

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

Facultad de Ciencias y Humanidades

# El mundo editorial y el siglo XXI

Trabajo de graduación como Modelo de Ensayo  
presentado por María Paulina López Hernández para optar  
al grado académico de Licenciada en  
Comunicación y Letras

Guatemala  
2018



# El mundo editorial y el siglo XXI

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

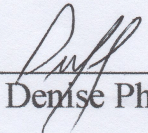
Facultad de Ciencias y Humanidades

# El mundo editorial y el siglo XXI

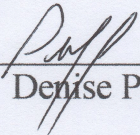
Trabajo de graduación como Modelo de Ensayo  
presentado por María Paulina López Hernández para optar  
al grado académico de Licenciada en  
Comunicación y Letras

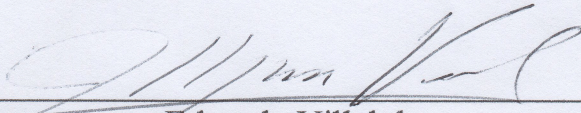
Guatemala  
2018

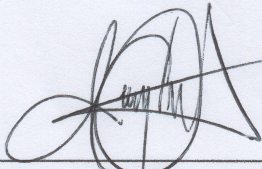
Vo. Bo.:

(f)   
Denise Phé-Funchal

Tribunal Examinador:

(f)   
Denise Phé-Funchal

(f)   
Eduardo Villalobos

(f)   
Alejandra Osorio

Fecha de aprobación: 29 de agosto de 2018

## **PREFACIO**

Este trabajo de graduación es el producto de varios meses de investigación que comenzaron en enero del año en curso. La primera etapa fue puramente de búsqueda de información acerca de la historia general de la edición. Se tomó como punto de partida la introducción de la imprenta con Johannes Gutenberg y los caminos que tomó a partir de ese momento la producción de conocimiento escrito y su expansión en el resto de Europa hasta llegar al continente americano. Con esto se construyó una línea de tiempo de momentos clave de la industria editorial, tanto en el continente europeo, como en Estados Unidos y en Latinoamérica. Asimismo, se dedicó completamente un capítulo enfocado al contexto sociocultural y económico de la industria editorial en el siglo XX a partir de los años sesenta y se abordaron las implicaciones de la innovación tecnológica para el mundo editorial durante el siglo XXI.

Al tener una idea más clara de la evolución de la edición, se identificó información para poder contextualizar la edición actual en Guatemala. Esto llevó, entonces, a una nueva búsqueda de información sobre la historia de la edición en el país. Se revisaron fuentes electrónicas, así como los catálogos de libros y los tesaros de las universidades locales, así como de universidades regionales y en el extranjero. Sin embargo, no fue fructífera tal búsqueda, puesto que no se encontró suficiente información del tema. Esto motivó para que se recurriera a otras fuentes para obtener la información. Se llevaron a cabo una serie de cuatro entrevistas con el propósito de conocer la perspectiva de editores acerca de la industria editorial y el panorama de la edición digital en Guatemala. Aprovecho este espacio para agradecer a Eduardo Villalobos, Philippe Hunziker y Pep Balcárcel por su valioso tiempo y conocimiento que brindaron para la investigación. Así mismo, quiero dar un reconocimiento especial para Raúl Figueroa, quien no solo aportó su visión en cuanto a la edición, sino que apoyó con una segunda entrevista para hablar acerca de la historia de la edición en el país. Él es uno de los editores guatemaltecos que lleva más tiempo dentro de la industria, además de poseer un amplio conocimiento sobre historia.

Asimismo, quería agradecer de todo corazón el apoyo de la Licda. Norma Boteo y de la Ing. Angélica Rocha, quienes me proporcionaron acceso a una base de datos de libros publicados en Guatemala que tiene la biblioteca de la Universidad del Valle de Guatemala. La lectura, el análisis y la sistematización de esa muestra permitió realizar un recorrido a través de la historia de la edición, dándole soporte a la información brindada por Raúl Figueroa. De igual modo, le doy las gracias a Denise Phé-Funchal, quien me ha asesorado en todo este proceso y sin cuya ayuda y paciencia no habría llegado hasta donde estoy ahora.

Finalmente cabe mencionar que las observaciones que se llevan a cabo en esta investigación son parciales, pues están basadas en esa muestra de un poco más de 3,900 libros de la biblioteca de la Universidad del Valle de Guatemala. Además, si bien se hizo una exploración de la industria editorial en Guatemala, solamente se tomaron en cuenta las experiencias de cuatro editoriales (Santillana, F&G Editores, Pato/Lógica Editores y Sophos) frente al resto de editoriales del país. Por dar un ejemplo, no se tomaron a editoriales cartoneras o artesanales como Alambique, La Maleta Ilegal, entre otras. Con esto no se pretende afirmar que la industria editorial en Guatemala es totalmente así, sino que se trata más bien de un estudio exploratorio que plantea la visión de esos cuatro editores, todos con experiencia en distintos ámbitos de la industria y que dan una perspectiva personal.

## ÍNDICE

PREFACIO .....	v
CONTENIDO.....	vii
LISTA DE CUADROS.....	viii
LISTA DE GRÁFICOS.....	ix
RESUMEN.....	x
I.    INTRODUCCIÓN.....	1
II.   LA HISTORIA DE LA EDICIÓN.....	4
III.  MARCO CONTEXTUAL.....	17
IV.  LA EDICIÓN EN LA ACTUALIDAD: DE LA EDICIÓN IMPRESA A LA EDICIÓN DIGITAL.....	28
V.   LA POSICIÓN DE LAS GRANDES EDITORIALES.....	48
VI.  LA EDICIÓN EN GUATEMALA: UN PANORAMA PARA LA EDICIÓN DIGITAL EN EL PAÍS .....	57
VII. DISCUSIÓN.....	94
VIII. CONCLUSIONES.....	100
IX.  BIBLIOGRAFÍA.....	106
X.   APÉNDICES.....	118

## LISTA DE CUADROS

CUADRO	Página
1. Imprentas y editoriales de Guatemala (1890-1899) .....	61
2. Imprentas y editoriales de Guatemala (1900-1910) .....	61
3. Imprentas y editoriales de Guatemala (1911-1920) .....	61
4. Imprentas y editoriales de Guatemala (1921-1930) .....	62
5. Imprentas y editoriales de Guatemala (1931-1940) .....	62
6. Imprentas y editoriales de Guatemala (1941-1950) .....	63
7. Imprentas y editoriales de Guatemala (1951-1960) .....	64
8. Imprentas y editoriales de Guatemala (1961-1970) .....	65
9. Imprentas y editoriales de Guatemala (1971-1980) .....	66
10. Imprentas y editoriales de Guatemala (1981-1990) .....	67
11. Imprentas y editoriales de Guatemala (1991-2000) .....	68
12. Imprentas y editoriales de Guatemala (2000-2010) .....	69
13. Imprentas y editoriales de Guatemala (2011-2018) .....	71

## LISTA DE GRÁFICOS

1. Total de editoriales, imprentas e instituciones que han publicado por década desde 1890 .....	72
2. Editoriales, imprentas e instituciones que han publicado desde 1890.....	73

## **RESUMEN**

El presente trabajo se enfoca en la industria editorial y su recorrido a lo largo de los años, partiendo de la invención de la imprenta. Los primeros cuatro capítulos se enfocan en la industria a nivel global, con un recorrido a su historia, una parte dedicada a la contextualización y los últimos dos con enfoque en la edición en la actualidad y las nuevas plataformas que la han revolucionado. El capítulo VI está dedicado a la edición en Guatemala. En él se explora parte de su historia desde que la imprenta llegó al país y luego se presenta la postura de cuatro editores y editoriales sobre el panorama actual de la industria.

# I. INTRODUCCIÓN

A partir del aporte de Johannes Gutenberg, el orfebre alemán que inventó la imprenta moderna a mediados del siglo XIV, la edición y publicación de textos han sufrido cambios importantes. De depender completamente de copistas para poder acceder a un libro, pasó a contarse con los recursos que reproducían en masa el conocimiento (Fernández Luzón, 2017). J. A. Millán (2003), en su artículo *Un siglo de edición: La lenta gestación de la edición, los editores, los tipos de libros y los lectores modernos* establece que puede considerarse que incluso desde el inicio, la introducción y propagación de la imprenta implicó para la edición artesanal una evolución hacia una de tipo empresarial.

La lectura de textos de distinta naturaleza es parte del día a día de la gente. A través de los libros se transmite conocimiento y queda plasmada la historia de la humanidad. Sin embargo, detrás de estos existe todo un proceso editorial que incluye la selección de un manuscrito, la edición *per se* –revisión de estilo y ortotipográfica–, la diagramación y, por último, aunque no menos importante, la publicación y la promoción del producto final. Si bien puede alegarse que este proceso ha sido prácticamente el mismo a lo largo de los siglos, con la explosión de la tecnología, puede afirmarse que las computadoras pasaron de ser un instrumento de trabajo y posteriormente, con la expansión del acceso a la tecnología, a formar parte de una comunidad que abarca casi todo el mundo y se convirtieron en, más que una ventana, un acceso directo a la información (Graupera Sanz, 1999), por lo que deben considerarse como parte del mundo editorial, la publicación en línea, así como la producción de libros digitales.

Manuel Castells (2000), en su obra *La era de la información: economía, sociedad y cultura. La sociedad red*, propone que el final del siglo XX fue un período que se caracterizó por la transformación de una “cultura material” a una tecnológica estructurada según las tecnologías de la información, lo que impactó incluso la forma como se lee ya que amplió los soportes de texto al convertir en medios de acceso a la información a las páginas de Internet, así como a las redes sociales. De acuerdo con Montrose (1997), la sociedad de consumo –que se deja guiar por las tendencias y las redes sociales- llevó a una popularización de los soportes digitales y al surgimiento

de tecnología específica, como Kindle y otros dispositivos de lectura, que permiten el acceso a la información de manera digital y a través de Internet.

Ante este cambio en el estilo de vida y de lectura, las editoriales han tenido que responder –o al menos considerar la posibilidad de implementar estrategias para responder– a las nuevas demandas de los lectores ya que no solamente se han popularizado las versiones electrónicas –*e-books*– de obras publicadas en papel y han proliferado los libros en formato PDF –especialmente aquellos que están libres de derechos de autor–, sino que existen también plataformas como Amazon, Wattpad, FanFiction, entre otras, que permiten que cualquier persona pueda publicar sin pasar por los procesos tradicionales de edición. Estos han contribuido a los cambios en los hábitos de lectura, al tiempo que ha traído a nuevos públicos de lectores mucho más variados ya que actualmente no es necesario contar con un dispositivo electrónico específico como Kindle para acceder a los textos, sino que la lectura puede realizarse incluso desde los teléfonos móviles (Aranda Barrera, 2014). Esto lleva a cuestionarse: ¿qué hacen las grandes editoriales, y las editoriales en general, para seguir en la competencia económica?

No se puede ignorar el hecho que vivimos en tiempos tecnológicos y, como tal, el mercado debe adaptarse a ello. El ensayo hace un recorrido a lo largo del proceso editorial hasta el panorama de la edición digital actual –a nivel global y local– porque es una realidad que somos una sociedad digital. Independientemente si queremos admitirlo o no, lo somos. Bien decía José B. Terceiro (1996) en una entrevista sobre su ensayo *Sociedad digital. Del homo sapiens al homo digitalis*:

«La conversión del homo sapiens en homo digitalis, ¿es cosa del futuro o ya está aquí? Yo he acuñado la frase “un futuro actual”. Ya estamos siendo todos homo digitalis, consciente o inconscientemente, directa o indirectamente. La revolución digital nos está cambiando la vida en todos los órdenes: el cultural, el social, el económico...» (s/p).

En un primer lugar, se describe la evolución y los cambios que ha tenido el mundo editorial con el fin de contar con un panorama general de la historia, así como un capítulo que contextualiza al lector en la sociedad actual, que tuvo grandes influencias del siglo XX. En un segundo momento, se presenta la revolución editorial producto de la era digital, a fin de conocer de manera general

qué está ocurriendo y cómo son los procesos y mecanismos involucrados actualmente en la producción de los libros, dado que es innegable que la tecnología y la globalización son elementos que influyen en todo y el mundo editorial no es la excepción. Por ende, se estudiaron algunas plataformas que han revolucionado la forma de lectura, de publicación, así como del consumo de literatura. Por último, se plantea qué postura tienen las editoriales a nivel mundial y local para hacer frente a ese mundo globalizado y tecnológico para permanecer dentro del mercado de los libros. Como parte de esta sección, se presentan los hallazgos de las entrevistas realizadas a distintos editores o personas que han tenido experiencias editoriales en Guatemala.

## II. LA HISTORIA DE LA EDICIÓN

Si se hiciera una línea de tiempo completa acerca de la edición, habría que comenzar desde que se empezó a utilizar la escritura, con los primeros dibujos hechos en cavernas, ya que esta es un elemento vital en la edición. Sin embargo, la industria editorial actual comenzó a partir de un acontecimiento clave en la historia de la humanidad: la invención de la imprenta. Esta ha sido llamada la gran contribución alemana a la civilización y en sus inicios era conocida como el arte alemán (Tat Keh, 1998). Al orfebre Johannes Gutenberg es a quien se le atribuye la invención de esa técnica revolucionaria entre 1440 y 1450, la cual trató de mantener en secreto con gran celo. Sin embargo, no era rentable y eventualmente tuvo que compartir el invento (Fernández Luzón, 2017). Poco a poco, la imprenta comenzó a expandirse por toda Europa aunque los que la controlaban eran del sector educativo y del religioso (Tat Keh, 1998). Anton Koberger es considerado como uno de los primeros grandes editores. Hizo que la ciudad alemana Núremberg comenzara a tomar la delantera en la producción y en el comercio de los libros, dirigió en su momento 24 imprentas y tenía enlaces con diferentes ciudades, como Estrasburgo, París y Lyon, lo que ayudó a esa comercialización y distribución de los textos.

Luego del nacimiento de la imprenta en Alemania medieval, esta alcanzó rápidamente la madurez en Italia. Entre los años 1462 y 1463 se introdujo la imprenta a través de un monasterio en Roma. Los impresores alemanes Konrad Sweynheim y Arnold Pannartz se habían mudado a esa ciudad y la iglesia comenzó a fomentar la producción de libros de bajo costo. Al igual que en Alemania, las ciudades comerciales principales de Italia fueron las que se convirtieron en centros de imprenta y publicación. Para el año 1500, Venecia tenía alrededor de 150 prensas. Dos impresores venecianos realizaron aportes importantes en la forma del libro: Nicolas Jenson, destacado tipógrafo que perfeccionó el tipo de letra romano, y Aldus Manutius, uno de los impresores-editores más reconocidos de su tiempo. Manutius tuvo la idea de sacar “ediciones de bolsillo” baratas para los nuevos lectores durante el movimiento renacentista. Para mantener los costos, imprimía grandes tirajes y utilizó un tipo de cursiva que fue diseñada exclusivamente para él. Sin embargo, su diseño era altamente copiado, por lo que fue de los primeros en utilizar un equivalente al logotipo moderno cuando diseñó un delfín y un ancla para proteger su trabajo (Tucker, Unwin & *et al*, 2018).

Durante el siglo XV las imprentas estaban contentas con explotar el formato de libro existente, en el que se incluía únicamente texto. Sin embargo, y emulando los libros que tradicionalmente habían sido elaborados por copistas, los editores comenzaron a incluir ilustraciones, con lo cual aumentaron el interés por los libros y generaron un nuevo medio de expresión gráfica a través de los grabados en madera –con la técnica de xilografía– que permitían imprimir ilustraciones por el proceso de relieve. Paulatinamente, estas fueron reemplazadas por los grabados en planchas de metal que agilizaron el proceso y, cuando se comenzó a utilizar el cobre que permitía el trazo de líneas más finas, aumentó la inclusión de mapas en los textos. Una vez se preparaba una imagen para la impresión, podía repetirse muchas veces sin que perdiera detalles, precisión y forma. Esto permitió la producción de libros con un alto valor estético que podían reproducirse en masa. Las ciencias y la cartografía se vieron beneficiadas con la oportunidad que ofrecía la reproducción fiel de imágenes y diagramas (Tucker, Unwin & *et al*, 2018).

El comercio de libros durante esta época mostró vitalidad y variedad. La competencia era dura y no habían escrúpulos ni regulaciones. Con tantas imprentas, y que muchas veces producían los mismos libros, los editores comenzaron a promocionar sus libros. Los escribas medievales habían puesto sus nombres y fecha en que habían completado el trabajo, por lo que de esa idea nació el colofón, que daba el título del libro, fecha y lugar de impresión, nombre del taller y un espacio para autopublicidad. Más tarde se comenzó a colocar al principio del libro e incluía también el nombre el autor (Millán, 2003). Asimismo, la publicación tuvo un efecto profundo en las lenguas y en la literatura: empezó a crearlas, a estandarizarlas y a preservarlas. Un ejemplo de esto son las obras de Boccaccio, Dante y Petrarca que le dieron al italiano su forma moderna estándar, como lo harían las obras de Thomas Malory y las de Henry Bradshaw con el inglés o la Biblia de Lutero en Alemania (Tucker, Unwin & *et al*, 2018).

Al principio, la Iglesia le dio la bienvenida a la imprenta sin ningún problema. No obstante, siempre ejercieron censura sobre el material que se publicaba, especialmente a través de las universidades. Conforme iban aumentando los trabajos de los reformadores, la censura se volvió más dura. Entró, entonces, el período de la Inquisición y en 1543 se decretó que ningún libro podía ser impreso o vendido si la Iglesia no lo aprobaba. El primer Índice de libros prohibidos se publicó en 1559. Como respuesta, algunos recurrieron a la imprenta falsa, es decir que colocaban los datos

de un taller ficticio para no sufrir las consecuencias de la Inquisición y la censura y otros simplemente omitieron la información de imprenta (Tucker, Unwin & *et al*, 2018).

Desde mediados del siglo XVI hasta el siglo XVIII casi no hubo cambios técnicos en los métodos de producción de libros, pero la organización del comercio se movió lentamente hacia su forma moderna. Las funciones clave de la publicación, como la selección del material que se imprimía y el riesgo financiero de su producción, pasaron del impresor al librero y luego de él al editor. El autor, por su parte, también comenzó a ganar más protagonismo. Todavía existía una batalla con la censura y no se había permitido cualquier medida de libertad de prensa. La alfabetización crecía constantemente y el comercio de libros se expandió, tanto dentro como fuera de las fronteras nacionales (Tucker, Unwin & *et al*, 2018).

Cabe mencionar que el incremento en el material de lectura disponible después de, aproximadamente, el año 1650 resultó en la promoción de la necesidad de educar a las clases medias, especialmente a las mujeres como un medio para la consolidación de la burguesía que, crecientemente, se ocupaba en profesiones liberales. Además, la censura disminuyó en la mayoría de los países occidentales desde el siglo XVIII. Por mencionar algunos ejemplos, fue abolida en Suecia en 1766, en Dinamarca en 1770 y en Alemania en 1848. En 1789, la Asamblea Nacional francesa emitió un comunicado que a la fecha sigue vigente y es casi universal: «La comunicación de pensamiento y opinión libre es uno de los derechos más preciados del hombre; cada ciudadano puede, por lo tanto, hablar, escribir e imprimir libremente» (National Assembly of France, 1789). Sin embargo y poco más de dos siglos después, la censura sigue siendo parte de la dinámica de la publicación, aunque ahora, generalmente, los esfuerzos que se hacen para suprimir el material impreso se centran más en cuestiones de difamación, obscenidad o seguridad nacional (Tucker, Unwin & *et al*, 2018).

