

La praxis editorial: acciones y proyectos de comunicación social y transmisión cultural

Martín Gonzalo Gómez / Universidad de Buenos Aires

› *Resumen*

La propuesta de este trabajo es revisar la concepción de la empresa editorial desde las acciones y proyectos que operan en la lógica de la comunicación social y la transmisión cultural. Esto implica observar la materialización del discurso social en productos editoriales que se inscriben en los proyectos culturales de una sociedad en el marco de sus sistemas y procesos de producción. Se trata de enfocar el funcionamiento de los circuitos sociales de comunicación compleja y de transmisión de contenidos culturales en el ámbito de la praxis editorial, en una perspectiva en la cual se ha avanzado en el campo de la comunicación y la teoría cultural, y encuentra en la actualidad su especialización en el campo de la edición.

› *Introducción*

A partir de la conformación, en la modernidad occidental, de un campo intelectual donde la edición profesional eclipsa progresivamente al mecenazgo tradicional y se extiende y diversifica el público y la lectura, la edición ingresa en la revolución industrial sujeta a las mismas condiciones de la producción industrial general. Sobre esto se ha consolidado desde entonces el hecho de pensar el acto de la edición como una empresa fundamentalmente en términos económicos, reconociéndose asimismo el valor adicional de que sus productos se inscriben en el campo de la cultura. Esta particularidad la ha traducido Bourdieu (1995) en la idea de una autonomía y a la vez interdependencia del *mercado de bienes simbólicos* respecto de los campos de la cultura y de la economía. De uno tomaría instrumentos para el reconocimiento y la legitimidad de sus productos, y del otro para la supervivencia comercial y la continuidad del proyecto.

En el campo del saber todo esto ha permitido pensar la edición con las mismas herramientas mercadotécnicas que se aplican para cualquier producto, y al mismo tiempo

señalar su “valor simbólico” otorgando un aura particular de sofisticación o compromiso cultural a quien la practica. Esta doble postura parece ser una decantación histórica de los dilemas del romanticismo del siglo XIX, cuando los creadores al mismo tiempo que se veían obligados a ofrecer sus obras en el mercado, lo rechazaban declarándose herederos de una sensibilidad “superior”.

Esta encerrona conceptual, heredada entre los practicantes de oficio y diseminada como “natural” en los claustros académicos, ha demorado largo tiempo el desarrollo del campo editorial como un área específica del conocimiento humanístico y social. A partir de comprender que un “estado de cosas” en un momento social e histórico en particular no es metodológicamente la “cosa en sí”, la propuesta es, continuando con una apuesta a la apertura epistemológica,¹ repensar la noción de empresa editorial a la luz de su particularidad específica en relación dialéctica con la contingencia de su evolución en el contexto de la industrialización de la cultura. Esto es, pensar las acciones y proyectos editoriales en la lógica de la comunicación social y la transmisión cultural.

› *El origen del hecho editorial*

En el devenir de las discusiones sobre las industrias culturales se han producido debates que ponen en evidencia los polos entre los que se mueven los enfoques actuales, como por ejemplo el ocurrido entre los exponentes de los estudios de economía política de la comunicación y la cultura, y aquellos provenientes de los estudios culturales (*cultural studies*). Con el tiempo se ha reconocido como una separación arbitraria del trabajo, por un lado, de enfoques que se basan en la ciencia social y toman las comunicaciones como su objeto, y aquellos otros que se orientan hacia la cultura desde las humanidades tomando los textos como su objeto epistemológico (Kellner, 1998).

