



Experiencias de trabajo en el capitalismo informacional. El caso de la industria editorial Argentina

Work experiences in informational capitalism: the case of Argentina's publishing industry

Daniela SZPILBARG* y Ezequiel SAFERSTEIN**

Recibido: 20.05.13

Revisión editorial: 11.07.13

Aprobado: 03.08.13

RESUMEN

El siguiente trabajo intenta explorar las transformaciones que una nueva etapa del capitalismo han provocado en el mundo del trabajo. Por ser una industria que se basa en la producción e intercambio de información, nos parece una interesante arista desde la cual observar los cambios que se han producido en el mundo del trabajo, en una práctica laboral que se vuelca cada vez más hacia un estadio inmaterial donde lo cognitivo cobra fuerza como la marca actual de los procesos tanto de producción como de intercambio y de consumo. En este sentido, a partir del análisis de tres casos particulares (Editorial Funesiana, Editorial Eterna Cadencia y Random House Mondadori) indagaremos en los modos de trabajo en la industria editorial en un período signado por la profundización de la internacionalización financiera y comercial y su vínculo con las TICs como la clave que inaugura la época actual.

Palabras clave: Industria editorial- Capitalismo informacional – TICs - Trabajo creativo.

* Instituto de Investigaciones Gino Germani, Universidad de Buenos Aires, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Es Licenciada en Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Diploma de Estudios Avanzados en Gestión Cultural y Políticas Culturales en el IDAES/UNSAM. Desde 2008, es Ayudante de 1ra. Ad-honorem en la materia “Teoría Sociológica” de la cátedra Rodríguez Sánchez en la carrera de Trabajo Social (UBA). Actualmente realiza el proyecto de investigación “Editores y escritores a la luz de las transformaciones del campo editorial literario argentino 1990-2010” con dirección de Dra. Ana Wortman y codirección de Dr. Gustavo Sorá, en el marco de la Beca Doctoral Conicet Tipo 2. Correo: danielaszpilbarg@hotmail.com

** Centro de Documentación e Investigación de la Cultura de Izquierdas en Argentina, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Es Licenciado en Sociología por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (2010) y terminó de cursar la Maestría en Sociología de la Cultura y el Análisis Cultural (IDAES-UNSAM). Desde 2010 participa en el área de Estudios Culturales del Instituto de Investigaciones Gino Germani, en el grupo de trabajo “Transformaciones del campo cultural y clases medias en la Argentina” dirigido por Dra. Ana Wortman. Es docente de la materia “Teoría sociológica contemporánea: La esfera de la cultura en el capitalismo tardío” de la carrera de Sociología (FSOC) y de la materia “Sociología” de la carrera de Diseño de Indumentaria y Textil (FADU). Actualmente, se desempeña como becario doctoral Tipo 1 (CONICET) con su Proyecto de Investigación: “Los ensayistas best-sellers: Producción y circulación del discurso del ‘ser nacional’ argentino en el mercado de los bienes simbólicos (2001-2010)”, bajo dirección de Horacio Tarcus y Ana Wortman. Prepara su tesis de maestría “El crecimiento del ‘ensayo best-seller’: Producción y circulación de géneros editoriales sobre la coyuntura socio-política Argentina (2001-2010)”, bajo la dirección de Paula Miguel. Correo: kielo84@gmail.com

ABSTRACT

This paper aims to explore some changes that a new stage of capitalism has made to the world of work. As an industry that relies on the production and exchange of information, publishing seems an interesting angle from which to observe the changes that have occurred in the world of work, in which activities are turning increasingly towards an immaterial stage where the cognitive gains strength as the current brand of both production processes of exchange and consumption. Thus, from the analysis of three specific cases (Funesiana, Eterna Cadencia and Random House Mondadori) we will investigate ways of working in the publishing industry in a period marked by the deepening of financial and commercial internationalization and its link with ICT as the key that opens the door to the present.

Keywords: Publishing industry - Informational capitalism - ICT- Creative work.

SUMARIO

Introducción. 1. La semilla de un nuevo tipo de trabajo. 2. La economía creativa en la Ciudad de Buenos Aires. 3. La industria editorial 1997-2010: el nivel global y local. 4. La digitalización en el sector editorial. 4. Tres editoriales: del trabajo artesanal a los grandes grupos. 5. Diferencias en el modo de producción y trabajo con TICs. Conclusiones. Bibliografía.

Introducción

Como sostienen diversos autores estudiados, nos encontramos ante una etapa del capitalismo de características salientes respecto de períodos anteriores. Se lo llama “capitalismo informacional” o “capitalismo cognitivo” para hacer referencia a la centralidad del conocimiento y la tecnología en los procesos de valorización y producción, con los efectos que esto supone a la hora de observar el comportamiento de diversos agentes que forman parte de los procesos de formación de valor en el área cultural. El análisis del capitalismo de la década del 90 y comienzos del siglo veintiuno se vincula con la profundización de la internacionalización financiera y comercial y su vínculo con las TICs como la clave que inaugura la época actual.

Acerca de la historia del capitalismo, debemos remontarnos a momentos previos: muchos autores acuerdan en llamar *revolución industrial* a un primer proceso de transformación tecnológica que se dio en Inglaterra en la segunda mitad del siglo XVIII. De hecho, Freeman y Louca definen a la primera revolución industrial a partir de los cambios en la participación porcentual de los sectores, en el producto y en la economía en su conjunto, teniendo en cuenta también los cambios sociales, organizativos y culturales. En relación con esto, señalan que la justificación del uso del término revolución industrial, en el caso de Inglaterra, es porque la industria y la construcción ya habían superado a la agricultura en el total del empleo y de la producción en 1810 (Freeman y Louca, 2002).

Según un estudio de Rodríguez Vargas, un grupo de historiadores, tecnólogos y economistas coinciden en denominar una primera revolución industrial y revoluciones tecnológicas a las posteriores, aunque, de manera indistinta, le llaman “eras”: (primera) era de la energía de vapor y ferrocarriles, (segunda) de la electricidad y el acero, (tercera) de la producción masiva de automóviles y materiales sintéticos, y finalmente la (cuarta) era de la microelectrónica y las redes de computación o, bien, era de la información o de telecomunicaciones (Freeman y Soete, 1997; Rodríguez Vargas, 2010).

