña, desde la elección del autor hasta el diseño e impresión limitan los tiempos de la editorial, condicionan y re-definen de manera importante lo que se puede o no hacer y buscar.

Esta visión se contrapone de manera mucho más general, en varios de los sujetos, que no poseen el capital humano, ni el económico traducido en la infraestructura que les permita establecer sus pautas temporales, por lo que tienen que depender de los tiempos que dictan colaboradores externos al equipo de la editorial, así como de los impresores y la maquinaria operativa de otras editoriales “No podemos nosotros con la maquinaria que está parar el libro de texto para meter uno de nuestros títulos” (Entrevista con Marcos).

La caracterización “independiente” en la mayoría de los sujetos está dissociada de la valoración de la postura e injerencia de las instituciones, e incluso de las interacciones con las mismas. Discursivamente aparece una reiterada necesidad de apoyo, sobre todo del Estado, así como en la práctica una serie de interacciones en las que las instituciones median alguna parte del proceso de producción, tanto en el ciclo inicial como en la cadena editorial. “Hemos hecho cuatro ediciones, o cinco, o hasta seis, ediciones con Conaculta” (Entrevista con Diego). En este caso las coediciones con instituciones aparecen como prácticas reiteradas, frente a una necesidad de apoyo institucional, sobre todo del estado. “No hemos hecho ninguna coalición con el Gobierno de Jalisco, ni con la Universidad de Guadalajara, ni con el ITESO, triste ¿no?, deberían de apoyarnos más” (Entrevista con Luis).

En mucho menor medida aparece una tensión entre lo institucional y la autonomía editorial como condicionante de la enunciación independiente, pero esto es más la excepción discursiva que la reiteración. “Estamos nosotros, quizá otra editorial, Mantis y los demás casi ya no cuentan porque no tienen estructura y están las editoriales universitarias, están las del gobierno, pero no son independientes viven del presupuesto, y algunas otras de libro de texto que nomás se dedican a eso” (Entrevista con Andrés).

Desde las interacciones de confianza y unidad, así como la fragmentación entre los pares, la denominación “independiente” conlleva edificación o rechazo de quienes se definen de esta forma y desde los espacios de enunciación discursiva, es decir, desde la validación y cobijo institucional, a partir de las organizaciones que tienen como una de sus identificaciones en el término. Esto marca una diferencia con quienes se asumen bajo el mismo pero no poseen ningún espacio de reconocimiento institucional que valide su posición en el campo. En este caso la “in-dependencia” es asumida desde los espacios de reconocimiento y la cadena de contactos de los sujetos para hacerse pertenecer a alguna organización. Los cuales representan nichos de posicionamiento simbólicos, en los que pertenecer acrecienta el capital que ya se posee.

5.2.3 La autodenominación “independiente” como estrategia de visibilidad

¿Qué pasa cuando esta valoración de independencia involucra la emisión de un discurso desde uno de los mayores espacios de visibilidad para los sujetos de la Zona Metropolitana de Guadalajara, como es la Feria Internacional del Libro de la ciudad? ¿Dónde podemos encontrar los acentos? ¿Dónde las tensiones? Pues bien, como enunciamos con anterioridad, utilizamos como un elemento de análisis explicativo el texto que corresponde a la Declaración de los Editores Independientes del Mundo Latino,²⁷ dentro del marco de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, a partir del foro Los Editores Independientes del Mundo Latino y la Bibliodiversidad realizado en 2005.²⁸ Durante estas fechas los editores convocados acordaron el documento “declaratorio” y lo hicieron público. Dentro de los firmantes, 70 editoriales, 13 corresponden a México y tres a la Zona Metropolitana de Guadalajara, de las cuales podemos identificar a algunos sujetos de la muestra seleccionada.²⁹ De las editoriales mexicanas firmantes, aparece como un decimocuarto

²⁷ Ver anexo, p. 201.

²⁸ El encuentro se llevó a cabo los días 27, 28, 29 y 30 de noviembre de 2005. Organizado por el Cerlalc y la FIL. Una segunda emisión del mismo está planteada para la FIL 2012, denominado “II Encuentro de Librerías y Editoriales Independientes Iberoamericanas, Otra mirada”, queda pendiente este análisis, que ya no podemos incorporar al trabajo de la investigación pero que continúa abonando al objeto, para posteriores reflexiones.

²⁹ A excepción de las editoriales de Pedro y José que ya estaban conformadas para estas fechas pero que no participaron del congreso, las demás editoriales que conforman la muestra no aparecen en el documento debido a su constitución posterior a 2005.

agente la AEMI que soporta desde la construcción institucional la enunciación independiente.

La enunciación de la declaración parte del reconocimiento de la Convención sobre la Protección de la Diversidad de las Expresiones Culturales de la UNESCO, ésta es la plataforma de referencia y validación más importante de la declaración. En el discurso las expresiones están redactadas en futuro –es decir, como objetivos, pretensiones y deseos, a partir de un estado inaceptable de cosas– y parten de las interacciones que “podrían establecerse” a partir de ese momento. Como ejemplo, mencionamos el planteamiento de organización entre pares donde las prácticas de producción se configuran a partir de una definición reducida del riesgo en la decisión de editar algo, a través de la economía de favores. Por tanto, al menos en el discurso, los agentes potencializan la intención de coedición entre los pares como una práctica que facilitaría de alguna forma la producción de libros “Nos comprometemos colectivamente a promover acuerdos comerciales solidarios, particularmente suscitando y desarrollando procesos de coedición, traducción, difusión común entre editores” (Declaración de los Editores Independientes del Mundo Latino, 2005, p. 1).

Los editores pretenden fomentar relaciones mucho más sólidas de las ya existentes con los agentes de la distribución no estructurada –los librereros–. Dichas interacciones las plantean en términos de confianza y diálogo como una forma de establecer mecanismos de distribución seguros y directos, en los que se “negocien” de manera diferenciada a la intervención del distribuidor, los precios del libro. Esta forma de interactuar de manera diferenciada a la “estructura de distribución tradicional” parte del reconocimiento de alternativas a la lógica del campo.

La identificación de lo independiente, desde los espacios diferenciados de distribución, está relacionada con una construcción de lo cultural frente a lo comercial, como una tensión que discursivamente soporta el reconocimiento de su posición en el campo. Al respecto, lo independiente les es propicio como diferenciador de los otros agentes –no independientes– “hacemos un llamado a todos los editores independientes para agruparse a nivel nacional, regional e internacional en asociaciones y colectivos que nos permitan defender mejor nuestros derechos” (Declaración de los Editores Independientes del Mundo Latino, 2005, p. 1).

Para los sujetos que enuncian existe la necesidad de crear espacios de interacción directos con el espacio público en dos direcciones: la intención de conformar espacios de difusión autónomos a los ya establecidos, y el soporte de políticas públicas en favor de la promoción de la lectura, como una posibilidad de formación de sus propios públicos. “Queremos comprometernos, por todos los medios a nuestro alcance, en acciones de promoción de la lectura. Es imprescindible para el mundo editorial independiente, procurar que la mayoría aprecie la lectura” (Declaración de los Editores Independientes del Mundo Latino, 2005, p. 2).

Uno de los ejes con mayor fuerza en el discurso es la propuesta de redes entre los editores, éstas como espacios de confianza y solidaridad, de unidad frente al campo, lo que permite, desde lo discursivo, una re-definición de las interacciones con los demás agentes con los que se vinculan. Lo anterior desde la toma de conciencia de los sujetos sobre la estructura del campo y su posición en el mismo a partir de la valoración “lógica financiera”. De esta manera, la asociación sería una vía alternativa que les permitiera re-significar su postura en la negociación de contratos tanto de autores reconocidos, como de editores e instituciones, en la búsqueda de un plano más horizontal que apunte a reducir las relaciones desiguales entre los agentes “congregados”, “unidos” y los agentes individuales. Thompson (2010) señala para el campo editorial independiente anglosajón e inglés acciones de unidad bajo la economía de contactos, en la ayuda mutua que se prestan, como una vía que permite el fortalecimiento frente a las condicionantes de la estructura del campo editorial. Este mismo fenómeno se aprecia como una intencionalidad desde el discurso. La búsqueda de unidad conlleva de forma inherente una posibilidad de posicionamiento “en defensa” del libro como bien simbólico y de sentido.

En su discurso los agentes reconocen explícitamente “el poder” de las instituciones como espacios de validación, prestigio y reconocimiento, por lo que plantean la necesidad de intervención institucional, sobre todo pública, como mediadora de la constitución de redes entre pares. Esta postura permite una asociación de las interacciones entre iguales con los espacios reconocibles en una búsqueda de visibilidad a sus acciones “reconociendo la importancia de este encuentro, instamos a sus organizadores a prever dentro de sus programas, acciones que permitan reforzar la solidaridad entre los actores del mundo del

libro, en particular en el plano internacional” (Declaración de los Editores Independientes del Mundo Latino, 2005, p. 2).

De acuerdo a este planteamiento los sujetos dan sentido a su práctica a partir de las redes y posibles interacciones con los lectores en el espacio público. Dichas interacciones las podemos interpretar como tendientes a la horizontalidad entre ambos agentes, en las que el editor funge como mediador en la cadena de construcción del libro como elemento de sentido para el lector. Al preponderar las relaciones directas en prácticamente todas las propuestas anteriores, los sujetos las plantean como espacios por explorar en la búsqueda de autonomía en las interacciones entre los editores y los diversos agentes del campo editorial. Sin embargo, al establecer comparaciones con los aspectos ya señalados, la enunciación independiente desde su organización, puesta en escrito y dada a conocer en el espacio público, en un espacio institucional mediático, permite, con sus propias dimensiones, caracterizar dicha enunciación como un aspecto que potencializa un área de visibilidad de sus identidades, pero sobre todo sus posiciones.

5.3 Interacciones durante las prácticas de producción

En la intención de publicar –diseño, desarrollo y puesta en escena pública del libro– las interacciones de las prácticas de producción conllevan una serie de contactos entre los diversos agentes que componen el campo. De esta forma, es en el ciclo editorial donde los agentes conforman y reconstituyen sus prácticas desde las nociones que tienen de su posición e identificación en el campo.

Así, la decisión de editar algo, como primer elemento de objetivación de un texto en libro, parte de la tensión entre la autonomía en la toma de decisión, la inversión del riesgo y la decisión de compartir ese riesgo bajo el binomio editor-autor, editor-instituciones, en una inversión en conjunto o coedición. Bajo estas características la relación con los autores que tienen “posibilidades de ser publicados” se da a partir de la cadena de contactos: recomendaciones y valoraciones del nombre del autor, así como los lazos de amistad y la relación entre profesores y alumnos (desde los talleres literarios) “la idea medular sigue siendo esa. Yo doy talleres aquí en mi casa los jueves y los sábados. Y siguen viniendo [los

talleristas], ahorita tengo una fila así –señas con las manos– como de seis libros de mis alumnos que ya están listos para publicar” (Entrevista con María).

Otra práctica recurrente, aunque se presenta en menor medida es la dictaminación de autores con los que no tienen relación previa. Para la mayoría de los sujetos no es una práctica tan común, a pesar del reconocimiento de originales que llegan a sus puertas por diversos medios. Sin embargo, de cualquiera de las formas de contacto y decisión de editar algo, las interacciones entre editor y autor se fortalecen a partir del contacto directo, del diálogo y la confianza, que funcionan como el lazo más perdurable entre ambos.

La ausencia de agentes literarios en esta dinámica, debido a las condiciones del campo editorial mexicano, así como la marginalidad –determinada sobre todo por el limitado capital económico de que disponen– en la que se mueven las editoriales, impide que esta intermediación entre editor y autor sea posible, de tal forma que la confianza se muestra como elemento básico en la interacción entre ambos. Todo ello permite disociar los espacios de incursión de uno en el trabajo del otro con mayor confianza. En el caso del editor-autor puede involucrarse más en el trabajo de edición e incluso llega a darse una absorción total o parcial de éste en la inversión del capital económico.

Al respecto la decisión de inversión por parte del autor la denominamos mediación (Thompson, 2010), una función de intermediario en la que agentes median en las relaciones o en los procesos que de forma tradicional corresponden al editor, es un poder de acción en medio de una práctica o una interacción. De tal forma, la inversión del autor, como mediación en el proceso de edición “facilita” la generación de un libro aunque constriña los marcos de acción de los editores de forma externa a su valoración de calidad. “No me interesa hasta ahorita, ganar dinero de un proyecto al cual yo no le invertí, si no el autor” (Entrevista con Luis).

Con las instituciones las interacciones también están enmarcadas bajo la confianza de ambas partes. Tanto de quien invierte el capital, como de quien se encarga de llevar a cabo el trabajo. En esta relación, a partir de la cadena de contactos, los sujetos buscan coediciones con instituciones públicas y privadas. En esta cadena de contactos, otra práctica común es el concurso directo por becas o coediciones en donde las interacciones ya aparecen registradas por un contrato formal de ambas partes. Sin embargo, no hay un

acceso a fondos directos que ofrezca el Estado a los editores de la ZMG. En todo caso, el acceso al capital económico es a partir de las coediciones.

Como la anterior, en las coediciones con las instituciones la inversión económica es, en la mayoría de los casos, totalmente asumida por estas últimas por lo que los marcos de decisión del editor se vuelven estrechos. Una característica de la mediación institucional en la decisión de editar es la posibilidad de elegir el tipo de impresión y tiraje a un rango mayor. Como caso atípico un editor refiere la impresión de ocho mil ejemplares en la mediación institucional, para un proyecto específico. Éste es quizás, el tiraje más fuera de rango de todos los editores de la Zona Metropolitana de Guadalajara, que en su mayoría tienen como límite mil o incluso quinientos ejemplares desde la impresión digital, como una forma de reducir el riesgo en su inversión de capital.

De tal forma, los marcos de acción del editor, en muchos casos, se ven influidos por las mediaciones ya señaladas, por lo que la valoración del autor o del texto y la posibilidad de rechazar con base en ello es, de cierta forma, limitada. Thompson (2010) figura un constreñimiento de la decisión del editor a partir del crecimiento del agente literario y su capacidad de mediar en el contacto con el autor, la diferencia aquí es que esta delimitación está mediada por el agente literario y por los intereses de las casas editoriales. En este mismo sentido apunta a cómo la autonomía de creación del autor se ve delimitada por los editores y agente en la búsqueda de libros comparables o equiparables en el mercado. En este caso es una relación de delimitación en dos vías, que con los editores autodenominados “independientes” de la ZMG, se presenta unidireccional desde las prácticas de producción.

En la conformación de la cadena de suministros, desde la posesión de capital humano, es común que los editores se enfrenten al establecimiento de una casa editorial con trabajadores fijos, en los que se incluyen en algunos casos los impresores, frente a un tipo de servicios de contrato por proyecto (*freelance*). De acuerdo a su posición simbólica y económica en el campo es como se conforman las editoriales, por tanto, hay quienes buscan la reducción del riesgo a partir de la economía de favores, traducida en la contratación de servicios de manera externa. Otra práctica común que resalta Thompson (2010) de los pequeños editores, incluso de los editores dentro de las grandes casas editoriales.

En algunos casos las interacciones de los editores con el equipo de trabajo están definidas a partir de una relación de amistad y trabajo en conjunto de largo alcance, otras están relacionadas con un factor de beneficio mutuo, como el caso de la búsqueda de prestadores de servicio social de las universidades (correctores y diseñadores, principalmente). Al respecto, esta última forma de buscar quién trabaje desde este sistema es equiparable con la economía de favores de ambas partes en una mutua conveniencia: ahorro en la inversión de capital y de espacio para incursionar en el campo laboral.

Algunas editoriales funcionan bajo el modelo de consejo editorial con lo que el riesgo en la decisión de editar, dictaminar, valorar y conformar algo (libro) es compartido con los demás, aun cuando la decisión final invariablemente la toma el editor. Este compartir les permite pautas de certeza frente aquello que se presenta para publicación. Cuando no trabajan bajo la organización de consejo editorial, agentes externos, en muchos casos, especialistas en las temáticas abordadas, brindan ese pequeño espacio de certidumbre al editor; sin embargo, la decisión final es un riesgo no compartido, por lo que estas interacciones se dan en la búsqueda, precisamente, de elementos de certidumbre.

Otro tipo de interacciones en la cadena de producción de libros entre editores e impresores se consolida a partir de la confianza mutua y las relaciones que se establecen a largo plazo. De éstas podemos traducir consideraciones conjuntas en la decisión de editar y la iniciativa editorial, en algunos casos estas decisiones surgen desde el impresor al editor a partir de la economía de favores cuando se posee capital económico para construir una editorial con los insumos y la infraestructura que ya se tienen. En este caso ambos son negocios diferenciados que en algún punto se tocan y confluyen en una visión compartida. La reducción de costos en los insumos permite también una reducción del riesgo en la inversión del capital.