En relación al campo de la edición, en trabajos anteriores observamos la parcialidad de construir un objeto de estudio que dependa de una sola variable —por ejemplo,

1 Con esta premisa venimos trabajando graduados, profesores e investigadores de Edición de forma colectiva para ampliar nuestro campo disciplinar. En este recorrido logramos terminar de desarrollar y aprobar en 2008 un plan de licenciatura (pendiente en el Rectorado de la Universidad de Buenos Aires); desde entonces comenzamos a dictar con amplios equipos de docentes y adscriptos diversos seminarios de grado sobre géneros editoriales, gestión y nuevas tecnologías que sirven como taller de experimentación epistemológica; en 2013 concretamos las *I Jornadas de Investigación en Edición*, donde presentamos un estado de la cuestión sumando diversos enfoques y paradigmas; en 2014 con las *II Jornadas* profundizamos en repensar y definir el objeto de estudio de la edición, debatiendo y ampliando la consideración de sus múltiples variables; y en este 2015, en coincidencia con las *III Jornadas*, inauguramos la Cátedra Libre de Edición y Proyecto Social Boris Spivacow, como respuesta a la creciente necesidad de generar un espacio específico de estudio, investigación y difusión de la edición con un encuadre social, el rescate de proyectos culturales de conocimiento y el desarrollo académico y profesional en el marco de la extensión universitaria.

tecnológica o estilística— o bien de un estadio particular de una de esas variables —por ejemplo, libro impreso o libro digital— (Gómez, 2014). Por ello pasamos de pensar meramente el producto-libro, a los géneros editoriales: los libros (el objeto técnico-material) son fragmentos de series más vastas como son los géneros editoriales (el objeto social y cultural). Lo mismo ocurre con la empresa editorial: asumir su modalidad de constitución en un momento social y económico determinado impide reconstruir aquello que trasciende la coyuntura y que es lo que hace a la forma en que la producción cultural socialmente instituyente se pone en difusión dentro de una comunidad, así como también se transmite por medio del diálogo intergeneracional.

Ahora bien, ¿cómo se realiza dicha transmisión, mediación y difusión? Asumir el emprendimiento editorial como un elemento constitutivo del objeto en cuestión implica entonces considerarlo como una dimensión fundamental. En esa definición se incluye, resuelto, el dilema del origen (y de la voluntad: lo volitivo) de la comunicación y transmisión de los géneros, sus obras y sus cánones. Ese origen y voluntad está precisamente en los proyectos y acciones editoriales; en sus disposiciones para con el saber y los discursos sociales, en su incidencia social, en sus formas y sus catálogos.

Esto resuelve, al menos para el ámbito de la edición, una problemática clásica del campo de las letras: la del estatuto del autor. Tanto como persona física o bien comercial, desde la visión del derecho, o como dispositivo en la perspectiva discursiva, en todo caso queda incorporado en este marco teórico como una función más, con su propio peso e importancia, dentro del acto editorial. Se trata de plantear toda una *praxis* que, en conjunto, actúa a través de sus casos dentro del *sistema de producción editorial*. Es en este sistema de donde procede y es posible, precisamente, el hecho editorial.

› *Acciones y proyectos*

Si se considera a la edición solamente como un momento en la larga serie de las tecnologías de comunicación (impreso, por ejemplo), se concluye en considerar la tecnología aisladamente en su racionalidad intrínseca, como un proceso productivo en sí mismo, sin tener en cuenta la totalidad histórico-social en la que nuestro ámbito de producción sucede y cobra sentido. Esta perspectiva limitada deja de lado una visión política que excede la técnica, y que se centra, como se vio, en la *praxis* intrínseca de cualquier ámbito productivo (Dussel, 1984).

Aquí partimos de considerar la comunicación social y la transmisión cultural como procesos que son constituyentes de la acción humana en sociedad (Schmucler, 1997). Las obras y géneros editoriales son producidos y reformulados por medio del trabajo que

realizan *proyectos y acciones* editoriales de todo tipo. El contexto en el cual esto es posible es la construcción individual y colectiva del discurso social, tanto en un sentido *sincrónico-social*, como *diacrónico-cultural* (Debray, 2001). Por lo tanto, el fenómeno de la edición se construye como *proceso histórico* al mismo tiempo que actúa como parte del *sistema social*.

Se consideran *proyectos editoriales* aquellos trabajos que implican una planificación y una sistematicidad en la labor editorial. Por su parte, las *acciones editoriales* pueden no enmarcarse en una planificación o emprendimiento específico, pero igualmente interceden en los procesos de comunicación y transmisión. Considerar este marco nos permite abrir el juego a la inclusión de una amplia diversidad de posibilidades dentro de la actividad editorial, que se disemina en un sinnúmero de proyectos y acciones, visibles o no tanto.