La introducción de la imprenta no quedó libre de consecuencias. Con la facilidad que esta trajo para distribuir contenido literario a la población, comenzaron a surgir discusiones en torno a los derechos y poderes de los autores frente a los editores e impresores que generalmente poseían la exclusividad de impresión y de venta de obras, lo que estaba derivando en un monopolio. Además, no había regulaciones que velaran por la distribución, impresión y venta de las obras. Por lo que,

a principios del siglo XVIII, el 10 de abril de 1710, se promulgó el Estatuto de la Reina Ana (en inglés *The Statute of Anne*) que fue la primera norma legal que reconocía los derechos de propiedad, conocido en inglés como *copyright*. El principal propósito era terminar con ese monopolio y reconocer al autor como titular, con voz y voto en cuanto a la reproducción y difusión de su obra, así otorgarle la libertad de elegir al editor (Gastón Lorente, 2017).

El siglo XIX trajo una nueva era para la publicación. Aquí aumentó drásticamente la producción y se redujeron los costos en el comercio de libros gracias a una serie de desarrollos técnicos. La prensa de hierro, el enyesado mecánico y la composición tipográfica, la aplicación de la energía de vapor, así como nuevos métodos de reproducción de ilustraciones fueron algunas de las invenciones desarrolladas en ese siglo que contribuyeron a una revolución en la producción de libros, aunque muchas veces eran resistidas por las imprentas. El papel, que hasta el año 1800 se hacía a mano y conformaba más del 20% del costo de un libro en 1740, había caído a un poco más del 7% en 1910. La encuadernación se volvió también menos costosa (Tat Keh, 1998) (Tucker, Unwin & *et al*, 2018).

Por otro lado, en Europa y en América, la expansión y la competencia fueron elementos clave del siglo y el comercio de los libros tuvo una participación significativa en los dos continentes. La población de Europa se duplicó y la de los Estados Unidos aumentó quince veces. Paralelamente, la mejora de los medios de comunicación permitió que la distribución de los libros fuera más amplia y que el número de lectores aumentara. Esto causó que las categorías de los libros tuvieran su propio desarrollo. La innovación técnica y el cambio social nunca habían estado tan hermanados. Por ejemplo, el desarrollo de los ferrocarriles motivaba a las personas a viajar, lo que provocó una demanda de material de lectura para pasar el tiempo en esos viajes largos (Tucker, Unwin & *et al*, 2018).

La publicación para esa época ya estaba bien establecida y se volvieron populares las series de libros con precios bajos. En la década de 1850 la aplicación de las nuevas técnicas de producción en masa permitió la reducción de los costos. Las reimpressiones, incluso, eran aún más baratas. Comenzó a tomar fuerza nuevamente el debate y a escucharse más casos sobre la cuestión de los derechos de autor y fue allí cuando surgió, por primera vez, el lanzamiento de obras a través de la

expiración del derecho de autor. Ese fue un tema que trajo bastante discusión y polémica a la mesa. La falta de regulación provocaba que los autores no fueran justamente retribuidos por sus trabajos y que existiera una cultura de piratería en la industria. Aunque servía para la difusión cultural, eso afectó a muchos escritores y varios de ellos vivían en escasez. Esas dificultades económicas de la época fueron las que promovieron el desarrollo del cuento corto de las revistas, por dar un ejemplo (Tucker, Unwin & *et al*, 2018).

El panorama de la publicación del siglo XIX era competitivo e individualista y cada vez la industria se hacía más grande. Esto llevó a la necesidad de tener una mayor organización. Uno de los problemas importantes era la regulación de precios. De igual manera que sucedió con el derecho de autor, lo que más ayudó fue proporcionar una estructura firme que permitiera calcular precios justos. El editor alemán Reich planteó el principio del precio neto, que fue adoptado en Alemania en 1887. Esto le permitía al editor otorgar descuentos comerciales al librero solo a condición de que el libro se vendiera al público a un precio no inferior a su “precio neto publicado” que fijaba el editor. En 1895 se formó la *Associated Booksellers of Great Britain* y la *Associated Booksellers of Ireland* que elaboraron el *Net Book Agreement* (1901). Desde entonces, este mismo principio es adoptado por la mayoría de editores. Al mismo tiempo, la fundación de la Sociedad de Autores (1884) en Inglaterra y la Liga de Autores (1912) en Estados Unidos ayudó a crear un trato justo y estándar en los contratos y pagos de regalías a los autores (Tucker, Unwin & *et al*, 2018).

En lo que se refería a los derechos de autor, no se escaparon de experimentar un desarrollo considerable. Antes del fin de siglo, la mayoría de los países tenían algunas regulaciones y se intentaba instaurar términos de protección. Uno de los temas de discusión era si se debían respetar esos derechos desde la fecha de publicación del libro o desde la fecha de muerte del autor. En 1828 en Dinamarca se iniciaron movimientos para crear regulaciones internacionales y tomaban la forma de acuerdos de tratados recíprocos entre países individuales para que los autores pudieran tener la misma protección. Ahora, el término de protección común es durante la vida del autor más 50 años adicionales (Tucker, Unwin & *et al*, 2018).

Dio paso el siglo XX y los efectos de la educación estatal en los países más desarrollados, económica y culturalmente hablando, comenzaron a ser evidentes. El estándar de vida subió y esto provocó que el consumo y la publicación de libros aumentara. A finales del siglo XIX y principios del XX (más o menos la década de 1890 y principios de la de 1900) se fundaron muchas nuevas editoriales. Cada vez fue creciendo más la publicación hasta que se convirtió en una industria sustancial. Asimismo, la especialización comenzó a ser más frecuente, especialmente para los libros educativos que estaban en constante demanda para proveer a las nuevas poblaciones escolares con material actualizado. Compañías como Macmillan fueron de las primeras en producir ese tipo de contenido y, a medida que fueron creciendo sus ventas y el negocio se volvía rentable, desarrollaron departamentos separados para textos escolares y universitarios (Tucker, Unwin & *et al*, 2018).

Los agentes literarios se introdujeron en este período y ellos cambiaron el clima financiero para los editores, especialmente para los editores de ficción. El primer agente comenzó a trabajar en 1875, aproximadamente, y entre 1900 y 1914 aparecieron muchos más. Era cómodo tener a personas que supieran manejar los negocios y que lidiaran con las editoriales, sin embargo, las tasas más altas de regalías y los mayores anticipos asegurados reducían las ganancias de los editores. Este sistema de agentes literarios comenzó en Gran Bretaña, pero se extendió rápidamente a los Estados Unidos y al resto del continente. Aunque los editores resintieron a los agentes en un principio, pues les ponían presión al demandar un pago mayor para los autores, fueron probablemente indirectamente responsables de los mayores esfuerzos de venta que algunos editores hicieron a principios de siglo (Tucker, Unwin & *et al*, 2018).

Durante el siglo XIX los métodos de ventas habían sido más discretos. Los editores tomaban pequeños espacios en los periódicos para anunciar los títulos y los autores de sus libros. Pero eso fue reemplazado con técnicas mucho más energéticas un siglo más tarde. Los editores estadounidenses se llevan un reconocimiento especial, porque estaban menos obstaculizados por sus inhibiciones a diferencia de los editores europeos. Las editoriales de la ciudad de Nueva York comenzaron a pagar por espacios publicitarios más grandes y, en general, a generar más expectativas, lo que provocó mayores ventas de libros nuevos. Además, un factor que ayudó a ese crecimiento fue la existencia de una clase media próspera con ingresos que aumentaban

rápidamente. La extensión de la población en todo el continente fue otro factor. Ambos, mezclados con el desarrollo del ferrocarril, condujeron al progreso y al avance de la publicidad y venta por correo (Tucker, Unwin & *et al*, 2018).

La Primera Guerra Mundial lastimó a la humanidad en 1914 y tuvo, naturalmente, un efecto negativo, aunque no destructivo, sobre la publicación de libros en los países europeos. Surgió una escasez de papel que forzó un racionamiento de dos tercios del consumo previo a la guerra, al menos en el caso de Gran Bretaña. Aun así, miles de personas en las fuerzas armadas desataron una demanda enorme de lectura ligera, quizá como una forma de contrarrestar el horror que vivían en la guerra. El costo del papel llegó, incluso, a aumentar ocho veces lo que había tenido previo a la guerra, pero no detuvo al crecimiento drástico de ventas. Lamentablemente, por falta de recursos, la calidad de los libros disminuyó y los estándares de papel y encuadernación eran espantosos. Alemania fue de los países que más sufrió, aunque los principales editores del país pudieron mantenerse en el negocio. En cambio, en Gran Bretaña hubo una resistencia en reconocer la importancia de los libros para el esfuerzo nacional y no fue sino hasta los últimos cuatro meses de la guerra que les concedieron una exención del servicio nacional obligatorio a una pequeña proporción del personal de los editores (Tucker, Unwin & *et al*, 2018).

La producción mecánica disminuyó los estándares del diseño. El diseñador inglés William Morris había comenzado a trabajar para conseguir una mejor tipografía y diseño de los libros en 1890 y logró llevar su idea a imprentas privadas, como *The Doves Press* y *Ashendene Press*, que producían ediciones muy bellas con papel hecho a mano. Esto motivó a otros editores, con una planificación cuidadosa, una inteligente selección del tipo de letra y la provisión de diseños que guiaran a las imprentas, a producir libros estéticamente bellos a un precio bastante accesible. Estos esfuerzos fueron parte del movimiento *Design in Industry*, que quería mostrar que la producción en masa no necesariamente tenía que excluir a la belleza. Sin embargo, cabe mencionar que la responsabilidad del diseño pasó de las imprentas al editor. Después de todo, con el crecimiento de su negocio, a las imprentas les importaba menos lo artesanal y más lo industrial, mientras que los editores se dieron cuenta que ellos mismos tendrían que hacerse cargo de ese aspecto de los libros (Tucker, Unwin & *et al*, 2018).

Poco tiempo después de la Primera Guerra, los Estados Unidos entró en la Gran Depresión en 1929 que lamentablemente trajo un rápido declive en la prosperidad de la publicación del país. Los editores británicos no podían depender de ventas grandes con los Estados Unidos, pues no tenían la capacidad económica. Las ventas disminuyeron, las ganancias eran mínimas y hubo mucha bancarrota entre las editoriales. A pesar de las malas condiciones, los editores siempre tenían ideas para llegar a un público más amplio. Esto comenzó a ser una realidad cuando, en 1935, Allen Lane, un editor británico, lanzó los *Penguin Books*, una serie pionera de libros de bolsillo. Era bastante atrevido pues implicaba impresiones altas para poder mantener el costo unitario. Las expectativas para esta propuesta, en cuanto a la aceptación del público y, por lo tanto, sus ventas, eran bajas, pero ocurrió lo contrario: ganaron popularidad rápidamente. A pesar de que se producían con papel barato, los libros utilizaban una buena tipografía y se esmeraron en crear portadas atractivas (Tucker, Unwin & *et al*, 2018).

El período de guerra aún no llegaba a su fin, pues vino la violenta Segunda Guerra Mundial en 1939. Los editores temían que se destruirían por completo sus negocios, pero resultó no ser así. Aunque algunas ciudades sufrieron la destrucción de la guerra, la publicación en general siguió su camino. Muy parecido a la situación de la Primera Guerra, la demanda de literatura tanto de instrucción como de entretenimiento creció enormemente. La naturaleza de la guerra, que tenía períodos largos de espera y luego momentos intensos de actividad, motivaron a las personas a consumir libros. En los Estados Unidos, a pesar de que se toparan, de vez en cuando, con algunas carencias o inconvenientes, los editores casi no fueron afectados por la guerra y la industria creció sin problemas, debido en parte a que el enfrentamiento bélico se produjo casi en su totalidad en otras latitudes geográficas. En cambio, en Gran Bretaña se vio estrictamente limitada debido a la dificultad de conseguir papel. Al igual que la primera vez, lograron sacar libros de menor calidad con materiales más baratos, pero se notaba la diferencia al compararlos con los que se producían en los Estados Unidos (Tucker, Unwin & *et al*, 2018).

La guerra provocó un fenómeno interesante: una falsa seguridad en la industria. Los países que sufrieron escasez vieron una reducción en el número de libros nuevos y en el tamaño de las ediciones. Esto, sumado al aumento de la demanda, causaba que los pocos libros que habían disponibles se agotaran rápidamente. El resultado de ese fenómeno fue un aumento grande, aunque

ilusorio, de la rentabilidad para los editores. Para un escritor nuevo existía la posibilidad de tener asegurada la publicación en los años de la guerra y que probablemente su libro se iría a agotar en poco tiempo. Los mismos editores, bajo esas condiciones, estaban más preparados a arriesgarse con el trabajo de un autor no publicado. Sí, la guerra afectó a la industria de los libros en cuanto a que no habían suficientes, pero el interés en ellos solo fue aumentando y las ventas se vieron favorecidas gracias a eso (Tucker, Unwin & *et al*, 2018).

Luego de que la guerra terminara, hubo un año más o menos torpe de reorganización general. Sin embargo, no tomó mucho tiempo para que la publicación comenzara a crecer nuevamente en todos los países. Las personas que habían sido aisladas por completo del resto del mundo mostraban un gran interés por consumir libros que habían salido seis años antes. Nacieron muchos negocios nuevos en la venta de libros y en derechos de traducción. La humanidad experimentó, además, un cambio social que llegó a muchos países y trajo una extensión más amplia del poder adquisitivo, así como una mayor oportunidad educativa para la mayoría de personas. Adicional a los cambios económicos y sociales que favorecieron la industria editorial después de 1945, hubo un estallido de conocimiento, principalmente de ciencia y tecnología, que necesitó de libros nuevos (Tucker, Unwin & *et al*, 2018).

Todas las universidades y centros educativos nuevos que surgieron en el mundo formaron un mercado fuerte de libros académicos. Al mismo tiempo, hubo avances en la impresión. Se dejó a un lado el sistema de tipografía tradicional que dependía del plomo. Igualmente, la fotocomposición (que es la composición de material impreso por medios fotográficos más que a mano), junto con la técnica de impresión *offset*, evitó mucho del trabajo manual de los métodos anteriores. Esto agilizó el proceso y evitó que los costos subieran. Por su parte, los *paperbacks*, o libros de bolsillo o de tapa blanda, seguían ganando territorio con los lectores. Se fue refinando su producción y eran libros bastante baratos que podían ser sobre cualquier tema, incluso literatura clásica (Tucker, Unwin & *et al*, 2018).

El desarrollo de la imprenta y de la cultura libresca están claramente asociados a la historia de Europa, sin embargo, se considera necesario mencionar que el desarrollo de la cultura de la impresión y la imprenta en América Latina se puede rastrear a las primeras expediciones europeas

de la década de 1490. Las culturas prehispánicas no tenían escritura alfabética, aunque los mayas y los mexicas sí tenían sistemas de escritura pictográfica que puede apreciarse en los códices y documentos indígenas que sobrevivieron a la Conquista y las primeras etapas de la Colonia. Es justo a través del proceso de colonización de América Latina después de 1492, que los marineros, los conquistadores, los viajeros y los mercaderes europeos (en su mayoría españoles, aunque también italianos y franceses) comenzaron a llevar libros europeos al nuevo continente en cuanto se abrió el pasaje transatlántico teniendo como público objetivo a los colonos. Fue hasta 1539 que se estableció la primera imprenta de toda la región en la ciudad de México, dirigida por el impresor Juan Pablos cuando Juan Cromberger, un impresor de Sevilla, lo envió a esa ciudad. En 1585 se estableció la segunda imprenta en la ciudad de Lima, Perú (Nesvig, 2017).

José Luis de Diego y Fernando Larraz (s.f.), en su artículo *La edición iberoamericana* comentan que las imprentas latinoamericanas, al igual que las demás imprentas del mundo cuando iniciaron, solían complacer a los círculos estatal y religioso. Las élites que leían, consumían casi solo libros importados y fue con los procesos de independencia que se gestaron a lo largo del siglo XIX que la industria editorial comenzó a crecer y fortalecerse a lo largo y ancho de América Latina, aunque no se trató de un fenómeno generalizado, sino de uno íntimamente ligado a la historia sociopolítica de los países. Todavía entrado el siglo XX se importaban libros de alta calidad, pero los que se producían localmente eran de baja calidad. Paralelamente, la industria editorial en España comenzó a formalizar argumentos y leyes para obstaculizar la independencia de las editoriales americanas. Dado que hacer un recorrido general por la historia editorial de América Latina escapa a los objetivos del presente ensayo, se ejemplificará la misma –aunque de manera breve– con los casos de México, Costa Rica y Argentina. Más adelante, se presentará un reseña de la historia de la producción editorial en Guatemala, que permitirá contextualizar la información brindada por los editores de Santillana, F&G, Sophos y Pato/Lógica.

Mariana Garone (s.f.), de la Universidad Autónoma de México, refiere que la independencia mexicana tuvo un gran impacto en la tradición impresa, ya que llevó a una promoción de la producción y de la competencia local, lo que dinamizó la oferta y dio paso a una industria editorial que crecería –aunque con algunas dificultades por el agitado escenario político– a lo largo del siglo XIX, especialmente con publicaciones educativas, de calendarios y de periódicos. La

consolidación de la industria editorial mexicana se produjo en la primera mitad del siglo XX, ya que si bien la Revolución supuso un período de interrupción de producción y comercialización, las iniciativas gubernamentales posteriores que apuntaban, entre otros, a una alfabetización masiva, estuvieron acompañadas de un fomento desde el Estado de instancias ligadas a la cultura libresco, siendo la fundación de Fondo de Cultura Económica en 1934 uno de los íconos del impulso estatal que se sumó a las iniciativas editoriales de principios del siglo XX como las editoriales Herreros Hermanos, Murguía y Porrúa, entre otras. Si bien a lo largo del siglo XX la producción editorial mexicana se vio fortalecida y se creó una industria local que se convertiría en una de las más importantes de América Latina, la crisis económica mundial de la década de 1980 impactaría la industria y llevaría a la asimilación de algunas editoriales por parte de grandes transnacionales. Un ejemplo de esto es la compra de la editorial Joaquín Moritz por parte de Grupo Planeta. Este fenómeno, poco a poco, se expandiría por Latinoamérica, especialmente en países con industrias editoriales importantes.

Otro caso de desarrollo de industria editorial en América Latina es el de Costa Rica. De acuerdo con David Chavarría, Iván Molina y Diana Rojas (s.f), los dos primeros de la Universidad de Costa Rica y la tercera de la Universidad Nacional, durante la primera etapa posterior a la independencia de España promulgada en 1821, el comercio de libros dependía de la importación de España, México y Guatemala y no será sino hasta 1830 que se cree la primera imprenta, lo que estimuló la circulación de textos, especialmente de índole religiosa, escolar y de periódicos. Fue hasta 1856 cuando de la mano con la imprenta El Álbum, se estableció la primera librería del país especializada en obras literarias. Esto es un reflejo del incremento de las imprentas comerciales y es el primer paso para la formación de bibliotecas públicas y privadas que paulatinamente se establecerían en el país a lo largo de la segunda mitad del siglo XIX, las cuales, sin embargo, concentrarían sus esfuerzos más en la producción de materiales académicos, revistas, volantes y periódicos que a la producción de obras literarias, que en su mayoría, seguían siendo importadas desde países latinoamericanos y Europa. Esta dinámica cambiaría hasta la década de 1940, cuando surgen las primeras editoriales como Surco (1942) y Vanguardia (1946), ambas vinculadas a movimientos intelectuales. Durante las décadas más convulsas de la historia latinoamericana plagada de dictaduras –1950 a 1980–, la industria editorial costarricense se vio internamente fortalecida ya que este país logró mantenerse al margen de la convulsión que vivían sus vecinos y

estuvo desde 1949 hasta 1980 bajo un modelo de Estado Benefactor. Sin embargo, al igual que el resto de América Latina, la industria editorial costarricense no logró escapar al impacto de la crisis de la deuda latinoamericana de la década de 1980, lo que se tradujo en una menor capacidad de compra por parte de la población y en una enorme reducción del mercado cultural. En el caso de Costa Rica, esto significó que las editoriales se volcaran al campo escolar y que fueran las editoriales universitarias las que tomaran el papel protagónico en la publicación de textos académicos y tecnológicos. Será hasta inicios del siglo XXI que la producción de textos literarios tome un nuevo, aunque tímido, aire con la formación de editoriales como Alambique, Perro Azul, Uruk y Lanzallamas.

