

Afinidades electivas: redes informales en torno a editoriales argentinas en la actualidad.

Salvador Doldan.

Cita:

Salvador Doldan (2017). *Afinidades electivas: redes informales en torno a editoriales argentinas en la actualidad*. XII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-022/21>

UBA - XII Jornadas de Sociología - 22 al 25 de agosto de 2017

Eje 1 - Mesa 4 - Sociología e historia del libro y la edición

Ponencia 914

“Afinidades electivas. Redes informales en torno a editoriales nacionales en la actualidad”

Autor

Salvador Doldan (IDAES-UNSAM) - sjdoldan89@hotmail.com

Resumen

Este trabajo parte de la idea de que el rol de un editor centraliza en su figura todos los reconocimientos y responsabilidades del proceso de edición. Nuestra hipótesis propone que también existen otros actores y procesos en la edición argentina contemporánea que usualmente no son detectados al pensar en la publicación de un libro, pero son fundamentales para que lleguen al público lector. Investigaremos a algunos de estos actores, que por recomendación o afinidad con el editor permiten que circulen manuscritos que luego de su opinión serán publicados o rechazados. De cumplirse lo primero y tener éxito, el reconocimiento suele quedar en el sello y su editor, aunque no en el intermediario. Para ello pretendemos definir y construir una serie de relaciones dentro del entorno editorial que definiremos como informales por su falta de visibilidad dentro del proceso editorial. Tomaremos como partida el análisis de redes como lo desarrolla Gisèle Sapiro y siguiendo a Robert Darnton, observaremos hechos, momentos y circunstancias donde las afinidades son elementos clave. Tomaremos como caso a los lectores de originales de algunos títulos literarios destacados y emplearemos metodológicamente el análisis de fuente de informes de lectura, así como entrevistas a los mismos actores.

Palabras clave

industria editorial - campo editorial - editores – redes de sociabilidad

Afinidades electivas. Redes informales en torno a editoriales nacionales en la actualidad

Introducción. Las afinidades electivas.

Esta ponencia parte de la inquietud acerca del rol del editor que comúnmente centraliza en su figura todos los reconocimientos y responsabilidades del proceso de edición. Nuestra hipótesis supone que también existen otros actores y procesos en la industria editorial argentina contemporánea que usualmente no son detectados al pensar en la publicación de un libro, pero son fundamentales para que lleguen al público lector. Además, estos vínculos operan activamente en el proceso de producción del libro pero sin un reconocimiento formal. Desentrañaremos estas redes personalizadas o afines de sociabilidad que se desarrollan alrededor de editoriales nacionales más orientadas al polo comercial a través de algunos de estos actores. A partir de testimonios y documentos recabados, describiremos las relaciones entre editores, agentes literarios y pre-lectores o lectores externos de originales, así como sus vínculos profesionales con la industria editorial.

Para aportar al análisis de las prácticas de los agentes del campo editorial, recogimos testimonios y realizamos entrevistas en profundidad a partir del método de muestreo “bola de nieve”. Indagamos acerca de las trayectorias profesionales, la relación con otros agentes del campo, tomas de posición, expectativas, reconocimientos y tensiones, su visión ante las transformaciones del campo editorial y su rol particular, entre otros aspectos. Todo ello nos permitirá construir una red para reconsiderarlos como actores fundamentales en el campo editorial nacional.

El editor se considera un centro de atención en el campo editorial dado su sentido práctico (Bourdieu: 2014) específico para publicar libros. Es a través de ese *habitus* en que se consolida la lógica del campo editorial que le otorga el poder de publicar una obra en la industria editorial, pero para ello debe conciliar entre un polo comercial y un polo cultural que se mantienen en una tensión constante para mantener su posición dentro del campo. Sin embargo, el editor no trabaja solo, sino que se encuentra inserto en un sistema de relaciones y círculos de sociabilidad intelectual, a partir de los cuales se relaciona con otros agentes mediadores para decidir finalmente la publicación de un libro. El capital social (Bourdieu: 2010, 2014) define los principios de estructuración del espacio de relaciones sociales, de contactos, que los editores pueden construir a lo largo de su actividad, lo que les permite, junto con los capitales simbólico y económico, publicar determinados libros. Este supuesto de la teoría de los campos bourdiana en la interacción de los tres capitales le daría al editor una figura central desenfocando a otros agentes sumamente influyentes.