Este recorrido teórico nos permite incluir desde los grandes proyectos editoriales que han dejado su sello en la Argentina del siglo XX, hasta los proyectos acotados y de alcance sectorizado que se han revitalizado y proliferado en el cambio de siglo. A esto se suman las acciones de selección, ordenamiento y difusión que administran bibliotecas de todo tipo —institucionales, populares y barriales, universitarias—, emprendimientos y acciones intelectuales de diversa índole, como pueden ser por ejemplo las revistas culturales, y los procesos contemporáneos de digitalización que van desde iniciativas globales y conflictivas respecto de los derechos públicos que se afectan (Darnton, 2009), hasta acciones concretas que apuntan a defender dichos derechos (Busaniche, 2010). Como se ve, este planteo no se reduce a las “empresas” en el sentido convencional del término: comprende toda una praxis editorial, que bien puede luego expresarse en empresas, instituciones, movimientos, proyectos y en las más diversas acciones que se realizan dentro del —o en referencia al— sistema de producción editorial.

› *Formas de organizarse*

El *mercado de bienes simbólicos* es el ámbito de desarrollo de las denominadas —ya sea crítica o positivamente— “industrias culturales” (Zallo, 1988), que viven una creciente diversificación de la producción que abarca tanto a las industrias masivas como a los sectores especializados. Esta diversidad, que en la escala de las grandes empresas promueve la consolidación de rígidas estructuras que ejecutan sofisticadas técnicas de mercadeo y proyección de reingresos acelerados de capital, a escala de los emprendimientos pequeños, medianos o especializados promueve formas organizativas diversificadas con estrategias novedosas, por ejemplo, en logística y producción. Aquí la apuesta por la diversidad bibliográfica, a escala de los pequeños y medianos

emprendimientos, promueve formas administrativas y organizativas muy variadas dentro del ámbito editorial, con estrategias novedosas —logísticas, productivas, publicitarias— sujetas a un continuo cambio.

En esta dimensión se relaciona la especificidad temática que vincula un proyecto, un catálogo, una colección, con la industria editorial, la organización de los emprendimientos y la ideología de sus mediadores. Esta vinculación se estructura en función de la escala del “negocio”, pero también de la concepción del rol del propio emprendimiento editorial en sociedad. Esto permite el despliegue de un arco de posibilidades y formas de organizarse que van, en términos de las ciencias de la administración (Chiavenato, 2004), de los modelos de tipo “mecanicistas” hasta los más “orgánicos”.

El primer modelo suele efectivizarse en empresas de gran envergadura, capacidad de llegada masiva en diversas regiones y posición hegemónica dentro del mercado editorial. El segundo aparece en editoriales más de tipo focales o independientes, emprendimientos por lo general centrados en producciones específicas, pensados como un aporte intelectual dentro de algún espacio de cultura —el arte, la investigación política, la literatura, la divulgación científica, etcétera—. En este caso emergen formas organizativas más flexibles y colaborativas, donde la “edición” es la acción que está en el centro de la movilización de sus recursos; por el contrario, en el modelo mecanicista suele tratarse de un “departamento” más dentro de una estructura administrativa clásica (Gómez, 2011). Con base en uno u otro modelo o en las múltiples modalidades intermedias, los proyectos no están dados a la observación de antemano: dependen del recorte particular y de la escala de análisis del observador.

Harvey (2008), al analizar diversas teorías de la organización en la posmodernidad, observa la tendencia a destacar los elementos positivos de la nueva condición empresarial, así como también a analizar en detalle las transformaciones tecnológicas, los procesos de trabajo y los modos de regulación. Dentro de este funcionamiento sistémico coyuntural se establece el entorno de comercialización donde, a partir de un cierto capital, se generan los productos estipulados en una planificación que se sustenta en procedimientos de almacenaje, ventas, compras y todo el circuito transaccional. Con un amplio espectro de dispositivos, todas las organizaciones registran estas operaciones con el eje en común del funcionamiento interrelacionado de la información.