Entonces, con la centralidad que tienen las tecnologías de información y comunicación en la construcción del valor económico y por ende en los procesos productivos, es interesante ahondar en el modo en que este fenómeno se da en casos concretos. Según Martha Roldán, el capitalismo actual pone en juego para su beneficio las aptitudes más genuinas de los seres humanos: su pensamiento, imaginación, gusto, es decir que de algún modo “el capitalismo informacional del siglo 21 pone la vida misma a trabajar, se apropia de la vida” (Roldán, 2008:13).

En palabras de Virno, acerca del trabajo de la industria cultural, plantea que “el punto crucial es que mientras la producción material de objetos es demandada al sistema de máquinas automatizadas, las prestaciones del trabajo vivo, en cambio, se asemejan cada vez más a prestaciones lingüístico-virtuosas” (Virno, 2003:58). Consideramos que estas percepciones pueden vincularse también con el hecho de que las dimensiones del tiempo y el espacio han sufrido transformaciones en las últimas décadas que son llevadas asimismo a la esfera del trabajo.

En palabras de Dantas, “la información emerge como fuerza productiva determinante” (2003:217) y esta “acumulación flexible” provoca cambios en las relaciones y prácticas del trabajo. Es por eso que en este trabajo intentamos aproximarnos a los cambios en la tarea de la edición, así como intentaremos analizar la distribución de la producción a nivel local, regional y global.

Por lo antedicho, en este trabajo nos proponemos retomar las discusiones y planteos acerca del capitalismo cognitivo, para situarlos en una reflexión acerca de la industria editorial considerando muy fuertemente los avances de las TICs y el modo en que impactan en esta esfera. La intención es observar en qué medida estos cambios afectan a la industria editorial de nuestro país y provocan por ende la necesidad de adoptar nuevas competencias a la hora del trabajo del editor como figura principal de las editoriales.

Pretendemos, en primer término, plantear algunas definiciones acerca del capitalismo cognitivo, para luego adentrarnos en la temática a trabajar: daremos cuenta del comportamiento de la industria editorial a nivel local y global, para poder luego pensar en las modificaciones suscitadas por las TICs en la organización del sector, y luego propondremos, a partir de tres emprendimientos editoriales de distinta escala, unas incipientes reflexiones acerca de modificaciones que comienzan a sugerirse tanto en la organización de las editoriales como en las prácticas de diversos editores. Se trata de una etapa de transición, donde a las prácticas y competencias tradicionales que detentaban los editores y que se correspondían con modos tradicionales de abordar el trabajo editorial, se suma una realidad transnacional de gran peso que va quitando autonomía al campo, y generando la necesidad de abordar acciones que les permitan situarse ante una nueva realidad que afecta a sus tareas.

1. La semilla de un nuevo tipo de trabajo

En *Gramática de la multitud*, Paolo Virno plantea que si se considera el modo de trabajo de la industria cultural, es preciso pensar en “un cierto espacio para lo informal, lo no programado, el desliz de lo imprevisto, la improvisación comunicativa y de ideas: no para favorecer la creatividad humana, sino para obtener una satisfactoria productividad comercial” (Virno, 2002:58). Sin embargo, el mismo autor plantea que desde la perspectiva crítica de la Escuela de Frankfurt, estos aspectos eran “residuos, escorias del pasado, escombros. Lo que contaba era solamente la *fordización* de la industria cultural” (58). Virno supone que precisamente estos aspectos del trabajo de la industria cultural, ligados a lo informal, lo imprevisto, eran las semillas de lo que sería un nuevo tipo de trabajo.

Primero debemos situarnos en las transformaciones profundas que se dan en esta etapa del capitalismo, siguiendo por ejemplo a Moulier Boutang, quien plantea que esta mutación profunda se vincula principalmente con un cambio en la propia naturaleza del valor, que comienza a estar ligado al conocimiento de una manera novedosa. Así, el conocimiento se puso al servicio de la producción en tanto controlar la naturaleza a través de la técnica. En el capitalismo moderno, sostiene también Enzo Rullani, el conocimiento es tan importante como el trabajo o el capital: para valorizarse, el capital debe valorizar el trabajo vivo y el conocimiento. Lo particular es que esta valorización del conocimiento responde a leyes especiales y es diferente de la tradicional formación de valor del capitalismo y por otro lado, “los procesos de virtualización separan el conocimiento de su soporte material y esto genera incoherencias en el proceso de valorización (...) porque el proceso de transformación del conocimiento en valor no es lineal y estable en el tiempo” (Rullani, 2004:101)

El conocimiento no tendría ninguna influencia sobre la teoría del valor, si no fuera más que una especie de bien que no hace más que conservar y transmitir el valor del capital y del trabajo utilizados para producirlo: el conocimiento tiene valor de uso pero no tiene valor de cambio referenciado. El costo de producción del conocimiento es incierto y radicalmente diferente al coste de su reproducción. El valor de cambio del conocimiento está ligado a la capacidad práctica de limitar su difusión libre, limitar con medios jurídicos la posibilidad de copiar. La economía del conocimiento es una economía de la velocidad, los valores no son stocks que se conservan sino que decrecen con el aumento de la velocidad de los procesos, y esto tiene fuertes influencias sobre la producción de bienes culturales. El capital interioriza las leyes de la valorización del conocimiento, es decir, las leyes de rendimientos decrecientes en el tiempo.

En función de esto, Moulier Boutang plantea que se hace muy dificultoso justificar los derechos de propiedad tal y como fueron contruidos al comienzo del capitalismo industrial. Sostiene también que en el plano de los derechos de propiedad hay que constatar que aparecen nuevas formas, como el software libre¹.

En definitiva, llama *capitalismo cognitivo* a la mutación actual del capitalismo, atendiendo a que si bien son muchas las denominaciones (Sociedad de la información; net-economy; weightless economy), todas intentan reflejar un cambio que él considera básico y que se vincula con pensar que la naturaleza del valor, forma, lugar y modalidades de extracción, han cambiado totalmente, en términos de cambios en el régimen de acumulación capitalista y cambios en las relaciones de producción, transición que supone también el cambio del régimen salarial. Este autor se pregunta también si existen leyes para esta nueva economía, y menciona que la economía de lo inmaterial se vincula con la digitalización y la canalización casi instantánea de los datos y la reducción casi a cero de los costos de reproducción del conocimiento. (Moulier Boutang, 2004: 110-111).

