

AL ENCUENTRO CON



Internacionalización
editorial en

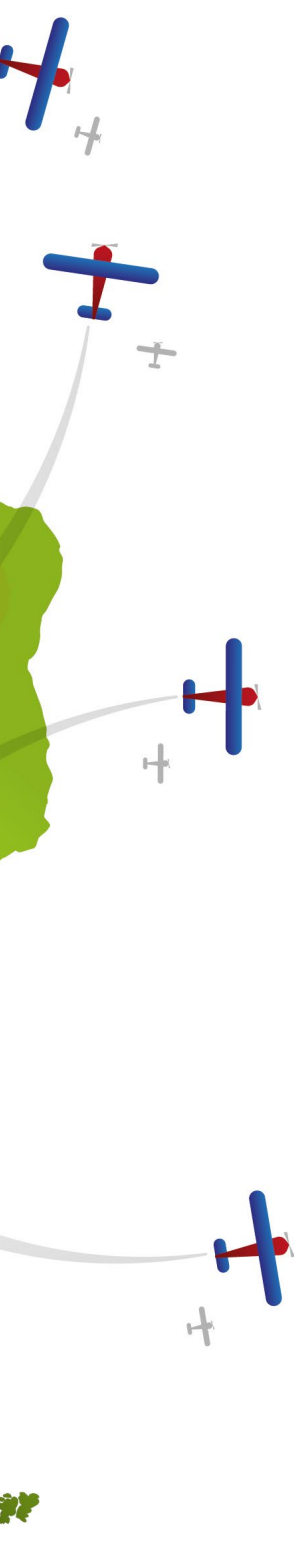
AMÉRICA LATINA

Por: Laura Ballesteros Chitiva



Alejandro Dujovne

Doctor en Ciencias Sociales e investigador del conicet, Argentina. Director del Centro de Estudios y Políticas Públicas del Libro de la Universidad Nacional de San Martín, y co-coordinador del Programa de Estudios del Libro y la Edición en el Instituto de Desarrollo Económico y Social.



Para el mundo editorial los procesos de internacionalización son una pieza clave para fortalecer la presencia en mercados externos. En este sentido, el mundo del libro y demás publicaciones editoriales han sido blanco de estrategias y políticas, que además de fortalecer los procesos de traducción, venta y comercialización de derechos, autores y títulos, han sido clave al momento de posicionar la producción cultural e intelectual de los países. Sin embargo, dichos procesos de internacionalización, además de variar con los años, implican la participación, no siempre constante, de múltiples actores: Estados, entidades privadas, sellos editoriales, entre otros, que, en el ámbito del libro, siempre dinámico y complejo, parecen no fortalecer las acciones de circulación en regiones como América Latina.

Por lo cual, para esta ocasión, nuestro boletín *Tendencia Editorial* se reunió con Alejandro Dujovne, Doctor en Ciencias Sociales e investigador del CONICET, Argentina, especialista en historia y sociología del libro y la edición en América Latina, quien ha participado en distintos proyectos de investigación, nacionales e internacionales, sobre temas como la producción y circulación internacional de los bienes simbólicos, edición universitaria, traducción y políticas de la traducción y, ferias del libro, para conocer más del informe *Políticas y estrategias de internacionalización editorial en América Latina* publicado por el CERALCAL en el 2020.

Boletín *Tendencia Editorial* (BTE): ¿En qué consiste el proceso de internacionalización editorial?

Alejandro Dujovne (AD): La internacionalización, por lo menos en el informe, la abordé desde un enfoque lo más comprensivo y amplio posible, como una serie de acciones comerciales y culturales que tiene el objetivo de fomentar la presencia de la producción editorial nacional en mercados externos. No significa que todas las definiciones de internacionalización coincidan con la que yo propongo, pero la que propuse trata de dar cuenta de todas las experiencias que han tenido los libros y sus derivados. Lo que hice fue integrar la importación y la exportación de libros físicos con la compra y venta de derechos, sea para traducción o para películas, con coediciones, servicios, etc. Traté de tener una mirada amplia sobre los procesos de internacionalización porque cuando uno tiene una mirada demasiado restringida es probable que se pierda de vista parte de la dinámica de ese ecosistema, parte la complejidad de sus formas de producción y comercio.

BTE: ¿Por qué, diría usted, es importante pensar en políticas y estrategias de internacionalización para una región como América Latina?