Ahora bien, haciendo pie en este proceso de materialización y sustento económico, en todos los casos la acción sistémica realizada es la mediación cultural en el seno de la sociedad: en la instancia del proyecto editorial se realiza el acto de la publicación como conclusión de un proceso que implica analizar, seleccionar, jerarquizar y difundir la producción intelectual de referencia, para reinsertarla con un determinado valor y sentido propio en el sistema sociocultural (Gómez, 2009). Así, la economía y la cultura no serían

tanto “polos” sino, en un caso, una forma de realización en un entorno productivo dado en un momento histórico, y el otro el ámbito propio de una modalidad de comunicación y transmisión constitutiva de la sociedad.

› *Proyectos del siglo*

El proyecto editorial puede tomar la forma de un arte que consta en construir un catálogo en el sentido de una obra formada por el conjunto de todas las obras publicadas. En este sentido, Calasso (2004) da el ejemplo de la colección *El Día del Juicio*, del editor Kurt Wolf, que en los primeros años del siglo XX en la Alemania previa a las guerras publica (esto es, realiza un acto de *comunicación*) la literatura de los por entonces nuevos autores (Franz Kafka, Georg Trakl, etcétera) en formato rústico. Son, para el editor, contemporáneos que luego pasan a formar parte del canon literario de su sociedad (lo que sería un acto de *transmisión*).

En esos años en la Argentina, en el contexto de la conformación de una sociedad popular y barrial, se impulsan proyectos que marcarán el siglo XX, que por entonces en parte tienden a priorizar la profesionalización del autor, cierta orientación didáctica hacia las mayorías, y la concreción del primer canon de política y literatura nacional (Rivera, 1998). En esta línea se puede mencionar a la Biblioteca de La Nación, la Biblioteca Argentina de Rojas, la Cooperativa Buenos Aires, las Colecciones de Gleizer, la Editorial Claridad, Tor, El Pequeño Libro Socialista, entre otros, y un amplio espectro de revistas ilustradas. Todas muestran el potencial del campo editorial para dar sentido a un momento social determinante de un país y al mismo tiempo constituir un canon que, desde entonces, será dispuesto para la transmisión y también para la discusión.

Se trata de un creciente desarrollo de nuevos proyectos editoriales como empresas culturales, que más que la construcción de un cierto “mensaje” editorial conjunto, como indican autores como Romero (2007), en verdad expresa las problemáticas de una época pero en la forma de las respuestas que dan los distintos sectores sociales en pugna, reunidos colectivamente en el sistema editorial, en el proceso de construcción del sentido social. En estos casos se puede encontrar un cierto programa de acción, a partir del cual ponen en comunicación y potencial transmisión lo que seleccionan para dar herramientas de formación cultural y comprensión crítica de la agenda social, para proyectar en la dimensión subjetiva valores identitarios para la acción social.

Gociol (2009) plantea un recorrido en este sentido para un proyecto insignia de la segunda mitad del siglo. Un recuento de las ochenta colecciones publicadas por el Centro Editor de América Latina de Spivacow (cinco mil títulos lanzados entre 1966 y 1995) le

permite establecer una utopía iluminista que se materializa en sus líneas temáticas: *Enciclopedia de historia de la ciencia*, *Biblioteca de filosofía y derecho*, *Biblioteca de literatura*, *Cuadernos latinoamericanos de sociología*, *Historia del movimiento obrero*, *El cuento argentino contemporáneo*, *Las técnicas de las artes visuales*, *Enciclopedia del pensamiento esencial*, etcétera. Entrando al proyecto por esa vía halla el sentido general que lo caracteriza, en dimensiones que conforman la motivación de sus acciones: la idea de que el mundo era plausible de ser asido, entendido y explicado; que todo ese conocimiento podía caber en una colección de libros; que el libro —retomado y entendido por el lector— podía volver a este mejor persona; y que mejores personas podían transformar el mundo. En suma, difundir, comprender y transformar a través de la edición.