El principal obstáculo, según la perspectiva de este autor, es el de poder establecer nuevos derechos de propiedad que permitan de algún modo reglar la actividad cognitiva humana, derechos que se vinculan con esa apropiación y expropiación (delimitación estricta de cómo el uso, la valorización y la alienación pueden constituir el previo indispensable de los mecanismos de mercado y los precios). El tema del capitalismo cognitivo que opera con TICs es que existe la dificultad de la mercantilización y de los derechos de propiedad privada y de ello se desprende la discusión acerca del carácter público de los bienes de información.

Dantas también analiza el capitalismo informacional, planteando que el antiguo modelo institucional de las comunicaciones que se desplegó desde la década de 1930 hasta la década de

¹ Moulier Boutang explica que el tema del software libre sirve para pensar esta frontera jurídica. Sostiene que el copyleft no es un régimen de apertura de un código fuente, sino un derecho de propiedad particular: la prohibición de privatizar para uso mercantil los productos derivados de un software que se deja copiar libremente. (Moulier Boutang, 2004:115)

1980 ha cambiado, provocando un cambio hacia la 3ra Revolución Tecnológica: textos, imágenes y sonidos se transforman en bits y la digitalización de la información es la base técnica de la producción social general. El trabajo en el capitalismo informacional es un ejercicio de recolectar, compilar, reunir datos, procesar y relacionar (Dantas, 2003:142)

Por otra parte, los valores contenidos en esos productos implican un valor de uso que no está contenido en soportes materiales: para que el valor se realice, el resultado tiene que ser *comunicado*: hay una desigualdad de información para quien produce y para quien consume que imposibilita hacer comparaciones entre valores de cambio (Dantas, 2003)

Según Roldán, se advierte también un proceso de intensificación del tiempo para superar el espacio (2008:18) a fin de que se reduzca el tiempo total de rotación del capital. Y en consecuencia el tiempo se transforma en la mayor fuente de valorización, acumulación y apropiación de rentas informacionales a nivel nacional e internacional, según Harvey (1998). En definitiva, se habla de un gran cambio que implica una transformación, ya que el trabajo fabril pierde su hegemonía, marcando la emergencia del trabajo inmaterial, un tipo de trabajo que crea bienes inmateriales, como el conocimiento, la información, etc.

De hecho, Roldán define en términos amplios las industrias de la comunicación como aquellas que se basan en el procesamiento y comunicación de información, sea esta artística o científica (Roldán, 2008:21). Y retoma asimismo la definición de industrias culturales de Ramonet (2003), quien supone que “son aquellas industrias productoras de creaciones que utilizan los tres grandes sistemas simbólicos: letras, imágenes y sonidos”. En la actualidad las industrias culturales son consideradas como un sector que influye fuertemente en el PBI del país².

En referencia con este tema, en las últimas décadas se vienen realizando esfuerzos por definir los alcances e impactos de las actividades culturales o creativas en las economías y sociedades locales. Esto ha significado necesariamente la necesidad de desarrollar un nuevo campo de análisis que, según el marco conceptual que lo oriente, será el de la Economía Cultural (Du Gay, 1997) o el de Economía Creativa. En ambos casos, estos análisis provenientes del campo de la economía, pretenden mostrar que las expresiones, actividades o productos de la esfera cultural o creativa tienen una importancia destacable en términos de magnitudes económicas más allá del valor simbólico que se les pueda adjudicar. Se observa también la tentativa de no descuidar en el análisis la dimensión simbólica respecto de la económica, considerando los efectos que tienen la producción y consumo culturales sobre la constitución de las identidades y, en definitiva, sobre la preservación de la diversidad cultural.

Estos debates, además, generan la necesidad de contar con datos empíricos que permitan analizar estas nuevas realidades y sus implicancias sociales, políticas y económicas, para poder definir las políticas adecuadas, a fin de armonizar los diferentes efectos que estas relaciones pueden tener sobre los distintos sectores. Las industrias culturales en sí mismas, armonizan lo económico y lo cultural, de modo tal que la UNESCO define como industria cultural a aquellas que

² Según datos del OIC publicados en 2004 en el documento “Industrias culturales en Argentina”, la esfera de la producción cultural tiene, en nuestro país, escasa visibilidad como sector productivo propiamente dicho, aún cuando tiene un peso económico y social de importancia. Las IC producían el 2,9% del PBI (Producto Bruto Interno) a nivel nacional para el año 2000. Esto las equiparaba a las industrias de productos alimenticios y bebidas, superaba el producto de la industria automotriz de aquel año cinco veces y al de la industria textil siete veces. En la ciudad de Buenos Aires el sector duplica la incidencia económica que tienen, dado que producen el 6% del PBG (Producto Bruto Geográfico) de la ciudad de Bs. As. En cuanto al aporte que realizan a la generación de empleo a nivel nacional era de poco más del 2% para año 2000. De manera similar a lo que ocurre con la incidencia de las Industrias Culturales en el PBI, la participación en la generación de empleo en la ciudad duplica la que tienen a nivel nacional, alcanzando un 4 % del empleo total de la ciudad.

“combinan la creación, producción y comercialización de contenidos que son inmateriales y culturales en su naturaleza. Estos contenidos suelen ser protegidos por el derecho de autor y pueden tomar la forma de bienes o servicios. Esta doble naturaleza –cultural y económica– construye el perfil distintivo de las industrias culturales” (UNESCO, 2008).

De acuerdo a este planteo, el sector de Industrias creativas supone e implica un conjunto más amplio de actividades en las que el producto o servicio contiene un elemento artístico o creativo sustancial” (UNESCO, 2008).

En este sentido, si bien el concepto de Economía Creativa es útil para reflexionar, necesita ser redefinido para que sea de utilidad para el desarrollo, con las especificidades propias de cada país y de cada cultura. Reapropiar este concepto implicaría que la economía creativa “concierna al gobierno, al sector privado y a la sociedad civil en un programa de desarrollo sustentable que utiliza la creatividad para inspirarse en los valores culturales intangibles de un pueblo, generar localmente y distribuir globalmente bienes y servicios de valor simultáneamente simbólico y económico (Reis, 2006, Solanas, 2008).