En el caso de Argentina, de acuerdo con José Luis de Diego (s.f.) de la Universidad Nacional de La Plata, es hasta las últimas décadas del siglo XIX cuando emerge un mercado editorial local como consecuencia del aumento en los flujos migratorios desde Europa, así como de las políticas de alfabetización que se implementaron y que, aunque en un inicio alcanzarían especialmente a las clases medias, a la larga impactarían al resto de la población. La industria editorial argentina se caracterizó en sus inicios por una predilección por las traducciones de obras europeas y, en un segundo momento, por la proliferación de folletos populares tanto de entretenimiento como de índole política. La producción de textos literarios y científicos dependió hasta las primeras décadas del siglo XX de la importación y fue con la Guerra Civil española que se modifica el paisaje editorial e inicia una mayor y mejor producción local de obras literarias, llegando a convertirse en uno de los referentes más importantes de la industria editorial hispanoamericana. Editoriales como Losada y Sudamericana, ambas fundadas por exiliados españoles, apostarán además por la literatura latinoamericana y jugarán un papel importante en la presentación al mundo de autores como Gabriel García Márquez y Julio Cortázar. Desafortunadamente, la inestabilidad y represión política que se instauran a partir de 1966 darán un golpe importante a la producción editorial que estará, a partir de 1976, vinculada a la persecución política del mundo de la cultura, lo que de acuerdo con de Diego (s.f.) «condenó a las editoriales y librerías a un marasmo intelectual y material del que nunca pudieron recuperarse», ya que con la era democrática coincidirá con el proceso de globalización y asimilación de las editoriales locales por parte de las transnacionales y, al igual que en otros países latinoamericanos, la desaparición de las pequeñas editoriales.

Actualmente la industria editorial en Latinoamérica se caracteriza por concentrarse en pocos grupos, pero el papel que desempeña, aunque modesto, no es menos importante (Nesvig, 2017). La producción de libros en Latinoamérica no ha alcanzado niveles de países desarrollados como Estados Unidos o Alemania y la producción se concentra en su mayor parte en tres países: Brasil, México y Argentina. Todavía le queda un largo camino a esta industria, pues no ha muerto y la globalización permite que los productos culturales de estos países se den a conocer en un mercado más internacional (De Diego & Larraz, s.f.). De manera general, puede decirse que existe todo un movimiento de editoriales independientes en América Latina, dándose cada cierto tiempo encuentros entre las mismas, en distintos espacios como ferias de libros y congresos. Si bien algunas de estas editoriales han incorporado iniciativas de publicación por medios electrónicos, la mayor parte de ellas dedica buena parte de su esfuerzo a la publicación impresa ya sea a través de imprentas locales o por medio de métodos artesanales.

### III. MARCO CONTEXTUAL

#### 1. Edición en el siglo XX a partir de los años sesenta

1.1 Contexto sociocultural. Aranda Barrera (2014), en su ensayo *El contexto de la industria editorial*, señala que las condiciones socioculturales que dan paso al contexto actual surgieron en la década de los sesenta del siglo XX. Durante ese período se dio una ruptura en el modo de socialización dirigista, uniforme y centralizada de la época moderna. Aparecieron, además, varios movimientos contraculturales como la reivindicación del papel social de la mujer y de la liberación sexual, entre otros, que pretendían buscar la realización del individuo en contra de «la ideología del progreso, basada en la materialidad y el valor del trabajo, de la modernidad» (Aranda, 2014:2). Esto dio paso a la época posmoderna como un producto de la derrota política. Al ver sus esperanzas revolucionarias frustradas, las personas se refugiaron en un hedonismo cínico que se manifestó como un estallido en sobreconsumo durante los años ochenta (Aranda Barrera, 2014). Lipovetsky (2004), en *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*, lo denomina como «...la elaboración de una sociedad flexible basada en la información y en la estimulación de las necesidades [y los deseos individuales]» (p. 6).

Tirado Mejía (2016), en su conferencia *Cambios Económicos, Sociales y Culturales en los años Sesenta del siglo XX* explica que ese período fue un momento de mucha revuelta juvenil. Los jóvenes que protestaban durante esa década eran hijos de los *baby boomers*, aquellos pertenecientes a la generación de uniones que hubo después de la Segunda Guerra cuando los soldados regresaron a sus respectivos países. Un día estos jóvenes protestaban en Berkeley y al otro la Sorbona cerraba por primera vez después de setecientos años. Esta fue la primera generación que creció en medio de esas revueltas. Ha sido, incluso, la generación en toda la historia de la humanidad que ha vivido su juventud en las mejores condiciones. A diferencia de sus padres y abuelos, no vivieron las guerras, había trabajo y la economía crecía. Además, Tirado Mejía (2016) agrega: «...como pinta la cosa parece que cada vez va a ser más difícil volverlas a tener [las

condiciones tan perfectas], por eso es una revolución o una semi-revolución de tipo cultural que tiene una expresión mundial...» (p. 301).

Por otro lado, la industria cultural, usualmente dedicada a la “alta cultura”, las letras y las artes, y dirigida a minorías de la sociedad, comenzó a abrirse camino en la sociedad de la información y en la industria del entretenimiento para estar más al alcance de todos (Aranda Barrera, 2014). Aranda Barrera (2014) decía al respecto:

«El cine, la televisión, la radio, el teatro, la música, los videojuegos, los deportes, el turismo, la gastronomía, los parques recreativos, los juegos de azar, los libros, los periódicos, las revistas, las historietas y los cómics son productos de este nuevo tipo de industria en creciente auge» (p. 3).

No obstante, la industria cultural no fue lo único que comenzó a estar al alcance de todos. Con los nuevos avances tecnológicos y científicos, la condición de vida de varios grupos de la población mundial comenzó a mejorar. Por dar algunos ejemplos, la educación secundaria y universitaria se volvió más accesible a nuevos sectores y se llevó a cabo una entrada masiva de las mujeres al mundo laboral (Blázquez, 2001).

Florentino Blázquez (2001), en su obra *Sociedad de la información y educación* señala que es claro que el siglo XX fue un período de muchos avances y progresos tecnológicos y científicos que impactaron a la sociedad. La facilidad a tener acceso a la información, gracias a los avances en las comunicaciones y a la expansión de la industria electrónica, permitió que las personas estuvieran conectadas y que se creara una nueva sociedad en donde la influencia de la información era –y que sigue siendo– constante. La UNESCO, en su informe titulado *La educación encierra un tesoro* (1996), dijo al respecto de eso:

«Esta revolución tecnológica constituye a todas luces un elemento esencial para entender nuestra sociedad, en la medida que crea nuevas formas de socialización, e incluso nuevas definiciones de identidad individual y colectiva».

Por su parte, y como se ha mencionado antes, América Latina estaba atravesando por transformaciones políticas, económicas y sociales. Como era de esperar, acontecimientos como las Guerras Mundiales, la Crisis del 29 y la Guerra Fría moldearon la historia de todos estos países y a partir de 1950 comenzaron a vivir una serie de transformaciones que llevaron a la instauración, a lo largo del continente, de gobiernos autoritarios. Ese período caracterizado por dictaduras, llevó a un notable atraso económico, fuertes desigualdades sociales y una marginación de la población indígena, que tuvieron un impacto importante en el desarrollo de la cultura y por lo tanto, impactaron también la producción editorial (Aparicio, 2014).

Andrés Bansart, en su ensayo *Contexto Social de América Latina en los 60 y 70*, establecía que lo que caracterizó ese período en América Latina era la revolución o el reformismo. La revolución cubana y las luchas armadas del Ché Guevara en Bolivia fueron algunos ejemplos. En países como Guatemala, Argentina o Colombia hubo intentos de insurgencia armada que pretendían construir sociedades socialistas. Además, la mayoría de países comenzaron a registrar altas tasas de crecimiento, así como un mayor endeudamiento externo. En las palabras de Bansart: «... cuando se mide la repartición de la riqueza, la situación era mucho menos bonita. Esta no se realizó de manera equitativa, al contrario. Los ricos llegaron a ser más ricos y los pobres cada vez más pobres» (Bansart, s.f.). Incluso luego de los procesos que llevaron a que los países latinoamericanos retomaran la senda democrática, las enormes diferencias socioeconómicas y el embate que en muchos países sufrieron los sectores culturales, no han podido recuperarse o revitalizar –especialmente en países en los que no se cuenta con apoyo estatal– la promoción y crecimiento de las diversas expresiones culturales.

El siglo XX se caracterizó, como se he mencionado anteriormente, por el crecimiento de la población, así como de la riqueza y del acceso a la enseñanza, lo que motivó a que aumentara la lectura. El proceso de fabricación del libro se vio beneficiado igualmente por los avances tecnológicos, ya que se mecanizó y se redujeron los costos a la misma vez que se volvía más accesible a un mayor número de personas. Además, se facilitó la capacidad de localizar y adquirir contenido literario (Novelle López, 2012). Asadoorian, en su ensayo *Where did all these books come from? The Publishing Industry and American Intellectual Life* (2007) establece que alrededor de la década de 1950 la industria editorial sufrió cambios drásticos como ninguna otra empresa lo

había hecho antes. En la misma industria, se conoce como la “Era de las Adquisiciones” el período entre 1960 y 1989, pues ocurrieron muchas fusiones y adquisiciones que contribuyeron a que creciera la edición. Ese crecimiento, reflejado en un aumento en la producción y la distribución, creó nuevos empleos para muchas personas. Algunas industrias, como la estadounidense, se convirtieron en mercados globales, lo que impulsó aún más a la economía.

1.2 Contexto económico. Bradford DeLong (2000), en su ensayo *The shape of the twentieth century*, establece que la historia del siglo XX puede resumirse en unos cuantos puntos. Interesantemente, lo que vemos de la historia de esa época es, en su mayoría, con un enfoque bastante centrado en la economía, ya que dominó muchos de los eventos y cambios que ocurrieron en ese período. Para sorpresa de todos, ese siglo vio explotar y crecer la riqueza material de la humanidad en cantidades antes inimaginables y, consecuentemente, vio cómo crecían las brechas a pasos agigantados entre diferentes economías. Entre distintas regiones y naciones, las riquezas del mundo comenzaron a distribuirse de manera no equitativa. Lamentablemente, poco se conocía sobre cómo manejar un mercado o economía mixta y Bradford describió el manejo de las políticas económicas en el mejor de los casos como inepta.

La economía internacional –un sistema elaborado de economías nacionales que intercambian bienes, servicios, capital y tecnología en un contexto dinámico– pasó por diversas fases a lo largo del siglo XX. Saltos tecnológicos, cambios de patrones monetarios, crisis financieras, años de crecimiento sustentado seguido de períodos de estancamiento, incorporación de nuevos actores económicos, entre otros, fueron algunos de los acontecimientos que conformaron este período. A finales del siglo se detectaron algunas características en común con la primera mitad del siglo, como los procesos de globalización comercial y de internacionalización financiera, así como la actuación de un grupo influyente de actores transnacionales y las compañías multinacionales (De Almeida, 2001).

En la década de los ochenta, comenzó la organización global. El libre mercado le ofreció al público una mayor variedad de bienes y servicios. Ahora, aquella cultura de masas pasó a ser una cultura fragmentada que estaba dispuesta a complacer los deseos hedonistas de los individuos. Esa nueva forma de relación social dominante comenzó a regir en todos lados: educación, información,

organizaciones, entre otros. Todo se promovía como objetos de consumo y, de alguna manera u otra, seducían al consumidor. Fue en esa época en que el capital comenzó a acelerarse gracias al desarrollo de empresas multinacionales, que abrían sucursales en países extranjeros para reducir costos salariales y apresurar la productividad. Sin embargo, todavía existían limitaciones en la circulación de los productos, porque el Estado controlaba las transferencias de capitales y las barreras aduanales atrasaban las transacciones. A finales de la década, las empresas empezaron a ejercer presión para abolir todas esas trabas. Las multinacionales se convirtieron en transnacionales y eso le dio paso a la globalización actual (Aranda Barrera, 2014). Aranda Barrera (2014), dice al respecto de ese fenómeno:

«Este inicio de la globalización se relaciona con el fin de la Guerra Fría, la caída del socialismo y la soberanía de una nueva forma de capitalismo, que se libera del Estado y se pone al servicio de la competitividad de las empresas privadas. Así, el poder absoluto lo tienen ahora el capital y las leyes de libre mercado» (p. 3).

A medida que las empresas que manejaban la industria editorial se hicieron cada vez más grandes, la industria misma comenzó a operar a una escala mayor. Gracias a la fuerte economía, las editoriales contaban con más capital para poder comprar más obras y poder brindar un mayor anticipo para el autor. Esto provocó que la competencia entre las casas editoriales en los años sesenta y setenta se centrara en quién daba un anticipo más alto. Las publicaciones se volvían más extensas y se centraban principalmente en las finanzas (Asadoorian, 2007). Andrew Goldstone, en su artículo *The Short Life of Publishing Tradition* (2012) establece que en la década de 1980 la industria editorial tomó mucha más fuerza, creándose una distinción y consolidación entre la publicación de libros baratos y la categoría de *best-sellers*.

A medida que aumentó el interés financiero en la publicación, la estructura interna y las jerarquías de las editoriales también cambiaron. En primer lugar, los agentes literarios se convirtieron en una presencia con más poder en la relación autor-editor. Jason Epstein, en su obra *Book Business: Publishing Past, Present, and Future* (2001), dice al respecto de ese fenómeno: «Hace cuarenta años, los agentes eran simples necesidades periféricas, como dentistas, consultados cuando era necesario, no las figuras dominantes en la vida de los autores que muchos de ellos se

han convertido desde entonces». Ellos no surgieron durante la Era de las Adquisiciones, pero en épocas anteriores estaban siempre al margen de las negociaciones entre autor y editor, en parte porque no había tanta necesidad de ellos y también porque los editores los resentían y temían su poder de extraer mayores avances y mejores términos para los autores. Conforme fueron creciendo las publicaciones en escala y los autores comenzaron a ser tratados como celebridades, sintieron la necesidad de tener representación para evitar ser explotados por los editores. Por otro lado, los diversos roles de los publicadores (del término en inglés *publishers*) y de los editores se volvieron más departamentalizados y jerárquicos en la segunda mitad del siglo XX. La división entre ambos se marcó, en donde el editor se centraba más en la creación y calidad del trabajo, mientras que el publicador se centraba en la reacción pública de la obra, así como encargarse de los temas de márketing, publicidad, ventas y lanzamientos (Asadoorian, 2007).

Es en este ambiente en donde todos los cambios –ideológicos, políticos y económicos– que la posmodernidad trajo a la sociedad repercutieron en todo y en donde el ámbito editorial tuvo su propia transformación. Obviamente, no se libró del impacto. De ser una industria cultural, la edición se transformó a una industria del entretenimiento que se dirigía a las grandes masas y estaba controlada por empresas transnacionales (Aranda Barrera, 2014). André Schiffrin (2001), en su obra *La edición sin editores*, dijo al respecto de ese fenómeno: «La edición representa siempre un microcosmos de la sociedad de la que forma parte, refleja sus grandes tendencias y fabrica en cierta medida sus ideas» (p. 11).

## 2. Siglo XXI

2.1 Contexto sociocultural. El siglo pasado, en especial las décadas de los ochenta y noventa, vio la introducción de las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC) en la mayoría de los ámbitos de la vida de la sociedad. Sin embargo, nadie esperaba la rapidez con la que lo hizo. Esto provocó cambios drásticos y fue más bien un cambio de época social. En este nuevo entorno del siglo XXI han nacido, crecido y sido educados una generación influida por la presencia cada vez más grande y fuerte de las TIC. Ramón F. Ferreiro, en su ensayo *El reto de la educación del siglo XXI* (2006), propone que siempre hay un acontecimiento trascendente que caracteriza al estudio de las generaciones. Eso marca no solo a los integrantes sino que impacta en

la forma de la sociedad y de la cultura también. En el caso de la nueva generación, las TIC fueron las que marcaron a toda la humanidad.

Nicholas Negroponte, en su obra *Ser digital* (1996), menciona que como el acero lo fue en el siglo XIX y la electricidad lo fue en el siglo XX, la revolución digital en el siglo XXI es la que regulará la política, la economía y, por ende, a la sociedad. Alterará, además, la forma en la que se vive: desde cómo se trabajará, cómo se estudiará y cómo los seres humanos se relacionarán entre ellos mismos. Pero, no es una cosa del futuro, sino que ya se ve. En efecto, la vida del ser humano gira, en parte, alrededor de la digitalización y esta se ha infiltrado en cada aspecto de ella.

El Internet ha sido uno de los grandes moldeadores de esta época. Cuando antes las personas eran simplemente espectadoras, ahora se convierten en usuarios que participan y que tienen la posibilidad de definir ellos sus propias búsquedas y contenidos que consumen. Eso lleva, además, a una sociedad cada vez más globalizada y las TIC proveen a todos con oportunidad de comunicación e intercambio de conocimiento con una gama más amplia de personas sin fronteras de espacio y tiempo. Asimismo, ha creado toda una cultura diversa, apoyada también por los procesos de democratización de la sociedad y los intensos movimientos migratorios. Esta época reta a las personas a que le sigan el paso adelantado que lleva. Son tantos cambios que ocurren en unidades de tiempo tan breves que no termina de salir un avance cuando es sustituido por otro (Ferreira, 2006).

Luis Dallanegra, en su ensayo *Tendencias políticas en América Latina en el contexto mundial del siglo XXI* (2008), establece que en América Latina, aunque fue el primer subcontinente en independizarse del poder europeo a principios del siglo XIX, no se han eliminado las relaciones de dominio que, entre otros, afectan el desarrollo cultural de la región. Al igual que otros países – especialmente los económicamente dominantes– América Latina ha dado un giro en los últimos años hacia el fortalecimiento de las ciencias y de la tecnología, al menos en el uso de las mismas, dejando a un lado el desarrollo de las áreas humanísticas y, por lo tanto, culturales. Esta dinámica afecta el desarrollo de las industrias o sectores culturales en América Latina, especialmente en aquellos países que no poseen una tradición de fomento a la cultura que haya sido apoyada por los Estados y las instancias gubernamentales. Así, en los países en los que hay poco o nulo interés por

parte de los gobiernos sobre la cultura, tanto los artistas como aquellas personas vinculadas a la promoción de las artes han adoptado las corrientes internacionales y las herramientas electrónicas para fortalecerse.

John B. Thompson, un sociólogo de la Universidad de Cambridge, en su obra *Merchants of Culture: The Publishing Business in the Twenty-First Century* (2012), menciona que cuando se escribe sobre una industria actual es como dispararle a un objeto que se encuentra en movimiento. En cuanto se termina un texto, el tema ya ha cambiado porque la industria sigue avanzando. Además, la obsolescencia inmediata pareciera amenazar a los cronistas actuales. Unos treinta o cuarenta años antes, los riesgos de esa obsolescencia no eran tan grandes para alguien que escribiera sobre la industria editorial. Aunque estaba cambiando en aspectos importantes, los principios y prácticas básicas que caracterizaban a la industria no lo hacían.