El concepto de intermediario cultural (Bourdieu: 1998; Featherstone: 1991) surge ante el crecimiento de actores que participan en la producción y circulación de bienes simbólicos, que se ocupan de la articulación entre el proceso de producción y el de consumo. Si bien el campo editorial no puede pensarse desligado de la lógica económica que lo atraviesa casi en su totalidad, hay reglas relativamente autónomas que pueden pensarse en sintonía con la producción cultural y artística, lo que le otorga cierta especificidad (Zallo: 2011). Y así como hay reglas, también hay actores con capitales específicos que tienen una determinada posición en el campo y pugnan por mantenerse o reubicarse en el mismo.

Por este motivo, creemos que el capital social es primordial para entender a estos otros actores que se ubican alrededor del editor. Seguir una red de sociabilidad (Darnton: 2011) implica reconstruir momentos y circunstancias donde las afinidades o sentimientos difíciles de discernir son elementos clave. La relación entre pares, además, potencia esa red y la reproduce, generando nuevas afinidades. El espíritu detectivesco que nos propone Robert Darnton implica rastrear y detectar en conductas, emotividades o actos humanos, difíciles pero no imposibles de analizar, fenómenos que nos llevan a un estudio de caso para poder comprender mejor los procesos históricos en sus propios términos, códigos y costumbres. Una lectura atenta de testimonios de editores y su contexto nos permitiría detenernos en los detalles para construir esas redes en el marco de situaciones sociales y culturales.

Al utilizar el análisis de redes (Sapiro: 2016) podemos explorar relaciones que no son muy visibles o reconocidas explícitamente en grupos de afinidades, situadas en ámbitos con límites difusos y permeables. Las entrevistas realizadas a lectores nos abrirán caminos para explorar en qué consisten las relaciones personalizadas o red de afinidades en el campo literario y cómo funciona el hecho literario como hecho social (Sapiro: 2016), mediado por numerosos actores y condiciones sociales y culturales propias. Comenzaremos por explorar los círculos de sociabilidad que construyen los editores de dos editoriales reconocidas en Ciencias Sociales: Siglo XXI y Capital Intelectual. Además, sumaremos el aporte de la agencia literaria alemana Mertin, la cual trabaja también con editoriales nacionales.

Redes de sociabilidad en el ámbito editorial.

Carlos Díaz es sociólogo y editor de la filial argentina de Siglo XXI desde su reapertura en el año 2000, una editorial en la que comenzó a trabajar su padre, Alberto Díaz, desde sus orígenes allá por los años '70 en un momento también muy propicio para la edición de libros en ciencias sociales. Como describe Alberto:

“el éxito de Siglo estaba fundado básicamente en su plan editorial y nosotros coincidíamos con el particular clima político y cultural de los años '60 (...) En ese clima de ebullición social y política, Siglo XXI era el mejor intérprete en el campo cultural (...) Nuestros libros llegaban a todo el continente y eran bibliografía obligatoria en la mayoría de las universidades, no solo argentinas, sino también latinoamericanas.”¹

La editorial fue fundada por Arnaldo Orfila Reynal, editor en el país entre 1945-1947 de la pionera Fondo de Cultura Económica y una de las figuras eminentes del mundo editorial hispanoamericano. Dirigió la casa matriz mexicana desde 1948 hasta 1965 cuando lo expulsaron luego de una persecución política. Con la indemnización y el aporte de algunos amigos, fundó Siglo XXI en territorio azteca. La sucursal argentina surgió como resultado de la fusión con los Cuadernos de Pasado y Presente (mítica revista político-cultural cordobesa) del gramsciano José Arico y la Editorial Signos de Enrique Tándeter y Juan Carlos Garavaglia, todos grandes intelectuales, estos últimos compañeros de facultad de Alberto, a quien convocaron. Allí estuvo hasta 1976, cuando la editorial cerró ante el golpe militar y Alberto se exilió con su familia en Colombia. Luego de su paso por México, regresaron a la Argentina en 1983, junto con el advenimiento de la democracia. Esos años en el exilio los vivió muy de cerca Carlos, quien una vez aquí estudió sociología en la UBA y comenzó a trabajar en los '90 en la librería Gandhi de la porteña calle Corrientes, durante su momento de auge. En estos ámbitos comenzó a tejer su red.

