

La sostenibilidad de la creación literaria

POR BRENDA NAVARRO

La sostenibilidad de la creación literaria depende de las distintas formas de relacionarnos con las nuevas tecnologías y el mercado editorial y no del soporte que la contiene. El mantener una discusión de competencia entre editoriales impresas y digitales oculta lo realmente importante: ¿quiénes son los lectores, cómo y para qué nos leen?

«Dejad de identificaros con lo que os define. Tratad de esquivaros de toda expresión vuestra.
Desconfiad de vuestras opiniones»
Witold Gombrowicz

Sucede que cada vez que sale una noticia respecto a que las ventas de libros digitales se han detenido o no se han vuelto la panacea del siglo XXI del mundo editorial, es posible que alguien en el futuro se esté riendo, tal y como nosotros nos reímos de los torpes miedos que suscitó la revolución industrial a finales del siglo XIX.

¿Abrir paso a la juventud y a las nuevas tecnologías?

Ya no existen locomotoras de vapor, ni grandes y ruidosas máquinas destituyendo al trabajo artesanal: ahora todo es más ligero, más elegante, más sofisticado; nuestras pertenencias se vuelven más abstractas y nuestros pasos más rápidos, pues se sube de nivel en un abrir y cerrar de ordenadores, se buscan más *likes*, más *clics*, más fans, más visitas a vídeos y nos da por mostrarnos completos en una serie de ofertas tecnológicas para que todo quede registrado de manera inmediata y eficaz.

Las consecuencias de los avances tecnológicos poseen las dos caras de una moneda; existen claroscuros, sí, porque en muchos casos se sigue desplazando la dignidad humana en pos del avance científico. Sin embargo, la tecnología no es el problema *per se*, sino una herramienta que depende exclusivamente de quien hace uso de ella. Con los libros digitales pasa lo mismo;

los principales actores de la industria editorial los ningunean y tratan de ponerlos en ‘su lugar’ dándoles lecciones cual chiquillos, sin entender que mientras les hablan a regañadientes y los ignoran en sus planes y reuniones majestuosas, los libros digitales -a un paso propio- han estado alimentando diversas formas de comunicación en los últimos años, con o sin el permiso, con o sin la aprobación de la industria. Es posible y habrá que hacer un análisis profundo de cómo es que aquello de que somos seres de historias y vivimos de ellas se adecúa a estos nuevos tiempos en los que, mientras la gran industria editorial patalea y manotea y a la vez ignora y rehúye, esto puede ser el signo más positivo de que los libros en versión digital van por buen camino: el suyo.

La tecnología como herramienta para la creación literaria

No puede negarse que la tecnología ha permitido en distintas dimensiones cerrar brechas de desigualdad. Internet ha mostrado su capacidad para interconectar mundos y visibilizar luchas sociales, de pensamiento y de modelos de comunicación que son capaces, incluso, de abrir pautas para democratizar el conocimiento y los modos de producción. En este sentido, su alcance permite el acceso a la información y la libertad de expresión como derecho humano; también hace posible que dentro de la práctica editorial se puedan transmitir conocimientos académicos y/o literarios que abonan a más participación de diversos grupos que, de otra manera, no tienen la oportunidad de conformarse dentro de los procesos de socialización de la información que fomenta tanto creatividad como creación de nuevos saberes. Es decir, por un lado, permite que haya nuevas formas de aprendizaje pero también, por otro lado, se genera una apropiación que permite a su vez una representación de múltiples y diversas identidades generadoras de voces que sin las tecnologías de la información podrían no ser escuchadas.

En el caso de la creación literaria y de la industria editorial, bien valdría la pena ‘salir de la caja’ y repensar la posición que tanto editoriales independientes como editores, escritoras, instituciones culturales, etc., tienen frente a la socialización de los libros digitales, pues desde un punto de vista económico-social, podríamos ver la urgencia de un cambio de paradigma económico, no solo de relaciones comerciales sino uno que de manera general persiste y que organizaciones civiles como Oxfam han declarado en los primeros meses de 2016 en su informe *Una economía al servicio del 1*: «Quienes defienden el *statu quo* afirman que la preocupación por la desigualdad está impulsada por una ‘política de la envidia’, y suelen mencionar la reducción del número de personas en situación de pobreza extrema como prueba de que la desigualdad no es un problema tan grave» (Oxfam, 2016).

Sobre las condiciones contractuales entre autores y editores

Aplicado este párrafo al mercado editorial, podríamos tener un panorama en donde las grandes transnacionales pueden decir que es culpa de las editoriales independientes y/o de los autores que la venta de libros esté en crisis y que lectores deciden escoger sus libros por poseer la ‘mejor’ literatura y porque los editores no saben adaptarse a las leyes del mercado, porque no tienen la menor intención de profundizar en las evidentes desigualdades económicas y comerciales a las que se ven sometidas las pequeñas editoriales para hacerse de un nicho de mercado, sin que esto se vea opacado por el fuerte armamento publicitario y de relaciones comerciales que pueden tener los ahora más reforzados monopolios editoriales en

Hispanoamérica.