Las grandes corporaciones adquirieron a las editoriales, los agentes literarios tomaron un papel mucho más protagónico y el mundo tradicional de las publicaciones comerciales se transformó en un gran negocio. Pero el libro en sí mismo como objeto cultural, esa combinación única de letra impresa y papel, se producía de la misma manera que lo había hecho durante siglos. Ahora eso ya no es así. Con el paso a la segunda década del siglo XXI, la más antigua de las industrias de los medios se encuentra en medio de cambios, luchando para hacer frente al impacto de una revolución tecnológica que está modificando a los modelos tradicionales y abriendo nuevas posibilidades (Thompson, 2012).

La publicación comercial se transformó gracias al impulso de factores sociales y económicos, así como actores y organizaciones que perseguían sus propios objetivos. Pero la revolución tecnológica estaba entrelazada y contribuyó a esos cambios en la industria editorial, más o menos desde 1980. Una década más tarde, la revolución digital ya había entrado en la industria de la música y estaba lista para causar perturbaciones similares en otros sectores de las industrias creativas. Además, el rápido crecimiento del Internet provocó que muchos editores invirtieran millones de dólares en proyectos de publicación electrónica de diversos tipos y que se lanzaran nuevas empresas que estaban destinadas a digitalizar el contenido de los libros y ponerlo a disposición en una variedad de formatos. La convicción de que la industria editorial estaba cerca

de un cambio fundamental se vio reforzada por informes de las empresas de consultoría de gestión a finales de la década de 1990 y principios de 2000, que predecían que los *e-books* se convertirían rápidamente en una parte sustancial y creciente del mercado. “El futuro digital” se convirtió en el tema de innumerables conferencias, artículos e incluso un tema clave de conversación en las salas de juntas de las editoriales (Thompson, 2012).

2.2 Contexto económico. Anne O. Krueger, la Subdirectora gerente del Fondo Monetario Internacional durante el 2006, en su discurso *The World Economy at the Start of the 21st Century* (2006), establece que la situación económica actual se la debemos a los cambios del siglo pasado. Cuando había comenzado a expandirse, el intercambio de bienes y lazos financieros se vieron cortados durante la Primera Guerra Mundial. Luego, los intentos de restaurar esos avances de la preguerra se toparon con el obstáculo de la época de la Gran Depresión. Esa interrupción en el crecimiento continuó siendo fragmentada hasta un poco después de la Segunda Guerra Mundial. No obstante, en la década de los cincuentas y en la de los sesentas, las cosas comenzaron a cambiar. Desde entonces se ha observado un resurgimiento y una intensificación de la integración global, apoyada por los cambios tecnológicos y por las políticas económicas internacionales, resultado de la cooperación multilateral. Esto permitió que el flujo internacional tuviera menos barreras y limitaciones y que se acelerara la tasa de crecimiento de la producción mundial. Además, el nivel de vida que se asocia con la industrialización avanzada se expandió a otras partes del mundo y aparecieron una serie de nuevos actores clave en la economía internacional.

Muchas de las tasas de crecimiento y los cambios que se produjeron durante las décadas anteriores básicamente alteraron el panorama de la economía internacional para el 2000. Además, la experiencia de los años transcurridos desde la Segunda Guerra Mundial enseñaron una serie de lecciones que hoy todavía son bastante aceptadas. El mundo era un lugar más abierto y fue gracias al Internet que se logró. Hubo una baja significativa en los costos de transporte y comunicaciones: en el 2001, dos economistas del Banco de la Reserva Federal de Chicago notaron que en los precios constantes de 1998 el costo de una llamada de tres minutos desde Nueva York hacia Londres había sido de \$293 en 1931 y para el 2001 había bajado a alrededor de \$1 por una conexión de mejor calidad. En el 2006, incluso, esa misma llamada costaba solo unos pocos centavos. Otros cambios

técnicos, y sobre todo la reducción de los aranceles y otras barreras al comercio, han desempeñado un papel en la apertura de la economía mundial (Krueger, 2006).

Otro cambio importante en este nuevo siglo es que mientras en 1950 los Estados Unidos eran *el* poder económico, y para mediados de los años setenta Europa y Japón se establecieron como principales actores mundiales, para el año 2000, Asia, especialmente China e India, se había convertido en una fuerza económica importante en la economía internacional. Para estos países, y para muchos otros que están en vías de desarrollo, el nivel de vida, aunque bajo en contraste con los países desarrollados, ha aumentado notablemente. Esto se refleja no solo en el ingreso per cápita, sino también en otros indicadores de bienestar. Por dar un ejemplo, las tasas de mortalidad infantil han disminuido considerablemente en la mayoría de los países en desarrollo (Krueger, 2006). En China, la tasa de mortalidad infantil cayó de 150 muertes por cada 1000 nacimientos en 1960 a 30 en el 2003 (Knoema, 2013). Sin embargo, algunos otros países siguen siendo extremadamente pobres y su posición relativa, y en algunos casos absoluta, ha empeorado. Los pobres resultados económicos de muchos países de África son bien conocidos, por ejemplo (Krueger, 2006).

El siglo XXI tiene una gran apreciación sobre la importancia de los mercados abiertos. Después de todo, estos promueven la competencia y el cambio técnico con los consiguientes incrementos de la productividad. En 1964, Harry Johnson, un economista canadiense que estudió comercio y finanzas internacionales, dio una serie de conferencias en la Universidad Sir George Williams en Montreal acerca de la economía internacional. Él planteaba que había una necesidad y que convenía una mayor liberalización de los sistemas de comercio y pagos, así como la necesidad de incorporar a los países en desarrollo en el sistema global. Mucho de lo que dijo se aplica perfectamente al panorama actual. El sistema financiero y comercial internacional abierto es claramente una clave para el futuro crecimiento económico mundial. Con la ayuda de la caída de los costos de las transacciones de larga distancia y la liberalización comercial, el comercio ha servido como motor de crecimiento durante los últimos años. La integración de los mercados financieros ha impulsado el proceso y los beneficios están ahí para que todos los vean (Krueger, 2006).

En este nuevo panorama la industria editorial entra en juego en la sociedad también. Los cambios sociales, políticos y económicos también la afectaron, sin mencionar el impacto que la tecnología tuvo. El discurso cambió de tener un enfoque en lo impreso hacia los retos que lo digital presentaban, sin que eso implicara el fin del libro físico, por supuesto. Ahora es un mundo nuevo de posibilidades en donde tanto escritores como editores y lectores tienen nuevos roles en la industria y la tecnología, en vez de eliminar a la edición o hacerla a un lado, le ha brindado nuevas características que amplían la competencia en el mercado (Osno, 2011) (Friedman, 2016).

## **IV. LA EDICIÓN EN LA ACTUALIDAD: DE LA EDICIÓN IMPRESA A LA EDICIÓN DIGITAL**

Con la invención de los lectores y libros electrónicos, la industria editorial ha cambiado. No obstante, en la mayoría de los países el mercado del libro electrónico es todavía muy pequeño en comparación con los libros impresos. Si un libro tiene potencial de llegar a lectores a nivel global, un editor podría perfectamente vender más de 100 millones de copias, pero el libro impreso sigue siendo un poderoso canal de comercialización para la industria y ha estado mostrándolo con hechos. La Asociación Estadounidense de Editores emitió un comunicado en el 2017 en donde establecieron que las ventas de libros de tapa blanda crecieron 8.8% durante los primeros seis meses en 2016 a comparación con los mismos meses en 2015. Con eso, alcanzaron un total de \$1.01 mil millones. En cambio, las ventas de libros electrónicos cayeron un 20% en el primer semestre del 2016. Las editoriales todavía siguen las dinámicas que se establecieron desde la popularización de la imprenta: desde la selección de los textos, la revisión, la diagramación, hasta la promoción de libros (Futurdialog, 2017).

Algunas editoriales poseen sus propias imprentas, pero la mayoría de ellas, usualmente las independientes o editoriales más pequeñas, contratan servicios de impresión. Existen dos modalidades: la impresión de tirajes de al menos 500 ejemplares, que será variable dependiendo de la imprenta, y las que son por demanda, que hacen que los libros sean más caros. Antonio Dyaz, en su artículo *La magia de las pequeñas editoriales* (2016), comentaba que cuando una editorial cuenta con su propia imprenta y distribuidora, es casi imposible que el autor pueda comprobar si el número de ejemplares del libro que saldrá al mercado fue el pactado. Por eso es que a muchos les gusta la atención personalizada de las editoriales independientes que, aunque sean pequeñas, salen adelante y le dan más libertad a los autores.

Un elemento clave en el éxito de los libros impresos es el rol del máquetin. Con este se comienza a crear consciencia para los libros entre libreros y consumidores. La función del departamento de máquetin de una editorial es promover los libros y asegurarse que el libro entre en el radar del público objetivo, así como de los canales adecuados de distribución y compra.

Muchas veces, la publicidad de un libro comienza mucho antes incluso de que esté publicada la obra. Se prepara la descripción dentro del catálogo de la editorial, que es utilizada por los departamentos de venta para presentar al libro en bibliotecas, a librerías o incluso a distribuidores mayoristas. Se extiende, también, a cualquier presencia de libros en ferias industriales o locales. Adicionalmente, se crean campañas de expectativa y se explota el uso de las redes sociales como medios para generar publicidad. Usualmente le relegan al autor las redes sociales para que él o ella misma cree su plataforma y promueva su libro también (Peterson, 2018).

De acuerdo con la UNESCO se publican alrededor de 2.2 millones de libros al año y este índice se utiliza para conocer la calidad de vida, la educación y la consciencia de un país, ya que se considera que la cantidad de libros publicados es un indicador de bienestar; un pueblo que lee es uno que tiene tiempo de ocio, es decir, que su economía permite que las personas dediquen tiempo a actividades no remuneradas y culturales (Lara, 2017). En el 2012, la Asociación Internacional de Editores (IPA) realizó un mapa en donde se mostraba el desequilibrio en volumen de publicaciones en el mundo en la industria editorial, así como el crecimiento de China, India y Brasil. Se visualizaba, además, que el peso editorial mundial lo sigue teniendo los Estados Unidos y Europa Occidental, aunque algunos países emergentes mostraron un incremento interesante. Jens Bammels, el secretario del IPA, comentó al respecto del proyecto:

«Este primer mapa es un paso importante hacia la obtención de estadísticas editoriales globales más completas. Entre otras cosas, muestra la sorprendente fortaleza de una serie de mercados, como China, India o Brasil, y también de países más pequeños como Polonia y Corea del Sur. (...) Al mismo tiempo, (...) revela la impactante realidad de que el mundo editorial es virtualmente inexistente en amplias zonas del planeta. La mayor parte de África y partes de América Latina y Asia prácticamente no están en el mapa. Estos países necesitan políticas nacionales en defensa del libro y de desarrollo de sus industrias» (ABC.es, 2012).

Cabe mencionar que el ensayo de graduación se enfoca en la edición digital, en sus procesos y en plataformas, así como el impacto que esta tiene en las editoriales tradicionales, tanto a nivel mundial como en lo local. Las siguientes secciones estarán enfocadas en ese aspecto, comenzando con el *e-book*, el formato que ha luchado con el libro impreso para tener el protagonismo. Luego, algunas plataformas serán estudiadas, pues han tenido un gran impacto en el consumo de literatura

en este nuevo siglo. Por último, se discute acerca de la autoedición y publicación y el papel que juega dentro de la industria editorial.

## 1. E-book, el nuevo formato

Louis Montrose (1997), en su ensayo *Professing the Renaissance: The Poetics and Politics of Culture*, establece que la forma de leer y escribir los textos, así como la manera en la que estos textos circulan, se han modificado de forma paralela a la cultura. Ya no se lee ni se escribe igual que antes. Todo esto está determinado por el movimiento cultural que vive en constante cambio. El mismo Bauman (2002), en su libro *Modernidad líquida*, describe a la sociedad como, valga la redundancia, líquida, haciendo con esto referencia a la idea de que la sociedad actual detesta lo estable, lo fijo y lo sólido. Este autor hace énfasis en que las generaciones más jóvenes tienden a rechazar los formatos que fueron funcionales en casi cualquier aspecto de la vida de las generaciones de sus padres y abuelos. En esta modernidad líquida, formada por personas que acostumbran a llevar un estilo de vida rápido y de constante cambio, el rápido, casi inmediato acceso a la información y a los productos culturales, dio pie a una creciente industria editorial electrónica.

El término *e-book* es interesante porque, como muchas tecnologías, la definición y visión de él ha cambiado con el tiempo. Es un concepto ambiguo que abarca varios conceptos. Manley y Holley (2012) señalan que en general se tiene que diferenciar entre *e-books* como «la combinación de hardware/software específicamente diseñada para la lectura» y en los *e-textos* que son «escritos en el lenguaje marcado de hipertexto y visibles en una computadora». Algo característico de los *e-books* es que, en general, se leen en un lector de libros electrónicos. La definición cambiante del *e-book* a lo largo de los años se atribuye a las tendencias del mercado que son las que lo van definiendo (Manley & Holley, 2012).

La idea apareció por primera vez en el ensayo de Vannevar Bush, un ingeniero y científico estadounidense, *As We May Think* (1945). Bush hablaba acerca de la dificultad que los investigadores enfrentaban por la gran cantidad de información disponible. Había mucha información útil y que constantemente se actualizaba, pero no existía una manera de poder

encontrarla rápidamente e incluso recordarla toda. Proponía crear un dispositivo personal en donde el investigador pudiera almacenar información y eso facilitaría su trabajo. Ese dispositivo nunca se construyó, ya que a pesar de que logró conseguir fondos para hacerlo, su carrera tomó otra dirección. Sus esfuerzos, sin embargo, inspiraron el trabajo de Alan Kay, quien hizo la primera computadora portátil del mundo, así como el trabajo de Douglas Englebart y Ted Nelson, que desarrollaron la idea de la información de Bush sobre lo que hoy se conoce como hipertexto (Burke, 1991).

Alan Kay luego siguió con la idea de hacer ese dispositivo y concibió varios prototipos. Paralelamente, Micheal Hart tuvo la idea de crear la primera biblioteca de libros electrónicos del mundo. En 1971 comenzó el famoso Proyecto Gutenberg en el Laboratorio de Investigación de Materiales de la Universidad de Illinois. Hart era de la opinión que el tiempo de la computadora serviría mejor como almacenamiento y recuperación de datos. Así que, usando el Código Estándar Americano para el Intercambio de Información (ASCII), descubrió que podía duplicar un archivo un número infinito de veces y enviarlo a múltiples computadoras a través de texto ASCII. El primer texto que puso a disposición del público fue la Declaración de Independencia, seguida de la Declaración de Derechos. El proyecto tenía dos objetivos: ser de bajo costo y fácil de usar (Hart, 1992). Además, se había propuesto como meta tener 10,000 libros disponibles en formato electrónico para el año 2001. En el 2010, Hart publicó en su blog que el 31 de agosto de ese año el proyecto había superado los 37,500 títulos (Hart, 2010).

Desde entonces, han salido al mercado varios lectores electrónicos, pero no todos han logrado permanecer. Aunque las expectativas eran altas para todos los lectores electrónicos que llegaron a principios de la década de 2000, no tuvieron éxito. Un buen lector electrónico es uno que ofrece buenas selecciones de libros electrónicos, un buen aparato de hardware, precios accesibles, así como interactividad y conectividad (Hane, 2006). Para el año 2009, el Kindle era el lector electrónico más popular en el mercado y la competencia incluía a Sony Reader Digital Books, STARe-BOOK, Bookeen Cybook Gen 3, Fujitsu, FLEPia, RADIUS y Onyx Book (Reid, 2009).

Una historia interesante es que en 1993, Peter James publicó su novela de suspenso *Host* en dos disquetes, que trata sobre un científico que descarga su cerebro en una computadora y que congela

su cuerpo, y esta fue considerada como la primera novela electrónica del mundo. Fue, también, atacada como la responsable del apocalipsis que destruiría la literatura como era conocida hasta ese momento. Ahora se encuentra en el Museo de Ciencias como uno de los primeros ejemplos de libros electrónicos ya que la publicación digital es parte de la vida cotidiana de la humanidad. La versión digital del libro llegó a vender 12,000 copias y dos años más tarde estaba hablando en un panel en la Universidad de California del Sur sobre el futuro del libro junto con Steve Jobs, el fundador de Apple. James comentaba: «Dije que los libros electrónicos se pondrían de moda cuando se volvieran más cómodos de leer que la novela impresa (...) Fue sorprendente la cantidad de indignación que causó» (Flood, 2014).

Sin embargo, esa declaración causó debate dado a que, por la ambigüedad del término, para muchos realmente no había sido el primer *e-book*. Angus Phillips, el director del Centro Internacional de Oxford para Estudios de Publicación, cuestionaba, incluso, el uso de ese término (*e-book*), ya que se había popularizado relativamente reciente gracias a dispositivos electrónicos como el Kindle. Él argumentaba que el Proyecto Gutenberg había estado funcionando desde 1971 y en 1989 ya habían publicado su décimo libro electrónico. Igualmente, en esa década de 1980 con la revolución de los CDs, se contaban con libros electrónicos de referencia, como la Enciclopedia Grolier que comenzó a publicar en 1985. No fueron los únicos ejemplos de publicaciones electrónicas que se había hecho previo a la publicación del libro de James (Flood, 2014).

Los libros electrónicos han tenido un enorme crecimiento y representan un gran porcentaje del contenido que los lectores consumen. Durante el año 2017, tuvieron una venta anual de 266 millones de ejemplares a nivel global (Statista, s.f.). A pesar de las críticas negativas y el rechazo que tiene por parte de ciertos sectores de la población, el optimismo hacia los libros electrónicos continúa aumentando y es claro que llegaron para quedarse. Ese es el nuevo panorama actual al que las editoriales se enfrentan y no les ha quedado de otra más que aceptar los cambios. Su papel es identificar cuáles son las necesidades de sus lectores y actuar con base a esos resultados. Lo cierto es que los libros electrónicos abren un mundo de posibilidades tanto para los lectores como para toda la industria editorial.

## 2. Plataformas que han revolucionado la lectura y el consumo de literatura

2.1 Amazon. Amazon, S. L. es una compañía de Estados Unidos de comercio electrónico y servicios de computación en la nube que fue fundada en 1994 por Jeff Bezos. Tienen la sede en la ciudad de Seattle, en el Estado de Washington y su lema es “De la A a la Z” (*From A to Z*) porque la idea es que ofrecen todos los productos que existen entre esas letras. Antes de llamarse Amazon, la compañía pasó por otros dos nombres (Cadabra y Relentless) antes de que Bezos eligiera el actual nombre un año más tarde. Las Amazonas siempre han sido un lugar “exótico y diferente”, además de ser el río más grande del mundo, características que el empresario estadounidense quería para su propia tienda. Desde pequeño mostró interés por las computadoras y estudió Ciencias de la Computación e Ingeniería Eléctrica en la Universidad de Princeton. Por cuatro años trabajó exitosamente en la firma de inversiones DE Shaw hasta que decidió salirse para poner su propia empresa (Castellón, 2014).

Bezos llevó a cabo una investigación para conocer el mercado y así saber qué producto sería el mejor para vender. Leyó un informe sobre el futuro del Internet que proyectaba un crecimiento anual del comercio de 2.300%, por lo que creó una lista de los 20 productos que podrían comercializarse en línea y luego lo redujo a únicamente cinco: los discos compactos, las computadoras y programas para ellas, los videos y los libros. Tomó la decisión de quedarse con los libros ya que encontró que había una gran demanda por esos productos. Desde un inicio ofrecía un precio accesible y una gran cantidad de títulos disponibles y eso lo impulsó hacia el éxito rápidamente (González, 2018).