“En ese momento era una gran escuela: toda la vida cultural y académica de Buenos Aires pasaba por ahí. Me apasioné con ese trabajo”²

Además del bagaje cultural e intelectual de su padre, Carlos formó el suyo en el día a día como librero.

“Sin ser ningún experto (...) conocía perfectamente cada una de las editoriales que existían, cuál era su perfil, cuales eran sus autores y sus colecciones, quienes eran los distribuidores, cuales eran las buenas librerías...”³

Así, a sus 25 años, fue citado por la filial mexicana y les propuso volver a abrir la editorial con el prestigio que ya tenía el catálogo en el país. Carlos, sin tener experiencia empresarial, logra gestar el

¹ Sagastizábal, Leandro de: *Optimistas Seriales. Conversaciones con editores*, Buenos Aires: Eudeba, 2015, p. 65.

² Sagastizábal, Leandro de: Op. Cit. p. 83.

³ Op. Cit. p. 84

proyecto de una editorial consolidada en el imaginario cultural e intelectual argentino. ¿Cómo emprendió semejante empresa?

“me gusta presentarla como un proyecto colectivo y no individual. Esto es lo contrario de esa imagen estereotipada de los editores como genios iluminados, que trabajan solitariamente en su escritorio, algo que dista mucho de la realidad (...) me tocaba a mí salir en busca de los autores (...) muchas de mis primeras reuniones fueron literalmente fuera de la editorial, en bares.”⁴

Un dato que es importante remarcar es que la nueva época de Siglo XXI tuvo lugar en plena crisis social y económica del país. Por lo que podemos pensar que, junto con la construcción del nuevo catálogo se reconstruían también los vínculos sociales y políticos que los autores publicados ayudaron a apuntalar.

“Me relaciono con muchos autores, en buena medida porque forman parte de mi mundo; son vínculos que se generan de manera muy natural (...) profesores, compañeros de facultad, conocidos de aquí y allá (...) otra fuente importante de relaciones fue el Club de Cultura Socialista [fundado entre otros por su padre]”⁵

Jorge Sigal es periodista en varios medios gráficos y radiales. Hasta 2013 fue editor de Capital Intelectual, sello que publica, además de ensayos, la versión local del mensuario político *Le Monde Diplomatique*. Su colección emblemática, “Claves para Todos”, estuvo dirigida por el reconocido politólogo José Nun, entonces Secretario de Cultura de la Nación. Con la impronta de las clásicas colecciones del CEAL de libros de divulgación con firmas reconocidas y precios accesibles, conquistaron los kioscos de diarios hasta desembarcar en librerías. En su testimonio podemos percibir como su profesión potencia y en muchos casos coincide con la edición de libros.

“El buen periodista es fundamentalmente un tipo curioso. Se hace preguntas, bucea la realidad, busca datos, trabaja con fuentes (...) la práctica responsable del periodismo es un magnífico territorio para aprender a seleccionar (...) el olfato adquirido en el periodismo, esa aptitud para discriminar lo importante de lo interesante, puede ser un buen capital”⁶

Además del bagaje intelectual y la capacidad de leer el contexto, el juicio aparece como otro elemento decisivo en la formación del editor. Pero aparece nuevamente lo colectivo a completar esa capacidad individual:

⁴ Op. Cit. p. 85

⁵ Op. Cit. p. 86

⁶ Op. Cit. p. 259

“Lo ideal, creo, es que el editor tenga amplitud de criterio y esté dispuesto a escuchar (...) sea capaz de trabajar en equipo, rodearse de buenos profesionales (...) El trabajo de un editor es saber elegir a los que saben”⁷

Nicole Witt es actualmente la dueña de la Agencia Literaria Mertin, fundada en 1982 en Alemania, especializada en narrativa en portugués y español. Representa a escritores de Brasil, Portugal y varios países africanos e hispanoamericanos tanto en sus países de origen como en el resto del globo. Sus mayores logros fueron establecer en los mercados internacionales la obra de José Saramago, a quien en 1998 le fue otorgado el Premio Nobel de Literatura, así como el ser galardonados en 2015 con el Premio al Mejor Agente del Año por la Feria del Libro de Londres. La agencia participa en las ferias del libro y festivales de literatura internacionales más importantes, inclusive la de Buenos Aires, donde la pudimos entrevistar a Nicole.