No es ningún secreto que las ganancias de derechos de autoría son poco claras, no hay datos formales que puedan contrastarse adecuadamente. Agentes literarios como Guillermo Schavelzon lo han comentado tanto en su *blog* como en diversos espacios, pero lo puede contar cualquiera que haya publicado un libro: la economía de las editoriales y el impacto que tiene en los bolsillos de creadores literarios es casi risible. No hay transparencia, ni se pretende dar un valor que reconozca más allá de lo estético a un trabajo literario. No hay ninguna intención de que las relaciones de poder entre editoriales y creadores/creadoras cambie para mejorar las condiciones contractuales. Tampoco existe voluntad de la industria editorial para que los paradigmas cambien en un futuro medianamente cercano. Por ello, cuando salen los informes anuales sobre ventas tanto de libros impresos como de libros electrónicos, hay que tomarlo con extrema cautela. ¿Qué parámetros o indicadores toman, cuáles son los criterios para saber quiénes son los verdaderos acumuladores de riqueza y en qué parte del proceso editorial es más evidente?

¿De qué manera se hacen las comparaciones entre mercado de libros impresos y de los digitales? ¿Quiénes hacen estos informes y con qué fin? ¿Para qué y para quién se publica?

La homogeneización de la información esconde muchos matices que, de ser desvelados, permitirían hacer estudios profesionales rigurosos para entender la verdadera importancia de los libros digitales y su futuro en el mercado y la difusión y creación de conocimiento. Esto no es un tema menor, porque de ello depende no solo la sostenibilidad de una industria que genera mucho dinero, sino también porque tal dinero está mal repartido, no solo entre editoriales grandes y editoriales pequeñas, sino porque de esto puede depender el afianzamiento de nuevos modelos de negocio y comercialización de obras literarias y con ello, las condiciones sociales y económicas de quienes crean y desean seguir creando de una manera más digna.

La creación literaria como artífice y piedra angular

Para el sociólogo Pierre Bourdieu, la creación literaria -conceptualizada como tal a finales del siglo XIX- pretendía salirse de todo tipo de análisis científico social porque se consideraba un arte más allá de lo humano: «¿Dejaremos que las ciencias sociales reduzcan la experiencia literaria, la más elevada que el hombre pueda conocer junto con la del amor, a meros sondeos referidos a nuestros ocios, cuando se trata del sentido de nuestra vida?» (Sallenave, 1991).

Esta idea ha sido perpetuada durante más de un siglo; no solo porque todo artista busca sublimarse a la estética de sus creaciones, sino también porque dentro de su proceso creativo suele darle poca importancia a la parte comercial de sus obras; lo deja en manos de quienes venden sus libros, ya sea porque es parte del trato, ya sea porque ignora cómo hacerlo o porque prefiere dejarlo en manos ajenas. Sin embargo, sí es pertinente preguntar: ¿para qué hacerle pensar al creador que su obra tiene un valor económico si el reconocimiento y los aplausos le alimentan el alma? Nada más irreal. Son de sobra conocidos los casos de editores y escritores que han terminado su vida en quiebra, con enfermedades que no pueden ser curadas adecuadamente por la falta de recursos económicos, o incluso de autores españoles

que tienen que elegir entre su pensión o seguir creando porque las leyes son contradictorias y poco favorables. A estas circunstancias hay que añadir un contexto político y cultural que ha permitido que las escritoras estén en franca desventaja frente a sus colegas masculinos en lo que a número de publicaciones y remuneraciones se refiere. Si bien es verdad que existe una creciente participación de las mujeres dentro del ámbito editorial, la realidad es que la precarización del trabajo sigue manteniendo en una constante tensión las exigencias del mercado, la flexibilización del trabajo que conlleva la pérdida de derechos laborales y la poca consolidación de escritores dentro de la industria editorial, que les pone en condiciones poco favorables tanto en los contratos por obra y derechos de autor como en el manejo de reconocimientos literarios que traen consigo la oportunidad de difundir su trabajo.

Esta sintomatología propia de la creación literaria no es exclusiva de este ámbito; por el contrario, es el reflejo de una economía que está basada en la obtención de beneficios de solo una parte (editoriales) y la poca protección de la otra (quienes crean obras literarias), olvidando un hecho que por más de sentido común se considere, se olvida: la creación literaria es la artífice y la piedra angular de las editoriales. No hay libro sin historia, no hay historia sin creadores. Entonces, si es tan necesaria la obra literaria, ¿por qué no darle un pago más justo, por qué no aprender a sociabilizar las ganancias, por qué no obtener otras formas de buscar la sostenibilidad de la creación literaria como un bien común que enriquece el quehacer cultural de una sociedad?