En consecuencia, podemos decir que no existe una única definición de Economía Creativa. Es un concepto en construcción y en permanente debate que se superpone y amplía al de Economía Cultural. Como venimos señalando es importante para la comprensión de la Economía Creativa la evolución de los conceptos de “Industrias Culturales” e “Industrias Creativas”, entendiendo que lo central es que el término “Industrias Creativas” que se ha desarrollado en las últimas dos décadas “ha ampliado el ámbito de las industrias culturales más allá de las artes y ha marcado un cambio en el enfoque del potencial comercial de actividades que hasta hace poco se consideraban no económicas” (UNCTAD, 2008).

2. La economía creativa en la Ciudad de Buenos Aires

La industria editorial es uno de los sectores clave de las industrias creativas. Estos atributos tangibles y del imaginario social constitutivo de la Ciudad de Buenos Aires sostienen la posibilidad de constituirse en un centro de referencia regional de excelencia en términos de formación y de producción de las industrias de contenidos, donde el recurso humano y la creatividad son los ingredientes distintivos (OIC, 2008: 25).

En la Ciudad de Buenos Aires, el análisis de las Industrias Culturales se hace agrupando al sector editorial con el fonográfico. Dentro de Editorial, gráfico y fonográfico se incluye “Edición e impresión; reproducción de grabaciones” y “Venta al por mayor de libros, revistas, diarios” y su respectiva venta al por menor. Es importante destacar que, si analizamos el período 2003-2007, en la estructura de las Industrias Culturales de la ciudad veremos que si hasta el 2006 se mantenía como el mayoritario, con una participación del 38,2%, esta disminuyó en el 2007 a un 32%, siendo superada por los “servicios creativos conexos”, que representan un 35,5%. (OIC, 2008). Lo mencionado previamente respecto de la evolución de los sectores Servicios creativos conexos y Editorial, gráfico y fonográfico se corrobora estudiando las contribuciones al crecimiento de ambos sectores: el sector de Servicios creativos conexos pasa de 25,0% a 85,5%, mientras que el Editorial, gráfico y fonográfico disminuye de 50,4% a -9,7% en el segundo (OIC, 2008). Esto subraya el carácter relativamente dinámico del sector Servicios creativos conexos, con un aporte importante y creciente a lo largo del período, y la tendencia relativamente desfavorable de Editorial, gráfico y fonográfico, incluso en retroceso absoluto hacia el final del período, considerando la contribución al crecimiento global de las Industrias Culturales en el período 2004-2007.

3. La industria editorial 1997-2010: el nivel global y local

Néstor García Canclini supone que aunque la palabra *globalización*³ tiende a entenderse como americanización, en el caso de las editoriales latinoamericanas, fueron empresas españolas las que comenzaron a apoderarse de su producción. Plantea que entre 1940 y 1970 en América Latina la edición de libros tuvo un papel clave en el desarrollo nacional y en la internacionalización de esas culturas y su expansión al mundo (que se dio también acompañado por un proceso de profesionalización de los escritores y una ampliación del público lector). En este área, nuestro continente había logrado un papel preponderante en la participación en la circulación internacional de bienes culturales que cambió en las últimas décadas: los motivos básicos son el aumento del papel; el declive del consumo de los sectores medios por una caída de su poder adquisitivo, los bajos índices de lectura, producto de la poca alfabetización, la precariedad de distribución regional y nacional que trascienda las capitales, la escasez de programas estatales de promoción de la lectura y protección de la producción (García Canclini, 2008: 153). Al entrar empresas internacionales a los países de Latinoamérica, como es el caso de Argentina, se produjo una subordinación de los mercados de cada país, al someterlos a una política de “bestsellerización”.

4. La digitalización en el sector editorial

Se debe discutir la naturaleza del trabajo que valoriza al capital en las economías capitalistas avanzadas, considerando siempre los avances técnicos ya que la producción informacional no es atributo del objeto ni del agente sino de la relación entre ambos. Es decir que el trabajo informacional crea bienes inmateriales y esto a su vez se vincula fuertemente con la instancia de la digitalización de contenidos.

En “El cánón digital”, Juan Mendoza sostiene un esquema integrado por tres etapas, que implicarían un momento de hegemonía de la cultura letrada, luego la cultura industrial y luego la cibercultura. Lo industrial estaría marcado por un salto cuantitativo de la cultura por los nuevos medios tecnológicos, radio, TV: la ampliación de los públicos marcaría la diferencia entre la sociedad de masas y la cultura letrada. Así, a partir del siglo XX emerge la edad cibernética, que se integra con las anteriores y esta cibercultura, caracterizada por una “desjerarquización entre lo alto y lo bajo” (Mendoza, 2011:92), marca el momento de un nuevo tipo de ediciones.

En relación con esto, cuando diversos autores como Castells describen la actual configuración social como “sociedad red” hacen referencia a un cambio profundo en los sistemas de comunicación, ya que una cultura no son sólo contenidos, sino también prácticas y medios de transmisión a través de los que se comunican los individuos. La división de las culturas en orales, tipográficas y electrónicas hace referencia precisamente a los sistemas de transmisión de los diferentes contenidos. La “sociedad de la información” o “sociedad digital” se configura

³En cuanto al proceso que se conoce con el nombre de globalización, podemos decir que, en sus diversas aristas -económica, política y cultural-, se ha desarrollado en el mundo desde la segunda guerra mundial y más fuertemente, desde la caída de la Unión Soviética. Según esta perspectiva, hasta mediados del siglo XX la organización mundial estaba dada por la división de numerosos Estados nacionales, los cuales tenían una base territorial determinada. Esta misma postura sostiene que el mundo habría atravesado cambios que se derivan de su pasaje a una instancia económica global, en la cual comienzan a cobrar importancia diversos organismos internacionales, como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional, al tiempo que se suceden avances vertiginosos en el campo de la comunicación, a partir del surgimiento y rápido desarrollo de Internet (Ianni, 1996; Ortiz, 1997). Cuando se habla de ella, se suele hacer referencia tanto a la difusión de relaciones internacionales capitalista, como a un mundo supuestamente unificado. Particularmente en el terreno económico, la globalización trata los procesos de liberalización del tráfico de mercancías y capitales, la internacionalización de los procesos económicos y el dominio de las empresas transnacionales.

mediante la conjunción de dos elementos: la informática, tecnología de procesamiento de datos vinculada con la computadora como elemento central y las redes de comunicación: tecnología que posibilita la distribución de información digitalizada (Aguirre, 2009).