Así encontramos a lo largo del siglo XX numerosos proyectos donde es posible reconstruir un sentido social, cultural y político impulsado de forma explícita y consciente desde la edición, como en el caso de Arturo Peña Lillo editor y su énfasis en el nacionalismo antiimperialista y latinoamericanista, impulsando desde la década de 1930 hasta los años setenta autores como Scalabrini Ortiz, Arturo Jauretche, Rodolfo Puiggrós y Jorge A. Ramos. En su recorrido pueden analizarse las dimensiones de un proyecto que se dan en la forma de *colecciones* que permiten la comunicación de líneas específicas dentro del campo social, reuniendo muchas veces autores marginales del campo y discursos ligados a identidades diversas integradas en la producción del ensayo político, literario o artístico.²

En suma, la lectura del catálogo como una obra en sí, la planificación editorial, la articulación temática de las colecciones, las obras, discursos y autores reunidos y puestos en circulación, se constituyen todos como elementos disponibles en lo visible de los proyectos editoriales para comprenderlos como tales y dilucidar sus posiciones y sus motivaciones como actores culturales clave del entramado social de cada época y lugar.

› *Conclusión*

Se han mencionado en este trabajo solo algunas posibilidades que nos sirven para ilustrar con casos concretos los conceptos esbozados. Se trata de una línea de estudios que facilita el mostrar un planteo que comprende lo que entendemos como praxis editorial: el hacer por medio de proyectos y acciones de todo tipo dentro del sistema editorial; la forma de realización que nos damos como colectivo humano para poner en funcionamiento

² Véase por ejemplo el trabajo de Giuliani (2014) que aborda la dimensión política de la edición de libros a partir del caso de la Colección *La Siringa* de Peña Lillo, donde identifica, en una época de fuerte expansión de la producción de bienes culturales, estas acciones de diferenciación dentro del campo editorial y el trabajo con los discursos y las identidades en torno a las temáticas de la colección.

nuestros circuitos de comunicación compleja y transmitir los contenidos de nuestras culturas. Se trata de una perspectiva en la cual han avanzado en parte desde el campo de la comunicación, como se vio, los enfoques de la economía y la política de los medios de comunicación y la cultura.

Concluimos en que los productos editoriales materializan el discurso social y desde allí se inscriben en los proyectos culturales de una sociedad expresándose en una praxis concreta en el marco de sus sistemas y procesos de producción. Desde este lugar es preciso repensar la edición como una forma comunicativa de la cultura desde la cual se desarrollan emprendimientos estratégicos de mediación social (Martín Serrano, 2007), en un ámbito de debates y problemáticas de incidencia pública, con aspectos cruciales para una comunidad como son los relativos a la formación del sentido en diversas esferas discursivas, el acceso al conocimiento de la sociedad y la historia, la definición de cánones de lectura y el desarrollo de identidades y subjetividades.

En este espacio específico de la edición y sus obras culturales el reconocimiento de la existencia de acciones y proyectos como móviles de la mediación social crea las condiciones para una creciente diversificación de los debates dentro de nuestra disciplina, donde destacamos el rol cultural que asume la producción simbólica y material en el ámbito de la empresa editorial en un sentido amplio e inclusivo. Vincular metodológicamente géneros editoriales con praxis editorial nos permite así enriquecer las posibilidades de desarrollo del campo del conocimiento editorial, que por lo general ha quedado reducido a la mera observación de los fenómenos más explícita y evidentemente “editoriales” o “librescos”. Esta vinculación permite, en suma, reconstruir el sentido de la acción social, cultural y política de la edición.

En conclusión, la propuesta es ampliar la mirada y pasar de pensar en “libros” para concebirlos en el contexto de *géneros editoriales*, así como más allá de las “empresas” es posible entrever y recomponer *acciones y proyectos editoriales*, que se organizan y operan en el mercado y en la cultura con los más diversos recursos. La idea es vincular ambas dimensiones metodológicamente para constituir un pensamiento editorial que nos permita comprender en toda su riqueza y amplitud los modos en que el discurso social se materializa, conforma identidades colectivas y comunica social y culturalmente.

