



# Del oficio de editar

Cintia Rogovsky

“Con el pesimismo de la razón y el optimismo de la pasión”

José Carlos Mariátegui<sup>1</sup>

**Resumen:** El artículo ofrece algunas reflexiones acerca del oficio del editor, en cómo se ha concebido y se concibe y cómo los cambios sociales, tecnológicos y culturales influyen en él, además de las decisiones políticas.

**Palabras clave:** edición - oficio - editor – cultura.

En nuestro idioma no tenemos, como en inglés, la distinción entre editor y *publisher*, de modo que en ocasiones, se generan confusiones. El *publisher* es quien publica y vende libros, revistas u otra clase de publicaciones, en diversos soportes y formatos, y con frecuencia es dueño de una determinada empresa editorial. Por su parte, el editor, en el sentido que usamos acá, *es quien mediante ciertos saberes técnicos y teóricos convierte un contenido original en un material publicable*. En este último sentido, lo desarrollaremos acá, aunque muchas veces estos roles los desempeña una misma persona o equipo. De modo que la primera consideración es *la doble dimensión del arte de editar: la dimensión económica, material y técnica, y la dimensión simbólica, cultural y social*.

Por su parte, “un editor es su catálogo”<sup>2</sup>, afirma Manuel Pimentel (2012), editor, empresario y político español, y algo

---

<sup>1</sup> Frase citada por Mariátegui, quien la atribuye a José Vasconcelos, y por Gramsci, quien la atribuye a Romain Rolland (2010), en *La tarea americana*, Buenos Aires: CLACSO-Prometeo libros, pág. 15.

<sup>2</sup> Pimentel, Manuel (2012). *Manual del editor. Cómo funciona la moderna industria editorial*. España: Berenice.



parecido sostiene Jorge Herralde, de Anagrama, haciendo con ello referencia a que esta tarea que supone diversas dimensiones, se expresa y sintetiza en el catálogo que una editorial ofrece. Giulio Einaudi, de la editorial Einaudi justamente, fue considerado en su tiempo la persona más influyente de la cultura de su país y el único capaz de saber qué era y qué no era un libro. Problema aún más complejo hoy, inmersos en las complejidades de la era de las publicaciones digitales, luego de ya varios años de vaticinios afortunadamente errados, hasta ahora que anunciaban los funerales del libro papel. Sin embargo nadie puede desconocer las transformaciones que esto implica en las tareas del editor y las prácticas de lectura y escritura, inscritas a su vez en la disputa de las grandes corporaciones que buscan controlar la producción editorial y avanzan sobre el derecho a la bibliodiversidad.

### “Editar depende del aprecio por los otros”<sup>3</sup>

A su vez, como la edición es una *praxis*, tiene una *dimensión técnica, artesanal o industrial, que el editor debe conocer*. El editor no es, al menos en la teoría, alguien que escribe, corrige, maqueta o imprime textos, imágenes, materiales audiovisuales, u otros contenidos. Sin embargo, para coordinar equipos profesionales y tomar decisiones editoriales en un determinado ámbito -ya sea éste grande o pequeño; público, privado; académico, alternativo-, debe conocer las etapas de la pre-edición, la edición, la publicación y los saberes técnicos implicados. Muchas veces, nobleza obliga a decirlo, un editor también realiza esas tareas.

Otra dimensión del oficio consiste en gestionar contratos -con autores o instituciones- y derechos de autor, por lo cual debe conocer -o bien asesorarse- la normativa de producción de contenidos, de funcionamiento repositorios digitales, de propiedad intelectual; las normas que regulan el plagio, la gestión del ISSN o ISBN<sup>4</sup>, como también estar al tanto de las normativas de la edición digital y las publicaciones en línea, las modalidades y prácticas de auto-publicación promovidas

<sup>3</sup> Villoro, Juan (2009). “Un optimista en la catástrofe”, Prólogo, en Herralde, Jorge (2009). *El optimismo de la voluntad*. México DF: FCE.

<sup>4</sup> *International Standard Serial Number*, Número Internacional Normalizado de Publicaciones Seriadas, que se usa para revistas; e *International Standard Book Number*, Estándar Internacional de Libros o Número Internacional Normalizado del Libro.



por determinados portales o buscadores (como *Amazon* o *Google*), entre otras cuestiones. De modo que el editor debe tener capacidad para leer el *zeitgeist* de la época, en el plano artístico, cultural y comercial. Es así estará atento no sólo a los circuitos oficiales, académicos, sino también a los alternativos, y a la participación en ferias, espacios culturales, congresos, encuentros, presentaciones de libros, revistas, discos, portales, entre otras.