Nicole percibe en esta profesión una cierta “cercanía natural” a diferencia de otros rubros. Su agenda es muy intensa en las breves visitas a ferias, eventos o reuniones con editores o autores en sus propios países. El papel del agente literario es el de representar a autores y negociar con editoriales sus derechos de publicación en otros países o idiomas, defendiendo sus intereses. Debe mostrarse convincente con los editores, así como cercano a los autores. Combina una relación profesional con una cierta amistad, pero manteniendo siempre las distancias. Su tarea es casi enteramente relacional, donde la confianza es un factor central en su trabajo. Si bien la tecnología muchas veces permite acortar distancias, el contacto personal es el que le permite obtener mejores resultados. Aquí la principal ventaja deseada es ganar tiempo para poder anticipar ese autor a un editor antes que otro agente lo descubra y recomiende. Es precisamente en las ferias y eventos donde las reuniones con agentes son numerosas y muy acotadas, por lo tanto mientras mejor relación se tenga con un editor y cuanto mayor credibilidad o entusiasmo genere un autor representado, más será el interés despertado y su contratación. Además, si está convencido, ningún editor querría que otro colega lo descubra o publique antes que él.

Estos testimonios nos dan cuenta de la centralidad del capital social, las relaciones y afinidades en la tarea de edición. Pero, así como a los editores se les suele reconocer su juicio y olfato, ¿cómo es que otras personas logran involucrarse en las tareas propias de un editor? Para acercarnos a esa respuesta, partiremos de los informes de lectura, documentos que nos permiten rastrear la huella de estos intercambios.

⁷ Op. Cit. p. 260

Los informes de lectura.

Efectuaremos un breve análisis bibliográfico de algunos informes de lectura de una reconocida editorial argentina dedicada a la publicación de narrativa y ensayo de autores nacionales y del extranjero. Al ser documentos internos, no revelaremos los títulos sobre los cuales informan, aunque sí los de los lectores encargados de redactarlos: se trata de Bárbara Belloc, Teresa Arijón, Paula Viale y Mónica Herrero. Todas son personas con reconocida trayectoria y actualmente involucradas en el ámbito editorial.

En conversación con el editor que nos suministró estos informes, descubrimos que son redactados a pedido de la editorial ante la posible compra de derechos a una agencia literaria del extranjero (en este caso son leídos en el idioma original) o por encargo de un autor que ofrece un manuscrito. En ambos casos, tienen un costo fijo que lo estipula la editorial periódicamente, con un rango de páginas. Consideraremos a estos informes como un género en sí mismo dada su importancia para la posible publicación o posterior rechazo ante los editores.

Cada uno de los lectores tiene un perfil determinado, en base a sus gustos, conocimientos o especialidad con algún lenguaje determinado. Así también lo tiene la editorial que se los encarga. Por lo tanto el principal objetivo del informe es saber si el manuscrito o libro es apto o no para publicarlo dentro del sello editorial. Los informes recabados tienen un formato generalmente respetado. Comienzan con un encabezado informativo que contiene título, bajada o subtítulo, autor, cantidad de páginas, género, temática, nombre del lector y fecha. Luego están estructurados en siete apartados: datos biográficos del autor, tema general de la obra, estructura narrativa, una sinopsis o resumen del argumento, estilo de escritura, público al que se dirige, valoración personal y sugerencias u observaciones. La mayoría destacan en un encabezado inicial o subrayado hacia el final la leyenda “recomiendo/no recomiendo su publicación”. El mayor espacio lo suele ocupar el resumen del argumento y la valoración. Hay una diferencia marcada entre las lecturas de literatura y las de ensayo, siendo requerido en estos últimos un estilo claro, ordenado y accesible para el público.