Por su parte, los impresores, en algunos casos, actúan como agentes de delimitación en las decisiones de impresión y tiraje, ya que en cierta medida establecen sus pautas de impresión a partir de sus capitales tanto humano como económico, con esto, de nueva cuenta los marcos de acción de los editores se constriñen, ahora en las decisiones formales de la constitución del libro como objeto “no hay[...] ningún impresor que te imprima tres mil ejemplares. No lo hay, su tope son 500, entonces te dicen: le hago un presupuesto por 500” (Entrevista con Jesús)

En las prácticas de producción de los editores otra de las interacciones generadas son las de intercambio con los pares, sobre todo extranjeros, en la coedición o negociación de contenido. Éstas también se generan de manera directa con base en la confianza como una forma de trabajo reiterada a pesar de la distancia y el poco o nulo conocimiento previo que se pueda tener del otro. Dichas coediciones aunque no son tan comunes como la mediación del autor o las instituciones en la decisión de editar sí conforman otra manera de compartir el riesgo, en la que se incluye también las negociaciones sobre el tiraje y tipo de impresión. En la tabla 11: “Relación de las interacciones, su caracterización y las prácticas de producción”, presentamos las características de las interacciones, su ubicación y la relación que de estas se desprende en las prácticas.

Contacto	Características de la interacción	Ubicación de la interacción	Prácticas de producción
Editor- autor	-Interacción directa basada en el diálogo y la confianza -Valoración de los editores sobre los autores	-Decisión de editar	- Mediación en la edición. (coediciones) -Inversión de capital económico por parte del autor -Cadena de contactos en la búsqueda de autores
Editor-Equipo de trabajo	-Relaciones directas, cercanas a la amistad -Mutua conveniencia -Riesgo compartido vs. Riesgo asumido por el editor	-Decisión de editar -Tipo de impresión -Consideraciones del libro como objeto	-Contrataciones y conformación de un equipo de trabajo vs. Trabajo por proyectos (freelance) -Economía de favores entre agentes en la confección del libro
Editor-impresor	-Relaciones a largo plazo basadas en la confianza	-Decisión de editar	-Iniciativa editorial en conjunto. Economía de favores en el aprovechamiento de materiales (reducción de riesgo)
Editor-instituciones públicas	-Relación directa basada en la confianza -Relación mediada por un proceso de selección	- Decisión de editar	-Mediación en la inversión del capital económico. Reducción de riesgo
Relación entre pares	-Relación basada en la confianza y la responsabilidad vs. fragmentación	-Decisión de editar	-Coediciones con pares extranjeros sobre todo

Tabla 11. Caracterización de las interacciones desde las prácticas de producción.

5.4 Interacciones en las prácticas de distribución

Las prácticas de distribución, como parte de la cadena editorial, reflejan sus propias interacciones desde la lógica del campo en donde el aparato de distribución tiene injerencia en la forma en cómo llegan los productos libro al espacio público, los lugares que se asigna de acuerdo a la posición que las casas editoriales y los editores tienen en el campo, a partir del capital simbólico.

Para los editores autodenominados “independientes” de la Zona Metropolitana de Guadalajara las prácticas de distribución aparecen en dos sentidos: a través de una mediación de agentes (autores, distribuidores) o de forma directa por los editores. Ambas formas de interacción con sus características específicas. En algunos casos la relación directa de diálogo y confianza entre editor y autor genera pautas que permiten otro tipo de interacción del autor con el espacio público en la distribución, a partir de las presentaciones de libros como prácticas recurrentes en instituciones públicas y privadas, así como la difusión entre amigos. En otras palabras, es la cadena de contactos la que los autores vuelven articulable para la venta de sus libros. “Los libros en los stands no, por parte también del escritor se les pide que se muevan” (Entrevista con Marcos).

En el equipo de trabajo no se contemplan operaciones estratégicas de mercadeo para la distribución de los materiales. La mayoría de las editoriales no cuenta con personal para realizar este trabajo, por lo que el editor asume este cargo como propio o a partir de las mediaciones ante señaladas, mientras que el equipo se concentra en la producción del material. En la práctica de distribución que busca el enlace con librerías hay, como ya habíamos señalado con antelación, dos tipos de interacción: una de forma directa con los espacios de comercialización y otra mediada por agentes, en este caso distribuidores. La primera se establece a partir de la cadena de contactos y apertura de espacios en la Zona Metropolitana de Guadalajara, que de cierta forma son ubicables como librerías independientes debido a que no pertenecen a cadenas de librerías nacionales. Algunos editores incluso hacen de los espacios de comercialización informales como los puestos de periódicos espacios propicios para la distribución.

La segunda práctica, a partir de los agentes de distribución, es anhelada pero poco exitosa. Las interacciones que se desprenden de ella son fragmentadas, fallidas e

inconsistentes, en la mayoría de los casos. Al respecto la negociación entre ambos es desde espacios desiguales. El distribuidor establece sus condiciones para la negociación como el porcentaje en la distribución, la forma de convenir el acuerdo –muchas veces de palabra– y con libros bajo consignación por lo que es más complicado recuperar el material si el contacto incumple. María refiere cómo los dos intentos de distribución a través de esta práctica fueron fallidos “firmamos contrato con un distribuidor en México muy serio, nunca entregó[...]le mandé 200 mil pesos en libros y nunca se apareció el señor ni para nada, ahorita estoy en la misma situación con otro. Ése señor se murió, entonces menos”.

Por su parte, Andrés menciona cómo los distribuidores pactan diversos porcentajes por libro. Ello afecta directamente a la valoración del producto mismo, ya que inevitablemente se genera un proceso de inflación en el precio por parte del editor, que busca recuperar su inversión.

Cuando es a través de un distribuidor, el distribuidor se queda con un porcentaje y le da otro porcentaje al librero, o cuando lo hacemos directamente con el librero, bueno el librero se queda con un porcentaje, y estos van, estos fluctúan de entre el 50% al 40%, al 35% [...] hay otros que cobran hasta el 65% y he sabido que hay gente que ha cobrado hasta el 80%, entonces imagínate con ese 20% ¿qué te queda? (Entrevista con Andrés).

Otra práctica común en la distribución de forma directa por el editor es la búsqueda de espacios institucionalizados para la venta de los libros, en la mayoría de los casos las ferias y los encuentros de editoriales se vuelven el canal de distribución propicio para ellos. La FIL es reconocida por la mayoría como el principal espacio de recurrencia, presencia y visibilidad a pesar de los costos y ganancias. La Feria de Frankfurt como una de las mayores a nivel internacional, aparece en varias ocasiones como un espacio al que les fue permitido acceder a partir de la mediación de la FIL como evento institucionalizado de peso en el campo. Estos espacios introducen a los editores a canales reconocidos y validados, en los que las interacciones con el espacio público como con los pares son de forma directa en el reconocimiento del otro que está ahí y que les permite entablar diálogos. Ello a pesar de la autonomía discursiva con la que se definen y que los caracteriza en esos espacios,

sobretudo en la FIL en donde el pasillo LL es un espacio de encuentro entre algunos editores “independientes” de la Zona Metropolitana de Guadalajara y otros estados.

Otra práctica recurrente en algunos editores es la distribución desde los espacios de comercialización institucionales como las librerías del Estado de Jalisco, La librería Educal y las librerías del Fondo de Cultura Económica³⁰ con presencia en Lationamérica, en donde es, desde la enunciación de los sujetos, más complicado acceder. Ingresar a estos espacios, al igual que los de venta directa como las ferias, tiene que ver con su posición en el campo y su trayectoria, ambos como elementos objetivables del capital simbólico que van construyendo los editores.

Al respecto, las interacciones que surgen de este tipo de prácticas es de forma directa y a través en algunos casos de la cadena de contactos y de la misma validación de la posición que el editor ocupe en el campo. Algunos editores refieren cómo formar parte de un grupo institucionalmente les abre las puertas, además, la conformación de redes les permite ingresar con mayor facilidad “Formamos parte de una asociación que se llama LL que tenemos nuestro Stan en la FIL” (Entrevista con Luis). Estas prácticas les permiten establecer interacciones de organización y cooperación para fines específicos que no van más allá de lo ya pactado. La distribución a partir de los contactos de pares en otras partes de México y el extranjero es una práctica no institucionalizada que involucra la participación de los otros. Este tipo de interacción sigue la línea de la cadena de contactos y sobre todo la economía de favores entre pares que participan de coediciones o por relaciones de amistad, lo que influye en la distribución de “mano en mano”.

Las interacciones con el espacio público son planteadas en dos direcciones: a partir de prácticas que permean estrategias de difusión y visibilidad en los espacios digitales con relaciones directas y horizontales en redes sociales, en un fenómeno que Thompson (2010) reconoce en los pequeños editores anglosajones como contactos en la blogósfera y otros a partir de la mediación de comunicadores en el espacio público, estas últimas interacciones son en un espacio constreñido por las posiciones de poder de los editores frente a al que

³⁰ Actualmente el Fondo de Cultura Económica ofrece para los sellos independientes su servicio de venta por Internet, bajo el slogan “Sellos Independientes”. De los sujetos entrevistados tres están en este catálogo y cuatro son de la ZMG. Los demás sujetos entrevistados no conocen el espacio ni saben de los requerimientos para entrar en él.

media en el espacio público “Trato de regalarles a los periodistas un libro siempre con la finalidad sí, de que me reseñen” (Entrevista con Luis).

Para las interacciones y su caracterización en la construcción de prácticas de producción presentamos una organización similar a las anteriores que resalta las interacciones que permean las prácticas. La tabla 12: “Relación de las interacciones, sus características y las prácticas de distribución”, da cuenta de ello.

Contacto	Características de la interacción	Ubicación de la interacción	Prácticas de distribución
Editor-autor	-Interacción directa basada en la corresponsabilidad. Riesgo compartido en la distribución del material	-Proceso de distribución del producto libro	-Mediación en la distribución a través de las presentaciones de libros y la cadena de contactos: distribución de mano en mano
Editor-distribuidor	-Interacción fallida, nula o intermitente. Basada en la desventaja de posiciones	-Proceso de distribución del producto libro	-Negociaciones sobre los porcentajes en la distribución -Libros a consignación bajo periodos cortos
Editor-librero	-Interacción horizontal	-Proceso de distribución del producto libro	- Libros a consignación sin límites temporales, bajo negociaciones de palabra
Editor-instituciones públicas	-Relación directa con los agentes institucionalizados -Apropiación de espacios institucionales	-Proceso de distribución del producto libro	-Distribución mediante librerías institucionalizadas -Distribución a cargo del editor a partir de espacios institucionalizados (ferias) -Distribución a partir de instituciones extranjeras
Relación entre pares	-Relaciones de unidad con un mismo fin. Mutua conveniencia	-Proceso de distribución del libro	-Organización con el único propósito de tener un espacio en FIL
Editor-mediadores del espacio público	-Contacto directo con los mediadores. Mutua conveniencia vs. poder de difusión de los mediadores -Distribución directa sin interacción entre los mediadores	-Proceso de distribución del libro	-Cadena de contactos en la búsqueda de espacios mediáticos -Economía de favores: regalos del editor al mediador en busca de retribución a partir de la difusión

Tabla 12. Caracterización de las interacciones desde las prácticas de producción.

5.5 El juego de las interacciones en el campo editorial. Adquisición de derechos de contenido intelectual

Jesús señala la dificultad que conlleva el adquirir derechos, e incluso vender los suyos; ésta no es una actividad que caracterice a los editores de la Zona Metropolitana de Guadalajara. “Nunca pude yo realmente vender derechos de autor, ¿por qué? [...] muchos de los libros que yo publiqué de editores nacionales no eran suficientemente importantes para los que venían de Estados Unidos” (Entrevista con Jesús). Esta práctica implica la adquisición de capital intelectual, es decir, conocer los procesos de adquisición internacionales y entablar relaciones con los otros: editores o autores nacionales y extranjeros.

Al respecto son dos las prácticas que se realizan con mayor énfasis tanto para la compra de contenido intelectual como para la estipulación de los contratos entre autores y editores. En el caso de estos últimos las negociaciones de contratos suelen darse de manera formalizada (por escrito) y de manera informal en donde el poder de la palabra adquiere mayor relevancia, ésta es la más común en muchos de los editores que entablan relaciones de negociación con los autores. En estos casos, el pago al autor también se estipula a través de la remuneración en especie, equiparable a una economía de favores, en las que el libro como objeto simbólico es la moneda de cambio. La confianza en el otro es la caracterización de interacción más fuerte en estos casos debido a que el riesgo en ello aumenta. En esta asignación de contratos estipulan el tiraje, el tipo de soporte, las regalías y las características de la sesión de derechos, en muchos casos éstos son “negociados” para un solo tiraje, por lo que cualquier decisión de re-edición tiene que, forzosamente, volverse a pactar.

“Yo por cada edición hago un contrato, que es lo correcto, si yo imprimo el libro de la señora, o la señorita ésta, hago un contrato por 500 ejemplares que le llamo “tiro de prueba”. Se van rápido, le hablo por teléfono y le digo: Sabe qué, buenas noticias se agotó su libro. Estoy mandando un segundo contrato por otros 500 ejemplares” (Entrevista con Jesús).

La negociación de derechos, mayormente involucra las interacciones con los pares en espacios institucionalizados, es una práctica ocasional que realizan, sobre todo, con editores extranjeros. Sin embargo, las posiciones en el campo de cierta manera caracterizan estas interacciones traducibles en negociaciones diferenciadas, desiguales, con lo que se dificulta “la compra” desde la posesión tanto de capital económico como simbólico. Por tanto, es casi imposible la venta de derechos a partir de la valoración que los pares, con los que se negocia, hacen del catálogo en donde el peso del riesgo se antepone al de la valoración del contenido. En la tabla 13: “Relación de las interacciones, sus características y las prácticas de adquisición de contenido intelectual”, mostramos las negociaciones y compra-venta de derechos.

Contacto	Características de la interacción	Ubicación de la interacción	Prácticas resultantes
Editor-autor	-Interacciones de negociación: compra/venta de forma directa	-Negociaciones y adquisición de contenido intelectual	-Asignación de contratos: de palabra vs. firmados -Negociación de compra de derechos vs. derechos regalados a través de la cadena de contactos y economía de favores -Negociación de regalías a través del tiraje compartido vs. pago en efectivo
Relación entre pares	-Interacciones de negociación diferenciadas a partir de la posición de los editores en el campo	-Negociaciones y adquisición de contenido intelectual	-Dificultades en la negociación de compra-venta de derechos

Tabla 13. Caracterización de las interacciones desde las prácticas de adquisición de contenido intelectual.

5.6 Valoración del “producto libro” como dispositivo de significación en las interacciones

Después de conocer las valoraciones de los editores y las prácticas de adquisición, producción y distribución del libro, consideramos necesario volver y pensar en aquello que detrás de la definición del libro subyace, como un objeto depositario de valoración simbólica y económica, así como de capital humano, escrito desde una manifestación estético-intelectual. El libro como objeto de significado y depositario del sentido de los

lectores es sólo una dimensión en la que podemos pensar, pero ¿qué significa el libro para aquellos que se dedican a su elaboración? Diego afirma: “yo siempre he dicho que nuestros libros son como un beso. Hay quien sabe besar bien y quien no sabe besar bien” (Entrevista con Diego).

En estas categorías hemos encontrado expresiones que nos permiten plantear que la construcción del libro como objeto la prefiguramos a partir de las interacciones del editor con los demás agentes y las valoraciones de la práctica editorial objetivada en el producto libro. Así, entre los sujetos es evidenciable una tensión entre la preponderancia del libro como objeto material final, frente a la del nombre del autor y su valor en el campo. Para esta caracterización juegan un papel importante tanto las interacciones entre los autores, la valoración que hacen del mismo y la trayectoria de los editores, sobre todo lo correspondiente a su formación profesional como elemento que desde la trayectoria influye en dicha valoración. Los relatos expresan justamente formas diversas de asumir el ejercicio del rol respondiendo al desarrollo que ha alcanzado cada profesional en cuanto a la construcción de su subjetividad profesional.

Pensar y articular la imagen del libro, desde su concepción hasta sus acabados formales, es la clave de distinción y visibilidad para algunos editores, “el gusto por los libros como objetos, o sea, el descubrir de manera casi empírica que un libro digamos bien organizado, con una portada no sé, bien hecha o bien diseñada, aparte obviamente del contenido que puede ser muy rico” (Entrevista con Pedro). Crear el libro objeto es una postura que les permite a los editores contribuir a un nicho de mercado en el que la valoración del libro se vuelve una creación “única” y pueda ser considerado bajo una denominación simbólica como *obra de arte*. De los sujetos entrevistados sólo uno refiere este trabajo tendiente al tipo de producción descrita; por sus características es un agente diferenciado en el campo.

Desde la cadena de suministros, las prácticas de producción moldean una parte de la valoración económica del libro en la asignación de precios a partir del trabajo realizado y la valoración de la “calidad” frente al reconocimiento de su posición en el campo y su asignación. Por lo tanto, el precio es un elemento de valoración simbólica de dos factores esenciales: el trabajo de todo el equipo y las condicionantes externas al control de la producción. En contrapartida a esto la valoración del libro como objeto/producto, desde su

adjudicación simbólico-económica está, de alguna forma, obligada a contemplar los costos en la distribución, que desde los canales establecidos para ellos se trazan.