Bibliografía

- Bourdieu, P. (1995). “El mercado de los bienes simbólicos”. En *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona, Anagrama.
- Busaniche, B. (2010). *Argentina copyleft: la crisis del modelo de derecho de autor y las prácticas*

- para democratizar la cultura*. Villa Allende, Fundación Vía Libre.
- Calasso, R. (2004). "La edición como género literario". En *La locura que viene de las ninfas y otros ensayos*. México, Sexto Piso.
- Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la teoría general de la administración*. México, McGraw Hill.
- Darnton, R. (2009). "Google y el futuro de los libros". *The New York Review of Books*, vol. 56, n.º 2. Nueva York.
- Debray, R. (2001). *Introducción a la mediología*. Barcelona, Paidós.
- Dussel, E. (1984). *Filosofía de la producción*. Bogotá, Nueva América.
- Giuliani, A. (2014). "Colección La Siringa, en la Argentina de los años 60: La dimensión política de la edición de libros". En *II Jornadas de Investigación en Edición, Cultura y Comunicación: el campo editorial y las industrias culturales*. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.
- Gociol, J. (2009). "El Rompecabezas CEAL. Una posible guía de lectura". En Gociol, J., Bitesnik, E., Ríos, J. y Etchemaité, F., *Más libros para más. Colecciones del Centro Editor de América Latina*. Buenos Aires, Biblioteca Nacional.
- Gómez, M. G. (2009). "El pensamiento editorial como crítica de la industrialización de la cultura". *Revista Espacios*, n.º 42, pp. 15-22. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.
- _____ (2011). "El rol cultural de la producción simbólica como factor estructurante clave de las nuevas organizaciones editoriales". En *I Jornadas de Investigadores en Formación*, noviembre. Buenos Aires, Instituto de Desarrollo Económico y Social (IDES).
- _____ (2014). "Del discurso social al proyecto cultural. Construcción y devenir de los géneros editoriales". En *Actas de las II Jornadas de Investigación en Edición, Cultura y Comunicación*. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.
- Harvey, D. (2008). *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires, Amorrortu.
- Kellner, D. (1998). "Vencer la línea divisoria: estudios culturales y economía política". En Ferguson, M. y Golding, P. (eds.), *Economía política y estudios culturales*. Barcelona, Bosch.
- Martín Serrano, M. (2007 [1977]). *La mediación social*. Madrid, Akal.
- Rivera, J. (1998). "La forja del escritor profesional (1900-1930)". En *El escritor y la industria cultural*. Buenos Aires, Atuel.
- Romero, L. A. (2007). "Una empresa cultural: los libros baratos". En Romero, L. A. y Gutiérrez, L. H., *Sectores populares, cultura y política: Buenos Aires en la entreguerra*. Buenos Aires,

Siglo XXI.

Schmucler, H. (1997). *Memoria de la comunicación*. Buenos Aires, Biblos.

Zallo, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid, Akal.

El autor

Martín Gonzalo Gómez es editor graduado de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires (UBA), especialista en Ciencias Sociales y Humanidades con orientación en Comunicación por la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) y becario de maestría del Ministerio de Educación de la Nación. Docente regular concursado de la UBA: jefe de trabajos prácticos (JTP) de Fundamentos de Diseño Gráfico para Editores e Informática Aplicada a la Administración Editorial, ayudante de primera de Introducción a la Actividad Editorial, y profesor adjunto a cargo de seminarios de grado sobre géneros editoriales, epistemología y métodos de investigación. Investigador acreditado en proyectos UBACyT desde 2008 y en proyectos con reconocimiento institucional desde 2010 (FFyL-UBA), programa en el cual es asimismo director de proyecto desde 2013. Ponente en jornadas y congresos nacionales e internacionales, autor de libros y artículos en revistas de divulgación y con arbitraje, desde una perspectiva interdisciplinaria dentro de los campos de la edición, el diseño y la comunicación. En el ámbito profesional realiza trabajos de coordinación, edición y corrección en obras de ciencias sociales y humanidades.

Para citar este artículo:

Gómez, M. G. (2015). "La praxis editorial: acciones y proyectos de comunicación social y transmisión cultural". En Casanovas, I., Gómez, M. G. y Rico, E. J. (eds.), *Actas de las III Jornadas de Investigación en Edición, Cultura y Comunicación*. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. ISBN: 978-987-3617-99-7.