### **Dimensiones, políticas públicas y bibliodiversidad**

Cuando hablamos de la dimensión económica, es una dimensión que el editor debe conocer incluso cuando desarrolle su tarea en ámbitos no comerciales, ya que también en estos espacios inciden los aspectos presupuestarios y de financiamiento. Por otro lado, en la dimensión simbólica, el editor es alguien que influye como promotor cultural y del pensamiento, las artes y la educación, habida cuenta de que los productos editoriales son, entre otras cosas, mediaciones culturales y de transmisión de saberes, que influyen y son influenciados por las prácticas de lectura, escritura, los grados de inclusión social y educativa, y de alfabetización -digital también- de los sectores medios y populares.

El editor también depende de las regulaciones de otros campos asociados directa o indirectamente, como la importación de insumos: papel, tecnologías, tintas; y de políticas de promoción de la lectura y de provisión de materiales educativos, ya que eso impacta en la ampliación o limitación de su lectorado, y las posibilidades de producción para esta industria. Incluso en sus aspectos técnicos más específicos, la tarea del editor no está aislada de estas consideraciones, ya que debe coordinar y/o trabajar con equipos conformados por diseñadores, maquetadores, lectores críticos, traductores, fotógrafos, artistas plásticos, ilustradores, realizadores audiovisuales, músicos, correctores de estilo, correctores literarios, expertos en derecho y propiedad intelectual y otros profesionales de la edición, así como contactarse con imprenteros, agentes literarios, periodistas especializados, bibliófilos, buscadores y coleccionistas de ediciones especiales, por lo que tiene que estar al tanto de estos temas y problemas. Que exista o no monopolio del papel, por poner un ejemplo, y los costos que éste tenga, influye de manera significativa en la tarea del editor, incluso



en aquel que no trabaja en ese soporte, porque condiciona el estado general de su campo y las industrias asociadas y las planificaciones que deba hacer.

Desde los orígenes de la edición argentina, el rol del editor se ha entrecruzado con la industria gráfica y comercial: editores que se dedicaron exclusivamente a este rol, imprenteros y librerías que editaban, en múltiples y diversos géneros: desde informes de gestión gubernamentales o diarios de sesiones legislativas a revistas educativas y culturales, entre otras.

Hoy, en nuestro país, con un Estado en retirada que abandona su posición de responsable de garantizar muchos derechos, se enciende una luz roja a las posibilidades de la bibliodiversidad, y el sostenimiento de cientos de proyectos editoriales que han crecido, favorecidos por políticas públicas que directa o indirectamente impactaron favorablemente en este campo. Va de suyo que la lógica editorial no es siempre la lógica mercantil, aunque ésta haya avanzado de manera intensa en este campo. El editor elige en qué medida participa de las mediaciones para que ciertos autores o ideas y productos circulen y se difundan, incluso cuando estos sean “antieconómicos”, para lo cual desarrolla diversas estrategias de difusión y captación de lectores.

La construcción de redes es necesaria para el editor, no sólo con autores y otros editores, sino con agentes literarios, representantes gubernamentales, críticos culturales, medios de comunicación, publicaciones y suplementos especializados; instituciones, redes de editoriales universitarias, fundaciones y organizaciones de ferias, encuentros, y otros referentes que colaboran a difundir sus catálogos, publicaciones y autores. Muchas editoriales pequeñas utilizan la modalidad de financiamiento colectivo anticipado (por ejemplo, mediante la compra de un libro o producto editorial anticipada por medios de venta digitales, bono contribución, sociedades o cooperativas editoriales); o mediante el financiamiento de los propios autores, a veces con contratos leoninos para los autores, otras, con proyectos más justos. Es parte de la leyenda del campo editorial la tensión entre autores y editores, así como los mitos y relatos de autores rechazados por un editor, que luego fueron grandes éxitos de venta para otro.



## Vender libros como detergentes

Otra consecuencia del avance descontrolado del mercado está dada en la fusión y absorción de pequeños sellos en manos de grupos económicos transnacionales, manejados por gerentes (o CEOs, para usar una palabra de moda), que desplazan a los editores y por lo general nada saben de la producción editorial. Es así que aplican a estos bienes culturales la lógica de la mercancía, como si vendieran detergentes en las góndolas de cadenas de supermercados.

Por ejemplo, se publica mucho, pero no se respetan los tiempos y estrategias propias de estos bienes para encontrar sus lectores y, tras un breve paso por la exhibición en librerías y otras bocas de venta, se los desecha. Estas prácticas limitan indudablemente el campo editorial y su contribución al ejercicio de una ciudadanía más completa y democrática. Quizás más que nunca el editor debe asumirse como actor político individual y/o asociado a otros editores, y recuperar las interpe-laciones respecto del sentido social de su tarea: ¿para quiénes, qué se edita y cómo se distribuye? Sabido es que es central el rol del sistema educativo en su conjunto y de los editores especializados en este campo.