AD: Frente a la pregunta de por qué es importante la internacionalización, hay distintas respuestas. Cada quien puede encontrar o poner énfasis en uno u otro objetivo de la internacionalización. Un primer objetivo responde al costado más cultural, está ligado a las políticas culturales de los Estados, de los distintos gobiernos, y tiene que ver con el modo en que se proyecta la cultura nacional, la identidad de un país, su producción intelectual. Y claro, en este costado el libro sigue siendo uno de los principales y más prestigiosos vehículos de transmisión y expresión. Otro objetivo se encuentra en el costado más estrictamente económico, comercial, y ahí, sin querer agotar todas las dimensiones, mencionaré solo dos puntos: uno, cuando se habla de internacionalización editorial se la suele pensar como una industria más, por eso subrayaba la dimensión cultural y la importancia de la proyección externa de la identidad; dos, el costado económico del libro tiene que ver con el balance de las exportaciones e importaciones de un país, ya sea a través de libros digitales, servicios editoriales, de traducción, diseño o corrección. Este segundo costado busca que la internacionalización genere divisas, un ingreso para el país, que fortalezca a las industrias nacionales y produzca empleo de calidad, tanto en términos de retribución económica y estabilidad como de profesionalización

El rol del Estado es especialmente importante para las editoriales independientes que no cuentan con recursos humanos o económicos para avanzar en un proceso de internacionalización y que son, fundamentalmente,

editoriales nacionales. Este argumento tiene mayor sentido aún en los mercados latinoamericanos medianos o chicos, donde el mercado interno es acotado, donde no hay un gran número de librerías, donde los lectores y lectoras no son tantos y se presentan problemas de distribución. Entonces, la internacionalización funciona para apuntalar su funcionamiento, como una política en sí misma de generación y fortalecimiento de esas editoriales independientes que no pueden desarrollarse en un mercado nacional pequeño.

BTE: A partir de su informe *Políticas y estrategias de internacionalización editorial en América Latina, ¿cuál diría usted que es la principal razón por la cual las medidas implementadas por los Estados y algunas entidades de internacionalización no han sido del todo efectivas?*

AD: Pese a las variantes nacionales y regionales en el espacio de nuestra lengua, la internacionalización nos invita a imaginar, a ilusionarnos con el horizonte de una producción y una circulación común y transparente en la región. Sin embargo, la paradoja es que no se produce eso sino todo lo contrario, tenemos las condiciones geográficas e idiomáticas para ello, no obstante, las políticas económicas y de estructuración de cada uno de los mercados y del mercado regional, son un problema que se sostiene en el tiempo. Un problema que, más allá de los cambios a lo largo de las décadas, lleva a formular una y otra vez las mismas preguntas: ¿por qué no circulan más libros?, ¿cómo hacer para circular más libros?

Hemos tenido una incapacidad sistemática para dotarnos a nosotros mismos de políticas sostenidas que nos permitieran avanzar hacia un mercado más unificado, con menos trabas a la circulación. Hemos boicoteado aquellos buenos intentos por una crisis económica, por malas condiciones políticas, por alguna dictadura o por las contradictorias políticas culturales de cada uno de los países. Hemos conspirado contra la capacidad de acumular nacionalmente y pensar más regionalmente y, en ese sentido, España ha logrado, no solamente ser la principal exportadora de libros de lengua española, sino tener filiales y sus propias grandes empresas que la sitúan como el país más importante de habla española en el mercado editorial.

BTE: Dicho esto, ¿por qué usted considera importante centrar su estudio en las políticas de internacionalización llevadas a cabo por los Estados y las entidades representativas del sector privado?

AD: Creo que hay un problema con las clases de preguntas que le hacemos al mundo del libro, me parece que en general pensamos en América Latina de una forma muy pobre, reducimos la contradicción del mundo editorial a una serie de indicadores: ¿cuántos libros se publican?, ¿cuántos libros se leen?, ¿cuál es la facturación?, indicadores que pareciera resumen y sintetizan el mundo del libro, cuando en realidad cada país tiene una configuración singular y un grado de complejidad diferente. Claro, esas cifras son útiles, pero al mismo tiempo son empobrecedoras porque ocultan una pregunta clave: ¿cómo se estructuran institucional y políticamente los sectores del libro en cada uno de los países?

En algunos países vemos una o dos cámaras del libro, o una gran cámara con algunos contendientes, pero son aquellos países que tienen mercados más reducidos, menos desarrollados, en donde las grandes editoriales extranjeras, como Penguin Random House y Planeta, terminan ocupando posiciones de mucho poder y en donde no hay una capacidad para generar equilibrios. Ahora, estos grupos editoriales no tienen una vocación de internacionalización de la edición en América latina, no buscan exportar, sino, fundamentalmente, apuntan a capturar cuotas del mercado local. No podemos decir que no lo quieren hacer, pero evidentemente no hace parte de sus prioridades. Entonces, si estos sellos tienen estrategias comerciales que dominan las instancias políticas del mundo editorial de dichos países, claramente las políticas y estrategias van a estar orientadas o condicionadas a lo que estas cámaras y sectores digan. Por lo cual, ante el poder de estos y otros grupos editoriales vale la pena preguntarse: ¿qué lugares ocupan en las decisiones políticas de los países en el campo de la internacionalización?