Sin embargo, antes de obtener ese éxito, comenzó con los ahorros de toda la vida de sus padres (\$300 mil) y, junto con algunos empleados, empezó a desarrollar el nuevo software. Hicieron pruebas piloto con amigos y conocidos, pero no fue sino hasta el 16 de julio de 1995 que abrió la tienda oficialmente. Para sorpresa de todos, especialmente del mismo Jeff Bezos quien no esperaba dicha respuesta, el éxito fue grande. En el primer mes Amazon ya había vendido libros en los Estados Unidos y en 45 países extranjeros. En dos meses, las ventas ya estaban a \$20,000 por semana. Es indudable que él se convirtió en un líder del comercio electrónico. Al ver los buenos resultados, comenzó a diversificar las opciones que ofrecían en la tienda, tomando algunas de las

ideas originales de la lista que había realizado. En 1998 incorporaron CDs y videos y más tarde agregaron juguetes, ropa, artículos electrónicos, entre otros, a su catálogo (Castellón, 2014).

En el 2007 la empresa lanzó el Kindle, el lector electrónico portátil de libros digitales para que los usuarios pudieran comprar, descargar, leer y almacenar sus libros en un mismo lugar. En el 2011, se trasladó al mercado Tablet cuando presentó el Kindle Fire. German Castellón, autor del artículo *La inspirada historia de Jeff Bezos, creador de Amazon.com* (2014) dice al respecto del empresario:

«El genio de Bezos no solo lo llevó a ser un pionero del e-commerce. La verdad sea dicha, fue un pionero en el desarrollo de las Tablets al crear el Kindle, mucho tiempo antes del iPad. Hoy se prepara para transformarse en un serio competidor con su Kindle Fire HD».

David Pierce, en su artículo *The Kindle changed the book business. Can it change books?* (2017) menciona que desde que el aparato salió hace un poco más de diez años, tuvo éxito y a los consumidores les agradó inmediatamente. Originalmente, los fundadores del Kindle mencionaban que los clientes obtendrían nuevo contenido conectando su dispositivo a su PC y sincronizándolo como un iPod. Entonces eso es lo que construyeron, pero la visión rápidamente se sintió demasiado pequeña y ellos, conociendo bien a sus clientes, se adelantaron en suponer que los lectores les gustaría poder bajar un libro en cualquier lugar y en poco tiempo.

La respuesta, entonces, era obvia: servicio celular. Lo ideal era que el dispositivo que crearan fuera inalámbrico, pero no existía nada parecido a eso. Así que Amazon trabajó con Qualcomm, una compañía estadounidense que produce chipsets para la tecnología móvil CDMA y W-CDMA, para construir un sistema llamado Whispernet, que le daba a cada propietario de Kindle conectividad 3G gratis para que pudieran descargar libros desde cualquier lugar. Esta característica fue bastante atractiva para los primeros compradores del lector electrónico. Desde ese año para este, los Kindles han evolucionado bastante y ese primer modelo parece un poco ridículo, no obstante, tuvo popularidad y en menos de seis horas vendieron el primer inventario que sacaron al mercado. Desde entonces, el dispositivo ha roto el panorama editorial. Amazon es uno de los

jugadores más poderosos de la industria y ha construido todo un universo basado en libros. "Kindle" se ha convertido en una plataforma y no solo en un dispositivo (Pierce, 2017).

En Amazon siempre se han preocupado por dos cosas: ampliar y mejorar la experiencia de lectura e imitar perfectamente un libro en papel. En este mundo lleno de distracciones y notificaciones y dispositivos que todo lo hacen, la falta de características del Kindle se convierten en uno de sus grandes atractivos. Ellos siempre han dejado claro una cosa: no se convertirá en nada más que un dispositivo de lectura, dado a que ha sido un factor que tantos clientes aman el dispositivo. Aun así, los lectores quieren leer en todos lados, en lugares y en formas en las que un libro impreso no puede hacerlo. Quieren, de igual manera, más herramientas, más funciones y opciones y Amazon se ha encargado de satisfacer a ambos lados. Primero cambiaron el negocio de libros y no sorprenderá si llegan a cambiar los libros mismos (Pierce, 2017).

El equipo de Kindle nunca se ha desviado de su ruta. Desde que comenzaron, en Amazon han creído fielmente que el papel es una gran tecnología y su objetivo nunca fue hacerlo obsoleto. Al contrario, intentan hacer que el papel se conecte al Internet. Una de sus metas es crear un Kindle que sea tan delgado, liviano y flexible como el papel. Para ello, la tecnología E Ink fue crucial en el desarrollo del aparato: no consumía mucha batería, no necesitaba una luz de fondo, por lo que no dañaba la vista y se parecía mucho al papel. Cada vez los nuevos modelos que salen al mercado son más ligeros. Incluso los materiales que utilizan son ahora más suaves de lo que solían ser, tratando de imitar la sensación de tener un libro en las manos más que un aparato electrónico (Pierce, 2017).

Cuando se lanzó por primera vez el Kindle, Amazon tenía 90,000 títulos en su catálogo de libros electrónicos. El año pasado (2017) la tienda de Kindle tenía 5,902,458 títulos diferentes y es probable que este año tengan todavía más. Luego de muchas luchas con editores, competencia con Barnes & Noble y otras librerías y diferentes esquemas de precios distintos, Amazon ahora es el líder abrumador en el espacio (Pierce, 2017). Según el *Author Earnings Report* (2014), que estudia el mercado del libro, Amazon representa más del 80% de las ventas de libros electrónicos en los Estados Unidos. De acuerdo a un estudio que realizó Nextopia, una empresa que se dedica a la asesoría de negocios que involucran *e-commerce*, Amazon cuenta con sitios web específicos para

los mercados internacionales con los que tienen negocios, pero ellos únicamente revelan las cifras de sus países con más ventas. En el 2013, del total de *e-books* vendidos, Alemania representó el 14.2%, Japón el 10.3% y el Reino Unido el 9.8%. Estados Unidos se llevó uno de los porcentajes más altos, con 44.5% (Juárez, 2015).

El libro electrónico en América Latina no es un negocio muy rentable y no hay muchos datos específicos para cada país. Un estudio realizado por Dosdoce.com y Bookwire, *Evolución del libro electrónico en América Latina y España: informe 2016* (2016) mostró que, a diferencia de los Estados Unidos, Latinoamérica muestra una menor dependencia de Amazon. Tomás Balmaceda, en su artículo *¿Por qué el consumo de libros electrónicos es tan bajo en la Argentina?* (2016), mencionaba que los libros digitales representaban apenas el 2% del volumen de las ventas de libros en Argentina. Por otro lado, Aguilar Sosa, en su artículo *Nueva opción para el libro electrónico* (2013), comentaba que Amazon había “mexicanizado” oficialmente la tienda en el 2013. Esto invitó a que se digitalizaran rápidamente varios libros, para que fueran agregados a los 70 mil libros en español que la tienda tenía para ese entonces. Como era de esperar de la tienda, comenzaron a incluir varios títulos a precios bastante económicos, incluso obras clásicas que se había dificultado conseguir las impresas, como *El infierno del amor leyenda fantástica* de Manuel Fernández y González.

El director general de Santillana en México, Carlos Ramírez, comentó que lo que atrajo a Amazon al país fue el interés que generó por la venta de libros a través de Apple en iTunes. Sin embargo, aunque la entrada de Amazon se recibió de manera positiva, la opinión general acerca del futuro del libro electrónico en México no fue tan optimista. Tomás Granados, el gerente editorial del Fondo de Cultura Económica, dijo lo siguiente:

«Va a ser un impulso decisivo para que el libro electrónico se asiente bien en México. Yo lo veo con mucho optimismo. Va a simplificar el modo de hacerlo; se podía hacer, pero se debía tener presencia en Estados Unidos para tener una cuenta, y ahora eso se va a simplificar porque hay una oficina en México. Sin embargo, no creo que haya un boom de venta de libro electrónico» (Aguilar Sosa, 2013).

A nivel mundial, los datos son contradictorios sobre los libros electrónicos. Si bien existen datos que muestran que las ventas de libros electrónicos han ido en disminución –como se indica en el estudio de la Asociación Estadounidense de Editores en el 2016– y que, paralelamente, la impresión ha ido incrementando, otros estudios dicen que la lectura digital continúa creciendo de manera constante –por ejemplo, el estudio anual *BookStats* en el 2017. Lo único que queda claro es que los libros electrónicos no van a eliminar al libro impreso pronto. A la gente le gusta la sensación de un libro, su olor, la textura de las páginas y el placer de pasarlas mientras se disfruta de una buena taza de café. El Pew Research Center (2016) descubrió que el 65% de los adultos de Estados Unidos dijeron que leerían un libro impreso, de un 73% por ciento que dijeron que leerían un libro. Ese mismo estudio mostró que sí hay una parte de los hábitos de lectura de las personas que ha cambiado drásticamente en los últimos años: las personas tenían casi cuatro veces más probabilidades de leer un libro en una tableta en el 2016 que cinco años atrás. Además, tenían casi el doble de probabilidades de leer en sus teléfonos, en una computadora portátil o en una PC de escritorio (Pew Research Center, 2016).

En Amazon fueron lo suficientemente inteligentes para notar que los hábitos del lector habían cambiado y supieron responder a eso. En vez de modificar un producto que ya estaba funcionando, abrieron sus horizontes y crearon aplicaciones para teléfonos y tabletas para que el usuario pudiera elegir la opción que más prefiriera. Recientemente, han invertido en la combinación de sus libros electrónicos Audible con el servicio Kindle, por lo que los usuarios pueden leer o escuchar su libro con solo presionar un botón. Constantemente presentan a los usuarios con nuevas formas para consumir libros. Sin embargo, aunque las plataformas cambien, los libros no lo hacen y la incompatibilidad comienza a mostrarse. Se mencionó anteriormente que los teléfonos y tabletas pueden presentar distracciones, pero también abren nuevas oportunidades para crear contenidos más interactivos. El lector ya no está restringido al orden de páginas que una versión impresa presentaría sino que él o ella pueda navegar el libro a su gusto. Pueden, además, incorporarse otros formatos dentro del mismo libro, como imágenes, videos y hasta juegos para aumentar la experiencia de lectura (Pierce, 2017).

Como pintan las cosas, la próxima fase del libro digital aparenta no parecerse a la impresión. En cambio, para el siguiente paso se espera que los autores, los editores y los lectores aprovechen

todas las herramientas que tienen ahora a su disposición y descubran cómo reinventar la lectura de larga duración. En Amazon han experimentado más recientemente con audio, que ha demostrado ser el terreno más fértil para nuevas ideas sobre la lectura. Amazon podría perfectamente crear una nueva forma de libro y lo pueden hacer porque son una presencia dominante en el universo de la lectura. Además, se han preocupado no solo en crear formatos electrónicos amigables sino en facilitar el proceso de publicación y de edición para los autores. Cuentan con herramientas de fácil acceso que ayudan a escribir libros, a formatear manuscritos, a diseñar portadas, a publicar en los lugares correctos y a cobrar la cantidad correcta (Pierce, 2017).

En el 2012, Amazon Publishing publicó su primer libro: *Jeff, One Lonely Guy* por Jeff Ragsdale. Un día, luego de que su novia lo dejara y que él cayera en depresión, puso un volante en la ciudad de Nueva York, motivando al que quisiera desahogarse a que lo llamara. Las llamadas comenzaron a entrar, eran de personas que compartían sus propias historias de depresión, rupturas amorosas, pérdidas, abuso de sustancias, entre otras, y él transcribió varias de ellas para hacer un libro que hablara de gente de todo el mundo y de cómo lidiaban con sus demonios personales. Cinco meses después de que ese volante hiciera su debut, el libro salió a la venta, cosa que es poco usual en la industria literaria. Además, era un libro pequeño en comparación con el estándar de la industria editorial, con 138 páginas, pero lo interesante es que eso mismo era parte de lo que hacía atractivo al libro: desafiaba las nociones preconcebidas que se tenían acerca de la publicación (Greene, 2012).

Jay Greene, periodista de Wall Street, en su artículo *How Amazon is changing the rules for books and movies* (2012), explica que Amazon se está metiendo de lleno en el negocio de crear contenido porque tiene la potente combinación de una base masiva de clientes y una buena base técnica para poder proveerle a esos clientes nuevas formas de consumir libros, películas y hasta programas de televisión. Además, a medida en que el contenido se digitaliza cada vez más, ellos quieren aprovechar esas ventajas que tienen y ser ellos los que decidan cómo se crean, entregan y venden esos libros y programas. Es por eso que les interesa trabajar con autores que quieran innovar y experimentar. Ellos, más que nadie, están impulsando la evolución del mundo de la publicación de libros y los editores, los libreros e incluso algunos autores temen que Amazon ejerce mucho poder a medida que la industria editorial adopta esa nueva forma.

Kalev Leetaru, un emprendedor del internet y analista estadounidense, en el artículo *From Amazon to Google Books: How the Internet is changing how we read*, publicado en Forbes (2016), señala que en esta era de libros electrónicos gratuitos, de autoedición y publicación de PDFs y de descargas de un clic de Kindle, se tiende a olvidar que no hace mucho tiempo todavía se tenía que ir a la biblioteca o a la tienda de libros. Además, no siempre estaban disponibles y podían demorarse semanas antes que alguien pudiera conseguir un ejemplar. Las búsquedas para investigaciones implicaba varios viajes al mostrador de referencia de la biblioteca local, mientras que ahora una búsqueda rápida en Google resuelve ese inconveniente. El Internet claramente ha cambiado de manera profunda la forma en la que consumimos e interactuamos con los libros y esa revolución digital es prometedora aunque ha remodelado el estilo de vida de la humanidad.

2.1 Wattpad. En el 2006 Ivan Yuen y Allen Lau fundaron Wattpad, la comunidad de lectores y escritores más grande del mundo. De la misma manera que Amazon, Wattpad ha venido eliminando barreras de la industria editorial, especialmente entre lectores y escritores, creando comunidades sociales alrededor de historias. En ella se encuentran tanto escritores aficionados como consagrados, como Margaret Atwood, novelista, poetisa y crítica literaria canadiense; Paulo Coelho, novelista y dramaturgo brasileño; Dan Brown, novelista estadounidense que escribió el libro *El código Da Vinci* (2003) y Marian Keyes, novelista irlandesa que es considerada una de las fundadoras del *chick lit* (nombre que se le da a la literatura de amor) (Rochester, 2012).

Lau tenía experiencia en la construcción de compañías exitosas de tecnología móvil, por lo que en el 2002 comenzó a crear prototipos para una aplicación de lectura electrónica móvil. Lo hacía en un viejo teléfono Java de escalas grises que únicamente podía mostrar cinco líneas de texto. Él quería resolver un problema con el que se había topado: cómo leer de camino (*while on the go*, lo denominaba él) y de una manera fácil y que fuera portátil. Por eso es que Allen lleva más de diez años experimentando y explorando el poder de la colaboración móvil, de la colaboración social, de las comunidades en línea y del contenido que es generado por los usuarios (Rochester, 2012).

Piotr Kowalczyk, fundador de *Ebook friendly* y escritor autopublicado de Polonia, en su artículo *15 most popular fanfiction websites to explore* (2018), expone que actualmente Wattpad le sirve a más de 10 millones de lectores en todo el mundo y de todo el contenido que tienen, 6 millones de

historias han sido creadas por los usuarios y abarcan todos los géneros, incluyendo misterio, ciencia ficción, romance, poesía y *fan fiction* (ficción creada por seguidores o fanáticos de celebridades, de otros libros, de cómics, entre otros). Se gastan aproximadamente 2.5 billones de minutos al mes en Wattpad y mensualmente se agregan 750,000 obras nuevas. Además, el 70% de los usuarios acceden a la plataforma vía teléfonos móviles, a través de una aplicación bien diseñada y disponible tanto para iOS como para Androids. Se le atribuye, además, a que ha contribuido a un proceso de democratización de la escritura (Kowalczyk, 2018).

En una entrevista que le hicieron a Allen Lau en la Feria del Libro Frankfurt, mencionaba que en el 2002 había estado trabajando en una plataforma para poder leer desde su teléfono celular, pero en ese entonces la capacidad del teléfono era muy primitiva, por lo que decidió encajonar la idea. Cuatro años más tarde, en el 2006, la sacó de nuevo a la luz. Paralelamente, Ivan Yuen, el co-fundador de la plataforma, había trabajado una idea similar y llamó a Lau para que la revisara. Sin embargo, Yuen se había adelantado un poco y le había agregado un sitio web para que los usuarios pudieran subir lo que quisieran para que fuera leído. Allan voló a Vancouver dos días después de esa llamada para trabajar con Ivan y así nació Wattpad. Ellos sabían que los teléfonos serían algo grande y tenían claro que su objetivo era la lectura móvil. Como no tenían ningún conocimiento sobre el sistema de publicación, no iban a comenzar a otorgar licencias de contenido de los editores. En cambio, imitaron el modelo de YouTube y de esa comunidad, pero aplicándolo y pensado para los libros (Rochester, 2012).

A diferencia de Amazon, Wattpad no tuvo un éxito tan inmediato. El tráfico del primer año era, en propias palabras de Lau, «muy deprimente. (...) Conocía prácticamente a todos los usuarios» (Rochester, 2012). Tuvieron mucho valor en seguir adelante, ya que en términos de desarrollo de comunidades, el período de prueba para muchos suele ser seis meses y, si no ven resultados que les favorezcan, lo dejan a un lado. No fue sino hasta el año 3 y 4 que Allan y Lau comenzaron a notar que sus esfuerzos por fin daban frutos. Inicialmente, importaron obras de dominio público como *Cuento de Navidad* de Charles Dickens, *Orgullo y prejuicio* de Jane Austen y otras obras que estuvieran disponibles en el Proyecto Gutenberg. Michael Hart, uno de los co-fundadores de ese proyecto, les ayudó a importar 20,000 títulos diferentes de dominio público (Rochester, 2012).

Con el tiempo han ido creciendo y ahora tienen una fuerte presencia en los mercados emergentes de países en desarrollo así como en países desarrollados, como Estados Unidos, el Reino Unido, Australia, Nueva Zelanda y Canadá. Poco a poco fueron incluyendo más países que lentamente fueron tomando fuerza, como Vietnam, España y Filipinas. Se han preocupado por proveer una buena experiencia a los usuarios que sea personalizada y que puedan utilizar la plataforma lo más cómodamente posible. Actualmente Wattpad ofrece más de 50 idiomas diferentes y eso les permitió que creciera aún más su aplicación. Por dar un ejemplo, cuando en Filipinas comenzaron a utilizar Wattpad, inglés era el idioma que más utilizaban. Sin embargo, cuando descubrían que podían escribir en tagalo, su propio idioma, la comunidad de filipinos en Wattpad aumentó. Algo similar ocurrió con el idioma español y con los otros idiomas que han ido incorporando (Rochester, 2012).

Rob Campbell, un escritor que publica en Wattpad, en su artículo *Wattpad Demographics and Readers* (2015) mencionaba que la plataforma no proporciona información sobre las estadísticas demográficas para el público en general. Sin embargo, sí las brinda para sus escritores. En ellas muestran cantidad de lectores al mes, sexo y edad de los lectores (en gráficas separadas), así como la distribución por país de las personas que leen la publicación. Obviamente esto varía con cada obra, pero el escritor puede monitorear en dónde lo están leyendo y hacerse una idea de qué tipo de lector es su público (Campbell, 2015). Ashleigh Gardner, que trabaja en Wattpad, comentó durante una entrevista con Porter Anderson en *Publishing Perspectives* (2017) algo bastante similar a la declaración de Campbell. Wattpad únicamente provee estadísticas para los escritores, por lo que difícilmente se encontrará más información al respecto. No obstante, en cuanto a las estadísticas demográficas, agregó que el 80% de los usuarios pertenecen a las generaciones milenial y Z, 70% son mujeres y las regiones más grandes de usuarios son de Estados Unidos, Filipinas, Indonesia, Italia, Turquía y Brasil (Williams, 2017) (Anderson, 2017).