Desde este ángulo, para la mayoría de los editores la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, que contempla en una de sus cláusulas el establecimiento del precio único del libro, ha sido una política que si bien no se ajusta en algunos casos a sus situaciones, en general ha fracasado en la industria editorial mexicana. Los sujetos, unos con desprecio, otros con indiferencia y perspicacia, reflejan en sus discursos las problemáticas del precio único cuando la distribución desde el sistema validado por el campo constriñe las acciones de los editores y adopta libremente el porcentaje de ganancias, a pesar de que la ley entró en vigor el 25 de julio de 2008. “Yo creo que es intrascendente porque cada editor sigue aplicando el precio que quiere, quizá pudo favorecer a aquellos lugares donde contaban con una sola librería y esta librería a lo mejor les cobraba un dineral ¿no?, pero más allá de eso, no, no le veo nada. A mí, insisto, me hubiera gustado que se hubiera fijado un tabulador” (Entrevista con Pedro)

No es parte de esta investigación el análisis de esta legislación y su impacto en la industria editorial mexicana, queda sugerida como línea de investigación abierta al respecto, sobre las particularidades del campo editorial mexicano en el contexto de la aprobación de la llamada “Ley del Libro”. Lo anterior describe sólo la percepción de una parte del campo editorial, quienes en sus particulares espacios y desde sus campos de acción, algunos con mayor posesión de capitales que otros, se manifestaron en su tiempo a favor de ella y lo siguen haciendo ahora de manera crítica.

Para algunos editores la construcción del catálogo, desde la valoración simbólica del libro, es un elemento de coherencia y consistencia de la línea editorial adoptada a partir de su posición en el campo y su concepción independiente. En este contexto la validación y reconocimiento que los pares puedan hacer del catálogo del otro es en función de la articulación de trayectoria, sentido y valoración simbólica de esa posición desde la que se permite la identificación del otro. En este mismo sentido la construcción del catálogo, en varios casos obedece a una intención de posicionarse en el mercado, de búsqueda de nichos específicos como la poesía, el libro objeto, o los libros tendientes al humor o la sátira, por mencionar algunos, esto ayuda en la construcción de una imagen y nombre simbólico en el espacio público, lo que se traduce en ventanas de visibilidad.

5.6.1 Hacia una nueva valoración del “producto libro”

Antonio Pasquali (2011) reflexiona en torno al soporte digital como un gran contenedor de información a partir de la combinación del código binario. Las reflexiones de este investigador apuntan a la continua línea de desarrollo y evolución que el lenguaje y la escritura han tenido, desde la intención de fijar en algún soporte lo que se enuncia hasta la conformación del libro en papel y ahora la conformación de un “código universal omnidenotativo” que permite codificaciones infinitas.

La configuración del soporte digital es ya un hecho en diversos espacios del campo editorial, sobre todo en otras partes del mundo donde se pueden adquirir diversas plataformas que permiten la “lectura” de textos en formato digital. Cada vez se crean más y mejores aplicaciones para la interactividad con el usuario, sin embargo, en el campo editorial mexicano resulta una realidad a medias, debido a que apenas 32%³¹ de la población en México utiliza Internet (Encuesta nacional de hábitos, prácticas y consumo cultural, 2010). En este sentido el acceso a internet es la principal delimitante con apenas seis millones, 165 mil 345 usuarios diarios de Internet (UNAM, 2011). En seguida, porque para muchos editores todavía no es una realidad “habitar la red” debido a la falta de infraestructura y capital económico para invertir en ella, así como la necesidad de capital humano formado en el área y a las limitantes naturales del riesgo que de muchas maneras conlleva el paso al libro electrónico.

Este es precisamente el panorama de los editores autodenominados “independientes” de la ZMG, que ven en el libro electrónico un nuevo nicho de mercado, poco explorado, propicio para la incursión, aunque por falta de tiempo, de capital económico, humano y cultural, todavía no es una realidad. En la mayoría de los editores el libro electrónico es un paso que inminentemente tienen que dar, sin embargo, es apenas un proyecto que prefiguraría otro tipo de interacciones y prácticas de producción y distribución. “En este momento también, digamos que estamos con la disyuntiva de ver si damos el brinco hacia lo electrónico, que desde mi perspectiva es lo que viene y aunque no

³¹ La población total en México, según datos del INEGI (2010) es de 112, 336,538, por tanto el 32% representa no más del 36 millones de personas. Tres cuartas partes de la población no tiene acceso a Internet por lo que sigue siendo, en teoría, mucho más horizontal la distribución del libro desde el soporte papel.

creo que el libro como objeto desaparezca, sí creo que va venir una revolución muy grande” (Entrevista con Pedro).

Cabe señalar que tanto Thompson (2010), Umberto Eco (2010) y otros investigadores, concuerdan en la coexistencia del soporte papel y el soporte digital, en la actualidad y el futuro próximo. La construcción e impresión del libro aún está inmersa en fuertes presiones, inversiones de capital económico y simbólico. La venta de libros por Internet en muchos casos sigue siendo en físico, la diferenciación está establecida por el tipo de espacios y de interacción desde la concepción de librería, no con el objeto. El mismo Thompson (2010) señala que la presencia del soporte digital es mucho más recurrente en el campo universitario debido a los flujos mismos de materiales entre estudiantes y pares, un campo diferenciado en dinámicas, prácticas y público del campo de generalidades y ficción.

Algunos editores hablan de su incursión en la venta de libros por Internet, pero esto no es la prefiguración siquiera del libro electrónico que pensado desde la interactividad permitiría nuevos espacios y formas de participación de los lectores. Ante esto, otros sujetos recalcaron el desinterés de la producción, reconocen la convivencia de ambos soportes: papel y digital, que a pesar de ello no está dentro de sus planes, mucho tiene que ver con la adopción de un estilo, de una línea editorial y una concepción del libro como objeto, en la que ya son identificables. “A nosotros lo que nos gusta es la mano factura, el oficio, la conversación, [...] somos en su mayoría artistas, esa es la verdad...” (Entrevista con Diego)

Pensar en el libro electrónico se vuelve una opción a las condiciones actuales de la edición en la Zona Metropolitana de Guadalajara, ayuda a prefigurar nuevas interacciones desde lo digital y nuevas vías de distribución. Con respecto a la caracterización de la posible emergencia de los agentes autodenominados “independientes” de la ZMG, ¿pensar en estas vías como una alternativa ayudaría a caracterizar una posible emergencia? Por el momento, esto es apenas un proyecto que se prefigura en los campos de acción del editor, con diversos debates y oportunidades incontables, falta esperar a que ello pueda ser tangible para analizarlo a detalle.

5.7 Las prácticas de los editores autodenominados “independientes” de la Zona Metropolitana de Guadalajara frente a las pautas tendientes a la homogeneización

Después de analizar las interacciones de los editores con los demás agentes que componen el campo tanto en las prácticas de adquisición de contenido, como de producción y distribución, así como los elementos de valoración de los editores, es pertinente ahora preguntarnos: ¿cuáles de estas prácticas muestran relación con las ya analizadas desde el campo anglosajón?, esto en relación con la búsqueda de pautas tendientes a la homogeneización, como elemento primario de la idea de espacios en los que se tiende a seguir aquello que está probado en el mercado, y que por tanto ayuda a reducir el riesgo en la inversión de capital económico y simbólico principalmente.

Desde las interacciones con el autor, las prácticas de los editores en la Zona Metropolitana de Guadalajara están caracterizadas por la confianza en una relación directa en la que el autor muestra grados de injerencia en lo que se publica a partir del ciclo editorial. En contraste, en el campo editorial anglosajón e inglés la mediación en la interacción entre editor y autor es a partir del agente literario, figura de escasa aparición en el contexto mexicano, lo cual con sus funciones constriñe los marcos de acción de los editores.

A diferencia de lo que se pudiera pensar en ambos contextos hay una búsqueda de autores, Thompson (2010) agrega el calificativo “desesperada” a tal práctica, debido a las formas en las que los editores pagan por adelantos de capítulos de los autores. Aunque esta pauta de interacción no se lleva a cabo en el contexto de Guadalajara, la idea de la búsqueda de autores en ambos espacios ayuda a prefigurar las características de los canales estrechos, de competencia y de valoración del riesgo, elementos condicionantes de la inversión de los capitales. En ambos casos desde el campo anglosajón el riesgo económico es asumido en su totalidad por los editores, por lo que podemos pensar en un espacio recrudescido de competencia y sobrevivencia.

Cabe señalar que al igual que los editores autodenominadas “independientes” ven en la impresión digital una práctica que les permite reducir costos, los “pequeños editores independientes” –como los llama Thompson (2010)– sobreviven bajo este formato de

impresión en el que la reducción de costos les permite continuar en el espacio editorial. Esta práctica es una respuesta a las decisiones de tirajes elevados a partir de la impresión *offset*, de las grandes editoriales donde el tiraje mínimo son tres mil ejemplares. El editor de la ZMG trabaja en dos vías: bajo el establecimiento de pequeños consejos editoriales o con la valoración del editor y agentes externos, en la medida que se den éstos, es como los editores comparten el riesgo. Situación similar en las grandes casas editoriales investigadas por Thompson en las que la decisión de editar algo en la mayoría de los casos no es exclusiva del editor, dependiente del modelo sobre el cual se establezca la editorial: federal o central.

A diferencia de estas grandes editoriales, los editores independientes tanto de Guadalajara como de Estados Unidos e Inglaterra, tienden a establecer sus sellos editoriales con poco personal para trabajo interno, mucho de esto es contrataciones por proyecto (*freelance*), aparte de ello las interacciones desde la economía de favores y la cadena de contactos son reiterativas, la diferencia en el contexto mexicano es la incursión de prestadores de servicio como una modalidad que desde lo institucional permite el trabajo de mutua conveniencia entre los agentes.

La relación con el impresor en el contexto angloparlante forma parte de la cadena editorial en la que el impresor entra en contacto directo con el distribuidor, las relaciones son desde las mismas casas editoriales en la mayoría de los casos sobre todo en los sellos grandes, a diferencia de los editores de la ZMG que establecen relaciones largas a partir del contacto con impresores diferenciado por sus propias empresas, y en donde ellos no entran en contacto con los distribuidores. Esta también es una interacción que es posible a través de la confianza entre los agentes.

Cabe destacar que a partir del análisis de los relatos es posible describir con bastante precisión de qué manera actúa e interactúan los editores independientes de la ciudad de Guadalajara. En esta discursividad y en lo observado no refieren interacciones con los distribuidores en el ciclo editorial, éstos son sólo evidentes a partir de la cadena editorial, a diferencia del caso anglosajón en el que se planea desde la concepción del libro su posibilidad de distribución a partir de los canales establecidos para ello.

Contrariamente a lo que pudiéramos imaginar, muchos de los editores entrevistados en el campo editorial de Guadalajara han incursionado en la distribución a partir de la estructura validada para ello. Ésta es quizá la pauta “establecida” que permea al campo editorial de la Zona Metropolitana de Guadalajara de manera reiterada. Incluso la intención latente de conformación de distribuidoras desde estos sujetos en la búsqueda de espacios o vías de visibilidad y accesibilidad al lector, en las áreas reconocidas para ello.

Las interacciones con las instituciones tanto públicas como privadas son una característica del campo editorial mexicano a diferencia del anglosajón, por lo menos éstas no suceden bajo el mismo contexto de coedición y mediación. Al respecto, la incursión en el último campo es través de las casas editoriales universitarias, en donde los editores independientes tienden a ser invisibles por su condición marginal. Las relaciones entre los pares son de similares circunstancias entre los editores de la ciudad de Guadalajara y del campo anglosajón, con interacciones marcadas por las tensiones, la fragmentación frente a intenciones y concreciones de organización y unidad. Las tensiones entre los agentes que componen el campo propician en ambos casos un campo sumamente competido con pocos espacios de interacción que se tratan de expandir. Thompson (2010) señala cómo los editores independientes tienden a establecer interacciones basadas en la economía de favores, cuestión que aparece en el caso de Guadalajara, aunque sin la mencionada unidad y organización resaltada por el teórico.

En el espacio público las interacciones de poder subyacen de manos de quienes tienen acceso al mismo, por tanto hay una competencia por posicionamiento, visibilidad y reconocimiento de parte de estos agentes. El contacto con mediadores del espacio público en ambos campos es recurrente, desde diversas plataformas mediáticas como la televisión en el caso anglosajón desde la figura de Oprah, por ejemplo, como el máximo elemento de visibilidad. Mientras que en el caso de la ZMG la tendencia es a la búsqueda de espacios en la prensa escrita de la ciudad, así como radiofónicos, principalmente, aunque algunos se escapan y llegan a ser mencionados en televisión en horario estelar, como el caso de Diego, quien orgulloso relata la recomendación de uno de sus libros en un programa de Televisa, con ello su posición crecen.

Las particularidades tanto de interacciones en la adquisición de contenido, como en la producción, que poseen los editores de la ZMG presentan un énfasis central en el reconocimiento precisamente de la estructura de distribución, mientras la valoración de los autores de manera similar se concentra en la búsqueda desesperada de nuevos talentos y al mismo tiempo el interés por publicar a quienes ya tengan una plataforma que les otorgue visibilidad. Con respecto a las pautas de interacción más evidenciables, son las que surgen de las prácticas de distribución, en el reconocimiento y asimilación de su estructura. Frente a estas posibles puertas de divergencia a partir de la intención del soporte digital y otras prácticas fragmentarias que ya realizan, como la presencia en los espacios institucionales, los nichos de mercado y la mediación del autor en la distribución.

Dado lo anterior, podemos articular una lógica en la producción de libros a partir de los contactos que el editor, como orquestador, establece con los diferentes agentes en el campo. Estos contactos, a su vez generan las interacciones ya descritas, mismas que van construyendo una cadena de producción, en la que el fin es llegar a los lectores. Los editores de la Zona Metropolitana de Guadalajara construyen su espacio, el cual presenta diferencias con el descrito por Thompson (2010), el cual es tendiente a la horizontalidad debido a la tensión entre las interacciones entre el distribuidor y los diversos agentes con los que tiene contacto en el espacio público, desde mayoristas, minoristas, bibliotecas e instituciones.

En el esquema 4: “Cadena de contactos en la producción y distribución del libro” presentamos las diversas funciones del editor. El proceso de producción y distribución del libro es menos horizontal, tendiente a lo circular en las interacciones del editor, el material que pasa el impresor es regresado al editor, quien lo pone en circulación en el espacio público. El autor, algunas veces realiza esta misma función, sobre todo cuando se trata de presentaciones de libro. En este proceso el agente institucional no sólo cumple una función en la mediación del espacio público, sino también como mediador en la decisión de editar, a partir de coediciones. Esto frente a la cadena de distribución, a partir de agentes distribuidores, y en muchos casos la interacción directa con los librerías.

Esto nos permite establecer las características que aglutinan de cierta forma interacciones que devienen en pautas tendientes a la homogeneización, sobre todo en las prácticas de distribución y el contacto con el espacio público desde estrechas ventanas de

visibilidad, las valoraciones de los autores en su posición y la forma en la que establecen contacto con los demás agentes, y al mismo tiempo prácticas diferenciadas en la valoración del riesgo adquirido en conjunto con otros agentes. Por su parte el impresor realiza una función activa en la toma de decisiones editoriales a partir de la economía de favores. La bifurcación en el acceso a los libros da una idea de cómo, hacia el final de la cadena, las interacciones son disociadas y situadas en nichos de mercado.

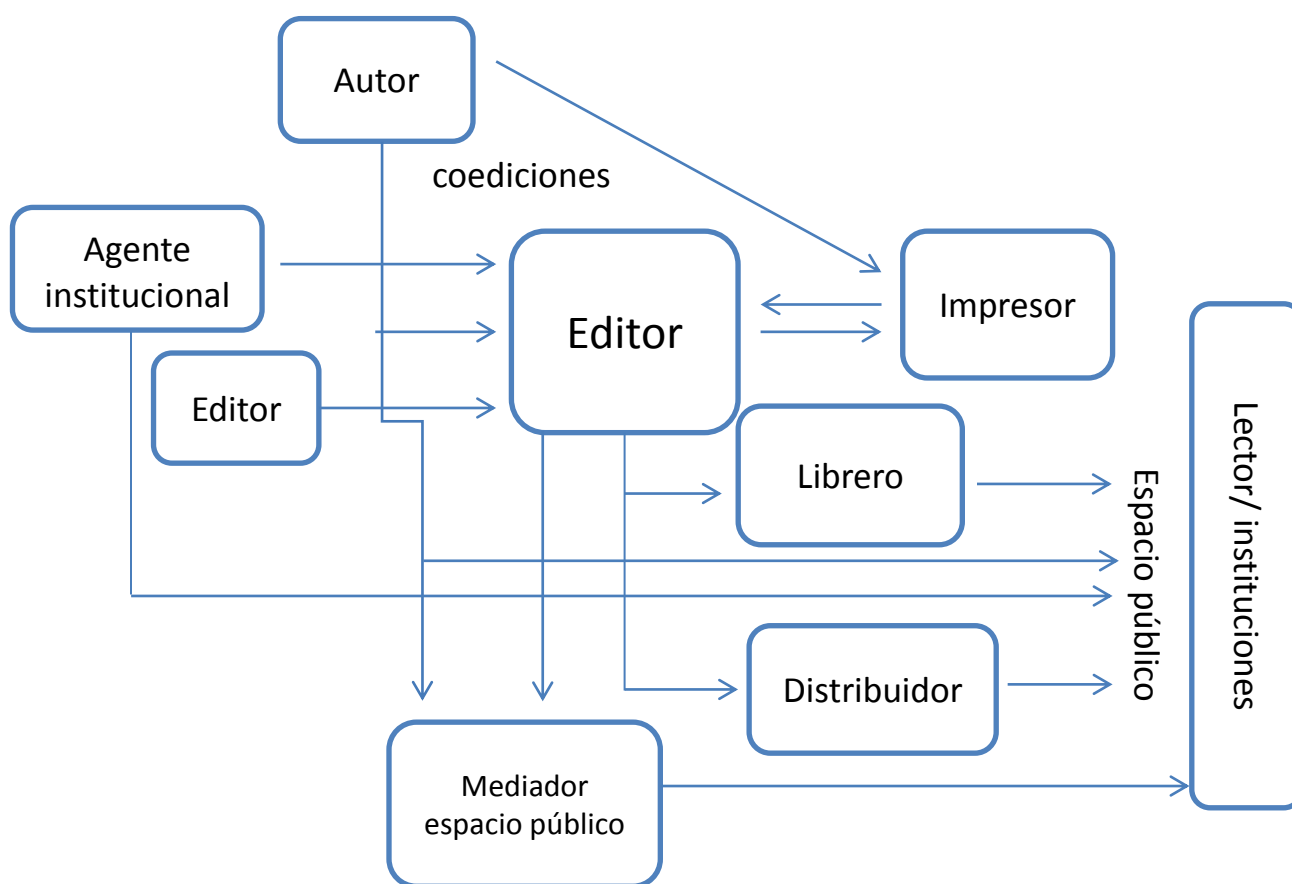


Figura núm. 5. Cadena de contactos en la creación y distribución del libro.