BTE: Pese a que las estrategias y políticas de internacionalización varían entre los países parte del informe, ¿qué tendencias, positivas y no tan positivas, se pudieron encontrar durante el estudio?

AD: Vamos a empezar por lo positivo. El informe se ciñe a seis países, cinco de habla castellana y Brasil, los

mercados editoriales más importantes de la región. Y en ese conjunto de países yo creo que una de las tendencias que vemos es una estabilidad de políticas, un pequeño indicio de estabilidad que empieza a consolidar alguna clase de acumulación, lo que es clave por dos razones: uno, porque se empieza a formar y a capacitar gente, a garantizar cierto nivel de especialización, conocimiento técnico y construcción de redes personales. Dos, porque parte del éxito de las políticas, la presencia en ferias o programas de traducción, tiene que ver con la permanencia y en eso soy muy insistente en el informe: la importancia de la permanencia. Por supuesto, hay avances y retrocesos, en algunos países vemos retrocesos, cambios políticos, recorte de recursos, crisis de todo tipo, pero en general empezamos a ver una tendencia en la estabilidad de políticas.

Ahora bien, en el costado menos positivo la tendencia es que no necesariamente hay estrategias claras en los países. Y, ¿a qué me refiero con estrategias?, me refiero a cierto grado de claridad de qué se quiere, quiénes lo quieren, quiénes se sientan en la misma mesa a trabajar, definen el curso de acción e imputan recursos específicos para que esas políticas funcionen durante “x” tiempo. Países como Brasil y Chile son interesantes porque han tenido esa evolución, con algunos resultados dispares, pero que han funcionado bien en general. Y lo cierto es que han logrado un diálogo público-privado muy interesante, de manera formal e institucionalizado, con objetivos claros que se evalúan periódicamente. Una cosa muy diferente sucede en los otros países en donde hay recursos, políticas y diálogos, pero vemos que no logran traducirse en proyectos muy claros y estratégicos.

BTE: Dicho esto, entonces, ¿para usted cuál sería el escenario ideal para ampliar y fortalecer las políticas y estrategias de internacionalización editorial?

AD: ¿Qué sería lo óptimo?, que la cultura, la política cultural y la diplomacia cultural fuesen una prioridad. Digo, hay países que mencioné como Chile que tuvo o tiene algo de eso, pero en general no aparece dentro de las políticas de los distintos gobiernos demasiada claridad frente a estos puntos. Considero que lo realmente

necesario es establecer que las políticas culturales son activos importantes y estratégicos para un país, para el posicionamiento cultural y económico, y que para eso necesitamos asignar recursos, necesitamos funcionarios idóneos, necesitamos estructuras institucionales que permitan un diálogo sostenido, regular e institucionalizado con los actores privados.

BTE: Para finalizar, ¿puede usted darnos una premonición sobre qué va a pasar con estos procesos de internacionalización y en sí, con el mundo editorial? ¿Puede ser la tecnología un factor importante en un futuro para la consolidación de estrategias de difusión e internacionalización de productos editoriales?

AD: Creo que sería muy difícil prever qué va a pasar con el mundo editorial, porque, por lo general, el mundo del libro se ha encargado sistemáticamente de mostrar que toda profecía ha fallado, y me alegra que así haya sido porque es una muestra de qué tan dinámico es, cuán inesperados son los cambios. Y me refiero, no solo a la permanencia del libro físico que, aún con diferencias entre países, continúa siendo el soporte privilegiado de lectura, sino especialmente a la sociabilidad, al encuentro, la confianza con el libro, las librerías, las editoriales, los catálogos, ese acercamiento que aún sigue muy presente en el mundo editorial. Ahora, en cuanto a la tecnología en el contexto de la pandemia, yo no me animo a hacer ninguna predicción, lo cierto es que estamos viendo cambios. ¿Qué de eso va a permanecer?, no sé, es muy difícil preverlo. Sé que muchas editoriales y librerías han empezado a apostar por lo digital y eso es bueno, solo hay que ver si una vez que volvamos a una presencialidad esa inversión tendrá sentido, o si en realidad los y las lectoras buscarán de nuevo a algo más cercano, a algo más físico, más íntimo, más humano. De cualquier modo, pareciera que la pandemia solo ha ayudado a acelerar un proceso que ya veníamos viendo desde antes, y aunque muchos y muchas creen que en el último año hubo un cambio de fondo, estructural, vemos que la digitalización de libros, la simplificación de los procesos de edición a través de tecnologías y softwares, simplemente se aceleró.