¿Libros digitales para cerrar brechas de género?

La oportunidad que tienen las editoriales independientes frente al libro electrónico es crucial para su permanencia; por ende, es necesario que se haga una revisión de objetivos, no solo con respecto a su comercialización y distribución, sino también de planteamientos estéticos para las futuras generaciones que han crecido con medios y tecnología, en donde los libros impresos no tienen un papel fundamental pero principalmente de agentes de cambio.

¿De qué manera nos vamos a enfrentar a esa juventud que lee, investiga, juega y sociabiliza por medio de tabletas y teléfonos inteligentes? ¿Cuál será la actitud de autores y autoras cuando tienen frente a sí la oportunidad de llegar a lectores antes que a críticos literarios? ¿Cómo vamos a participar en la democratización del conocimiento como editores? ¿Qué vamos a aportar a la equidad de género?

La Universidad Politécnica de Florida ha dado un paso gigante al ofrecer a su alumnado la primera biblioteca cien por cien digital: 135.000 libros en formato digital, dentro de un espacio que alberga equipamiento para cargar ordenadores, tabletas y móviles, escritorios y mobiliario que permiten confortabilidad para que el conocimiento siga siendo el principal motor de la lectura. Porque finalmente eso es un libro: el conocimiento compartido. Y cuando el conocimiento y el goce se comunican, la sociedad se beneficia. Baste poner de ejemplo los datos que da Accenture en su último estudio el mercado laboral español: la brecha de género se reduce cuando hombres y mujeres cuentan con las mismas herramientas digitales; por tanto, la digitalización es un catalizador para fomentar la igualdad (Paniagua, 2016).

Pero hay otros datos que ponen al libro digital en todas sus versiones como potencializador de



cambios sociales al utilizarse como una herramienta social. De acuerdo al Instituto de Investigaciones Pew[1], la posibilidad de poseer un teléfono móvil permite a las mujeres tener acceso a Internet y con ello aumentar sus posibilidades de ingresos y el aumento de confianza para realizar otras actividades que de otra manera no tendrían oportunidad de realizar: «El uso de Internet proporciona sutiles beneficios a largo plazo [...] tales como la confianza en sí mismas, la validación externa así como la de poder expresarse» (PewResearch Center, 2016).

Si concebimos a los *ebooks* no solo como libros de recreación, sino además como una herramienta que permite por un lado, dotar a los creadores de literatura y de contenidos digitales de una fuente real de ingresos por su trabajo y por otro, que dichos libros sean parte de un conglomerado de acciones que buscan el acceso a la información y a la libertad de expresión como ya se había mencionado anteriormente, entonces, ¿qué importa si el libro digital pierde o gana terreno frente al libro impreso? Lo importante es reconocer y afianzar su propio camino. La discusión debe de ir para otros lugares poco explorados y necesarios.

Ebook que te quiero ebook para leer

Pero ¿cómo crear un frente adecuado para combatir la ausencia de lectores? Más allá del reconocimiento cultural que puede dar a escritores y escritoras incursionar al ámbito literario, especialmente por medio de la lógica del mercado editorial de libros impresos, lo que debería de prevalecer es la búsqueda de lectura a los libros digitales que se produzcan.

Si bien existen diversos actores clave e investigadores académicos que pueden dar argumentos y estudios respecto al mercado de lo digital, retomo a Schavelzon porque me parece un síntoma claro de lo que sucede actualmente en la industria editorial hispanoamericana. Siendo él un agente literario que conoce bien el mercado -cierra contratos, hace relaciones públicas- y es relevante que sea él mismo quien afirme que no existen datos fidedignos de quiénes leen y cuántos leen, pues para Schavelzon[2], con los datos actuales podemos saber cuántos libros se venden, pero no cuántos se leen. La importancia de esta última frase radica en que el problema de la consolidación o no de los *ebooks*, no es si supone competencia o no en ventas de los libros impresos, sino si los libros digitales podrán ser -o ya son- lo suficientemente necesarios para compartir información y para socializar contenidos literarios. El ejemplo más claro es el del fenómeno de la música: cada vez se vende menos, pero se produce más. ¿Qué está haciendo falta entonces para cambiar el eje de la discusión sobre este tema?

Algunas propuestas

Partiría en primer lugar de la necesidad de dejar de comparar la usabilidad de los libros en diferente formato digital frente a los libros impresos. Por supuesto que son útiles, hay un buscador de Internet que lo demuestra: PDF, ePub, etc., son sumamente buscados por los usuarios. Hay incluso un mercado bien establecido no solo de *ebooks*, sino también de clases *online* que hacen uso de contenidos académicos en formatos electrónicos; las universidades están digitalizando sus bibliotecas; el alumnado comparte archivos PDF para realizar investigaciones, unifica sus tesis académicas en formatos impresos y digitales, presenta y asiste a videoconferencias; las amas de casa buscan recetas, compran libros digitales de

cocina, de decoración, de crianza, de educación, etc. Por ejemplos no nos damos abasto.