5.7.1 A seis años de la Declaración de los Editores Independientes

La prefiguración de “nuevos canales” en las prácticas de los editores a partir de la enunciación en la declaración antes analizada comparativamente presenta divergencias a seis años de su aprobación. Algunas contraposiciones entre lo deseado en aquel documento

y lo enunciado por los editores sobre sus prácticas conllevan la relativa estabilidad del campo a pesar del pronunciamiento establecido.

Por una parte las posibilidades de coedición entre pares nacionales son mucho menos recurrentes que la que entablan con pares extranjeros. Desde este espacio las relaciones de unidad en los editores independientes tienen como elemento de contraposición la fragmentación del campo editorial de la ZMG. Las interacciones entre los pares son complejas y fragmentarias, a partir de la posición que éstos tienen en el campo, por lo que pensar en la unidad es complicado si pensamos en las interacciones entre agentes desiguales.

La búsqueda de espacios sólidos de distribución parece ser otra prefiguración que no ha podido consolidarse a excepción de las relaciones que con antelación se establecieron entre los libreros de la ciudad de Guadalajara y los editores, los cuales en mayor o menor medida continúan estables. La intención de creación de espacios de difusión y distribución estables, fuera de las interacciones con las instituciones en las presentaciones de libros, no ha podido concretarse de manera diferenciada a lo que ya reconocemos como “estructura de distribución”. De igual forma, la intención de que espacios institucionalizados medien en el diálogo entre los editores autodenominados “independientes” no ha logrado aterrizar del todo, a pesar de los espacios ganados en la FIL (con la calle LL) y de la convocatoria que en 2010 realizó el Fondo de Cultura Económica de Guadalajara para reunir a 50 editoriales independientes de todo el país. La concepción de campo como espacio cerrado, de difícil acceso, con estructuras reconocibles en las prácticas de distribución, tal como se describe en el documento, continúa presente en los discursos orales de los editores. Lo tendiente a la comercialización y la lógica mercantil de las editoriales que como contrapeso eligen el discurso de valoración de lo “cultural” como una manera de diferenciación.

Fundamentalmente la intención de establecer interacciones sólidas entre los pares basadas en la organización de redes no ha logrado consolidarse en la Zona Metropolitana de Guadalajara, debido a que ello es desde agentes que se reconocen y diferencian del otro al mismo tiempo. La unidad es a partir de pequeños núcleos de agentes que tienen delimitados sus espacios y relaciones que no se tocan entre sí, por lo que las acciones planteadas no han podido cuajar del todo.

Lo que hemos señalado en este capítulo es apenas la descripción de las interacciones entre los agentes y sus prácticas de producción, distribución y contacto al margen de lo independiente. A continuación apuntamos una línea de conclusiones sobre estos hallazgos de manera más precisa y directa.

CAPÍTULO VI

ESPACIO E INTERACCIONES QUE DETONAN PRÁCTICAS TENDIENTES A LA HOMOGENEIZACIÓN Y FRAGMENTACIÓN

“Nos volvimos expertos en árboles, qué digo árboles, en cortezas, ramas y hojas, es decir, en la diferencia y la multiplicidad, y nos olvidamos de que también está la similitud, las conexiones en patrones amplios y la homogeneidad aparente que permite la mirada al bosque” .

ENRIQUE SÁNCHEZ. RECUPERAR LA CRÍTICA.

En este capítulo sometemos a discusión los resultados del análisis ya expuesto desde las interacciones como elementos articuladores del sentido de las prácticas en las que las pautas tendientes a la homogeneización son una dimensión, apenas, del crisol de opciones en el que la resistencia y emergencia son la contraparte. ¿Qué tanto estos sujetos, desde su denominación “independiente” siguen o rompen pautas estructurales? En gran medida, ello tiene correspondencia con las características propias del campo editorial, la posición de los editores y sus capacidades de agencia.

Las conclusiones que podemos articular a partir de la investigación realizada, las desarrollamos tomando como referentes cuatro elementos de análisis que resultaron centrales para la investigación, a saber, la creación y caracterización del espacio, entendido como campo editorial; las características de las interacciones y con ello una descripción generalizada de lo que en la práctica se construye a partir de lo que los sujetos establecieron en sus discursos; las prácticas editoriales que se construyen desde las interacciones entre los editores y los demás agentes del campo, y por último pero no menos significativa, su enunciación y caracterización discursiva. Cuatro ejes que son la apertura a un guion explicativo que contribuya a caracterizar tanto las pautas de comportamiento tendientes a la homogeneización, como los espacios de fragmentación, y la enunciación de una posible emergencia de agentes.

¿Cómo llegamos a las conclusiones? Un reconocimiento previo nos indica que dichas “conclusiones” corresponden a un flujo de preguntas en permanente actualización cuyo dinamismo impide cualquier noción de fijeza. Al explicitar las reflexiones que cierran este proyecto de investigación, acudimos a la tarea de entretrejer, de agrupar, analizar, interpretar, no sólo el encadenamiento de los datos obtenidos, vigilando que la tarea hermenéutica sea consistente con los presupuestos enunciados. Sino estableciendo relaciones y categorías no explicitadas. El propósito de este capítulo es recuperar, de manera sucinta, lo que como análisis de los datos hemos apuntado en el capítulo v. Dicho de otra forma, nos parece importante destacar la necesidad que nos planteamos en esta etapa de —sin olvidar la pregunta de investigación como ordenadora de información obtenida— un nuevo acercamiento/distanciamiento del objeto de estudio, que ha ajustado la construcción argumentativa y que permitió reformular la redacción del análisis.

Caber resaltar que el origen de esta investigación y su desarrollo dentro del marco teórico-epistemológico en comunicación lo establecemos a partir de la concepción de la industria editorial como una dimensión de la relación entre comunicación y cultura de masas. En este caso, a partir del reconocimiento de las industrias culturales y su revolución tecnológica, la cual ha permitido la reproducción material y simbólica a gran escala. En este sentido, el libro es entendido como un medio por el cuál se comunica y se significa en un espacio social con coordenadas y agentes específicos. En este medio, tanto los productores como los receptores (lectores) son agentes activos que desarrollan, establecen y generan nuevas pautas de acción e interacción, derivadas, específicamente de la formulación del libro (objeto).

En este caso, el foco no está puesto en los receptores del medio, sino en los productores, con los que se analizan relaciones, espacios, características, acciones y específicamente construyen interacciones como plataformas para la creación del libro como producto simbólico masivo que transmite, además del mensaje del autor, las valoraciones, intuiciones y creencias de los editores.

6.1 El campo “independiente” como espacio en construcción

A lo largo de la investigación hemos definido y situado el concepto de *campo*, pero ¿qué podemos concluir de éste a partir de lo que los propios sujetos enuncian? Bajo esta lógica, en el campo editorial confluyen múltiples espacios superpuestos en donde los agentes se establecen y posicionan paulatinamente; en la búsqueda de ajuste y aceptación prevalece un patrón reiterativo que define la naturaleza de su actividad entre el medio y el cuerpo social. Con respecto a los sujetos de estudio corresponde pensar en un “pequeño” espacio dentro del campo editorial mexicano, que reconocemos como campo de producción “independiente” caracterizado por la publicación de obras de ficción y no ficción, en el que se concentran agentes que asumen y comparten, en mayor o menor medida, muchas veces como única puerta de posicionamiento, el término *independiente* como característica identitaria relevante.

Antes de caracterizar al campo editorial independiente cabe mencionar que éste, de manera general, presenta distinciones entre el más amplio campo editorial mexicano y el

campo de las editoriales independientes de la Zona Metropolitana de Guadalajara. A escala nacional, la producción de libros de texto es tan grande que permea e impacta otros campos de producción. La cobertura y la concentración son utilizadas por los agentes como estrategias que permiten la reducción del riesgo en la inversión del capital económico y simbólico, con la intención de mantener un público cautivo. En este espacio en particular compiten tanto las editoriales autodenominadas “independientes” como las editoriales nacionales y transnacionales posicionadas en el país. Además de ello, los editores en México se enfrentan a un espacio de pocos lectores por lo que incursionan en varios campos y mantienen contacto e interacciones con instituciones tanto públicas como privadas relacionadas con la producción de libros para asegurar la viabilidad de la editorial como empresa.

El espacio “independiente” lo podríamos situar en las márgenes del campo, a partir del discurso de los sujetos, que utilizan su marginalidad real y operativa, como un activo para definir, visibilizar y gestionar sus propósitos, relaciones, interacciones y productos. Sin embargo, en un análisis de sus componentes, los procedimientos de utilización y puesta en juego de sus capitales no difiere en gran medida del campo editorial anglosajón en el que los conglomerados arriesgan, de igual manera, sus capitales. A partir de ello es como los agentes pueden establecer diversos grados de posicionamiento y penetración en el campo, así como construir puentes con otros, los cuales permitan el reconocimiento o desconocimiento mutuo.

Desde este posicionamiento en el espacio editorial, podemos caracterizar al mismo como lugar de competencia y sobrevivencia. Tanto el nombre del editor como su trayectoria, el catálogo construido de obras publicadas y la red de contactos les permiten a los agentes autoafirmar su posición, reconocerse como parte del campo y al mismo tiempo reconocer al otro, en un proceso de identificación y validación.

A partir de este modelo de aproximación a pautas de comportamiento recurrentes, podemos establecer características generales del campo editorial independiente de la ZMG, intentando trazar el mapa de las interacciones y prácticas de los agentes que lo componen. Una de las principales regularidades que se destacan es la preponderancia de la producción de obras de ficción sobre generalidades y publicaciones especializadas, condición que en mayor medida puede vincularse con la trayectoria de los sujetos y la doble función

editor/escritor, así como la búsqueda de espacios de posicionamiento “propios” a partir de esta doble forma de acción.

Otra de las características del campo de los editores independientes es la forma de establecer contactos y organizaciones entre los agentes en donde los acuerdos de palabra son significativos, por sobre otro tipo de convenios. Frente a los magros recursos económicos de que disponen, el acuerdo es un soporte que imprime sentido a las decisiones y constituye a la vez reserva, atajo, crédito y credibilidad. En esta formación de redes la confianza es la apuesta simbólica entre los agentes. Otro componente de significativo peso discursivo y operativo, dentro del campo, es la valoración del libro como objeto de producción artística; noción que reiteradamente se contrapone a la idea del libro como un objeto de consumo masivo (como un producto industrial). En este plano, el libro es la moneda de cambio entre editor y autor. Como espacio de lucha por el posicionamiento, el campo editorial independiente genera formas de organización de los agentes que poseen mayores similitudes con las cofradías o emprendimientos “no lucrativos” que con la lógica de intervención, control y búsqueda de ganancias de las empresas editoriales dominantes.

Pese a todo, la lucha por un sitio en el campo nunca desaparece: consistentemente –y con frecuencia más hacia el interior del gremio que frente a *los otros*– conforma el mecanismo para la adopción y ubicación de su posición en el campo editorial; condicionante para establecerse –desde posiciones de mayor debilidad– de manera “contraria” frente a los demás agentes. La particularidad en el microcosmos de producción “independiente” es que la mayoría de los sujetos investigados manifiestan plena conciencia del campo en el que interactúan, de sus posibilidades, limitaciones y espacios de acción. Como lo veremos más adelante, estos postulados no son siempre incorporados a partir de esta lógica y muchas veces el discurso que lo acompaña no es coherente con la práctica.

Desde el autopoicionamiento de su “lugar” en el campo, es posible advertir que el reconocimiento de los pares y la necesidad de filiaciones, por vagas e inconsistentes que parezcan, actúan como elemento que permite reafirmar, al igual que defender, el espacio que se ha conseguido. Aceptar al otro, reconocerlo como independiente, funciona pues, como elemento de sentido y gravita en la definición de las distinciones. En esta misma línea el reconocimiento de los lectores funciona de manera similar. Esto significa focalizar las

explicaciones de los fenómenos en el sistema de relaciones de “influencia recíproca” que se establece entre los distintos agentes.

En muchos casos, los agentes se encuentran ante dos vías diferenciadas: el reconocimiento y la institucionalización de su empresa o la continuación de un espacio individual, indefinido, con vías alternas que no siempre garantizan el reconocimiento de los demás. Como ejemplo basta señalar las vías electivas en las prácticas de distribución, en donde tienen la posibilidad de establecer sus propios mecanismos de distribución o seguir el canal de distribución establecido a partir de las agencias distribuidoras, opción que saben, los ubica en espacios desiguales de negociación. Por tanto, seguir esta última vía supone una forma de reconocimiento y validación de los canales establecidos por el campo editorial, no sólo mexicano, sino internacional. Sin embargo, en la mayoría de los casos esto no resulta viable, debido a la falta de capital económico que sustente los márgenes de tiempo tan estrechos para la venta, al igual que los descuentos y los altos índices de devolución de libros.

Todo lo anterior lo reconocemos y establecemos bajo un margen de “posibilidades” y azar implícito en las trayectorias individuales de los sujetos, sus contactos con los demás y los capitales que de éstos se derivan, sobre todo el referente al económico. En el conjunto de los sujetos investigados sí son patentes pautas de comportamiento similares a las señaladas. Un dato, no por previsible menos significativo, es que los editores autodenominados “independientes” están constantemente acompañados de la incertidumbre y el azar propios de su espacio y posibilidades, lo que los remite a decisiones de “cierre” inminente.

6.2 Naturaleza y características de las interacciones

Dada la descripción de las interacciones de los editores con los demás agentes en el campo editorial independiente de la Zona Metropolitana de Guadalajara presentada en el capítulo previo, conviene ahora establecer, a partir de los datos, la naturaleza de estas interacciones. Ubicamos tres tipos de interacciones definidas tanto por el contacto entre los agentes como por las acciones que éstos desarrollan a partir del diálogo entre ambos. Por tanto, la primera es una interacción cara a cara, entre el editor y los demás agentes (colegas, autores,

impresores, distribuidores, agentes del espacio público) en donde el editor asume la responsabilidad. Es él la fuerza que mantiene la cadena y son sus decisiones las que impulsan el ciclo de producción del libro. La característica de esta interacción es la de un diálogo cercano, pero discontinuo y mayormente vulnerable ya que sus resultados no provienen de una estructura, sino que están anclados a la variabilidades de tiempo y espacio entre los agentes, y justamente de esta emergencia se desprenden las prácticas de los editores, por ello la nombramos *interacción cara a cara con acción del editor*.

Por su parte, bajo la misma naturaleza cara a cara entre el editor y los demás agentes que componen el campo, otro tipo de interacción es la que se establece desde la co-participación en la realización de prácticas que pudieran ser del editor, tanto de adquisición de contenidos, producción y distribución del libro, en la que autores e impresores, principalmente, comparten la responsabilidad económica y simbólica, precisamente, de producción y distribución. De tal forma, reconocemos a este tipo de interacción *como cara a cara con reacción mediada*, en ésta ponderamos la capacidad de acción de agentes diferentes al editor, característica que identifica a los editores independientes de otros campos editoriales en los que el riesgo en la inversión de capitales no se comparte con los autores, y el peso institucional no es significativo.

Además de las interacciones cara a cara, la interacción a través de la mediación tecnológica está presente, aunque en menor medida, cuando el contacto entre el editor y los autores extranjeros, principalmente, no se puede dar por otro medio. En los demás casos, a pesar de que el contacto puede darse a través de la mediación por computadora, la interacción en espacio y tiempo termina por preponderar entre los agentes, que prefieren entablar un diálogo y establecer los lazos de intimidad y reciprocidad con los autores y pares, principalmente.

Al respecto, en las interacciones cara a cara con acción del editor y con reacción mediada resalta el diálogo como elemento primario de sentido que da confianza y con ello propicia el establecimiento de relaciones de largo plazo. Estos valores describen al capital social, en muchos casos enmarcados por la definición “independiente”, del que comienzan a surgir redes en proceso de establecimiento e identificación, de co-participación y cooperación, pero al mismo tiempo de juegos de no identificación entre agentes,

discrepancias y rupturas entre los editores de la ZMG, con quienes ya establecieron redes con otros agentes y quienes están fuera de éstas.

Valga contrastar este flujo dialógico de pequeñas células en búsqueda de sobrevivencia con el que se genera en el sistema editorial dominante, a partir de las interacciones, que a través de los agentes literarios tienen el editor y el autor. Si bien pudiéramos encontrar similitudes, lo cierto es que en estos espacios hay un conjunto de precondiciones, normas y procedimientos, que determinan el proceder de las partes.