Al estudiar a los usuarios, Yuen y Lau notaron que al inicio el comportamiento era similar al de Facebook: primero eran adolescentes, pero esa generación fue creciendo hasta que se convirtieron en adultos. Aunque todavía tienen adolescentes, lograron atraer lectores mayores que, a su vez, atrajo a escritores maduros. Para el 2012, el 50% de los usuarios eran adultos. Además, el perfil de la gente que escribe es que no todos quieren ser publicados tradicionalmente y son felices con

dejar su obra en Wattpad. Allen Lau había leído una encuesta del New York Time que indicaba que el 81% de los estadounidenses querían escribir un libro y él opinaba que así como no todos eran jugadores profesionales de golf, como Tiger Woods, y aún así muchos disfrutaban el deporte, lo mismo ocurría con los libros. No todos pensaban vivir de escribir libros, mas sí los motivaba tener a alguien que apreciara su creación (Rochester, 2012).

No obstante, esto no quiere decir que no hayan casos opuestos. De la plataforma han habido usuarios a los que les han ofrecido contratos de parte de casas editoriales. Anna Todd, que escribió un *fan fiction* erótico sobre el cantante Harry Styles de la banda One Direction, obtuvo un contrato un año más tarde con la editorial estadounidense Simon & Schuster. Otros ejemplos son Beth Reekles, con un contrato con Random House, que fue nombrada como una de las adolescentes más influyentes en el 2013 por la revista Time; Taran Matharu, con un contrato con Macmillan, que es un escritor en el género de fantasía y Jordan Lynde, que tuvo un contrato con Random House y otro con Sourcebooks (Herman, 2014). En Latinoamérica también han habido casos similares, como Janeth G. S (de Guanajuato, México) con su novela *¿Quién mató a Alex?*, Ingrid V. Herrera (de Veracruz, México) con su novela *Lo que todo gato quiere* y Ana Coello (de Ciudad de México) con su novela *Muy profundo* (2015), a quienes les ofrecieron contratos en diferentes casas editoriales luego de que sus historias tuvieran mucho éxito en Wattpad (Aguilar Sosa, 2017).

No puede negarse que estas plataformas, como Amazon y Wattpad, han abierto las ventanas y un mundo de posibilidades para todos los usuarios. Las cifras muestran que son plataformas exitosas y que cada vez crecen más y más. Los mismos fundadores hacen la observación que la lectura se ha modificado y ellos han sabido responder a estos nuevos lectores. Lo que entraría en cuestión es si dentro de este ambiente editorial democrático la calidad de escritura sigue siendo la misma o no. Podría uno argumentar que, al cambiar la forma de leer de los lectores, también cambian sus gustos. No obstante, los números defienden que hay algo que está funcionando. Independientemente de la calidad, la gente todavía consume literatura y estas plataformas se adaptan a los tiempos actuales digitales. Aunque el libro impreso ya no sea, en algunos lugares, el producto que predomina, la literatura sigue formando parte de la vida de las personas. Lo que cambia es cómo se consume y este tipo de plataformas indudablemente han modificado y transformado a la industria editorial.

2.3 FanFiction y otras plataformas. El *fan fiction* –o *fanfic*, para más corto–, explicado previamente como la ficción creada por fanáticos, es un fenómeno de los tiempos digitales. Se estima que representa un 33% de todo el contenido literario en la web. La gente que crea estas ficciones toman inspiración de películas, libros, series de televisión, música e incluso celebridades. Uno de los temas más sensibles acerca del *fan fiction* es la cuestión de los derechos de autor. Para evitar inconvenientes, FanFiction.net dejó de permitir historias basadas en personas reales en el 2003. La mayoría de estas historias son gratuitas y el único lugar en donde es legal comprar *fan fiction* es en Kindle Worlds, con excepción a los derechos de cualquier contenido que haya entrado a dominio público. Un buen ejemplo de *fan fiction* que se convirtió en un *best seller* es *Pride and Prejudice and Zombies* (2009) de Seth Grahame-Smith, en donde combina la ficción moderna de los zombies con la novela clásica de Jane Austen (Kowalczyk, 2018).

Existen muchas más plataformas en Internet para que cualquiera pueda publicar su obra o que satisfaga sus deseos de mejorar algún episodio de su serie favorita o que modifique el final de un libro con el que no quedó conforme. Sin embargo, FanFiction merece un reconocimiento especial, aunque breve, dado a que fue una de las primeras plataformas de *fan fiction* en existir. Fue fundada en octubre de 1998 por el programador Xing Li y es considerado el archivo más grande y popular de *fan fiction* del mundo. Actualmente, tienen un poco más de 4 millones de usuarios y se encuentran historias en 30 idiomas diferentes (Kowalczyk, 2018).

Piotr Kowalczyk, en su artículo *15 most popular fanfiction websites to explore* (2018), menciona que el sitio no revela el número total de historias, pero él utilizó Google para sacar un estimado del total de páginas –no historias– y encontró que llega a casi 8 millones. La plataforma tiene nueve categorías: caricaturas, juegos, cómics, anime/manga, películas, libros, plays/musicales, series de televisión y una categoría “diversa” (*miscellaneous*, en inglés). En el 2009 incorporaron una sección de *Crossover*, o mezclas de estilos. En el caso de la plataforma, los *crossovers* mezclan diferentes universos (por ejemplo: los personajes de Harry Potter y los de Los Juegos del Hambre). Las tres secciones más populares son, comenzando con el puesto número 1: Harry Potter, con un poco más de 780,000 historias; Naruto, con un poco más de 420,000 historias y *Crepusculo*, con alrededor 219,000 historias (TV Tropes, s.f.).

Un dato interesante es que en FanFiction se encuentran las dos obras de ficción más largas de la historia. En el 2008, el usuario AuraChannelerChris escribió *The Subspace Emissary's Worlds Conquest*, una *fan fiction* de Super Smash Bros que llega a un poco más de 4 millones de palabras, tres veces más largo que *En busca del tiempo perdido* de Marcel Proust y seis veces más largo que *Guerra y paz* de Leo Tolstoy, y que todavía se sigue escribiendo. Captó la atención de varios medios de comunicación hasta que fue superada por *Ambience: A Fleet Symphony*, una *fan fiction* del juego japonés de la Colección Kantai, con 4.5 millones de palabras (Romano, 2013).

La plataforma es gratis y bastante amigable hacia el usuario. Aunque visualmente no es una obra de arte y tiene espacio para mejoras, no por nada se ha ganado popularidad y el puesto número uno. Muchos de los miembros tienen una relación amor-odio con ella, ya que si bien se encuentran escritores excepcionalmente buenos también hay muchos más que no lo son. Pero es incuestionable que FanFiction.Net ha moldeado a la comunidad de este tipo de ficción. Por ejemplo, fueron los responsables en hacer el *Script Fic* obsoleto. Este era una forma de escritura en la que se utilizaba el modelo del guion teatral, que se utilizaba casi siempre porque el autor tenía pereza de hacer diálogos más elaborados (TV Tropes, s.f.). Las estadísticas demográficas del sitio muestran que el 57% de los usuarios son de Estados Unidos, la población más grande de la plataforma, seguido por el Reino Unido con 9.2% y Canadá con 5.6%. A ellos les siguen Australia, las Filipinas, Francia, México, Indonesia, y Brasil, para conformar los primeros diez puestos de FanFiction.Net, pero los porcentajes son menores de 10%, ya que tomaron en cuenta todos los países que están registrados (un poco más de 170). No todos los países aparecen en esas estadísticas, puesto que la cantidad de personas registradas en esos países son tan pequeñas que no tienen mayor peso. Es por eso que no se encuentra la información de Guatemala, por dar un ejemplo (FFN Research, 2011).

Otra plataforma que se enfoca en *fan fictions* es Archive of Our Own, también conocida como AO3. Fue fundada y es operada por la *Organization for Transformative Works* y permite varios formatos, como arte visual gráfica, videos y podcasts, además de los textos. Tiene alrededor de 170,000 usuarios que han subido un poco más de 700,000 historias a la fecha de 120,000 *fandoms* o fanaticadas, como lo define el Diccionario de Americanismos para referirse a una multitud de admiradores de algo o de alguien. Las secciones más populares son Marvel, con aproximadamente

50,000 historias, seguido de Harry Potter, Sherlock Holmes y ficciones sobre personas de la vida real (como celebridades de Hollywood o YouTubers) (Kowalczyk, 2018).

Esas no son las únicas plataformas, por supuesto. Existen muchas más e incluso algunas de ellas son de fanaticadas específicas (como sitios dedicados únicamente a la banda británica One Direction), pero lo importante es saber que todas han tenido una influencia en los lectores y en el consumo de literatura y, por consiguiente, un impacto en la industria editorial. Al igual que Amazon y Wattpad, que ofrecen tanto obras originales como *fan fictions*, las plataformas dedicadas únicamente a la ficción de fanáticos, como FanFiction.Net, de igual manera representan un porcentaje grande de los contenidos que se encuentran en la web.

2.4 Autoedición y publicación, ¿amenaza para las editoriales? En octubre de 2013 se realizó la Feria del Libro de Frankfurt y en ella se impartió una conferencia titulada CONTEC, que representa el matrimonio entre “contenido” y “tecnología”. Un editor de Publishers Weekly compartió su opinión y defendía lo siguiente: «La discusión de la autoedición es la única conversación que debemos tener hoy». Hay que aclarar que en inglés, el término *self-publishing* suele implicar un poco de la edición también. Sus palabras resultaron ser muy acertadas, pues la mayoría de cambios que se discutieron en los paneles giraban en torno a ese tema (Friedman, 2013).

El panel fue moderado por el periodista Porter Anderson y comenzó con una discusión de al menos tres estudios que intentaban descubrir las motivaciones y actitudes de los autores de autopublicación. La interrogante era si luego de tantos años de trabajar con autores los editores conocían o no realmente sus necesidades o si en algún punto del camino había perdido el contacto con ellos. El Dr. Florian Geuppert, el CEO de Books on Demand, una plataforma para la autoedición y publicación en Europa, compartió algunos de los hallazgos más interesantes. Mencionaba que los autores autopublicados son cada vez más conscientes en su elección de autopublicar. 60% no veía la diferencia entre ellos y los autores con editores tradicionales y un tercio había tomado la decisión consciente de no irse por el camino de la publicación tradicional. Además, explicó que existen tres categorías de este tipo de autores: los que lo toman como un pasatiempo, que son la mayoría; escritores profesionales; y expertos que usan la autoedición para

compartir experiencia. Por último, comentó que las principales razones para la autoedición eran: tener libertad creativa y control, seguidas por la facilidad del proceso y el tiempo de comercialización (Friedman, 2013).

Sam Missingham, de The Bookseller, que es una publicación comercial del Reino Unido acerca de publicaciones, compartió otro estudio que afirmaba que el 53% de los autores tradicionales habían contemplado el cambiarse a la autoedición y las principales quejas eran la falta de máquetin y la mala comunicación con su editor. El mismo estudio mostraba que, en contraposición, los autores de autoedición que consideraban cambiarse a una más tradicional lo hacían por la distribución de librerías y –irónicamente– por el soporte de máquetin (Friedman, 2013).

Sin embargo, el desafío de los autores autoeditados es que no existe una fórmula única que funcione siempre. Michael Tamblyn, de Kobo, que es un dispositivo para *e-books*, dijo con respecto al máquetin de libros: «Es un juego de fondo, se convierte en una vocación. Es una acumulación de esfuerzo de promoción individual y de audiencia que crece con el tiempo» (Friedman, 2013). Además, constantemente está mutando, porque lo que funciona un día no funciona al siguiente. Para un autor por su cuenta, es más difícil sostenerse y es por eso que funciona bien con la publicación tradicional.

Todos acordaron en que la publicación tradicional no está desapareciendo, pero sí existe una necesidad de crear una asociación entre ambas. Jon Fine, un representante de Amazon, llegó, incluso, a decir que los modelos tradicionales y de autopublicación ya están convergiendo. Ahora los editores se preocupan más por centrarse en el autor, ofreciendo portales de venta y, en general, siguiendo las prácticas que Amazon, Kobo y otros servicios de publicación para autores que han establecido. Pero hasta que llegue ese día de convergencia la autopublicación y la publicación digital le brindan un camino necesario y rentable a autores que no son tan reconocidos o que están comenzando en el mundo literario (Friedman, 2013).

La percepción del público es que los libros autopublicados son de menor calidad que los que son publicados tradicionalmente. No obstante, los lectores y las ventas están creciendo al punto

que los minoristas en línea notaron su éxito. Tamblyn dijo que el 10% de las ventas de las unidades de Kobo vienen de autores autoeditados. Jon Fine dijo que en el 2012, el 25% de los mejores 100 libros de Amazon fueron autopublicados. Eso indica que estos libros son rentables, ya que suelen tener precios bajos (entre 99 centavos y \$2.99) y psicológicamente no le pesa tanto al lector comprarlos aunque no los lea. No es lo mismo ver una pila de libros que no se han leídos a comprarlos y que puedan desaparecer fácilmente de la vista (Friedman, 2013).

Esa es, además, otra estrategia común que utilizan los escritores autoeditados: los precios bajos, ya que aumentan sus posibilidades de ser descubiertos por los lectores. Los editores, por su parte, han sido más lentos en adoptar esa estrategia. Tanto editores como escritores pueden ahora llegar a sus audiencias como nunca antes había sido posible. Hugh Howey, escritor del *best seller*, *Wool* (2011) comentaba que ahora todo está más enfocado en la experiencia del lector, desde entregarles la historia que quieran y al mejor precio posible hasta tener relaciones directas entre los lectores y escritores. Todos los que trabajan en la industria editorial buscan cómo llegar directamente a su comunidad de lectores específica en una era donde las tiendas físicas están en declive y el entorno es cada vez más digital. Steve Smith, el CEO de Wiley y el orador principal de CONTEC, dijo al respecto de eso: «Ya no es suficiente ser un proveedor de información. Necesitamos construir nuestra relación con la comunidad a través del conocimiento profundo» (Friedman, 2013).

## V. LA POSICIÓN DE LAS GRANDES EDITORIALES

### 1. Las editoriales frente a una sociedad tecnológica

No cabe duda que la tecnología y el mundo digital han modificado e influido en todo. Desde la invención de la imprenta, la industria editorial no se ha salvado del cambio y es, incluso, gracias a la tecnología que está en donde está actualmente. A ella es a quien le debe la masificación de la producción de los libros y la facilitación de muchas tareas que se hacían manualmente en años anteriores. Hay que reconocer que ha traído beneficios que han permitido, por ejemplo, a que se rompan fronteras y que puedan surgir empresas transnacionales y multinacionales, creando mercados más amplios y diversos.

El Internet fue otro elemento que tuvo un gran impacto en la edición. No hay que olvidar que se ha convertido en un escenario que le ofrece diversas plataformas a los usuarios para que, sin mucha complicación, se conviertan ellos mismos en escritores. En el capítulo previo se estudiaron algunas de esas plataformas que han revolucionado la lectura y el consumo de la misma, como Amazon y Wattpad. Además, un gran porcentaje del contenido publicado viene de esas plataformas. No obstante, aunque es de esperarse que las editoriales pudieran tener miedo ante tal monstruo, el camino correcto, y que muchos lo han hecho, es “ir con la corriente” y adaptarse a esos nuevos cambios. Sabiamente dice el refrán popular «si no puedes con ellos, úneteles».

Lo que han hecho algunas editoriales es aprovechar esas nuevas herramientas y utilizarlas a su favor. Lamentablemente, no pueden esperar que no vayan a cambiar y quedarse siempre con el mismo modelo que les había estado funcionando previamente. Es crucial que estén abiertos al cambio, porque allí sí peligran de ser comidos por la revolución digital. Las tendencias muestran que los libros electrónicos son cada vez más populares entre los lectores. El estudio anual *BookStats* mostró que la venta de libros electrónicos del 2017 fue de 266 millones, indicando que la tendencia es que cada año van aumentando esas cifras. Para ver la diferencia, se vendieron 10 millones de copias en el 2008 y 457 millones de copias en el 2012 (Statista, s.f.).

Mark Lin, en su artículo *Will Publishers Survive the Digital Revolution?* (2013), ponía ejemplos de casas editoriales, como Pearson y Scholastic Corporation, que en lugar de temerle a los cambios, los habían acogido con gusto. La clave estaba en buscar un nicho y tratar de trabajar en conjunto con la tecnología y la edición tradicional. Lo ideal era generar contenidos nuevos y creativos, incorporando elementos innovadores, que llamaran la atención de los usuarios y así poder crear una base fiel de clientes. Por ejemplo, Scholastic le ha dedicado esfuerzos al crecimiento de su negocio de Tecnología y Servicios Educativos, en donde venden productos de aprendizaje basados en tecnología para niños menores de 12 años. Cabe mencionar que no hay que olvidar que la edición no tiene por qué resumirse únicamente en la producción de libros. Existe un sinnúmero de contenidos que pueden crearse y es cuestión de tener el ingenio y la creatividad para hacerlos.

No obstante, siempre ha existido esa interrogante acerca del futuro de la edición y la publicación tradicional. Existen cifras y datos que pintan un futuro incierto para esta industria y basta ver a grandes actores como Amazon que juegan papeles importantes y muchas veces decisivos para ese futuro. Adicionalmente, el usuario cuenta cada vez con más recursos y herramientas que convierten en obsoletos a los editores y a las casas de publicación. Se conocen casos, después de todo, de personas que han tenido éxito sin necesidad de la mediación de una editorial.

Nick Morgan, en su artículo *What Is the Future of Publishing?* (2012) publicado en Forbes, proponía que las editoriales tradicionales tienen una oportunidad para sobrevivir: formar una relación con los lectores. No se puede hablar por todas, pero en general a las editoriales suelen interesarles poco los lectores y los ven más como una masa que tiene gustos y que luego se convierten en ventas. Tal vez esa falta de interés sea más bien una falta de recursos que les permitan a ellos estudiar más de cerca a sus lectores, mientras que las plataformas digitales cuentan con data con la que identifican algoritmos y tendencias. Lo cierto es que los conocen muy poco. Lo que ha diferenciado a las plataformas es la atención al cliente y el cuidado que tienen con ellos para brindarles el apoyo inmediato si lo necesitaran. Por ejemplo, Amazon sabe sobre los libros que sus clientes compran y puede sugerir nuevas lecturas o notificarles cuando salga un libro de su autor favorito.

En contraposición, Peter Nowak en su artículo *Print books are surviving –even thriving– the e-reader age* (2015), mencionaba que en enero del 2015 la librería Waterstones del Reino Unido reportó que las ventas de libros impresos habían aumentado un 5% en el mes clave de ventas navideñas. Al mismo tiempo, la venta del Kindle en ese tiempo bajaron. A diferencia de lo que se esperaba y se había anunciado, muchos jóvenes preferían leer libros impresos sobre digitales. Estudios mostraban, además, que era mucho más fácil concentrarse cuando se trataba de libros impresos. El mismo Nowak describe a los libros electrónicos (*e-books*) de la siguiente forma: «Los libros electrónicos, al parecer, son el equivalente moderno a un par de calcetines o una botella de Old Spice: el regalo es una verdadera decepción. Sin olvidar los estudios que sugieren que son malos para tu salud».

El dilema es que este es un debate que podría dar material para una nueva investigación y el propósito no es definir si un formato es mejor que el otro o no. Es simplemente reconocer la realidad: los libros electrónicos, los formatos digitales, han venido y no se irán pronto y, lo que es más, los libros impresos tampoco lo harán en un futuro cercano. Ambos formatos responden a mercados que están sujetos a cambios y variaciones que dependen de los gustos y preferencias de los consumidores. Aunque las encuestas digan que los lectores prefieren el papel, ¿por qué siguen creciendo las ventas de los libros electrónicos? Nada impide que ambos puedan sobrevivir al mismo tiempo.