La característica más saliente del proceso de digitalización es que permite convertir en información elementos que estaban sujetos a condiciones espaciotemporales restringidas. Este proceso se había iniciado ya con los sistemas de reproducción mecánicos, magnéticos o químicos, que permitían fijar en soportes analógicos actos efímeros, pero se vio radicalizado a través de un medio como Internet.

El sector editorial y literario está integrado por diversos actores, como escritores, lectores, críticos, editores, libreros, y por distintos momentos o sectores: "creación o producción", que contemplaría la producción intelectual de los textos; el sector "productivo-distributivo", que son los que se encargan de la elaboración material de los textos, es decir su inserción en un soporte determinado, y el momento del "consumo".

Lo primero que debemos analizar es el papel del libro mismo y los cambios que pueden generarse al momento de la creación del libro. El primer gran cambio que se percibe a partir de los medios electrónicos es la separación entre los textos y los soportes, es decir, la separación de información y soporte de la misma, ya que la información contenida en el soporte libro es susceptible de ser digitalizada. Este tema es problemático, ya que si consideramos que los "textos" pueden circular bajo otras formas que no sean los "libros", la institución editorial no sería ya necesaria para todos los textos. Un gran cambio tiene que ver, como hemos dicho, con la autonomía productiva: el autor puede ser su propio editor, es decir que puede controlar todo el proceso de edición de su propia obra. La informática le provee todo tipo de herramientas de producción (procesadores de textos, programas gráficos para diseño). Asimismo, existen dispositivos para llegar directamente al público a través de las redes sociales (Szpilbarg y Saferstein, 2011).

Con respecto al momento de distribución/comercialización de las obras, hay que destacar que los nuevos sistemas de impresión permitirán un nuevo sistema de edición: la impresión bajo demanda de la cantidad de libros que se necesiten con riesgos mínimos. Todos estos cambios de los que venimos hablando, ligados a la digitalización de las obras literarias, deriva en el lógico problema del derecho de autor, a partir de la imposibilidad de controlar las copias. Si el lector puede realizar múltiples copias a partir de un solo ejemplar digital, el negocio editorial se resentiría.

De todo lo antedicho se desprende que la incidencia de este nuevo paradigma comunicacional sobre el sector editorial será alta, ya sea por el desvío de textos hacia la edición digital (que podrá ser realizado por los autores mismos, por nuevas empresas o por las mismas editoriales), por sistemas de edición dobles (digital e impresa) o por la producción de los nuevos tipos de "textos" multimedia (Aguirre, 2009). La modalidad de intervención del sector distribuidor también sufrirá cambios, ya que la posibilidad de intervenir de modo digital, reduciría el suministro de libros a las librerías, lugares que, por lo demás, ya no serán absolutamente necesarios a la hora de querer conseguir un libro.

5. Tres editoriales: del trabajo artesanal a los grandes grupos

Si bien se trata de un término equívoco (Szpilbarg y Saferstein, 2012) cuando hablamos de *editoriales independientes* nos referimos principalmente a editoriales que están conformadas por capital nacional, y que tienen una tirada y un catálogo significativamente más pequeños que una editorial multinacional. Pero dentro de este grupo, existe también un espectro de posibilidades: desde editoriales que intentan participar competitivamente del mercado editorial, a editoriales artesanales cuyos libros son confeccionados en el hogar, y que proponen circuitos de circulación

más acotados. Dentro de este grupo de editoriales independientes encontramos proyectos como Eloísa Cartonera, Tamarisco, Carne Argentina, Funesiana, Clase Turista, Nulú Bonsai, Milena Caserola, El Surí porfiado y muchas otras. Este grupo de pequeños editores publica autores y temáticas muchas veces ignorados por las grandes y medianas editoriales reunidas en las tradicionales asociaciones (Cámara Argentina del Libro y Cámara Argentina de Publicaciones), es decir que, o bien no se adaptan a las lógicas de los departamentos de marketing de las grandes editoriales o bien, son temas o autores desconocidos en los cuales las editoriales entienden que es mejor no invertir. Como pasa en la esfera del teatro o de la música, muchos de esos autores “marginales” suelen pasar a trabajar para las grandes editoriales si éstas perciben que éstos han despertado un interés por parte del público consumidor. Malena Botto describe estas transformaciones de las que hemos hablado como una *polarización del mercado editorial* ocurrida desde fines de la década de 1990. En un interesante artículo, plantea que, aunque sea una paradoja, en dicha década, al instrumentalizarse una política económica liberal, la industria del libro experimentó un crecimiento, que no se correspondió con una efectiva recuperación de la edición y circulación de autores argentinos⁴ (Botto, 2006:209). Esto se explica, según la autora, a causa de la adquisición de editoriales locales por parte de capitales extranjeros. Frente a estos conglomerados transnacionales, emergen emprendimientos editoriales pequeños, llamados “editoriales independientes”, cuyas políticas editoriales difieren en términos culturales, de aquellas de los grandes grupos. De hecho, en el informe realizado por el Centro de Estudios para la Producción (CEP) en 2005, se las caracteriza como actores culturales, más que como empresas que tienen fines de lucro. Por otra parte, ella agrega que la desnacionalización del sector provoca también caída en los salarios y disminución de la cantidad de personal. Asimismo, menciona la desaparición de un actor importante en la cadena de distribución del libro: el librero. En vez del antiguo librero que conocía el material que se le entregaba, y que funcionaba también como nexo entre el autor y los compradores de libros, ahora se trata mayoritariamente de “despachantes de libros”⁵.