De igual forma y en otro momento del proceso, pueden tomarse como ejemplo las interacciones en las que intervienen los distribuidores como mediación entre los editores y los espacios de comercialización. Más allá de la consideración de éstos como espacios con mayor regulación, la comparación nos permite identificar la naturaleza de las dinámicas que, de cierta manera, se generan; así como la persistente regularidad con la que establecen pautas orientadas a la homogeneización (estas pautas las podemos entender como estrategias tendientes a estructurar la participación –inclusión-exclusión– en estos campos definidos de actuación de los editores, en los que regulan los espacios de pertenencia, posicionamiento, participación, comportamiento y respuestas frente al conflicto). Mientras otras pautas las percibimos en las valoraciones y decisiones de edición: tanto en la selección de autores, las expectativas que generan sobre las obras y los formatos, así como en la forma en la que se “comparte” el contenido intelectual: los contratos y ventas de derechos que implican el riesgo y la inversión de capitales; así como la injerencia persuasiva que conlleva la reiteración de referentes y modelos determinantes en la creación de las obras orientadas a la búsqueda de productos “similares”, es decir, la creación de libros con características de “mercancías consolidadas”.

De manera general, las interacciones que se producen en el campo editorial dominante (a las que ya podríamos calificar bajo la verticalidad de una acción reguladora desde los marcos de acción del espacio editorial mexicano en el que no se puede desdeñar la producción de libros de texto) permean al campo editorial independiente en el que, muchas veces se siguen pautas estructurales en las prácticas, producto de la interacción entre agentes (pares, autores y agentes institucionales) que propician la compra-venta de cierto material intelectual por sobre otro, a manera de ejemplificación, o que seleccionan autores que garanticen la generación de productos de certeza *best sellers*.

Por tanto, el sentido de las interacciones tendientes a la homogeneización está estructurada en modelos ajenos a quienes las replican. A estos modelos cuyo dispositivo central es la concepción de eficiencia en la producción y distribución del libro, los editores autodenominados “independientes” oponen una práctica discursiva caracterizada por un estrecho marco de elecciones: por una parte el comercio en contraposición con la cultura, la publicación de autores reconocidos frente a nuevos autores, el volumen del tiraje a partir de la mediación de instituciones o de los mismos autores, frente a la inversión del capital económico. La replicación de libros de autores consolidados frente a la búsqueda de nichos de mercado donde posicionarse a partir de la incursión de nuevos autores, la conformación de un equipo de trabajo con relativa estabilidad frente a la contratación de personal para trabajo temporal (*freelance*); las interacciones con los pares a partir de la unidad, frente a la fragmentación debido a las características de cada editor, además de las condicionantes limitativas del campo.

Todo lo anterior lo asumimos como una relativa ausencia en la generación de opciones, precisamente desde las condiciones del campo, a pesar de la centralidad de las interacciones situadas. Lo que habla, en principio, de cómo dichos agentes autopositionados dentro del campo editorial (y no fuera de él) como “independientes” no cuentan con mayores alternativas. Reconocen pocos espacios de visibilización y redes insuficientemente consolidadas que les permitan remontar la conciencia de su peso específico. De tal forma esta situación de marginalidad desde el campo dominante es su elemento de diferenciación, que no en todos los casos es identitario, mas si caracterizador de su espacio y herramienta para la construcción del mismo, sin asumir que de otra manera, y escala, participan de algunas de las pautas productivas dominantes como el reconocimiento de la estructura de distribución y la valoración de los autores.

Un espacio adicional de resistencia y asimilación para los editores “independientes” lo constituyen las interacciones con diversas instancias (embajadas de gobiernos extranjeros, instituciones culturales públicas o privadas, fondos y becas) que amplían el repertorio de decisiones en cada una de las etapas del proceso y, de otra manera, otorgan cierto grado de legitimidad, posicionamiento en el campo y viabilidad a su proyecto profesional. En este caso las interacciones con las instituciones y los autores en las prácticas de producción son las que, de cierta forma, moldean las pautas de

homogeneización, en este caso, traducidas en la búsqueda y deseos de ingresar a los canales ya conocidos y legitimados. El origen de la interacción que planteamos es en términos de resistencia en la publicación de aquello que es económicamente viable, bajo la búsqueda de apoyos institucionales que permitan una libertad, desde la inversión del capital económico. Sin embargo, el deseo del editor se traduce en la asimilación de los espacios legitimados, a través de ferias, cadenas de librerías, como librerías de una sola exhibición y distribuidoras.

Las interacciones cara a cara entre los editores y los demás agentes del campo editorial independiente caracterizan sus prácticas, establecen marcos de acción y prefiguran la forma en que los editores conciben, adquieren y generan el producto libro. Por ello la capacidad que los agentes tengan para generar espacios de interacción, diálogo y establecer lazos de confianza es la que les dará pauta para materializar el libro. Estas mismas interacciones que se sitúan dentro de la estructura del campo editorial dominante establecen pautas productivas, mientras que aquellas que se trazan desde la discursividad independiente tienen una caracterización diferenciadora, en la mayoría de los casos hay una tensión entre ambas.

El análisis del volumen considerable de datos que se producen en la interacción grupal ha requerido de observación y herramientas de tratamiento de información relativamente específicas, ya explicitadas. El conjunto de experiencias de observación y registro recuperadas en este trabajo (y su posterior tratamiento analítico) no deben ocultarnos que este tipo de observaciones no representan más que una pequeña parte, sin duda la más visible, de la información que se requiere para explicar convenientemente el entramado de los procesos de interacción. La configuración inicial es pertinente en la medida en que nuestro interés reside, sobre todo, en su alto valor descriptivo y punto de partida para detectar la presencia en las interacciones de otros muchos elementos significativos que no son tan directamente observables.

6.3 Las prácticas de los editores autodenominados “independientes”

Las prácticas de los editores de la ZMG, a partir de las interacciones antes descritas, las podemos situar en dos espacios diferenciados. Por una parte aquellas prácticas que de cierta forma reifican las prácticas del campo editorial en general, y por otro, aquellas que son

contrarias al campo como estructura; ambas posturas, claro está, desde su micro campo independiente.

La replicación de prácticas modaliza el tipo y flujo de las interacciones, específicamente desde el vínculo con los distribuidores. En esta fase decisiva de la actividad editorial los agentes “independientes” enfrentan canales estrechos para la distribución de sus obras, caracterizados por una compleja estructura con barreras de acceso antes, durante y después del proceso de “fabricación” del libro. Estas condiciones afectan la decisión de editar, así como las negociaciones del libro, colocado a consignación, poco tiempo en el punto de venta y, al final del proceso, la mayor parte de los libros son regresados a los editores. Ello si es que se cuentan con “contactos” que les permitan acceder al interés de los distribuidores. De igual forma, la interacción con éstos se presenta como fracturada e intermitente, dejándole al editor la búsqueda de canales o espacios de distribución por su cuenta, en donde, para algunos, existe una co-responsabilidad del autor.

Hemos podido señalar como un elemento, no de resistencia, sino de imposibilidad, la naturaleza de las prácticas de adquisición de contenido intelectual: la inexistencia de un mercado de adjudicación de activos por ventas de derechos a la que difícilmente tienen acceso, y hasta la muy singular situación, cada vez más frecuente, en la que las interacciones con autores y otros mediadores en la edición –coeditores– afectan y determinan las decisiones en el proceso de edición (espacio en el que los marcos de acción de los editores son supeditados a las regulaciones señaladas).

Las características de las interacciones entre editor y otros agentes se gestan directamente sobre la decisión de qué editar, ello ocurre tanto para el gran mercado a través de la intervención de agentes literarios, o distribuidores, como para el campo editorial independiente de la ZMG, a través de la intervención de diversas instituciones y los mismos autores. En ambos casos, las posibilidades de intervención del editor están coartadas o decisivamente limitadas tanto por factores externos coyunturales como por agentes que condicionan la función de editor. Este proceder hemos querido configurarlo como *prácticas de producción constreñidas*, o pautas de comportamiento tendientes a la homogeneización.

Una consecuencia de los enunciados anteriores sobre las prácticas de los editores independientes es su condición fragmentaria, vulnerable y condicionada, justamente refiere la reproducción de la fragmentación social que configuran las relaciones de los grupos

editoriales dominantes que no sólo se institucionaliza y objetiva sino también tiene impacto en la configuración de la subjetividad de los “independientes”. Un aspecto especialmente relevante en la configuración de esta subjetividad, desde el punto de vista de la activación del vínculo social, así como de las interacciones y prácticas que se construyen, es precisamente la formación del otro como un ente generalizado de referencia y ubicación.

A pesar de las coincidencias y consenso que observamos en algunas prácticas, conviene precisar que éstas no se construyen, adoptan y replican de manera idéntica, sino con un perceptible grado de divergencia y autonomía. Sin que por ello podamos reconocer que se trata de un objetivo planteado y esperado por los editores independientes; al contrario, los procedimientos y herramientas de observación indagación y análisis en este trabajo, nos ayudan a plantear cómo el alejamiento del modelo dominante realizado desde el discurso en la identificación y adopción del término “independiente”, es lo que les permite una ubicación diferenciadora a partir de un campo específico.

En este sentido, las prácticas de los editores independientes que no siguen los marcos del campo editorial son las que involucran las interacciones mediadas, a través de las cuales los editores comparten tanto el riesgo en la inversión de los capitales como la responsabilidad y valoración del producto libro, que se traduce en una co-participación entre editor-autor, y en algunos casos impresor, en la decisión de editar algo, así como una co-participación entre editor y autor en la distribución del libro. Con ello se aseguran vías alternativas a los canales de distribución tradicionales.

En este trayecto sinuoso e incierto para posicionarse, dentro de los marcos del campo, o hacia sus márgenes, los agentes navegan entre la autonomía y dependencia en sus prácticas, imantados por la búsqueda de inversión del capital económico y en la ubicación de espacios de posicionamiento donde la intervención institucional ejerce particular influencia para la legitimación de los editores. Aunque algunos en el discurso y en la práctica buscan otras vías que no correspondan exclusivamente a la gestión de la aportación económica externa, sin embargo este aspecto constituye, para los editores autodenominados “independientes” de la Zona Metropolitana de Guadalajara, una tensión permanente de muy compleja resolución.

Por otra parte, el posicionamiento fragmentario, que podemos calificar como contrario a las pautas tendientes a la homogeneización, aparecen en los sujetos a partir del posicionamiento de su visión a futuro, en el que la mayoría aboga por el libro en soporte electrónico como una alternativa tanto a los procesos reconocidos de producción como, y sobre todo, a los procesos de distribución y adquisición de contenidos tan marcadamente desiguales para los agentes autodenominados “independientes”.

La construcción de un nuevo ideal de libro es apenas una prefiguración como nicho de mercado y espacio de desarrollo que pudiera abrir espacios e interacciones más horizontales entre los agentes. Sin embargo, en el contexto mexicano, esto apenas es una intención; el libro en formato electrónico no tiene todavía la fuerza de activación en el mercado, por lo menos no con el vigor y el crecimiento que los apologistas vaticinaron en un inicio. De cualquier manera y, a pesar de que no son del todo perceptibles los beneficios y problemáticas que para el mundo editorial comporta el desarrollo del libro electrónico, éste es ya una posibilidad latente en los editores de la ZMG.

Ésta parece ser la vía más clara de prácticas de resistencia o de fragmentación frente a las pautas tendientes a la homogeneización, en las que reconocen las estructuras del campo editorial, de los ciclos de producción, del reconocimiento institucional y del proceso de distribución. Las diferencias entre éstas y el campo editorial anglosajón son contextuales y circunstanciales, sin embargo su esencia y comportamiento no es del todo diferente, sobre todo en las interacciones con el equipo de trabajo, la valoración del riesgo en la inversión del capital económico y simbólico, así como la adquisición de contenido intelectual, especialmente si se trata de negociaciones con pares, editores o agentes extranjeros, en donde sus marcos se sujetan a las condiciones internacionales y la diferenciación entre posiciones es más evidente. Hasta ahora el espacio digital está en un estado de evolución incipiente pero explosivo, abre imprevisibles posibilidades para la creación y distribución editorial. Dependerá de la posesión tanto de capital humano, simbólico y sobre todo económico de los editores, el incursionar y desarrollar obras en este ámbito en la conformación de sus propios espacios en la producción de libros electrónicos.

6.4 La autodenominación “independiente” como construcción discursiva del campo editorial

Las editoriales de la ZMG que publican ficción y no ficción juegan entre asumir su identidad bajo la denominación “independiente” y, a la vez, una postura donde la ausencia del término es preferible para su proceso productivo. Para muchos, aunque el término no sea definitorio, en la práctica es una caracterización, que mediante su circulación social, su afianzamiento grupal, los identifica y diferencia de otros editores.

Al respecto, los editores autodenominados “independientes” navegan entre la auto-marginalización discursiva de tintes defensivos o de resistencia, y una identificación no marginal, acaso preferentemente diferenciadora y como instrumento de visibilidad. Este doble rostro para quienes lo utilizan permite otras posibilidades de acción, en muchos casos a través de la mediación institucional con asociaciones, búsqueda de apoyos económicos, autores y focalización de lectores, bajo un discurso diferenciador. En la denominación discursiva “independiente” el prestigio es un elemento de sentido que está presente, en muchos casos incipiente, en construcción, medianamente consolidado, pero finalmente, es un “activo” que se pone en juego. Atendiendo a ello, desde una valoración simbólica, la construcción propia del capital simbólico busca elementos que validen el trabajo del editor y al mismo tiempo al producto libro y al autor; lo independiente como motor de visibilidad permite la consolidación de nichos de mercado.

En la práctica, como ya lo hemos visto, no podemos hablar de una emergencia de agentes diferenciados a los ya existentes en el campo editorial mexicano. La “emergencia” que hemos podido constatar mediante esta investigación está construida prioritariamente de forma discursiva, a partir de una enunciación contraria a lo que ellos consideran “la concentración de espacios editoriales” en los que algunas editoriales transnacionales, principalmente españolas, tienen cautivo a la mayoría de los lectores.

La emergencia, tal como la hemos planteado dentro del marco teórico, es registrable desde la práctica organizacional a partir de la forma en que los editores buscan espacios de visibilidad y propuestas “alternativas” de organización y discusión del futuro de la edición desde su posición y posibilidades. La práctica cotidiana es la que se queda fuera de una “emergencia de agentes diferenciados” que en contrasentido, buscan los canales de

distribución validados, apelan al reconocimiento del campo y se posicionan en el espacio que pueden a partir del discurso. El rasgo novedoso de esta subjetividad del agente editorial está en la articulación de sus propias esferas, en la mayoría de los casos del campo editorial independiente a partir del término *bibliodiversidad*.

La estrategia emergente proviene de un proceso de búsqueda de viabilidad del agente que se adapta mediante modelos internos diferenciadores, con elementos asociativos. Los agentes se conciben como autónomos y observadores internos, de forma que su estrategia favorezca un proceso de optimización, de vinculación local en medio de la vulnerabilidad desatada por la persistencia de parámetros de producción y circulación externos. Es ahí donde sus estrategias diferenciadoras o de resistencia mantienen una vinculación cíclica con las pautas de comportamiento dominante, mediante su adaptación en el marco de sistemas complejos y altamente regulados. Queremos decir que antes que un elemento disonante o disruptivo, la estrategia independiente puede interpretarse como elemento integrador a las actividades del campo.

Cabe resaltar que el concepto *independiente* no conlleva novedad por si solo no comporta una emergencia. Ésta la podemos caracterizar en la configuración discursiva contraria a los conglomerados y su consecuente organización, en donde, como ya hemos dicho, se establecen redes horizontales entre agentes, así como diálogos y consenso. Con ello pensamos que se cumple la función de afianzar un espacio a partir de este discurso y la idea de “lo cultural” como elemento diferenciador entre campos, agentes y prácticas de producción.

Dentro de la caracterización de independencia, para algunos de los que abogan por un no reconocimiento de asimilación de prácticas con “los transnacionales” el término no los define en esencia, sin embargo reconocen el poder de enunciación desde este espacio por lo que, a pesar de que hagan referencia a su ambigüedad o su inutilidad, no se desprenden del todo, puesto que ya es un espacio construido. Al respecto, el discurso independiente en los sujetos lo ubicamos bajo grados de caracterización: como militancia asumida (definición menor), caracterización, más no identificación (tendiente en la mitad de la muestra) y no identificación radical (definición menor).

Muchas veces asumir el término *independiente* no implica una conciencia de otros aspectos que desde esta posición se pueden derivar. En todo caso “lo independiente” es más una posibilidad de visibilidad, que una diferenciación de agentes en la industria editorial de la ciudad de Guadalajara, como desde el análisis de los datos podemos esbozar. Por tanto, consideramos que la autodefinición independiente es un “pretexto” que les permite construir redes y abrir espacios, muchos desde la unidad, otros desde el aislamiento, con plena conciencia de sus posibilidades de acción e interacción. Lo independiente entonces, es equiparable con la procuración de visibilidad y consolidación bajo ese discurso.