Si bien hay cierta formalidad en los campos nombrados, la cualidad principal que apreciamos en estos informes es su informalidad en un registro coloquial. Esto permite revelar cierta confianza con el receptor (el editor) para interpretar los comentarios. Son ejemplificadores los juicios valorativos, contundentes en ciertos casos:

“no pude dejar de leerla, prácticamente la devoré, y cuando debía interrumpir su lectura, no podía dejar de pensar en ella...” (P.V.)

“lectura (mala) para mujeres” (B.B)

“...efectivamente es un cambalache, no un libro” (B.B)

No obstante las apreciaciones, lo que pesa es su posible ingreso al catálogo de la editorial, su relación con otros autores o títulos exitosos y su público potencial:

“no es una obra literaria notable ni mucho menos, pero es de lectura fácil y atrapante” (B.B)

“la escritura es muy ágil y tiene la precisión de un mecanismo de relojería: nada sobra, nada falta” (T.A.)

“apta para todo público (...) una novela para regalar, de las que después se habla en la sobremesa” (T.A.)

Por su parte, las observaciones se vuelven un punto importante al pensar en su efectividad comercial:

“el título es de difícil retención e imposible representación. Se sugiere reemplazar por otro con más gancho” (M.H)

“es un texto de alta calidad literaria (...) sin embargo, su efectividad comercial puede estar condicionada a un segmento restringido” (P.V.)

Ahora bien, no todos los manuscritos que llegan a un editor pasan por los informes de lectura, sino sólo aquellos que están en duda. Se envían de acuerdo al perfil de cada uno de estos lectores externos, con conocimientos y experiencias probadas en el medio editorial. Los informes tienen diversos estilos de escritura y en ciertos casos requieren un segundo informe de un lector distinto o una conversación personal con el editor donde se posibilite una devolución para despejar dudas. Estos lectores cumplen un rol fundamental en la industria editorial, filtrando una inmensa oferta de publicaciones con una mirada crítica y de confianza. Los editores, en tanto, tienen la última palabra pero ganan tiempo y se arriesgan menos en la aventura de publicar un libro. Si bien el acierto en ventas de una publicación en el mercado nunca es totalmente seguro, la opinión de estos lectores es muy apreciada para ese fin.

Hay casos en los que los lectores operan como *scouts*, descubriendo autores y ofreciendo informes para distintas editoriales o agentes literarios en cuyo catálogo creen que pueden ser publicados. Hay otros en que los contenidos de los informes son utilizados como instrumentos de promoción y marketing del libro una vez publicado, como ser títulos, contratapas o argumentos de venta. De modo

que poseen un capital de lectura específico que los editores valoran y que además permite intermediar en el proceso de publicación de un libro, potestad que no recae únicamente en la figura del editor. ¿Qué cualidad o “sentido práctico” poseen particularmente estos actores? Como posible respuesta, en el siguiente apartado nos adentraremos en los modos de lectura de estos intermediarios.

Los lectores y sus modos de leer

Paula Viale es una de las redactoras de los informes de lectura que analizamos en el anterior apartado. De formación en historia, su carrera profesional comenzó en la industria editorial en el sector de prensa de la editorial Sudamericana en 1984, actividad que compartía mientras daba clases en dos escuelas. Llegó casi de casualidad, por una suplencia temporal y sin conocer nada del oficio periodístico. Sin embargo, permaneció durante seis años allí aprendiendo a contactarse con periodistas y a recomendar libros, cuando pasó al departamento editorial a cargo de Luis Chitarroni. Uno de sus primeros libros editados fue (el primero fuertemente criticado y luego célebre) “Soy Roca”, de Félix Luna. Posteriormente, con la compra de la editorial por parte del grupo alemán Bertelsmann a principios del 2000, renunció al poco tiempo. Por aquel entonces, contaban con un equipo de alrededor de 15 lectores que redactaban informes de lectura, con puntajes para medir las recomendaciones. Era un trabajo rentado y reconocido por la editorial. En ese mismo grupo estuvieron dos traductoras y redactoras de los informes que analizamos: Teresa Arijón y, por recomendación de ella, Bárbara Bélloc.