En primer lugar, porque la escuela es el agente alfabetizador privilegiado, y a la alfabetización centrada en la cultura impresa, se ha agregado una segunda, que nos abre a las múltiples escrituras que conforman el mundo audiovisual digital, y que no significan la sustitución de un modo de leer por otro, sino la articulación de uno y de otro, de la lectura y producción de textos e hipertextos. La escuela y las políticas públicas en educación son indisociables de las experiencias editoriales, ya que es allí donde se forman ciudadanos que puedan acceder, o no, a esta pluralidad de escrituras/lecturas/producciones. A su vez, la educación modela a los actuales y futuros lectores, desde las políticas oficiales -o su ausencia- para la promoción del libro y la lectura, a los diseños curriculares, así como la formación y capacitación docente y su influencia en las viejas y nuevas prácticas de lectura y escritura; la incorporación de educación y TIC, entre otras.

Para ello fueron fundamentales la promulgación de un cuerpo de leyes vinculadas a la educación y la cultura, así como la implementación de programas federales, con participación de las 24 jurisdicciones, universidades nacionales, sindicatos docen-



tes y otros actores, tales como “Conectar Igualdad” y “Nuestra Escuela”, que impactaron de manera muy positiva en la industria editorial argentina<sup>5</sup>. Al propiciar mejores hábitos de enseñanza-aprendizaje de lectura/escritura, y de acceso a productos editoriales diversos, propiciaron la profesionalización y crecimiento de empleos y proyectos editoriales, que será lamentable interrumpir, como parecen indicar varias señales. Lo mismo ocurre con la demanda de textos (no sólo escolares) y con la adquisición de libros por parte de la CONABIP y otros organismos estatales<sup>6</sup>. Sostiene Alberto Sileoni, quien fuera Ministro de Educación nacional entre 2009 y 2015, que el Estado compró “más de 90 millones de libros” [...] con un sistema muy federal, siempre priorizando a editoriales chicas y medianas. Una inversión de 1700 millones de pesos para que tuvieran libros todos los establecimientos educativos de todos los niveles: inicial, primario, secundario y terciario; para que hubiera libros en el ámbito urbano, en el ámbito rural, en las cárceles”<sup>7</sup>.

Por su parte, el último enero el actual Secretario de Cultura de la Nación, Pablo Avelluto, anunció la liberalización de la importación de libros. Si bien no es el tema de este artículo, conviene recordar que los sellos chicos y medianos se han desarrollado estos años al privilegiar ediciones de pequeñas tiradas, impresas en el país y de calidad no sólo en cuanto a los contenidos, sino haciendo del libro un objeto estético, incluso de colección. El especialista Alejandro Dujovne explica que, por el contrario, los grandes grupos, como apuntan al *best seller*, con grandes inversiones en marketing y altos costos, posiblemente imprimirán en el exterior donde les sale más barato, con la consiguiente pérdida de trabajo para los editores argentinos, y la industria editorial y gráfica local. “En un mercado editorial como el argentino, donde la concentración en un número muy acotado de empresas transnacionales ha ido en aumento, la eliminación de toda barrera a la importación

---

<sup>5</sup> Al récord de 2008 de producción editorial, con más de 97 millones de impresos, siguieron años de crecimiento ininterrumpido para este sector. Cfr. Informe sobre Industrias Culturales y Creativas: República Argentina y Ciudad de Buenos Aires, 2014, pág. 14, [en línea] Consultado el 7 de marzo de 2016 en: <http://es.slideshare.net/FedericoBorobio/cbn-recursosinforme-ic/14>.

<sup>6</sup> Sabido es que la producción y distribución de textos en las escuelas y bibliotecas escolares configura desde el siglo XIX un porcentaje altísimo de la producción e ingresos de las editoriales.

<sup>7</sup> Cfr. en “Una política para los libros. Industria, arte y mercado”, diario La Nación [en línea] Consultado el 7 de marzo de 2016 en: <http://www.lanacion.com.ar/1862267-una-politica-para-los-libros-industria-arte-y-mercado>



tiende a fortalecer a las empresas que tienen una posición dominante en el mercado” (Dujovne, 2016).

Para finalizar, creemos que hay tantos modelos de editores como proyectos editoriales puedan soñarse, pero es difícil que estos prosperen si el Estado se retira y el mercado edita liberado a su voracidad de ganancias.

### **Bibliografía**

- Dujovne, Alejandro (2016). “Un libro con muchas preguntas”, en diario *Página/12* [en línea] Consultado el 7 de marzo de 2016 en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/2-37685-2016-01-08.html>
- Pimentel, Manuel (2012). *Manual del editor. Cómo funciona la moderna industria editorial*. España: Berenice.
- Villoro, Juan (2009). “Un optimista en la catástrofe”, Prólogo, en Herralde, Jorge (2009). *El optimismo de la voluntad*. México DF: FCE.