En este sentido, la búsqueda de visibilidad de los agentes independientes pudiera conllevar en un primer nivel: el reclamo del espacio público, del que, de cierta forma, por las características propias del campo editorial mexicano, han quedado relegados o invisibilizados, atendiendo a que son las transnacionales las que tienen presencia constante tanto en medios de comunicación como en espacios de venta, condensan autores y tienen mayor capacidad de venta, y por ende de viabilidad como empresa. Aquí lo independiente como herramienta de visibilización condensa la intención de los “pequeños editores” de volver a formar parte del campo editorial.

Desde esta idea ¿cómo entender el término *independiente* y los agentes que aglutina? Una forma de hacerlo es pensar en ellos a través de los diversos colectivos que se han conformado en los últimos años, principalmente en España, Latinoamérica en donde se incluye a México, particularmente Guadalajara, y con esto, establecer cómo estos agentes que toman forma en colectivos bajo la denominación “independiente”, pretenden hacer efectiva la irrupción visible en el campo editorial y con ello ganarse el reconocimiento y posicionamiento en el mismo, para con ello aspirar a una recuperación del espacio editorial. Kauffman (2003)³² ha reflexionado en la manera en que los comportamientos cooperativos de los agentes autónomos, o autodenominados así, impregnan también la economía y el desarrollo de organizaciones adaptativas replicándolas y que co-evolucionan en ecosistemas muy similares de los que pretenden aislarse o refutar.

Quizás el punto de diferencia (hemos ya insistido suficientemente en que no son prácticas idénticas) está relacionado con la vinculación de la adaptación específicamente con las condiciones del medio y que son del tipo espontáneo y vinculante en el agente,

³² Stuart A. Kauffman, (2003). *Investigaciones*. Tusquets, España.

mientras que en los bloques de construcción grupal-social, el agente descompone, mediante modelos internos, representaciones de partes de su medio editorial, que posteriormente reagrupa para reutilizarlos en diversas situaciones, lo que puede o no, generar cambios importantes en el entorno. Finalmente, lo que esta investigación ha logrado constatar en la revisión y análisis de las interacciones y prácticas de los editores independientes es que aquellos con mayor trayectoria y experiencia han logrado anticipar y emprender prácticas a través del empleo de modelos internos específicos, lo que les posibilita mejores desempeños o mayor sobrevivencia. La mayoría podrá, a través de ensayo y error, verificar cuáles de sus anticipaciones le son redituables.

De la repetición de prácticas basadas en anticipaciones que el agente percibe como redituables, se forma la estrategia deliberada, como un patrón intencionado, pero siempre basado en la reiteración de patrones o pautas de comportamiento ancladas en el modelo de comportamiento productivo dominante. Esta agenda de investigación, sobre la intencionalidad de los agentes, busca ser una de las aportaciones del presente trabajo.

6.5 Reconstruyendo el camino

En una mirada que vuelve al trayecto recorrido en el trabajo de campo y los datos obtenidos, es preciso que de cuenta de los momentos, espacios, sujetos clave y demás elementos que escapan a una inicial forma analítica de concebir el problema de investigación. De acuerdo con Nancy Scheper-Hughes (2010) el trabajo etnográfico es en parte asimilable con la poesía en la medida en que ambos implican una acción de traducción, de subjetividades entre quién produce un discurso o un poema y quién lo interpreta.

Además de ello, la primera de las limitaciones es la que se propicia entre sujetos e investigador, en el encuentro y establecimiento del diálogo; a decir de Lorenzi Fernández (2010) un “choque cultural” entre quien investiga y los sujetos de estudio, que desde sus perspectivas, posiciones, posibilidades y actuaciones interactúan con el otro. Entendemos el choque cultural en la medida en que, en el encuentro, se establecen posiciones diferenciadas con diferentes intenciones y miradas, del que ambos interpretarán el intercambio de manera subjetiva.

De esta forma, a pesar de intentar un encuentro propicio a través de espacios y horarios en los que los sujetos estuvieran cómodos, así como de preguntas planteadas de forma directa, escapan a nuestro entendimiento la visión propia y personal de cada sujeto. Hacemos una interpretación de lo que ya es una interpretación armada como una *narrativa comprensiva de nuestro objeto de estudio*, contada de manera ordenada por una persona a la que, dadas las características, no vimos en su campo de acción. Éste es un primer elemento de confianza entre lo que se dice y su actuación, misma que adoptamos como verdad *a priori*.

Las entrevistas, en su mayoría, las realizamos en sus lugares de trabajo: espacio propicio para el desarrollo de un diálogo con ciertos rasgos de familiaridad, sin cruzar la línea de lo íntimo de cada sujeto. En dos ocasiones las entrevistas las realicé en cafés, ambientes que no siempre fueron del todo propicios debido al ruido del ambiente. Mi conflicto, más allá de generar un espacio de confianza para el sujeto entrevistado, fue en la transcripción del audio, en donde tuvimos mayor cuidado de respetar al cien por ciento las palabras e intenciones de cada entrevistado.

A pesar de que en el planteamiento metodológico no estuvo presente la observación participante como una técnica central, he podido recuperar, en esta instancia del análisis e interpretación, la información obtenida. Afortunadamente, de cada acercamiento: entrevista, encuentros en la FIL y conversaciones informales, desarrollé un diario de campo que me permitió volver a los detalles y sobre todo a mis propias experiencias, sentimientos, angustias y problemas: imposibilidad de entrevistar a ciertos editores, las percepciones de cada encuentro celebrado, los tiempos de espera en cada entrevista, las reacciones de los sujetos, los errores cometidos, así como las propias vivencias dentro de la Feria del Libro como primer referente de las editoriales autodenominadas “independientes”, agrupadas en un espacio específico dentro del centro de convenciones de la ciudad de Guadalajara. Juicios personales y dudas con respecto al desarrollo de la investigación, mismas notas a las que volví en reiteradas ocasiones, en la búsqueda de rigurosidad en el tratamiento de los datos.

En el proceso resultaron claves las conversaciones con varios editores “independientes” de la ciudad de México, dentro del marco FIL 2011. A partir de aquí, pude comparar espacios, intercambiar opiniones (específicamente sobre el término

independiente) y establecer contactos para entablar entrevistas formales. Sin embargo, debido a las delimitaciones de la investigación no fue posible incluir a los agentes de forma directa. En todo caso, sus experiencias, expresiones y prácticas me permitieron hacer una contextualización mucho más amplia de lo que conlleva el trabajo editorial.

Una de mis principales preocupaciones fue la implicación con los sujetos de estudio, el hecho de conocer, de primera mano, el campo editorial independiente, específicamente de publicación de ficción, fue la primera limitante para el desarrollo de la investigación. Tuve que hacer un trabajo de extrañamiento y profundo cuestionamiento personal, principalmente en la etapa de planteamiento y diseño de la investigación, en la que, por un momento, estuve cerca de tomar como certeza el discurso de los editores de la Zona Metropolitana de Guadalajara, por lo que fue necesario establecer distancia y hacer cuestionamientos de fondo con respecto a la autoafirmación “independiente”, lo que me llevó al planteamiento final de la investigación.

Cabe señalar que en la segunda etapa del levantamiento de datos, transcribí más de la mitad de las entrevistas. Por cuestiones de tiempo, tuve que recurrir a la ayuda de un transcriptor externo, a quien le indiqué los pasos a seguir, y de quién revisé su trabajo de manera exhaustiva. En el análisis de los datos mis primeras complicaciones se derivaron del uso del Atlas Ti como programa de análisis. Fue necesario hacer un alto en el ritmo de trabajo para sumergirme en la comprensión del programa, ya que al precipitarme en un primer acercamiento, tuve que volver a codificar los textos. Librado este primer obstáculo, fue necesario hacer diversos replanteamientos en el análisis de los datos, discriminar, cruzar información y pensar en posibles interpretaciones que me dieran luz con relación a la pregunta de investigación, ello desde la Teoría Fundamentada como guía analítica.

A partir de este planteamiento es necesario que explicito cómo en el análisis de los datos contemplé el capital económico como un elemento delimitante del campo editorial, debido a su efecto de sinergias entre quienes, debido a sus características, poseen más capital y pueden ponerlo en juego, de los que están imposibilitados, de cierta forma, para obtenerlo, por lo que arriesgan sus pocas posesiones, consiguen un crédito y se juegan el todo en una edición, por poner un ejemplo, misma que no es redituable en corto plazo. Ésta es una fuerte limitación de acción y desarrollo de las editoriales, y mucho tiene que ver con las formas de financiamiento alternativas. Dicho elemento es ajeno a los propios agentes,

incluso al campo editorial y tiene que ver con una estructura macro, que permea a todos los espacios sociales.

Percatarme de este elemento, fue parte de una apuesta por una búsqueda, interpretación y reinterpretación, a manera de una descripción densa (Geertz, 1987) en la que el investigador se sumerge en aquello que va más allá de lo dicho, llega a los entre dichos, a los silencios de los sujetos, observa lo micro, lo situado y en un proceso de abstracción vuelve la mirada a lo macro, intentando atar cabos sueltos, buscar aquello que termine de embonar las conexiones entre ambos polos.

Bajo esta lógica me resultó complicado poder dar cuenta de las editoriales autodenominadas “independientes” en el espacio debido a que en muchos casos se trata de proyectos que rompen con la frecuencia sin llegar a desaparecer, frente a otros que son efímeros y muchos más que están surgiendo. Tuve que tomar consideraciones y decisiones al respecto sobre qué incluir y cómo basarme para hacerlo. Las críticas pueden apuntarse en ese sentido, no pude establecer la relación de todo el universo dada su poca o nula información en el espacio público. Traté de ser exhaustiva en las consideraciones e incluir la mayoría de los sellos. Cabe apuntar también, que dadas las condiciones económicas adversas de los editores, evidenciadas en el análisis de la muestra, emergen más editoriales de las que desaparecen.

Finalmente, la última de las fases, la redacción de la investigación y sus resultados la tuve que pensar desde una lógica de trabajo diferente a la realizada; es, nuevamente, un proceso de extrañamiento con el trabajo para sumergirse en el diseño del reporte de investigación de una manera lógica, lo más completa posible. A partir de este proceso, la redacción, realizada a lo largo de dos años, concluyó con su materialización en papel.

6.6 Consideraciones finales y limitaciones de la investigación

Después exponer la interpretación del análisis considero necesario revisar las conclusiones propias de la investigación desde las decisiones y construcción estructural que guiaron el trabajo. Las fortalezas y limitaciones propias, los alcances y lo que queda pendiente para posteriores análisis, así como posibles luces con respecto a otro tipo de construcciones que abonen a la investigación en torno a la industria editorial.

Desde los propios alcances de la investigación, quiero resaltar en primer lugar las fortalezas de la investigación, que considero, radican en la forma en que acotamos y centramos el planteamiento en las interacciones y prácticas, como guía analítica, lo anterior me permitió analizar estos aspectos sin perderme en los datos obtenidos. La construcción teórica desde el planteamiento de Thompson, para leer a los agentes que interactúan en el campo editorial, me permitió un desarrollo situado y acotado del proyecto; el reconocimiento de sus anclajes teóricos y epistemológicos también me ayudó a dimensionar el trabajo y sus implicaciones en el reconocimiento del propio marco teórico y metodológico.

Queda pendiente un trabajo mucho más exhaustivo en la recolección y análisis de los datos. En un principio el planteamiento fue mucho más ambicioso de lo que en realidad pudimos realizar. En un principio buscaba una coherencia interna en el proyecto a partir de la hermenéutica profunda como marco metodológico, sin embargo, el tiempo y las implicaciones del trabajo me impidieron continuar por ese camino. Me queda como elemento pendiente hacer una inclusión de documentos mucho más extensa que la que ahora puedo mostrar, al igual que el acercamiento a otros agentes en el campo editorial, como tenía pensado, desde el mismo sujeto –editor hacia sellos que, fuera de la Zona Metropolitana de Guadalajara, han logrado consolidarse y jugar internacionalmente tanto con la compra y venta de derechos como con el establecimiento de filiales–. Incluso me queda como una limitación de la propia investigación, pensando en un marco acotado, el sólo centrarme en la práctica editorial, quizá posteriormente pueda articular un estudio, que desde el mismo planteamiento teórico permita analizar la estructura del campo editorial mexicano.

Desde el campo editorial de la Zona Metropolitana de Guadalajara, queda por resolver una aproximación a la dimensión de los lectores, otro elemento que por acotaciones propias del proyecto dejé fuera, pero que considero relevante en el trazado de un espacio en el que confluyen tanto productores como receptores del libro. Más allá de quiénes consumen y por lo que lo hacen, sería conveniente plantear los límites en la apropiación de la lectura, las formas de leer y de leerse en la ciudad, los espacios de lectura, y las posibles transformaciones en la práctica a partir de la incursión de nuevas tecnologías.

Un elemento adicional que consideré incompleto por la misma dimensión del objeto de análisis centrado en el libro y la industria editorial es la revisión de un estado de la cuestión más exhaustiva: Mucho es lo que se ha escrito en torno al libro desde sus diferentes ángulos, tanto que me fue casi imposible registrarlos todos, es un trabajo que posteriormente pudiera considerar en su propia dimensión analítica-histórica como un recorrido de lo que se ha escrito en lo concerniente al libro y su producción.

En el propio trazado de la investigación surgieron otros espacios en los que creo necesario hacer formulaciones desde diversas miradas y espacios, en torno al libro como objeto, su producción y apropiación, incluso también sobre los marcos legales en los que los editores interactúan, tanto de adquisición de contenidos, como de las regulaciones y normatividades de los propios países. Específicamente para México, me parece que es indispensable una investigación tanto del discurso legal de la Ley para el fomento del libro y la lectura, así como el contexto editorial del país y las posibles interacciones editoriales a partir de esta.

Otro espacio que considero pertinente, después de realizada la investigación, es el cruce de editor en su rol de autor, desde la creación textos literarios, lo que permite amalgamar estudios literarios desde la propia centralidad de la literatura como decisión editorial. Incluso la constitución y permanencia de talleres literarios en la ciudad, es una característica que también surgió entre los datos.

Lo anterior también abre la puerta a un trazado desde el ángulo histórico social, en el rastreo histórico de la imprenta en la ciudad –del cual ya hay trabajos al respecto– y la configuración del libro hasta el panorama actual con la adopción de la impresión bajo demanda como práctica recurrente por los editores autodenominados “independientes” y las posibilidades en la utilización del soporte digital.

Antes de apuntar las líneas finales de la investigación volvemos a retomar la línea de comunicación sobre la que hemos fundamentado todo el trabajo: la centralidad de los productores del libro como objeto simbólico de carácter masivo, atendiendo a que la producción es una dimensión del ciclo del libro como objeto mediático, a partir de la imprenta, faltaría a todas luces, una investigación desde el ángulo de los lectores, como receptores de “productos” concebidos y objetivados a partir del término *independiente*.

Así, la línea de análisis da cuenta de los espacios, dinámicas, interacciones y prácticas de los productores al margen del ciclo y proceso de construcción del libro como ese objeto que no obstante, sus características, tiene como finalidad ocupar los estantes de una librería, o en todo caso llegar a las manos de los lectores, cualquiera que sea su camino. Desde este ángulo hemos visto como los agentes (editores) construyen un discurso que a su vez le sirve para establecer un espacio dentro del vasto campo editorial, mismo que les permite adquirir visibilidad a través del mismo discurso y posicionarse en nichos de mercado para llegar a los lectores, parte final de la cadena del libro. No olvido decir que los editores, al final de cuentas, conforman empresas y tienen inversiones económicas que recuperar, su visión no se puede apartar de lo económico y al mismo tiempo, en su discurso “independiente” tratan de suavizar lo puramente mercantilista. Tensión última que se resume hasta la compra del libro.

BIBLIOGRAFÍA

- ALEXANDER, Jeffrey C. (2000). *Sociología cultural: formas de clasificación en las sociedades complejas*. Barcelona: Anthropos, pp. 271.
- ALLERBON, Daniella (2011, enero). “Midiendo la bibliodiversidad –hacia el desarrollo de un índice de bibliodiversidad–” en *Bibliodiversity*, núm. 1, Double Pontuaction, pp. 62-73.
- ANZURES, Tonatiuh (2011, abril-junio) “El libro de texto gratuito en la actualidad. Logros y retos de un programa cincuentón”, *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, vol. 16, núm. 49, pp. 363-388.
- ASTUTTI, Adriana y Sandra Contreras (octubre-diciembre 2001). “Editoriales independientes, pequeñas... micropolíticas culturales en la literatura argentina actual”, en *Revista Iberoamerican*, núm. 197, vol. 57, pp. 767-780.
- BARANDIARÁN, José María (2005). *Edición, ¿independiente o interdependiente?*
Recuperado de: <http://www.bibliodiversidad.net>.
- BENHAMOU Françoise y Stephanie Peltier (enero 2011). “How should cultural diversity be measured? An application using the French publishing industry” en *Bibliodiversity*, núm.1, Double Pontuaction, pp. 11-27. Recuperado de: <http://www.bibliodiversity.org/Bibliodiversity%20Indicators.pdf>.
- BETANCOURT, Belisario, et al. (2000). *Memoria del I Foro Internacional de Editores. Pasajes de la edición: hablan los profesionales*. Guadalajara: Cerlalc, Universidad de Guadalajara, SEP. pp. 208.
- BOSH, Torrano Ángel (2000). *Nueva imprenta digital*, México: ITESM/CECSA, pp.53-71.
- BOURDIEU, Pierre (1980). *Campo del poder, campo intelectual*, Argentina: Editorial Montessor, pp. 126.
- (1991). *El sentido práctico*. Madrid: Taurus, pp. 451.
- (2005). *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*, Barcelona: Editorial Anagrama, pp. 514.