En cuanto a la Editorial Funesiana (EF), su editor, “Funes” Oliveira, plantea que “*Queremos halagar al lector con una buena tipografía, buena presentación, tapa dura, algo exclusivamente para él, una forma de agradecer su elección y la búsqueda de autores tiene que ver con eso: que estimule de solo leerlo, para largarse a escribir*”. Y desde su página Web, podemos ver que la apuesta que realizan se relaciona con editar libros de pequeñísimas tiradas, 40 ó 50 ejemplares, y con una encuadernación y diseño muy personales. Se definen desde ciertos adjetivos: “artesanales”, “encuadernados a mano”, “numerados” y “únicos”. En esta misma entrevista, el editor cuenta que “no poder publicar me llevó a encuadernar mi primer libro de cuentos”. Y el hecho de que estuviera cosido por su propio autor, lo dotaba de un poder muy particular, al mismo tiempo que marcaba una ruptura en el modelo del autor, artista sacralizado, alejado del proceso de producción material del libro. Uno de los puntos de contacto entre estas editoriales “autogestionadas”, surge también del hecho de intervenir en la producción total del libro, desde la concepción de la idea, hasta ver la misma materializada en un objeto con sus marcas propias. Este editor, al mismo tiempo, es organizador de un grupo de lecturas y de presentaciones de libros en las que confluye la lectura, la música y las redes de amistades.

Otra de las editoriales analizadas es Eterna Cadencia (EC), una editorial de capital local y de tamaño intermedio, en la que trabajan diez empleados, contando el dueño-editor, una directora editorial, una editora general, una secretaria, un encargado de la página web, un encargado de prensa, otro de actividad comercial y exportación, correctores y diseñadores. Se trata de una editorial de literatura y ensayos que busca posicionarse en el mercado local, regional y global, a

⁴ Así, se revirtió el proceso que, desde 1930 y hasta entrados los 70’, lideró un conjunto de grandes editoriales argentinas que lograron un desarrollo –centrado en el mercado local- que en los años 50 las llevó a tener la hegemonía en los mercados de habla hispana. Claridad, Emecé, Losada, Peuser y Sudamericana –que desaparecieron o fueron vendidas a capitales extranjeros- fueron las principales de ese grupo de editoriales.

⁵ Expresión del editor Raúl Ordenavía, en una entrevista realizada por Malena Botto (2006)

través de acciones como la participación junto con otras editoriales en las ferias del libro, nacional e internacionales.

Por último, tomamos en consideración a Random House-Mondadori (RHM), propietaria del sello Sudamericana, entre otras. Está compuesta por cien empleados en su filial en Argentina, y su organigrama muestra una gran especialización: está compuesta por diversos editores, departamentos de marketing editorial, empleados de prensa, secretarios, diseñadores, correctores, lectores, empleados para las acciones comerciales, etc. Es una empresa que posee una gran estructura de manera similar a las grandes empresas de entretenimiento de capital transnacional que controlan el sector a nivel global.

6. Diferencias en el modo de producción y trabajo con TICs

En primer lugar, hay que notar que no en todos los casos la organización está reglada formalmente. Se puede decir que hay una combinación variable de diferentes “escenarios productivos”. Por supuesto, en el caso de RHM estamos hablando de una sede central perteneciente a un grupo transnacional, en la cual se despliegan diferentes actividades con una gran división de trabajo, ya que trabajan allí un plantel elevado de empleados que cubren distintas tareas. El trabajo final realizado en la editorial se materializa en la prueba que luego va a la imprenta, y por otro lado luego vuelve a la empresa para ser objeto de una serie de tareas de prensa y publicidad.

Sin embargo, la empresa llega a los contenidos de maneras disímiles. En la mayoría de los casos, hay una planificación editorial puesta al servicio de la búsqueda de libros y autores que puedan transformarse en *best-sellers*. En este caso los libros se consideran como *best-sellers* antes de salir al mercado, en el sentido de que los departamentos de marketing, prensa y editores tienen una estructura puesta en funcionamiento para contratar determinados autores y construir determinados libros teniendo en cuenta la demanda posible. Otras veces, se diagraman colecciones en otros sellos pertenecientes a la misma editorial pero orientados a la literatura. En estos casos, el contenido de los libros puede llegar a la editorial sin ninguna recomendación o con recomendación, pero siempre depende del trabajo intelectual realizado por el autor en otro escenario productivo.

La relación económica entre los autores y la empresa radica en una primera contratación para ese libro, que consta del pago adelantado de una suma en concepto de “derechos de autor”, que contempla una relación con la tirada (número de ejemplares editados) y luego se paga el 10% del valor de la venta del libro al autor, en periodos que dependen, pueden ser cada tres meses o seis meses.

Estas editoriales- grandes grupos de capital transnacional- tomaron parámetros que venían de las casas matrices, y los grandes grupos editoriales se manejan en función de parámetros comerciales que guían las decisiones: Fernando Estévez -gerente editorial de Alfaguara, del grupo español Prisa, dueños también de Santillana, Taurus, Aguilar y de las librerías Fausto-, sostenía que “el editor no decide lo que se va a leer, sino que es un intérprete más o menos eficaz de la demanda”. Asimismo planteaba que la contratación de un autor viene con un nombre determinado y con un piso de ventas asegurado, que para no perder, debe ser de dos o tres mil ejemplares en poco tiempo. Más que un libro, se propone a los autores un proyecto. Es decir, se contrata el libro antes de que sea escrito. La figura y la función del editor ha ido transformándose: ya no es un intelectual que descubre nuevos autores y está a la vanguardia, sino que ahora estudia las tendencias del mercado para saber lo que el público-cliente prefiere. Ya no es el editor el que decide qué se va a publicar sino los expertos en el mercado, muchas veces presentados como 'comité editorial. Como lógica consecuencia, los departamentos editoriales se fueron reduciendo mientras las áreas comerciales y de marketing crecen. (Schavelzon, 2002)

De hecho, ante la pregunta por la actividad editorial, podía observarse que Pablo Avelluto (Editor general de Random House Mondadori) plantea una visión del libro en tanto bien simbólico que debe situarse en el mercado, tarea para la cual se requiere una actividad creativa.

“El trabajo de prensa se ha trasladado a darle la nota armada a los periodistas, decirles: -tengo un autor que puede hablar de tal tema, podés juntarlo con otra cosa...y cada vez más, por lo que vi en Estados Unidos, se trabaja en ese ronroneo previo del autor en torno a las noticias: para que tengas una buena venta tenés que convertir al autor en algo noticiable...” (Pablo Avelluto, entrevista 2011)

El capitalismo a través de la empresa, organiza el trabajo creativo con fines de valorización, aunque lo cierto es que *el trabajo del autor* valoriza el capital y genera un producto, como plantea Roldán, (2008:37) es indisociable de su cuerpo y su mente. Se transforma en un producto que contiene una marca que lo valoriza en el mercado. Estos trabajadores suelen ser autónomos en relación con esta ocupación, y suelen también tener otros ingresos que les permiten completar un salario.