Teresa comenzó haciendo sus primeras traducciones de poesía desde muy joven por gusto propio. Estudio teatro y profesorado en inglés. Traduce en inglés y portugués. Trabaja hace muchos años en conjunto con Bárbara. Ambas están dirigiendo actualmente la colección de ensayos *Nomadismos* de Ediciones Manantial. Ambas son poetas, escriben desde jóvenes y aprendieron a traducir leyendo diccionarios, sin estudiar otros idiomas. Bárbara, por su parte, ideó la colección *Biblioteca Erótica* en la editorial Sudamericana, también trabajó con traducciones de ensayos en Paidós, Fondo de Cultura, Siglo XXI y Capital Intelectual. También ha hecho trabajos de corrección y es editora externa.

Con respecto a la redacción de informes, Paula destaca la utilidad que tiene no hacer una reseña del argumento o una lectura netamente “literaria” sino una opinión calificada de alguien que está o estuvo en actividad dentro del mercado editorial y que permite reducir el riesgo de incertidumbre al editor que encargó esa lectura en el momento de publicar un libro con cierto potencial de ventas. Existe un criterio de selección para reconocer aquello potencialmente publicable para esa editorial de lo que no. Sobre esta capacidad, la entrevistada destaca el contacto con profesionales de cada sector en ese medio (prensa, diseño, marketing) que le permite absorber habilidades y conocimientos varios en el proceso

editorial. Esto le posibilita, por ejemplo, imaginar un posible título, imagen de portada, autores o tendencias relacionadas como vimos en el apartado anterior.

Para Teresa, el traductor tiene que saber escribir y conocer bien su propio idioma, dado que es también un escritor que trabaja en sintonía con el autor y su momento y lugar de publicación. Al momento de leer un manuscrito, ella ve la calidad de escritura, el público al que se puede dirigir y si tiene potencial de venta. Sin embargo no incursionó mucho tiempo en informes, aunque sigue frecuentando las charlas y sugerencias con editores. Cuando se le pregunta por la valoración de ese vínculo alega que se aprende a leer de otra manera, captando cosas que con la lectura normal no se capta.

Si bien a Bárbara le “aburre” traducir, si le es muy placentero redactar los informes de lectura porque la incita a leer, descubrir y pensar las ideas que le da un libro. Los requerimientos le llegan “de boca en boca”. Al leer para los informes, se imagina cómo se puede traducir el libro en cuestión, si el autor tiene un estilo propio o si está sobreeditado (si es un “escritor” o un “autor” en sus términos). Pone el foco en el lector y, seguidamente, en el catálogo del sello. La práctica lectora, requiere así también como Darnton, una tarea detectivesca, una combinación de ejercicio y olfato, el cual no es exclusivo de los editores.

Conclusiones.

En esta ponencia analizamos cómo se construyen las redes personales no formalizadas y de sociabilidad que forman parte del proceso de producción de un libro y rodean a las editoriales nacionales en la actualidad. Relaciones de afinidad contextualizadas social y culturalmente que poseen una práctica lectora específica y valorada por la experiencia en el medio editorial. Vínculos que no sólo facilitan la tarea de selección de un editor, sino que, como pudimos ver, intervienen en distintas tareas de diseño, marketing o promoción pero que no suelen ser visibilizadas o reconocidas como parte de la tarea de estos actores en un análisis de la industria editorial. Asimismo, recuperamos la labor de estos actores en pos de un reposicionamiento en el campo editorial local que les otorgue un lugar de importancia para poder ser visibilizados.

Bibliografía

- Bourdieu, Pierre: *Intelectuales, política, poder*, Buenos Aires: Eudeba, 2014.
- "El mercado de los bienes simbólicos" en *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2010.
- *La Distinción*, Barcelona: Taurus, 1998.
- Darnton, Robert: *Poesía y Policía. Las redes de comunicación en el París del siglo XVIII*, Mexico DF: Cal y Arena, 2011.
- Featherstone, Mike: *Cultura de consumo y posmodernismo*. Buenos Aires. Amorrortu, 1991.
- Sagastizábal, Leandro de: *Optimistas seriales. Conversaciones con editores*, Buenos Aires: Eudeba, 2015.
- Sapiro, Gisèle: *La sociología de la literatura*, Buenos Aires: FCE, 2016.
- Zallo, Ramón: *Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital*, Buenos Aires: Gedisa, 2011.