BREA, José Luis (2005). *Pequeña teoría de la independencia*. (Sobre las definiciones críticas que orientan la práctica desarrollada en aleph, Acción Paralela y arts.zin, como constelación micro de proyectos editoriales independientes). Recuperado de: <http://aleph-arts.org/pens/independencia.html>.

CALOSSO, Roberto *et al.* (2004). Negociación de derechos. Trascendiendo fronteras. Memoria del III Foro Internacional de Editores. Guadalajara: Cerlalc, Caniem, Universidad de Guadalajara. pp. 109.

CAMPO-REDONDO, María y Catalina Labarca Revol (septiembre-diciembre 2009). “La teoría fundamentada en el estudio empírico de las representaciones sociales: un caso sobre el rol orientador del docente”, en *Opción*, vol. 25, núm. 60, Universidad del Zulia, pp. 40-54.

CAREAGA Covarrubias, Virginia (2004). Producción editorial en las universidades mexicanas. Seminario “La educación superior en México”, recuperado de: http://www.anuies.mx/e_proyectos/pdf/Prod_edit_univ_mex.pdf.

CASTAÑEDA, Carmen, (coord.), (2002). *Del autor al lector. Historia del libro en México*. México: Porrúa-CIESAS-Conacyt. pp. 473.

CASTAÑEDA, Carmen, *et al.* (2004). *Lecturas y lectores en la historia de México*, México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología social, El Colegio de Michoacán, Universidad Autónoma del Estado de Morelos, pp. 372.

CASTELLS, Manuel (2009). Comunicación y poder, *Boletín: Sociedad de la información*, recuperado de: http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/SHI/seccion=1188&idioma=es_ES&id=2009100116310137&activo=4.do?elem=6844.

Catálogo de expositores y profesionales 2010. (2010) México: Universidad de Guadalajara, Castilla y León. pp. 373.

CELORIO, Gonzalo *et al.* (2001). *Competitividad y demanda. Desafíos del oficio editorial*. Memoria del II Foro Internacional de Editores. Guadalajara: Cerlalc, Caniem, Universidad de Guadalajara. pp. 144.

CHACÓN, Edixon (octubre 2004). “El uso de Atlas/ Ti como herramienta para el análisis de datos cualitativos en investigaciones educativas”, *I Jornadas universitarias JUTEDU*, pp. 1-14.

CHARTIER, Roger (1994). *El orden de los libros, lectores, autores, bibliotecas en Europa entre los siglos XIV y XVIII*, Barcelona: Gedisa, pp. 108.

----- (1997). *Pluma de ganso, libro de letras, ojo viajero*. México: Universidad Panamericana, pp. 116.

----- (2000). *Las revoluciones de la cultura escrita*, Barcelona: Editorial Gedisa, col. Lea, pp. 183.

----- (2005). *El presente del pasado: escritura de la historia, historia de lo escrito*, México: Universidad Panamericana, pp. 225.

CHAVEZ Mendez, María Guadalupe. (2002). *Práctica de la lectura en México y el libro como producto cultural*, México, Cuadernos Altexto/Universidad de Colima, pp. 69.

COLLEAU, Gilles (2008). *Edición independiente como herramienta protagónica de la bibliodiversidad*, Argentina: La Marca Editora, pp. 220.

Consumo cultural en México (2009). México: UNAM, recuperado de: <http://www.dgpu.unam.mx/PDF%20B4s/III%20Consumo%20cultural.pdf>.

DANIELI, Ann. (s.f.) “Edición independiente: estrategias para la diversidad”, en *El Jardín de los senderos que se encuentran: Políticas públicas y diversidad cultural en el MERCOSUR*, Montevideo: UNESCO. Recuperado de: <http://www.editoresindependientes.com/informacion/edicion-independiente-estrategias-para-la-diversidad.pdf>.

DARTON, Robert (2006). *El negocio de la ilustración: historia editorial de la Encyclopédie, 1775-1800*, México: FCE, pp. 698.

DE CERTAU, Michel (1999). *La invención de lo cotidiano, I. Artes de hacer*. México: Universidad Iberoamericana, ITESO y Centro Francés de Estudios Mexicanos y Centroamericanos, pp. 271.

DE DEIGO, Juan Luis (2006). *Editores y políticas editoriales en Argentina 1800- 2000*. Argentina: FCE. pp. 267.

DE LA CUESTA Benjumea, Carmen (2006). “Teoría y Método. La teoría fundamentada como herramienta de análisis”, *Cultura de los cuidados*, año X, núm. 20. Recuperado de: http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/876/1/culturacuidados_20_19.pdf.

DE VECCHI E. Bruno (2001). “Algunas reflexiones acerca de la inminente desaparición del libro”, en *Versión 11*, UAM X, pp. 275-288.

Declaratoria de los editores independientes del mundo latino (noviembre de 2005). Guadalajara. Recuperado de: http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=29718&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.

DÍAZ Aguirre, María de los Dolores (2010). *Las políticas culturales y las editoriales independientes*, Guadalajara: U de G. p. 121.

ECO, Umberto y Jean Claude Carrière (2010). *Nadie acabará con los libros*, España: Editorial Lumen, p. 263.

“Editoriales Independientes a contracorriente” (2010), *El Informador*, recuperado de <http://www.informador.com.mx/cultura/2010/223191/6/editoriales-independientes-a-contracorriente.htm>.

EISENSTEIN, L. Elizabeth (2008). *La imprenta como agente de cambio*, México: Fondo de Cultura Económica, pp. 720.

El libro de los que hacen libros. Testimonios de trabajadores de la Conaliteg. (2009), México: Conaliteg, pp. 237.

ELOSUA, Marcelino (coord.). *Informe Omniprom 2010 sobre el libro en México*, México: Lid Editorial Mexicana, pp. 112.

Encuesta industrial mensual (EIMA), Instituto Nacional de Estadística y Geografía, México: 2010, pp. 641.

Encuesta nacional de hábitos, prácticas y consumo cultural, Conaculta, México: 2010, pp. 207.

EPSTEIN, Jason (2001). *La industria del libro. Pasado, presente y futuro de la edición*, Barcelona: Editorial Anagrama, Col. Argumentos, pp. 193.

ESCALANTE Gómez, Eduardo (2010). “Valores en estudiantes universitarios. Una investigación hermenéutica (criterios de análisis)”, en *Liberabit*, núm. 16 (Lima, Perú) pp. 27-38.

ESCALANTE Gonzalbo, Fernando (2007). *A la sombra de los libros. Lectura, mercado y vida pública*. México: El Colegio de México, pp. 360.

ESPARZA, Josemari (2004). Bibliodiversidad lingüística, cultural y editorial. Recuperado de: <http://www.editoresindependientes.com/informacion/bibliodiversidad-linguistica-cultural-y-editorial.pdf>.

Estudio estratégico y programa sectorial para elevar la competitividad y el desarrollo sustentable de la industria editorial mexicana, Ed. Caniem, Sirem, Fundes, México: 2007, pp. 424.

Estudio estratégico y programa sectorial para elevar la competitividad y el desarrollo sustentable de la industria editorial mexicana, Ed. Caniem, Sirem, Fundes, México: 2007, pp. 424.

FEBVRE, Lucien y Henri-Jean Martin (2000). *La aparición del libro*, México: Librería, Ediciones del Castor, Universidad de Guadalajara, pp. 541.

FERREIRO, Emilia (2001). “Leer y escribir en un mundo cambiante”, en *Versión 11*, UAM-X, pp. 99-112.

FINKELSTEIN, David y Alistair Mc Cleery (2005). *An introduction to book history*, Londres: Routledge, pp. 160.

FUENTES, Raúl (enero-junio 2006). “Reseña de «Books in the digital age. The transformation of academic and higher education publishing in Britain and The United States» de John B. Thompson, en *Comunicación y Sociedad*, núm. 5, pp.181-185.

FURIÓ, Antoni *et al.* (2005). *Escencia, quehacer y retos de la edición académica*. Guadalajara: Alianza del Texto Universitario, Editorial Universitaria. pp. 144.

GALINDO Cáceres, Jesús (2008) “Sociología crítica y comunicología”, en *Historia de la comunicología posible*, Jesús Galindo Cáceres y Martha Rizo García, comp. León, Guanajuato: Universidad Iberoamericana de León, Universidad Iberoamericana de Puebla, pp. 125-170.

GARCÍA Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. Mexico: Grijalbo, pp. 198.

----- (2007). *Lectores, espectadores e internautas*. Barcelona: Editorial Gedisa, pp. 136.

----- (s.f.). “La globalización: ¿productora de culturas híbridas?” Recuperado de: <http://www.hist.puc.cl/historia/iaspmla.html>.

----- y Piedras Feria E. (2006). *Las industrias culturales y el desarrollo de México*. México: Editorial Siglo XXI, pp. 128.

GEERTZ, Clifford (1987). *La Interpretación de las culturas*, México: Editorial Gedisa, pp. 387.

GIL, Manuel y Francisco Javier Jiménez (2008) *El nuevo paradigma del sector del libro*, España: Trama Editorial, pp. 164.

GIMÉNEZ Montiel, Gilberto (2007). *Estudio sobre la cultura y las identidades sociales*. México: Conaculta, ITESO, col. Itersecciones, pp. 478.

GLASSER, Barney G. y Anselm L. Strauss (2009). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*, USA: Aldine Transactions, pp.89. Recuperado de:

http://books.google.com.mx/books?id=rtnNK68Xt08C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.

GOFFMAN, Erving (1971), *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Amorrortu, Buenos Aires, Argentina, pp. 272.

GOLDIN, Daniel (2009) *El libro para niños y jóvenes. Un mercado en crecimiento*. Guadalajara: Editorial Universitaria, Caniem, Cerlalc. pp. 128.

GOLDSTEIN, Jeffrey. (2002). "The Singular Nature of Emergent Levels: Suggestions for a Theory of Emergence", en *Nonlinear Dynamics, Psychology, and Life Sciences*. Recuperado de: <http://www.complexityandsociety.com/index.php/research/complexity-science/emergence/>.

GÓMEZ Vargas, Héctor (2008) "Sociología cultural y comunicología", en *Historia de la comunicología posible*, Jesús Galindo Cáceres y Martha Rizo García, comp. León, Guanajuato: Universidad Iberoamericana de León, Universidad Iberoamericana de Puebla, pp. 77-124.

GÓMEZ, Martín Gonzalo (noviembre 2009). "El pensamiento editorial como crítica de la industrialización de la cultura". Recuperado de: <http://www.filo.uba.ar/contenidos/secretarias/seube/revistaespacios/.../42.3.pd>.

GONZÁLEZ Arribas, Luisa Fernanda (2007). *Divulgación de la ciencia para niños a través de revistas producidas en México: aproximación a partir de las estrategias editoriales y discursivas*, (tesis) Guadalajara: ITESO, pp. 277.

GUBERN, Román (2010). *Metamorfosis de la lectura*, Barcelona: Anagrama, pp. 138.

GUTIÉRREZ de la Torre, José María (2005). "Sociedad lectora y bibliodiversidad". *Revista de Educación*. núm. extraordinario. Recuperado de http://www.revistaeducacion.mec.es/re2005/re2005_25.pdf.

HANNERZ, Ulf (1990). *Conexiones transnacionales. Cultura, gente, lugares*, Madrid: Cátedra Ediciones- Universidad de Valencia, p.237.

HAWTHORNE Sasan (enero 2011). "Indicators of bibliodiversity a multiversalist's matrix. Publishing and globalization". *Bibliodiversity*, no.1, Double Pontuaction, pp. 75-95.

Informe sobre la cultura en México (2011) México: UNAM, Comisión de Cultura de la LX Cámara de Diputados, recuperado de: <http://www.dgpu.unam.mx/cultura.htm>.

Kauffman, Stuart A. (2003). *Investigaciones*, España: Tusquets, pp. 372.

KLOSS Fernández del Castillo, Gerardo (2007). *Entre el oficio y el beneficio: el papel del editor. Práctica social, normatividad y producción editorial*. México: Editorial Universitaria, Santillana. pp. 466.

LANGA Pizarro, M. Mar (2000). *Del franquismo a la posmodernidad: la novela española 1975-1999, análisis y diccionario de autores*, Alicante, España: Universidad de Alicante, pp. 307.

LYONS, John (1993). *Introducción en la lingüística teórica*. Barcelona: Editorial Teide, pp. 531.

MANGUEL, Alberto (1998). *Una historia de la lectura*, Colombia: Alianza Editorial, pp. 447.

MARTÍN Barbero, Jesús (1998). *De los Medios a las Mediaciones*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, pp. 349.

----- (2010). "Prefacio a la quinta edición: pistas para entre-ver medios y mediaciones", en *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona: Anthropos editorial/UNAM Azcapotzalco, pp. VII-XXX.

MATO, Daniel (2008). "Todas las industrias son culturales: crítica de la idea de 'industrias culturales' y nuevas posibilidades de investigación", en *MATRIZES* núm. 2, pp.151-169.

MC LUHAN, Marshall (1958). *La galaxia Gutenberg*, México: Artemisa, pp. 345.

MEYROWITZ, Joshua (1985). *No sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*. Nueva York y Oxford: University Press, pp. 270.

MILES, M. y Huberman, M. (1994). *Qualitative Data Analysis*, Thousand Oaks: Sage, pp. 338.

MOSZCZYNSKA, Katarzyna (2007) *Cultura, ideología e industria editorial: la narrativa de mujeres en la España de los noventas*. (Versión Adobe Digital Editions), pp. 354.
Recuperado de: <http://epub.sub.uni-hamburg.de/epub/volltexte/2009/2044/pdf/16847313.pdf>.

NARVAJA, Aureliano R. B. (s.f.) *La edición con editores*. Recuperado de: http://www.buenosaires.gov.ar/areas/.../la_edicion_con_editores_por_narvaja.doc.

NUREMBERG, Geoffrey (comp.) (1998). *El futuro del libro, ¿esto matará eso?*, Barcelona: Editorial Paidós, pp. 314.

OCHOA Sandy, Gerardo (2001). *Política cultura: ¿qué hacer?*, México: Hoja Casa Editorial, pp. 137.

OTTIERI, Alberto et al. (2005). *La distribución del libro en el continente americano. Memorias del IV Foro Internacional de Editores*. Guadalajara: Caniem, Universidad de Guadalajara. pp. 94.

PARSONS, Talcott (1984). *El sistema social*. Madrid: Alianza Editorial, pp. 258.

PASQUALI, Antonio (2011). *La Comunicación- Mundo. Reeler un mundo transfigurado por las comunicaciones*. Zamora, España: Comunicación Social, pp. 176.

PINHAS, Luc (enero 2011). “La bibliodiversité et ses indicateurs fondements et prospective”. *Bibliodiversity*, no. 1, Double Pontuaction (París), pp. 28-40. Recuperado de <http://www.bibliodiversity.org/Bibliodiversity%20Indicators.pdf>.

Producción y comercio internacional del libro en América Latina. Diagnóstico estadístico (2003), Ed. CERLALC, 2005, pp. 176.

PUENTE, Estella (Enero 2011). “Biodiversidad. Indicadores y Debate”. *Biodiversity*, núm. 1, Double Pontuaction (París), pp. 41-51. Recuperado de <http://www.biodiversity.org/Biodiversity%20Indicators.pdf>.

RIVAS, Marta (1998). “La entrevista a profundidad: un abordaje en el campo de la sexualidad”. En Szasz Ivonne y Lerner Susana: *Para comprender la subjetividad: investigación cualitativa en salud reproductiva y sexual*. México: El Colegio de México, pp. 208.

RODRÍGUEZ Gómez, Gregorio, Javier Gil Flores y Eduardo García Jiménez (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*, Málaga: Aljibe, pp. 378.

RONNING, Helge (enero 2011). “Digital changes of biodiversity”. *Biodiversity*, núm , Double Pontuaction, pp. 96-103. Recuperado de: <http://www.biodiversity.org/Biodiversity%20Indicators.pdf>.

SAMBOR, Sylviane (enero 2011). “Le centre du libre et de la lectura en poitou-charentes, un outil au service de la biodiversité”. *Biodiversity*, núm. 1, Double Pontuaction (Francia) pp. 52-61. Recuperado de: [http://www.biodiversity.org/Biodiversity %20Indicators.pdf](http://www.biodiversity.org/Biodiversity%20Indicators.pdf).

SÁNCHEZ Ruiz, Enrique E. (2011) “Recuperar la crítica. Algunas reflexiones personales en torno al estudio de las industrias culturales en América Latina en los últimos decenios”, en *Qué pasa con el estudio de los medios. Diálogo con las ciencias sociales en Iberoamérica*. Zamora, España: Comunicación social, pp. 121-175.

SCHEPER-Hughes, Nancy (2010). “Ira en Irlanda”, en *Dilemas éticos en antropología: las entretelas del trabajo de campo etnográfico*, Margarita del Olmo, (ed.). España: Trotta, pp. 358.

SCHIFFRIN, André (2001). *La edición sin editores. Las grandes corporaciones y la cultura*. México: Ediciones Era, pp. 97.

----- (2001). *The bussines of book*, Londres: Verso, pp. 178.

SCHÜTZ, Alfred (1995). *El problema de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu, pp. 327.