Por otro lado, es preciso señalar que en cada una de estas editoriales se manejan niveles variables de aleatoriedad y redundancia que hacen parte de la cadena mundial de valor en la Industria Cultural (Roldan, 2008: 35). En otro trabajo esta autora refiere algunas nociones de Dantas (2001) como las de trabajo aleatorio y trabajo redundante. La noción de trabajo redundante remite a un tipo de trabajo en el cual se le exige al agente replicar algo. Contrariamente, el trabajo aleatorio hace referencia a la búsqueda de información que la redundancia del código no provee de inmediato (Roldán, 2010:72).

Podemos observar, en el espectro de editoriales tomadas para el análisis, mayores niveles de aleatoriedad en el caso de la EF, en el sentido de en el cual se elaboran los bienes de modo artesanal, no funcionan de acuerdo a la variable renta, (no insertos en códigos laborales), lo cual permite una organización del trabajo que casi no está reglada-aunque esto mismo presenta el problema de la sustentabilidad económica a largo plazo y obliga al trabajador a tener otras actividades para asegurarse el ingreso.

Contrariamente, en los casos de EC y RHM, se trabaja con menores niveles de aleatoriedad, ya que se encuentran inmersos en formas más regladas de trabajo, regidas por el salario y por jornadas laborales predeterminadas.

También hay que analizar el lugar de las tecnologías en las distintas editoriales: es preciso destacar que se trata de un emprendimiento donde parte del trabajo se realiza a través de la web, en la cual se concretan los pedidos y la promoción de los libros. Por otro lado, la mayor dosis de “creatividad” se verificaría en la ausencia de un tiempo de trabajo estipulado, ya que el editor-emprendedor entrevistado, Lucas Oliveira, es quien maneja los tiempos de trabajo y de descanso y regula su propia actividad de gestión, mantenimiento de la web del proyecto y armado de los libros. De hecho, actualmente esta editorial trabaja con la venta por internet de los libros a través de sitios de compra-venta como Mercado Libre, pero también libera los libros en formato *epub* para su descarga y previa lectura.

Sin embargo, en el caso de EC el uso de la web es mucho más amplio que en el de RHM, lo cual evidencia que a menor tamaño relativo del emprendimiento, hay un mayor uso de la web para distintos objetivos vinculados a la gestión, la publicidad, la venta y la generación de *comunidades de lectura*. Esto está relacionado a que la digitalización es un proceso aún en transición, y las grandes editoriales concentradas aún no tienen definido un horizonte de negocios claro con el libro electrónico, dado el funcionamiento productivo y lucrativo del libro tradicional. Son los pequeños y medianos proyectos editoriales quienes hacen un uso más expeditivo y valorativo de las herramientas tecnológicas para la difusión y circulación de sus producciones.

Conclusiones

A lo largo de este trabajo, hemos intentado exponer las tendencias de diversos autores que caracterizan el capitalismo actual como un nuevo modo de acumulación, vinculado a la información y llamado “capitalismo informacional”. Luego hemos visto la particularidad de la industria editorial argentina, considerando los avances tecnológicos en tres editoriales analizamos, para ver en qué medida las producciones signícas afectan tanto a la formación de valor como a las capacidades que deben detentar los trabajadores de estos emprendimientos. Las conclusiones aunque provisionarias, nos permiten ver que la producción signíca y el capitalismo informacional tienen parte fundamental en los procesos de producción de las Industrias Culturales, así como en la lógica del trabajo. La irrupción de la tecnología marca nuevos ritmos, actividades, competencias y prácticas que se superponen a las anteriores habilidades y entran a veces en conflicto. Por otro lado, ciertos fenómenos como el copyleft, ponen en jaque la misma base de la industria editorial, al amenazar los “derechos de autor” y así la base del valor del bien cultural, al asegurar la posibilidad de “liberar” libros a través del copyleft y las licencias de “creative commons”.

Cabe retomar aquí las reflexiones de Virno para pensar en las nuevas competencias que surgen de los empleos de quienes forman parte de las producciones culturales. Este autor supone que la industria de la comunicación o la industria cultural es una industria entre otras, con sus especificidades técnicas, sus procedimientos particulares, pero que, por otro lado, cumple también el rol de *industria de los medios de producción*. Esto lo sostiene ya que según él tradicionalmente, la industria de los medios de producción es la industria que produce máquinas y otros instrumentos que se emplean luego en los más diversos sectores productivos. Sin embargo,

“en una situación en que los instrumentos de producción no se reducen a máquinas sino que consisten en competencias lingüístico- cognitivas características del trabajo vivo, es lícito sostener que una parte significativa de los así llamados «medios de producción» consiste en técnicas y procedimientos comunicativos”⁶ (Virno, 2002:61). (6)

Se trata, en conclusión, de una etapa de transición, donde a las prácticas y competencias tradicionales que detentaban los editores, y que se correspondían con modos tradicionales de abordar el trabajo editorial, se suma una realidad transnacional de gran peso que va quitando autonomía al campo (como plantea García Canclini, comienza a darse un debate en torno a la existencia de “campos o mercados”), y generando la necesidad de abordar acciones que les permitan situarse ante una nueva realidad a partir de los avances tecnológicos, que por otro lado afectan el modo en que desde las editoriales, consideradas tradicionalmente como parte de las industrias culturales, hay un cambio en el lector, que en palabras de Canclini se transforma en “internauta”(García Canclini, 2007:32), un actor multimodal que lee, ve, escucha y combina materiales diversos, procedentes de la lectura y los espectáculos.

⁶ Según Virno la industria cultural crea —innova, experimenta— los mecanismos comunicativos que son destinados después a funcionar como medios de producción aún en los sectores más tradicionales de la economía contemporánea. Una vez que el postfordismo se afirma plenamente, éste es el rol de la industria de la comunicación: industria de medios de comunicación. Cuando la cooperación «subjetiva» se convierte en la principal fuerza productiva, las acciones laborales exhiben una notable índole lingüístico-comunicativa e implican la exposición a los ojos de los demás. Se desmorona entonces el carácter monológico del trabajo: la relación con los otros es un elemento originario, básico, no algo accesorio. Allí donde el trabajo aparece junto al proceso productivo inmediato, más que ser un componente, la cooperación productiva es un «espacio con estructura pública»(Virno, 2002:62).