En segundo lugar, apelaría a las nuevas formas de economía que se están socializando en la industria editorial: renta de libros dentro de diversas plataformas digitales, clubs de lectura, asociaciones a editoriales que dan beneficios por cuotas anuales o semestrales, donde se incluyen los libros producidos; economías solidarias que muchas de las veces son cooperativas que venden contenidos a nichos de mercado interesados en sus temáticas; organizaciones civiles que crean contenidos y los venden para obtener fondos benéficos; colectivos de grupos vulnerables que crean contenidos digitales para difundir sus talleres o propuestas; librerías que apelan a los *Creative Commons*, etc.

En tercer lugar, pondría sobre la mesa la pregunta hacia escritores y escritoras: ¿cuál es el objetivo de su libro, buscar la aprobación del círculo literario comandado por las grandes editoriales o la búsqueda de lectores? En este rubro existe ya un mercado que ha crecido y se mantiene especialmente en España y EEUU; los ‘autopublicados’, se les llama; y existen casos de éxito rotundo hasta el punto de que incluso ha habido autoras españolas que han decidido recuperar sus derechos vendidos a editoriales comerciales para ser ellas quienes gestionen sus propias historias; aquí el hincapié sin duda sería hacia la calidad y profesionalización de los libros producidos. No solo vale la historia, sino también el respeto a los lectores, que reciban no solo un documento hecho en un procesador de textos, sino que sea planificado para leerse en pantallas digitales; las editoriales independientes que se atreven a publicar tanto en impreso como en digital lo saben: es doble trabajo, pero es muy posible que valga la pena. Los lectores siguen ahí afuera, leyendo lo que les interesa, comprando y compartiendo. Quizá sea hora de preguntarles si todas estas disertaciones sobre cómo ofrecerles el trabajo literario valen la pena, si están erradas o si ya vamos entendiendo el camino.

El libro digital como plataforma de comunicación intercultural

A propósito de los lectores, Néstor García Canclini junto con un grupo de investigación realizó un estudio titulado *Hacia una antropología de los lectores* (García Canclini et al., 2015), en el que da muestra de los diversos indicadores que se deben de tomar en cuenta la hora de pensar en quiénes leen y cómo leen. Hay para todo, la curiosidad es innata a la humanidad y las historias también; somos seres que sabemos adaptarnos a las herramientas que creamos.

Sin embargo, lo que sí está del todo probado es que a pesar de los múltiples esfuerzos que como humanidad nos hemos visto obligados a hacer, no podemos adaptarnos a las economías monopólicas porque explotamos mientras somos explotados (tenemos todo el siglo XX como prueba histórica de ello); entonces buscamos otras opciones, cuestionamos lo que nos dicen que es legítimo y legal y usamos nuestra creatividad -incluida la literaria- para ello. En este sentido, los libros digitales pueden ser una plataforma de comunicación intercultural que, como dicen sus gurús, rompan barreras de tiempo y espacio. El verdadero peligro es que hay quienes quieren matarlos tratando de integrarlos en el mercado actual como sea, por lo que habrá que ser más creativos, literaria y prácticamente.

Notas

[1] PewResearch Center, ubicado en Washington (EEUU), es un instituto dedicado a estudiar fenómenos sociales y económicos de América Latina.

[2] Guillermo Schavelzon tiene un *blog* en donde habla de literatura y el mundo editorial. Véase:
<https://elblogdeguillermoschavelzon.wordpress.com/2015/05/15/vender-mas-libros-no-significa-crear-lectores/>

Bibliografía

García Canclini, N. et al., 2015. *Hacia una antropología de los lectores*. Madrid: Fundación Telefónica/UAM.

Oxfam (2016, 18 de enero). *Una economía al servicio del 1* [en línea]. Oxfam. Disponible en:
<https://oxfamintermon.s3.amazonaws.com/sites/default/files/documentos/files/economia-para-mi-noria-informe.pdf>

Paniagua, E. (2016, 6 de marzo). Las profesiones digitales reducen la brecha de género en el mundo laboral. *El Mundo* [en línea]. Disponible en:
<http://linkis.com/www.elmundo.es/econo/K4avP>

PewResearch Center (2016, 22 de febrero). *Global Attitudes&Trends* [en línea]. PRC. Disponible en:
<http://www.pewglobal.org/2016/02/22/smartphone-ownership-rates-skyrocket-in-many-emerging-economies-but-digital-divide-remains>

Sallenave, D. (1991). *Le Don des morts*. París: Gallimard.