SELCI, Damián y Ana Mazzoni (mayo 2006). “De la cualquierización al texto”, en *Revista el interpretador literatura, arte y pensamiento*. Recuperado de: <http://www.elinterpretador.net/26AnaMazzoniYDamianSelci-PoesiaActualYCualquierizacion.html>.

THOMPSON, John B. (1998a). *Ideología y Cultura Moderna*. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas. México: UAM -X, pp. 482.

----- (1998b) *Los media y la modernidad*. Barcelona: Paidós, pp. 357.

----- (2005). “La nueva visibilidad” en *Papers*, núm. 78, Departamento de Sociología de la Universidad Autónoma de Barcelona, pp. 11-29.

----- (2005a) *Books in the digital age*. USA: Polity Press, pp. 468.

----- (2005b). “La transformación de la visibilidad”, en *Estudios Públicos*, núm. 90, pp. 274-296. Recuperado de: www.cepchile.cl/dms/archivo_3197_1476/rev90_thompson.pdf.

----- (2010) *The merchants of culture*. USA: Polity Press, p. 432.

URIBE, Richard (s.f.) *Programas, compras oficiales y dotación de textos escolares en América Latina*, Caracas: CERLALC. Recuperado de <http://Programas,comprasoficialesydotaciondetextos Escolares en América Latina>.

----- et al. (2008). *El espacio iberoamericano del libro 2008*, Sao Paulo: Cerlalc, Cámara Brasileira Do Libro, Unesco, Fundación Santillana, pp. 260.

----- et al. (2010). *El espacio iberoamericano del libro 2010*, Santiago de Chile: UNESCO, CERLALC, Cámara Chilena del Libro, Fundación Grupo Iberoamericano de Editores y Fundación SM, pp. 216.

VALDERRAMA Villanueva, Pedro (2007). *El perímetro de la hoja: las revistas literarias de Guadalajara 1991-2000*, Guadalajara: Arlequín, Gobierno del estado de Jalisco, Secretaría de Cultura, Conaculta, pp. 98.

VALLES, Miguel S. (2003) *Técnicas cualitativas de investigación social*. Madrid: Editorial Síntesis, p. 430.

VANOLI, Hernán (2005). “Pequeñas editoriales y transformaciones en la cultura literaria Argentina”, en *Apuntes de investigación*, núm. 15, (Argentina) pp. 164-185.

----- (2010) “Sobre editoriales literarias y la reconfiguración de una cultura”, en *Nueva Sociedad*, núm. 230, (Argentina) pp. 129-151.

VILLA Lever, Lorenza (2009). *Cincuenta años de la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos: cambios y permanencias en la educación mexicana*, México: Conaliteg, pp. 244.

WEITZMAN, E. A. (2000) “Software and qualitative research” en *Handbook of qualitative research*, N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (eds.), Thousand Oaks: Sage, pp. 803-820.

WOLCOTT, H. (2003) *Mejorar la escritura de la investigación cualitativa*. Medellín: Editorial de la Universidad de Antioquia, pp. 202.

ZAID, Gabriel (2010). *Los demasiados Libros*, México: Ed. Random House Mondadori, col. Debolsillo, pp. 151.

ZALLO, Ramón (1992). *El mercado de la Cultura. Estructura económica y política de la comunicación*. Madrid: Tercera Prensa, pp. 247.

ZAVALA, Lauro (1996). *Laberinto de la palabra impresa*. Investigación humanística y producción editorial, México: UAM Xochimilco, pp. 101.

ZENKER Alejandro (enero 2011). “Bibliopobreza o bibliodiversidad: del soporte en papel al nativo digital” en *Bibliodiversity*, núm. 1, Double Punctuation (Francia), pp. 74-85. Recuperado de: <http://www.bibliodiversity.org/Bibliodiversity%20Indicators.pdf>.

ANEXOS

Anexo 1. Directorio de las editoriales autodenominadas independientes

Editorial	Editor en jefe o director	Domicilio y/o teléfono	Dirección web
Acequia Va de Nuez	Rosario Orozco	-----	http://vadenueznogales.blogspot.mx
C & F ediciones	Antonio Marts	Guadalajara, Jal.	http://cfediciones.com
Conexión Gráfica Editorial	José Luis Álvarez del Castillo	Victoriano Agueros 2198, Col. Barreda, Guadalajara, Jal. c.p. 44150 tel: (36) 15 74 28	http://www.conexiongrafica.com.mx
Ediciones Arlequín	Director: Felipe Ponce	Morelos 1742 Col. Americana Guadalajara, Jal. c.p. 44160 tel: (33) 3657-3786 y 3657-5045	http://www.edicionesarlequin.com.mx
Ediciones El Viaje	Marco Antonio Gabriel	Guadalajara, Jal.	http://elviajeeditores.blogspot.com/
Editorial Edhalca	Idelfonsa Cruz y Sergio Haro	-----	http://es-la.facebook.com/people/Editorial-Edhalca/100001888568657
Editorial Harmaño	Pedro Barboza	Guadalajara, Jal.	http://www.myspace.com/harmagnobooks
Editorial La Zonámbula	Jorge Orendáin	Tel. (33) 3640 - 4594 Guadalajara, Jal.	http://www.lazonambula.blogspot.com
Editorial Papalotzi	Berónica Palacios Rojas	Tel. (33) 3126 -1619	http://edicionespapalotzi.blogspot.mx
Editorial Sonata	Victoria Gutiérrez	Osa mayor # 4023, Col. Arboledas, c.p. 45070 Zapopan, Jal.	http://www.editorialsonata.com
Eugénesis Publicaciones	Juan José Comparán Arias y Arturo Accio	Priv. Porfirio Díaz, 15 Col. Parque industrial del Bosque, Tlaquepaque, Jalisco c.p. 45609	http://eugenesis.com.mx
La Luciérnaga Editores	Luis Mario Cerda	tel. (33) 3616- 3763	http://metatexto.blogspot.com

Literalia Editores	Patricia Medina	tel. (33) 3121- 7099 Zapopan, Jal.	http://literaliaeditores.net
Mantis Editores	Luis Armenta Malpica	Marcelino García Barragán 1501, I-302, Col. Prados del Nilo, Tlaquepaque, Jal. c.p. 45500 tel: (33) 3657-7864	http://www.mantiseditores.com
Petra Ediciones	Peggy Espinoza	tel. (33) 3629-0832, ext. 102. Guadalajara, Jal.	http://www.petraediciones.com
Taller Ditoria	Roberto Rébora,	Camarena 118, int.4 Guadalajara, Jal.	http://www.tallerditoria.com
Taller Editorial la Casa del Mago	Hermenegildo Olguín	tel. (33) 3827-4718 y 3827-4863	http://www.facebook.com/profile.php?id=100002120991924

Anexo 2. Declaración de los editores independientes del mundo latino

DECLARACIÓN DE LOS EDITORES INDEPENDIENTES DEL MUNDO LATINO

Guadalajara (México), martes 29 de noviembre de 2005

El papel de los editores independientes, como actores esenciales de la difusión de ideas, de la construcción del individuo y del ciudadano –verdaderos transmisores de imaginación– se encuentra hoy **gravemente amenazado** en el mundo entero.

Los editores independientes han padecido intensamente los efectos **de la globalización económica** que favorece la concentración financiera de este sector, dominado hoy por grandes grupos editoriales. La lógica puramente financiera empuja el mundo editorial hacia una mercantilización, incompatible con la creación y la difusión de bienes culturales. En todas partes **la bibliodiversidad corre peligro**.

Constatamos que este empobrecimiento cultural contradice particularmente el espíritu de la **Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales** recién aprobada por una amplia mayoría de Estados durante la última conferencia general de la UNESCO.

Sin embargo, al término de nuestros trabajos, **rechazamos cualquier fatalismo** y deseamos comprometernos en acciones transformadoras.

En primer lugar, hacemos un llamado a todos los editores independientes para agruparse a nivel nacional, regional e internacional en asociaciones y colectivos que nos permitan defender mejor nuestros derechos, hacer oír nuestra voz e influir en las políticas nacionales e internacionales.

Llamamos particularmente la atención de las autoridades y de las instituciones nacionales e internacionales sobre los alarmantes cambios de nuestro campo y sobre el papel que jugamos, a nuestro nivel, en el desarrollo y la democratización de nuestras sociedades. Les pedimos encarecidamente poner en obra una política del libro respetuosa de nuestra actividad y de nuestras especificidades. Es fundamental que sean aprobadas en los países leyes que protejan el libro, aseguren la promoción de la lectura y que luchen contra la piratería y la reprografía no autorizada mediante legislaciones del derechos de autor equilibradas. Estas leyes deben en particular **establecer el precio único del libro**. De hecho, se ha comprobado que esta disposición, aplicada ya en varios países, permite sobre todo mantener y desarrollar las librerías independientes de tal forma que la población pueda tener acceso al pensamiento y a los debates intelectuales de nuestro tiempo.

A este respecto, nosotros, 70 editores de tres continentes, apoyamos todos los esfuerzos **realizados en México** – país que nos recibe hoy - para que una ley que incluya dicha disposición sea aprobada a la brevedad posible.

Deseamos reafirmar aquí nuestra total solidaridad con los demás actores del mundo del libro. Nuestro porvenir está **estrechamente vinculado con el de los librerías independientes**, sin los

cuales no puede existir una verdadera bibliodiversidad. Nos comprometemos a reforzar los lazos que nos unen y a establecer relaciones comerciales basadas en la confianza.

Por otra parte, reconociendo la importancia de este encuentro, instamos a sus organizadores a prever dentro de sus programas, **acciones que permitan reforzar la solidaridad entre los actores del mundo del libro**, en particular en el plano internacional. El establecimiento de plataformas interprofesionales permitiría sin duda defender, de manera más eficaz, la producción creativa y el acceso al libro.

Pensamos que los editores independientes **deben poder controlar las condiciones de la difusión y distribución de sus productos**. Las experiencias demuestran la posibilidad de renegociar los términos de contratos firmados con las grandes estructuras de la distribución, sobre todo si nos agrupamos. También es posible obtener espacios colectivos en las ferias y salones del libro y asegurar una promoción más eficaz de las publicaciones.

Queremos comprometernos, por todos los medios a nuestro alcance, **en acciones de promoción de la lectura**. Es imprescindible para el mundo editorial independiente, procurar que la mayoría aprecie la lectura, y que sobre todo la juventud descubra el gusto y la maravilla que despierta la lectura de un libro.

Nos comprometemos colectivamente **a promover acuerdos comerciales solidarios**, particularmente suscitando y desarrollando procesos de coedición, traducción, difusión común entre editores del Sur, editores del Norte y editores del Norte y del Sur.

Nos comprometemos **a respetar una ética común**, puesto que nos negamos a entrar en prácticas que debiliten una relación de fraternidad e igualdad entre editores y que debiliten también nuestro compromiso de agentes culturales; que por otra parte perviertan el mercado. Deseamos poner en tela de juicio cierta sobreproducción que beneficia sobre todo a los principales difusores y distribuidores. Nos declaramos solidarios. Afirmamos con fuerza nuestro compromiso al lado de los editores de los países donde la libertad de expresión está limitada.

Llamamos la atención de nuestros dirigentes sobre la necesidad vital de favorecer y acompañar **el surgimiento de industrias culturales locales**, sobre todo en el campo editorial, que permitan intercambios más equilibrados entre los países. Pensamos por otra parte que es necesario favorecer la publicación de obras **que tomen en cuenta la diversidad lingüística**.

Recibimos con interés el mensaje del Director General de la UNESCO, invitándonos a proseguir nuestra reflexión, y llamamos al conjunto de los profesionales del libro a unir sus esfuerzos en cada uno de nuestros países para que sea ratificada a la brevedad posible la Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales.

Guadalajara, martes 29 de noviembre de 2005.

ANGOLA	Chá de Caxinde	Jacques dos Santos
BOLIVIA	Plural	José Antonio Quiroga
BRASIL	Pallas	Cristina Warth
	Vozes	Lidio Peretti
	Callis Editora	Miriam Gabbai
	Editora Cortez	José Xavier Cortez
	Liga brasileira de editores independentes (LIBRE)	
BURKINA FASO	Sankofa & Gurli	Jean-Claude Naba
CAMERÚN	Presses Universitaires d'Afrique	Serge D. Kouam
CHILE	Cuarto Propio Lom	Marisol Vera Giusti
	Asociación de editores de Chile	Paulo Slachevsky
COLOMBIA	La Carreta Editores E.U.	César Hurtado Orozco
	Logos-edit	Jorge Bojacá Acosta
	Círculo de Lectura Alternativa	Arturo Vargas
COSTA RICA	Uruk Editores S.F.	Óscar Castillo Rojas
	Fundación UNA	Luis Bernal Montes de Oca
	INBio	Fabio Rojas Carballo
ECUADOR	Abya Yala	Anabel Castillo
	El Conejo	Abdón Ubidia
ESPAÑA	Popular	Ricardo Herrero-Velarde
	Anagrama	Jorge Herralde
	Turner	Ekaterina Álvarez
	Tusquets	Beatriz de Moura
	Polifemo	Ramón Alba

	Trotta	Alejandro Sierra
	Lengua de Trapo	Virginia Rodríguez
	Minúscula	Valeria Bergalli
	Silex	Ramiro Domínguez
	Castalia	Federico Ibáñez
	Páginas de Espuma	Juan Casamayor
	Pretextos	Manuel Ramírez
	Ediciones de la Torre	José María G. de la Torre
	Sirius	Jorge Ruiz Morales
	Thule Ediciones	José Díaz
FRANCIA	Bourgois	Eve Bourgois
	Actes Sud	Elisabeth Beyer
	Métailié	Anne-Marie Métailié
	Chandeigne	Anne Lima
	L'Atelier	Bernard Stephan
	Vents d'ailleurs	Gilles Colleu
GABÓN	Silence	Auguste Moussirou-Mouyama
GUATEMALA	Letra Negra	Armando Rivera
ITALIA	Nottetempo	Ginevra Bompiani
	Voland	Daniela Di Sora
MÉXICO	Ácrono Producciones	Enzia Verduchi
	Arlequín	Felipe Ponce
	El Milagro	Pablo Moya
	Corunda	Silvana Cervera
	Libros del Umbral	Jaime Soler
	Literalia Editores	Patricia Medina

	Mantis Editores	Luis Armenta
	Trilce Ediciones	Déborah Holtz
	Sin Nombre	José María Espinasa
	El Tucán de Virginia	Víctor Manuel Mendiola
	Colibrí	Sandro Cohen
	Ficticia Editorial	Marcial Fernández
	El Ermitaño – Solar	Alejandro Zenker
	Alianza de Editoriales Mexicanas Independientes	
MOLDOVIA	Prut International	Gabriela Buruiana
PERÚ	Peisa	Germán Coronado
	Punche – Editores Asociados	Valeria Mesia
	Sumas Voces	Roger Neyra
PORTUGAL	Campo das Letras	Emidio Ribeiro
QUEBEC	Ecosociété	Julie Mongeau
	Ecrits des Forges L’instant même	Gaston Bellemare Gilles Pellerin
RUMANÍA	Polirom	Viorel Bunduc
	Humanitas	Horia Barna
	Rao	Ovidiu Enculescu
SUIZA	En bas	Jean Richard
URUGUAY	Trilce	Pablo Harari
VENEZUELA	Alfadil Ediciones	Leonardo Milla
	Laboratorio Educativo	Asdrúbal Sánchez

Anexo 3. Relación de los organismos, institutos, organizaciones y asociaciones a las que pertenecen algunos editores “autodenominados independientes” de México, incluyendo algunos de la Zona Metropolitana de Guadalajara.

Nombre	Sede	Dirección web	Características
Caniem (Cámara nacional de la industria editorial en Guadalajara)	Ciudad de México	http://www.caniem.org	La Caniem es una institución autónoma a la que están afiliadas la mayoría de las editoriales con presencia nacional. Para ingresar a la Cámara es necesario cumplir con requisitos como presentar acta constitutiva y de alta de la Secretaría de Hacienda así como el pago correspondiente a sus ingresos.
Alianza internacional de editores independientes		http://www.alliance-editeurs.org/?lang=es	Alianza de editoriales de 45 países que defiende la “independencia editorial”. Creada en 2002, esta organización es sin fines de lucro
AEMI (Alianza Internacional de Editoriales Mexicanas Independientes)	Ciudad de México		Esta alianza une 15 editoriales mexicanas bajo la denominación “independiente” sin fines de lucro. La AEMI forma parte de la Alianza Internacional de Editores Independientes.
Red de revistas y editoriales independientes	Guadalajara	http://laredindependiente.blogspot.mx	Esta organización aglutina proyectos “independientes” de la ciudad de Guadalajara y otras partes del centro del país que no tienen cabida tanto en la AEMI como en los espacios de FIL y otros canales de validación.
ILLAC (Instituto del Libro y la Lectura A.C.)	Ciudad de México	http://www.illac.com.mx	Este instituto promueve y fomenta la investigación, docencia y difusión del libro y las prácticas de lectura

Calle LL	Feria del Libro de Guadalajara	Organización de algunos editores de la ZMG y otros estados como Guanajuato, para establecer su presencia en Fil cuando no pueden costear por su cuenta un espacio
RIEPA (Red Internacional de Editores y Proyectos Alternativos)	México D.F. http://www.riepa.org	Esta organización promueve la inclusión de proyectos “alternativos” o “independientes” y se desprende de la organización de editores independientes en Punta Umbría, España