Bibliografía

- Aguirre, Joaquín. (1997) “La incidencia de las redes de comunicación en el sistema literario”, en *Revista Espéculo*, 7. Disponible digital: <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero7/sistemat.htm>
- Arcioni, María Julia (2007) “Gestión del libro en la Ciudad de Buenos Aires. Aspectos legales y económicos”, en *Las industrias culturales en la Ciudad de Buenos Aires*.
- Bourdieu, Pierre (2010) *El sentido social del gusto*, Buenos Aires, Siglo Veintiuno editores
- Moulier Boutang, Yves et.al. (2004) *Capitalismo Cognitivo, Propiedad Intelectual y Creación Colectiva*. Madrid, Traficantes de sueños.
- Calcagno, Natalia, “Claroscuros de la integración cultural”, Página 12, 7 enero de 2009.
- Castells, Manuel (2001) *Internet y la sociedad red*, Alianza Editorial, Madrid
- Colleu, Gilles, 2008, *La edición independiente como herramienta protagonista de la bibliodiversidad*, Buenos aires, La marca Editora.
- Dantas, Marcos (2003) ‘Informação e trabalho no capitalismo contemporâneo’, en *Lua Nova: Revista de Cultura e Política*, 60. São Paulo.
- De Diego, José Luis, 2008, *Editores y políticas editoriales en Argentina 1880-2000*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica
- Du Gay, Paul (1997) *Production of culture / Cultures of production*. London, Sage.
- Freeman, Chris y Francisco Louçã (2002) *As Time Goes By. From the Industrial Revolutions to the Information Revolution*. Oxford, Oxford University Press
- Freeman, Chris and L. Soete (1997). *Economics of Industrial Innovation*. The MIT Press
- García Canclini, Néstor, (2007) *Lectores, espectadores e internautas*, Barcelona, Gedisa
- García Canclini, Néstor (2008) *La globalización imaginada*, Buenos Aires, Paidós.
- Jesús Rodríguez Vargas, Jose (2010) *La nueva fase de desarrollo Económico y social del capitalismo mundial* (tesis). Disponible digital: <http://www.eumed.net/tesis/jjrv/3c.htm>
- Ianni, Octavio (1996) *Teorías de la globalización*, Buenos Aires, Fondo de cultura Económica.
- Ludmer, Josefina, 2010. *Aquí América Latina*, Buenos Aires, Eterna Cadencia
- Mendoza, Juan.(2011) *El canon digital. La escuela y los libros en la cibercultura*, Buenos Aires, La Crujía
- Ortiz, Renato, 1997, *Mundialización y cultura*, Buenos Aires, Alianza.
- Roldán, Martha (2008) “Capitalismo Informacional, industrias de la comunicación y organización del trabajo en la producción de contenidos en la rama editorial. Reflexiones sobre su contribución al desarrollo en la Argentina 2000s” en Susana Sel (Comp.). *Imágenes, Trabajo y Sociedad*, Núm. 22, 2014

palabras e industrias de la Comunicación. Estudios sobre el capitalismo informacional contemporáneo. pp.11-51. Buenos Aires: La Tinta ediciones.

Roldán, Martha (2010) “Trabajo “Creativo” y Producción de Contenidos Televisivos en el marco del Capitalismo Informacional Contemporáneo. Reflexiones sobre el caso argentino en los 2000s en Susana Sel (Coord) *Políticas de Comunicación en el Capitalismo Contemporáneo*. Buenos Aires, CLACSO.

Schavelzon, Guillermo (2002) “Del autor al editor: los caminos del manuscrito”, en De Sagastizabal, L. y Esteves, F. (comps) *El mundo de la edición de libros*, Buenos Aires, Paidós.

Solanas, Facundo (2008) “La economía creativa y las posibilidades de desarrollo en Argentina”, en Ana Fonseca Reis (coord.) *Economía creativa como estrategia de desarrollo. Una visión de los países en desarrollo*, Observatorio Itau Cultural, Sao Paulo 2008

Szpilbarg, Daniela y Saferstein, Ezequiel (2011) “La incidencia de las TICs en la esfera de la cultura. Aproximaciones al caso del campo editorial y literario” en *Avatares. Comunicación y Cultura*. 2, 1-14.

Szpilbarg, Daniela y Saferstein, Ezequiel (2012) “La independencia en el espacio editorial porteño” en Ana Wortman (comp) *Mi Buenos Aires Querido. Entre la democratización cultural y la desigualdad educativa*. Buenos Aires, Prometeo.

Vanoli, Hernán (2008), “Pequeñas editoriales y transformaciones en la cultura literaria argentina”, en Revista Apuntes de Investigación número 15, Buenos Aires.

Virno, Paolo (2002) *Gramática de la multitud*, Colihue, Buenos Aires

Winik, Marilina (2010) “Ediciones copyleft”, en Beatriz Busaniche (editora) *Argentina Copyleft. La crisis del modelo de derecho de autor y las prácticas para democratizar la cultura*, Buenos Aires, Ediciones Boll Cono Sur.

Zaid, Gabriel, 1972, *Los demasiados libros*, México, Ediciones Carlos Lohlè.

www.recursoeditoriales.com.ar

www.edinar.com.ar

Fuentes

La economía creativa de la Ciudad de Buenos Aires, OIC, Dirección de industrias creativas, 2008.

La economía creativa de la Ciudad de Buenos Aires. Delimitación y primeras estimaciones, período 2003-2007, OIC, 2008.

Producción Editorial argentina en el año 2009. Un análisis en base a los datos del ISBN, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, CEDEM y CAL, 2010.

Editoriales Independientes de la Ciudad de Buenos Aires. Catálogo 2010, Dirección general de comercio exterior, Dirección de Industrias Creativas, Ministerio de Desarrollo Económico, 2010.

Buenos Aires Capital Mundial del libro 2011. Estrategia y plan organizacional. Ministerio de Cultura, mayo 2010.

The 2007 UNESCO Framework for Cultural Statistics, UNESCO, 2007