La propuesta para las editoriales es que busquen ofrecer algo extra que lo digital no lo haga. No obstante, un primer paso es comenzar a generar lazos y relaciones con los lectores, que queda más que claro que es vital si quieren seguir en la competencia. Aquí entra la ventaja que la tecnología permite que puedan utilizar herramientas para crear una solución. Adicionalmente, la innovación y el ingenio deberán utilizarse para pensar en estrategias clave para que se distingan de los demás para que alguien elija irse con ellos. A continuación, se presentará un caso curioso que servirá de ejemplo para la propuesta dada.

En el 2011 Hugh Howey, un joven de 36 años que había dejado la universidad, trabajaba en una librería en Boone, de Carolina del Norte. Comenzó a escribir una serie de ciencia ficción a la que le puso *Wool*. Sus historias se llevaban a cabo en un mundo postapocalíptico en donde todos los

sobrevivientes humanos vivían en lugares subterráneos. Esta era una microsociedad en donde los recursos eran tan escasos que una persona debía morir antes de que otra pudiera nacer. Howey ya había publicado un libro con una pequeña imprenta, pero quería conservar el control creativo y no quería pasar por el proceso cansado de encontrar un agente. Así que decidió publicar los libros por su cuenta, vendiendo descargas digitales y ediciones impresas a través de Amazon. En los primeros seis meses, vendió 14,000 copias. Cada libro nuevo que salía, siempre de la misma serie, era bien recibido y pronto comenzó a recibir retroalimentación de lectores que ansiaban saber más (Hughes, 2013).

En enero de 2012 los agentes llamaban a Howey, tratando de publicar los libros a través de canales más establecidos, pero él se negaba a aceptar cualquier oferta. Para esa época, la serie *Wool* le generaba \$12,000 al mes. La fundadora de la Agencia Literaria Nelson (Nelson Literary Agency en inglés), Kristin Nelson, se ganó a Howey cuando admitió que no estaba segura que la publicación tradicional le ofrecería algo mejor de lo que él estaba realizando por su cuenta. Decidió aceptar su oferta y en mayo del mismo año, *Wool* generaba \$130,000 al mes y Howey y Nelson le vendieron la opción de la película a 20th Century Fox y a Ridley Scott. Algunos editores hicieron ofertas de siete cifras por los derechos de venta del libro en tapa dura, rústica (*paperbacks*) y *e-book*, pero ambos rechazaron las ofertas. Howey haría la misma cantidad en un año solo de ventas digitales. Luego, el presidente de Simon & Schuster se contactó con Nelson por medio de un correo electrónico y le ofrecía un contrato de seis cifras solo por los derechos de impresión. Fue realmente una buena transacción porque el editor pondría todas sus fuerzas de márketing detrás de *Wool* a pesar de tener que renunciar a los ingresos del *e-book* que generaban la mayor parte de las ganancias de la serie. Como cosa extraña, el que más ganó en todo este proceso fue Hugh Howey (Hughes, 2013).

Luego de siglos en que los libros y el proceso de publicación no cambiaba, la revolución digital lo tiró todo por la ventana y ahora cualquier cosa puede pasar. Evan Hughes, autor del artículo *Book Publishers Scramble to Rewrite their Future* (2013), lo atribuye a una transformación que comenzó con el ascenso de Amazon como librero en línea y se aceleró con el declive resultante de las librerías físicas. Pero con el cambio a los libros electrónicos, que ahora representan más del 20% de los ingresos de las grandes editoriales, frente al 1% que era en el 2008, todos los aspectos

de los libros están abiertos para discusión: cuánto costarán los libros, quién los editará, quién los publicará, entre otros. Este es un futuro que Amazon no controla y es en donde los editores tradicionales pueden prosperar y no solo sobrevivir. Lo único que es cierto es que este negocio del libro es territorio abierto para que cualquiera, que sea inteligente, aproveche la oportunidad.

## 2. Estrategias de márketing alternativas

En el 2011 le hicieron una entrevista a Stephen Page, director de Faber & Faber, una editorial inglesa. Él decía que es importante que el rol de publicar y el rol del trabajo editorial vayan siempre de la mano. Cuando solo se viene de la parte comercial, dan a suponer que saben todo acerca de la obra que van a publicar, pero no es así. Realmente nunca se sabrá qué ocurrirá con la obra una vez sea lanzada al mercado y él es de la opinión que el aspecto comercial en el mundo editorial está sobrevalorado (Cruz, 2011). Page dijo al respecto de ese mercado comercial y de las medidas que ellos tomaron:

«A partir de 1995 el mercado comercial se volvió feroz. Y lo que hicimos fue más que nunca cuidar la obra, el envoltorio, el [márketing]; pero eso por sí solo no es suficiente. Uno también ha de estar atento a las dinámicas del mercado sin dejar que este te dicte lo que tienes que publicar o cómo» (Cruz, 2011).

El éxito de ventas en línea de Amazon, el auge de los libros electrónicos, la impresión por demanda y la autopublicación han desafiado a la industria editorial. David Vinjamuri, en su artículo *How Hybrid Publishers Innovate to Succeed* (2014), mencionaba que todavía en el 2012 se mantuvieron las ventas unitarias totales y los ingresos por libros para la publicación tradicional, pero las guerras de precios se han ido acelerando. En este nuevo ambiente de cambio, han surgido una nueva clase de editores híbridos que salieron alrededor del 2012 para competir tanto con las grandes editoriales como con los autoeditores exitosos. La clave está en que mezclan características de la edición tradicional con una pizca de tecnología. Algunas de estas editoriales híbridas son Booktrope, Samhain, Entangled Publishing y Spencer Hill Press y todas compiten de forma rentable con las editoriales tradicionales.

Sin embargo, los editores se topan con un fenómeno interesante. La cantidad de tiempo que los usuarios pasan en los medios digitales crece significativamente cada año. De acuerdo con la compañía comScore, los consumidores estadounidenses gastaron 35% más de tiempo en contenido digital en el 2015 que en el 2013 (Radcliffe, 2016). No obstante, han habido estudios y estadísticas que muestran que en la industria del libro, las ventas de libros electrónicos están en declive, según un informe de AAP StatShot (AAP, 2016). La clave es, entonces, la innovación. Los editores tienen que dedicarle un tiempo a la experimentación para encontrar nuevas formas de satisfacer las necesidades digitales de los consumidores. Obviamente no es una tarea fácil porque la vida del editor es de constante movimiento. Cuando un libro se lanza al mercado, ya se está trabajando en al menos otro más si no es que en más de uno (Harvey, 2016).

En la medida en que la sociedad continúa digitalizándose cada vez más, la industria editorial se ha tenido que alejar de los métodos y prácticas de publicación tradicionales para seguir siendo de interés para el público. La publicación y la edición han cambiado en varios aspectos, desde los formatos hasta el contenido que producen y, aunque lo quieran admitir o no, esto se ha permitido crecer a un nivel más amplio y global. Las redes sociales, por supuesto, han facilitado una nueva dinámica entre el productor y el consumidor. Permiten una nueva forma de interacción con su audiencia y se logran comunicar exitosamente con los lectores (Huckle, 2016). Katie Leimkuehler de Social Media Today, en su artículo *How Social Media is Changing the Publishing Industry* (2012), menciona, que el Internet le ha permitido a los editores obtener de manera efectiva una especie de *momentum* o impulso de márketing incluso antes de que sean lanzados los libros, generando expectativas, rumores y anticipación, cosa que no se hacía antes.

Un ejemplo de esa estrategia es del exitoso autor John Green que ha sobresalido en el género de la literatura juvenil (*young adult fiction*). Cuenta con varios títulos que se encuentran en la lista de los “Más vendidos” del New York Times, tiene aproximadamente 24 millones de copias impresas en más de 55 idiomas diferentes y ha sido premiado por su escritura. En el 2009 ganó el Edgar Award al “mejor misterio para adultos jóvenes” por su novela *Ciudades de papel* (2008). Su libro *Bajo la misma estrella* (2012) fue elegido como el libro no. 1 de la revista TIME. Green comparte un canal de YouTube con su hermano, llamado “vlogbrothers”, y es un usuario activo en varias redes sociales, como Twitter y Tumblr. A través de las redes sociales es que logró que *Bajo la*

*misma estrella* (2012) recibiera el título de *best seller* incluso antes de que se imprimiera. Esto lo logró a través de Twitter, en donde promocionaba fuertemente su trabajo, tuiteando promesas de firmar todas las copias que fueran pre-ordenadas (Huckle, 2016).

Twitter no es la única red social que se utiliza como medio de márketing en la industria, sino que YouTube también se ha convertido en una de las plataformas preferidas cuando captó la atención de los editores al observar el márketing generado por los mismos usuarios. YouTube tiene más de mil millones de usuarios en todo el mundo y casi un tercio de los usuarios de Internet lo utilizan y pasan millones de horas consumiendo videos y generando grandes cantidades de visitas. Rápidamente fue atractiva la idea de utilizar a la plataforma como una red social entre un grupo demográfico desde 18 a 38 años, entre quienes la plataforma es 60% más popular que la televisión (knkPublishing, 2016).

La popularidad de YouTube ha aumentado significativamente en la última década, creciendo constantemente en cantidad de suscriptores. Se encuentran una variedad muy amplia de contenidos, como videos de belleza, juegos, *vlogs* (como se conocen a los *video blogs*), entre otros, y es el medio perfecto para subir y ver videos creados por cualquiera que esté dispuesto a compartir sus intereses con el mundo. Ha llamado, entonces, la atención de varias industrias, incluida la industria editorial, como un medio ideal para interactuar e involucrar a la audiencia y, consecuentemente, comercializar productos (Brekelmans, 2017). Ahora tiene más poder un video de alguien hablando sobre un producto que un reporte escrito de él. Aquí es en donde las editoriales aprovechan esa oportunidad para ampliar su mercado.

Las editoriales han desarrollado estrategias de márketing utilizando YouTube para llegar de manera más directa con audiencias jóvenes que se mueven con la tecnología. Como un gran número de lectores prefieren y consumen contenido en plataformas digitales, la interacción con la audiencia se ha vuelto vital para las editoriales. Kristin Fassler, de Penguin Random House, estaba de acuerdo y afirmaba la importancia de la plataforma, diciendo al respecto: «YouTube es el segundo motor de búsqueda más grande, lo que el video es muy importante» (Brekelmans, 2017). Ahora utilizan YouTube para difundir contenido de márketing, como tráilers de libros o entrevistas

con los autores. Sin embargo, ha surgido una nueva estrategia que resulta muy efectiva en la promoción de los libros: la que es generada por los mismos consumidores (Huckle, 2016).

El *BookTuber* es una persona que pertenece a la comunidad digital en línea *BookTube* de ávidos lectores que disfrutan compartiendo su pasión por los libros con una audiencia global. El uso del sufijo *Tube* viene de la plataforma YouTube y la forma en la que operan es mediante la carga periódica de videos orientados a libros. Ese contenido que generan ha contribuido significativamente a la tasa de éxito de la industria editorial. En los videos se dedican a mostrar sus recientes compras, brindar reseñas y recomendaciones y generar desafíos de lectura para promover libros. El contenido genera muchas “vistas” y han provocado que los propietarios de los canales se conviertan en figuras conocidas dentro de la comunidad. Algunos *BookTubers* reconocidos y populares son “polandbananasBOOKS”, “Katytastic”, “abooktopia”, “PeruseProject”. Javier Ruescas, El Coleccionista de Mundos, Las Palabras de Fa, Raiza Revelles y Millones de Letras, entre otros, son algunos *BookTubers* latinoamericanos y españoles que, aunque trabajan con un mercado limitado, tienen presencia en las redes, han obtenido fama y juegan papel de influenciadores entre los lectores jóvenes. Cada uno de ellos tienen más de 100 mil suscriptores y generan más de 10 millones de visitas a sus canales. Inteligentemente, la industria editorial se comenzó a involucrar con ese fenómeno, utilizándolo como una estrategia alternativa de márketing. Con eso, garantizaban un alto volumen de publicidad que fomentaba el libro y poco esfuerzo y recursos de su parte invertidos en ese proceso (Huckle, 2016).

Parte del éxito de los *BookTubers* están en el hecho de que estos *vloggers* pertenecen a la misma demografía, o al menos bastante similar, a aquellos para los que hacen sus videos. Le ponen, además, un enorme esfuerzo a crear contenido visualmente atractivo que su público pueda disfrutar. El consumo de medios y el comportamiento en línea de la generación más joven han permitido que esta comunidad se convierta en un recurso importante para la industria editorial (Huckle, 2016). Estudios como el de knkPublishing han encontrado que el 70% de la gente del grupo demográfico de 18 a 38 años dijeron que les gusta utilizar *BookTube* como un medio para encontrar contenido nuevo para leer. Además, afirmaron que esto se debe a la autenticidad que perciben de los *BookTubers* y la interacción e intercambios auténticos dentro de la comunidad. Esas reseñas honestas han ayudado a que los libros se vendan de manera exitosa. Existen algunos

casos, incluso, de libros que fueron recomendados por *BookTubers* de renombre que dieron como resultado que los libros llegaran al *top cien* y que vendieran más de 6 millones de ejemplares (knkPublishing, 2016).

Sin embargo, la dinámica ha cambiado recientemente. La comunidad *BookTube* sigue siendo popular y cada vez va creciendo más. Se encuentran nuevos canales individuales que obtienen muchas reproducciones y suscriptores a sus canales y lo que ha provocado es que se comercialice y se profesionalice esa red en la medida en que las editoriales comienzan a trabajar con *BookTubers* conocidos. Esto, lamentablemente, trae a la mesa la interrogación sobre la autenticidad. Los usuarios cuestionan si, al firmar acuerdos con casas editoriales, los *BookTubers* todavía transmiten sus opiniones y pensamientos genuinos sobre el contenido que patrocinen (Huckle, 2016). No obstante, los lectores siguen consultando a los *BookTubers* y es incuestionable el efecto que han tenido en la industria editorial. Esta es una estrategia alternativa que permite promocionar contenidos, que ayudan a las ventas de los libros, y a la vez generar una interacción con los usuarios.

## **VI. LA EDICIÓN EN GUATEMALA: UN PANORAMA PARA LA EDICIÓN DIGITAL EN EL PAÍS**

El siguiente capítulo es una reseña acerca de la historia de la edición en Guatemala desde la introducción de la imprenta, elaborada por medio de revisión de literatura disponible y complementada por información proporcionada por los editores entrevistados. Además, la biblioteca de la Universidad del Valle de Guatemala proporcionó una base de datos de más de 3,900 libros sobre literatura guatemalteca y libros publicados en el país de temáticas variadas. Se llevó a cabo un análisis de la misma para determinar la mayor cantidad de editoriales e imprentas en el país a través de los años y poder así enriquecer la historia de la industria editorial. Seguido de eso, se contextualiza la edición en la actualidad, mencionando algunas de las editoriales que existen y las políticas del gobierno con respecto a los libros y la lectura.

Para finalizar, se plantea la postura de cuatro editoriales guatemaltecas para hacer frente a este mundo globalizado y tecnológico y permanecer dentro del mercado de los libros. Se presentarán los hallazgos de las entrevistas realizadas a distintos editores o personas que han tenido experiencias editoriales en Guatemala. En primer lugar, Eduardo Villalobos de la Editorial Santillana, presenta un vistazo acerca de la edición con enfoque en el ámbito educativo. Luego, Raúl Figueroa, de F&G Editores, orienta sus reflexiones hacia el mundo de las editoriales independientes y el paso del trabajo editorial artesanal a uno más industrial. Philippe Hunziker, por su parte, contribuye con la postura del librero, y no solo del editor, teniendo él la oportunidad de experimentar ambos papeles en la librería Sophos. Por último, Pep Balcárcel, de Pato/Lógica Editores, comparte su experiencia con libros electrónicos y la plataforma CreateSpace de Amazon, así como su aporte sobre la visión de la industria editorial guatemalteca. Los cuatro aportan información que ayuda a construir el panorama de la edición, tanto impresa como digital, en Guatemala que, aunque no es un mercado tan grande, igual tiene importancia y merece ser estudiado.

## 1. La edición en Guatemala

El 16 de julio de 1660 llegó a Guatemala la primera imprenta, introducida por fray Payo Enríquez de Rivera luego de haberse comunicado con fray Francisco de Borja, de México. Esto convirtió al país en la cuarta ciudad de las colonias españolas en tener una, luego de México (1539), de Lima (1584) y de Puebla (1640) (Hemeroteca PL, 2017). El impresor español José Pineda de Ibarra fue el operador y trabajó en ella durante 20 años hasta su muerte en 1680, dejándole la imprenta a su hijo, Antonio, quien la tuvo por cuarenta años más. Por casi más de cincuenta años esta fue la única imprenta del país y, al igual que las primeras imprentas que surgieron en el mundo, comenzó publicando textos de tipo religiosos (Escobar, s.f.). La primera publicación fue un sermón que fray Francisco Quiñones predicó en el convento de San Francisco y el primer libro fue un tratado teológico del mismo Enríquez de Rivera publicado en 1663 (Hemeroteca PL, 2017).

La segunda imprenta fue la del convento franciscano y comenzó a operar en 1714. Se estableció en 1724 la cuarta imprenta, dirigida por Inocente de la Vega. Esta fue la primera que fue objeto de persecución, pues en algunas publicaciones ridiculizaban al gobierno, a los funcionarios del Tribunal del Santo Oficio y a algunos pertenecientes a la alta aristocracia. Fue tan fuerte la represión que De la Vega tuvo que salir huyendo del país ya que para esa época no había quién velara por la libertad de expresión (Morales, 2016). En 1776, cuando la ciudad se trasladó al Valle de la Ermita, las imprentas se multiplicaron considerablemente y esto provocó que más gente tuviera acceso al contenido que se publicaba. Se comenzaron, entonces, a imprimir obras de artes, ciencias, agricultura, poesía, entre otras disciplinas. Las más conocidas de la época fueron la de Ignacio Beteta, la de Antonio Sánchez Cubillas y la de Joaquín Arévalo, quien tenía una producción grande de obras (Hemeroteca PL, 2017).

De acuerdo con Mario Francisco Ceballos, en su ensayo *Editorial del Ejército* (1973) se han registrado catorce imprentas a lo largo del período colonial, que concluyó en 1821 cuando se declaró la independencia de España. En 1960, en la conmemoración del tercer centenario de la introducción de la imprenta en el país, se publicaron los nombres de los propietarios de esas imprentas, como José de Pineda Ibarra, Antonio de Pineda Ibarra, Antonio de Velasco, Sebastián de Arévalo, Joaquín de Arévalo, entre otros. Muchos de ellos eran los mismos impresores y no

únicamente los dueños. Raúl Figueroa, de F&G Editores, menciona que en esa época no había una diferenciación clara entre el trabajo del impresor y el trabajo del editor. Generalmente, la misma persona fungía ambos roles y es por eso que el gremio de los tipógrafos solía estar conformado por personas muy cultas. De igual manera, no queda claro en qué punto de la historia se separaron los roles (Figueroa, 2018).

La edición y la imprenta en el país se movieron a un ritmo más despacio, comparado con Estados Unidos y algunos países de Europa. Durante muchos años, los centros tipográficos en Santiago de Guatemala seguían el sistema tradicional de impresión, ya que los materiales, como el papel y la tinta, eran escasos y se dificultaba la importación de ellos de España. Thelma de Pérez, la directora del Museo y Biblioteca de la Tipografía Nacional en el 2014, mencionaba que las máquinas de impresión que surgían a medida que se desarrollaba la tecnología, como el monotipo, el linotipo y el *offset*, que facilitaban el proceso de edición e impresión, no se reemplazaban entre sí, sino que seguían trabajando paralelamente a los avances modernos (Martínez, 2014).

A lo largo de los siglos XVIII y XIX, la principal fuente de publicación y difusión de obras políticas y literarias –especialmente cuentos y poemas– eran los diarios. Tal es el caso de Fray Matías de Córdova (1768-1829) cuyos textos principales fueron conocidos a través del periódico *El Pararrayo*, fundado por él mismo; Pedro Molina (1777-1854) director y escritor del periódico *El Editor Constitucional* y *El genio de la libertad*; el poeta Simón Bergaño y Villegas (1781-1829) cuyos textos fueron publicados tanto en diarios cubanos como en el periódico *Gazeta de Guatemala*. Dos ejemplos más son María Josefa García Granados (1796-1848) y José Batres Montúfar (1809-1844) quienes fundaron el periódico *Cien veces una*, en el que además de publicar ensayos y artículos políticos, se presentaba la obra poética o en prosa de distintos autores guatemaltecos. También José Milla y Vidaurre (1822-1882) se dio a conocer como escritor a través de los periódicos *La Gaceta Oficial* y *La semana*.

En 1892, el general José María Reyna Barrios, sobrino del general Justo Rufino Barrios, fue nombrado Presidente de Guatemala. Él había trabajado en una imprenta durante su juventud y, al estar consciente de la importancia de ella, dirigió esfuerzos para promover el avance del país. Sabía, entonces, que el gobierno necesitaba una imprenta propia para realizar todos los trabajos

oficiales, además de poder tener costos más económicos. El 19 de mayo de 1892 compró la imprenta El Modelo, que le pertenecía a los señores Sigüer, que llegó a convertirse en la Imprenta Nacional, llamada Tipografía Nacional. En un principio la dirigía el escritor José María Vela Irisarri y tenían a su cargo la impresión de las recopilaciones de leyes, del Diario Oficial, documentos variados de las dependencias gubernativas, así como la edición de libros de texto para las escuelas, obras literarias y científicas. La inauguración se llevó a cabo el 7 de enero de 1894 y esa fue la fecha que registró como fundación oficial (Dirección General del Diario de Centro América y Tipografía Nacional, 2017). La Tipografía Nacional sería, en las primeras décadas del siglo XX, una de las principales editoriales de obras literarias. Un ejemplo de esto, es la publicación en 1902 de la obra poética de José Domingo Estrada (1855-1901); *El libro de la Tierra* de Osmundo Arriola en 1923; *El Solar de los gonzagas* de Carlos Wyld Ospina en 1924; entre otras.

Una revisión de la literatura disponible en bibliotecas y tesorios de distintas universidades muestra que no hay mucha información propiamente sobre las editoriales y de la historia de ellas en el país. La industria editorial en Guatemala existe, pero no es un campo que esté estudiado a profundidad, por lo que se ha dificultado encontrar información al respecto. La información disponible, aunque también escasa, se refiere a la evolución de la imprenta en el país, la cual da cuenta de que luego del período de independencia, al igual que en otros países de América Latina, se fundaron más talleres de impresión y se dio un aumento en la producción local, aunque la misma era más bien orientada a textos religiosos, educativos, así como a retratos conmemorativos, imágenes religiosas, partituras, mapas, diplomas, etiquetas y diarios que surgieron y desaparecieron a lo largo de los años (Hemeroteca PL, 2017).

No obstante, la industria editorial continuó su rumbo y en el siglo XIX podían encontrarse imprentas como Goubad y Cía., que publicaron *Historia de un Pepe* (1898) de José Milla; la Imprenta del Comercio, que publicó *Un viaje al otro mundo, pasando por otras partes* (1875) del mismo José Milla y la Tipografía de Arturo Síguere y el Establecimiento Tipográfico Popular.

Con el fin de proponer un panorama de la edición en Guatemala, se llevó a cabo una revisión de 3,964 libros de historia de Guatemala y de lengua y literatura de la base de datos de la biblioteca

de la Universidad del Valle de Guatemala para enriquecer la investigación. Los datos son parte de una muestra y a pesar de la falta de información sistematizada acerca del tema, sí permiten hacerse una idea de la dinámica de la edición y la publicación en Guatemala desde 1890. Los libros más viejos eran de finales del siglo, alrededor de la década de 1890, con los libros más recientes siendo de este siglo hasta el presente año. Las categorías se dividieron en: imprentas, editoriales y otros. Esta última categoría incluye instituciones y entidades que no eran imprentas ni editoriales, pero que sí habían publicado bajo su nombre, sin que constara el del impresor, algún contenido. Al estudiar los primeros tres cuadros, se observa que durante un buen tiempo en Guatemala, habían principalmente imprentas. Algunas de ellas, como la Tipografía Nacional o Goubaud y Cía., eventualmente llegaron a convertirse en editoriales también, aunque no hay un récord claro del momento exacto en el que lo hicieron.

**Cuadro 1. Imprentas y editoriales de Guatemala (1890 – 1899)**

Nombre	Imprenta	Editorial
Establecimiento Tipográfico Popular	X	
Goubaud y Cía.	X	X
Tipografía de Arturo Siguere	X	
Tipografía Nacional	X	X

**Cuadro 2. Imprentas y editoriales de Guatemala (1900 – 1910)**

Nombre	Imprenta	Editorial	Otros
Departamento de Artes Gráficas			X
Tipografía Nacional	X	X	
Tipografía Sánchez & De Guise	X	X	

**Cuadro 3. Imprentas y editoriales de Guatemala (1911 – 1920)**

Nombre	Imprenta	Editorial	Otros
Tipografía Arte Nuevo	X		
Tipografía Nacional	X	X	
Tipografía Sánchez & De Guise	X	X	

Es interesante notar que es hasta la década de 1930 que aparecen las primeras editoriales. Si se observa el Cuadro 4 (1921 – 1930), todavía predominan las imprentas y aquellos establecimientos que eran tanto imprentas como editoriales. En cambio, en el Cuadro 5 (1931 – 1940) aparecen tres que únicamente eran editoriales: el Centro Editorial, la Editorial Cultura y la Editorial Escolar Piedra Santa Igualmente, a principios del siglo apareció la Tipografía Sánchez & De Guise, que

ha sido una de las editoriales privadas con más relevancia del siglo XX. Publicaron a muchos autores guatemaltecos y gozaron de ser una de las editoriales populares y conocidas por las personas (Figuroa, 2018).

<b>Cuadro 4. Imprentas y editoriales de Guatemala (1921 – 1930)</b>			
<b>Nombre</b>	<b>Imprenta</b>	<b>Editorial</b>	<b>Otros</b>
Casa Colorada, Marroquín Hermanos	X		
Diario de Guatemala			X
Imprenta Electra	X		
Imprenta Gutenberg	X		
La Patria	X		
Sánchez & De Guise	X	X	
Sociedad de Geografía e Historia de Guatemala			X
Tipografía Nacional	X	X	
Tipografía San Antonio	X		
Unión Tipográfica	X	X	
Universidad Nacional (USAC)	X	X	

<b>Cuadro 5. Imprentas y editoriales de Guatemala (1931 – 1940)</b>			
<b>Nombre</b>	<b>Imprenta</b>	<b>Editorial</b>	<b>Otros</b>
Centro Editorial		X	
Compañía General de Artes Gráficas	X		
Editorial Cultura		X	
Editorial Escolar Piedra Santa		X	
Imprenta Electra	X		
Imprenta Fénix	X		
Imprenta Muñoz-Plaza	X		
Sánchez & De Guise	X	X	
Tipografía Arte Nuevo	X		
Tipografía El Santuario	X	X	
Tipografía Nacional	X	X	
Tipografía San Antonio	X		
Unión Tipográfica	X	X	

En la década de 1940, durante los años de la revolución, el nacimiento de más imprentas y editoriales no fue muy significativo, pero sí estaba en aumento. Casi al final, alrededor de 1949, se fundó la editorial de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Raúl Figuroa comentaba que la editorial contaba con muchísima maquinaria, pues trabajaban como imprenta al mismo tiempo (Figuroa, 2018). Por otro lado, en 1948 vino a radicar en el país Bartolomeu Costa-Amic, un

político y editor español que había trabajado en México. Dirigió la editorial B. Costa-Amic y la editorial del Ministerio de Educación Pública. En cuatro años, publicó alrededor de 850,000 ejemplares, cosa que no se había visto antes en Guatemala. Trabajó, además, con Miguel Ángel Asturias y se cree que fue él quien propuso el título *El Señor Presidente*. Tuvo que regresar a México luego de que se diera a cabo el golpe militar de Carlos Castillo Armas (Altres Costa-Amic Editores, s.f.) En el 2017, la Gremial de Editores le otorgó un reconocimiento al mérito editorial de Bartolomeu Costa-Amic por su extraordinaria labor en el país.

<b>Cuadro 6. Imprentas y editoriales de Guatemala (1941 – 1950)</b>			
<b>Nombre</b>	<b>Imprenta</b>	<b>Editorial</b>	<b>Otros</b>
B. Costa-Amic		X	
Centro Editorial		X	
Comité Central de la Feria Nacional			X
Ediciones Saker-Ti		X	
Editorial Cultura		X	
Imprenta Gutenberg	X		
Imprenta Hispania	X		
Imprenta Iberia	X		
Imprenta Minerva	X		
Imprenta y Litografía Cifuentes	X		
Instituto Indigenista Nacional (Mineduc)			X
José de Pineda Ibarra	X	X	
Ministerio de Educación Pública			X
Sánchez & De Guise	X	X	
Tipografía Nacional	X	X	
Tipografía San Antonio	X		
Unión Tipográfica	X	X	
USAC	X	X	

Lo que se puede observar en la siguiente década (1950), en el Cuadro 7, es un aumento significativo en la cantidad de entidades (entiéndase imprentas, editoriales e instituciones o asociaciones) que publicaron. Con un total de 18 en la década previa, en este nuevo período hubo un total de 38 entidades registradas y la gráfica 1 da una idea de esa tendencia. La industria editorial en Guatemala gozó de un período de avance y crecimiento en ese tiempo. Sin embargo, en las siguientes tres décadas (cuadros 8, 9 y 10) Guatemala se topó con un atraso a nivel editorial. Aunque hubo publicaciones, la mayoría eran de instituciones del gobierno y casi muy poco de editoriales.

En este siglo, Guatemala vivió uno de los períodos más duros de su historia: el Conflicto Armado Interno. Esta guerra duró 36 años, entre 1960 hasta 1996, y fue un período de mucho temor e inestabilidad política para el país. Basta con ver el caso del escritor Luis de Lión que fue secuestrado el 15 de mayo de 1985 por el ejército y está desaparecido desde entonces. La censura y la represión caracterizaron ese período y no fue sino hasta después del conflicto que los escritores pudieron representar a través del arte ese período vivido. En palabras del escritor Ronald Flores: «En términos nacionales, se trata de una reconciliación tardía, pero necesaria, de un reconocimiento del aporte literario de los sobrevivientes de la guerra» (Díaz Sabán, 2014). Cristóbal Pacheco, en su artículo *Libros prohibidos en Guatemala: una historia de la censura (última entrega)* (2018), argumenta que la censura durante ese período, que prohibía fuertemente ciertos tipos de lectura y obligaba a las personas a esconder o deshacerse de los libros, ha contribuido, muchas veces inconscientemente, a la pobre cultura lectora de Guatemala.

Asimismo, los años setenta fue un período en el que el país vio el nacimiento de muchas librerías. Raúl Figueroa lo atribuía al hecho que luego del gobierno de Arana, el gobierno de Kjell fue menos represivo y proporcionó un poco más de movilización popular. Muchas de las grandes librerías importantes del país surgieron en esa época, como la librería Tuncho Granados, El Tecolote, la Librería Altamira, la Librería Proa, la Librería Minerva, entre otras. Muchas de ellas desaparecieron en la década de 1980 y principios de la de 1990, que fueron los años más duros de la guerra. La censura probablemente jugó un papel grande en esas desapariciones (Figueroa, 2018).

<b>Cuadro 7. Imprentas y editoriales de Guatemala (1951 – 1960)</b>			
<b>Nombre</b>	<b>Imprenta</b>	<b>Editorial</b>	<b>Otros</b>
B. Costa-Amic		X	
Centro Editorial		X	
Dirección General de Bellas Artes			X
Dirección General de Seguridad Nacional			X
Ediciones Saker-Ti		X	
Editorial del Ejército		X	
Fondo de Cultura Económica		X	
Gráficos Díaz-Paiz	X		
Imprenta El Faro	X		
Imprenta El Quetzal	X		
Imprenta Gutenberg	X		
Imprenta Hispania	X		

Nombre	Imprenta	Editorial	Otros
Imprenta Iberia	X		
Imprenta La Cultura	X		
Imprenta Municipal	X		
Imprenta Real	X		
Imprenta Soto	X		
Instituto Guatemalteco Americano			X
José de Pineda Ibarra	X	X	
Ministerio de Cultura y Deportes			X
Ministerio de Educación Pública			X
Movimiento de Recuperación Nacional del Ejército de Liberación			X
Museo Popol Vuh			X
Oscar De León Palacios		X	
Piedra Santa		X	
Publicaciones del Ministerio de Relaciones Exteriores			X
Sánchez & De Guise	X	X	
Secretaría de Divulgación, Cultura y Turismo de la Presidencia de la República			X
Seminario de Integración Social Guatemalteca			X
Talleres de Imprenta Pablo R. Torres	X		
Tikal Ediciones		X	
Tipografía América	X		
Tipografía El Norte	X		
Tipografía Nacional	X	X	
Tipografía San Antonio	X		
Unión Tipográfica	X	X	
URL		X	
USAC	X	X	

**Cuadro 8. Imprentas y editoriales de Guatemala (1961 – 1970)**

Nombre	Imprenta	Editorial	Otros
B. Costa-Amic		X	
Casa de la Cultura de Occidente			X
Centro Editorial		X	
Comercial Tipográfica	X		
Editorial del Ejército		X	
Editorial Iberia-Guthenberg		X	
Fondo de Cultura Económica		X	
Imprenta Marroquín Hermanos	X		

Nombre	Imprenta	Editorial	Otros
Instituto Centroamericano de Población y Familia			X
Instituto de Antropología e Historia			X
Instituto Geográfico Nacional			X
José de Pineda Ibarra	X	X	
Ministerio de Educación Pública			X
Municipalidad de Guatemala			X
Piedra Santa		X	
Seminario de Integración Social Guatemalteca			X
Tipografía El Norte	X		
Tipografía Nacional	X	X	
Tipografía San Antonio	X		
Unión Tipográfica	X	X	
URL		X	
USAC	X	X	

**Cuadro 9. Imprentas y editoriales de Guatemala (1971 – 1980)**

Nombre	Imprenta	Editorial	Otros
B. Costa-Amic		X	
Centro Editorial		X	
Colegio Americano de Guatemala			X
Cultura Centroamericana			X
Editorial del Ejército		X	
Editorial Gabancas		X	
Escuela de Historia			X
Facultad de Ciencias Económicas, USAC			X
Facultad de Humanidades, USAC			X
Instituto de Antropología e Historia			X
Instituto Geográfico Nacional			X
Instituto Indigenista Nacional			X
José de Pineda Ibarra	X	X	
Ministerio de Educación Pública			X
Ministerio de Finanzas			X
Ministerio de la Defensa Nacional			X
Ministerio de Relaciones Exteriores			X
Municipalidad de Guatemala			X
Piedra Santa		X	
Prensa Libre			X
Serviprensa Centroamericana	X	X	
Siglo Veintiuno Editores			X

Nombre	Imprenta	Editorial	Otros
Sociedad de Geografía e Historia de Guatemala			X
Tipografía Nacional	X	X	
Unión Tipográfica	X	X	
USAC	X	X	

**Cuadro 10. Imprentas y editoriales de Guatemala (1981 – 1990)**

Nombre	Imprenta	Editorial	Otros
Academia de Geografía e Historia de Guatemala			X
Alianza Francesa Quetzaltenango			X
Archivo General de Centro América			X
Artemis Edinter		X	
Asociación de Investigación y Estudios Sociales (ASIES)			X
B. Costa-Amic		X	
Centro de Estudios Folklóricos, USAC			X
CIRMA	X		
Comité de Arte y Cultura, Banco de Guatemala			X
Consejo Nacional para la Protección de la Antigua Guatemala			X
Delgado Impresos	X		
Ediciones del Organismo Judicial de Guatemala			X
Editorial Cultura		X	
Editorial del Ejército		X	
Fondo de Cultura Económica		X	
Grupo Literario Editorial Rin-78		X	
Imprenta Loyola	X		
Imprenta VICMART	X		
Instituto Indigenista Nacional			X
José de Pineda Ibarra	X	X	
Litográfica de Quetzaltenango	X		
Ministerio de Cultura y Deportes			X
Ministerio de Educación Pública			X
Ministerio de Relaciones Exteriores			X
Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social			X
Museo Ixchel del Traje Indígena			X
Museo Popol Vuh			X
Oscar De León Palacios		X	

Nombre	Imprenta	Editorial	Otros
Papelera Fuentes	X		
Piedra Santa		X	
Seminario de integración Social Guatemalteca			X
Serviprensa Centroamericana	X	X	
Siglo Veintiuno Editores			X
Talleres Gutenberg de J. M. Ordóñez	X		
Tipografía Nacional	X	X	
URL		X	
USAC	X	X	
UVG		X	

No fue sino una vez terminada la guerra, durante la década de 1990, en que la producción editorial guatemalteca empezó a resurgir nuevamente. Nacieron nuevas editoriales, nuevos autores y nuevas librerías (F&G Editores, 2000). Esa ha sido la tendencia desde entonces (cuadros 11, 12 y 13). Adicionalmente, hay más editoriales que son las que publican y no las imprentas quienes tienen el rol principal. La Gráfica 1 muestra el total de entidades que se registraron en esa base de datos a partir de 1890. La Gráfica 2 muestra las tendencias de publicación de las editoriales, las imprentas y las demás entidades, como instituciones del gobierno o fundaciones y asociaciones.

<b>Cuadro 11. Imprentas y editoriales de Guatemala (1991 – 2000)</b>			
Nombre	Imprenta	Editorial	Otros
Academia de Geografía e Historia de Guatemala			X
Artemis Edinter		X	
ASIES			X
Asociación para el Avance de las Ciencias Sociales (AVANCSO)			X
Banco de Guatemala			X
Cholsamaj		X	
CIRMA	X		
Ediciones Rialp		X	
Editorial Cultura		X	
Editorial del Pensativo		X	
Editorial Marprin		X	
Editorial Palo de Hormigo		X	
Editorial Praxis		X	
Equipo de Antropología Forense de Guatemala (EAFG)			X

Nombre	Imprenta	Editorial	Otros
F&G Editores		X	
Facultad de Humanidades, USAC		X	
FLACSO		X	
Fondo de Cultura Económica		X	
Fondo de Cultura Editorial		X	
Foto Publicaciones	X		
Fundación G&T			X
Fundación Paiz			X
Fundación Yax Te'			X
IDESAC			X
Imprenta Aries	X		
Impresos Industriales	X		
Litografía Van Color	X		
Magna Terra		X	
Ministerio de Cultura y Deportes			X
Ministerio de Educación Pública			X
Museo Ixchel del Traje Indígena			X
Nuevo Signo			X
Oscar De León Palacios		X	
Piedra Santa		X	
Procurador de los Derechos Humanos			X
Serviprensa Centroamericana	X	X	
Siglo Veintiuno Editores			X
Subcentro Regional de Artesanías y Artes Populares			X
Tipografía Nacional	X	X	
UFM		X	
Universidad Mariano Gálvez		X	
URL		X	
USAC	X	X	
UVG		X	

**Cuadro 12. Imprentas y editoriales de Guatemala (2000 – 2010)**

Nombre	Imprenta	Editorial	Otros
ASIES			X
Academia de Geografía e Historia de Guatemala			X
ADESCA			X
Ak'Kutan	X		
Artemis Edinter		X	
AVANCSO			X
Bancaffé			X

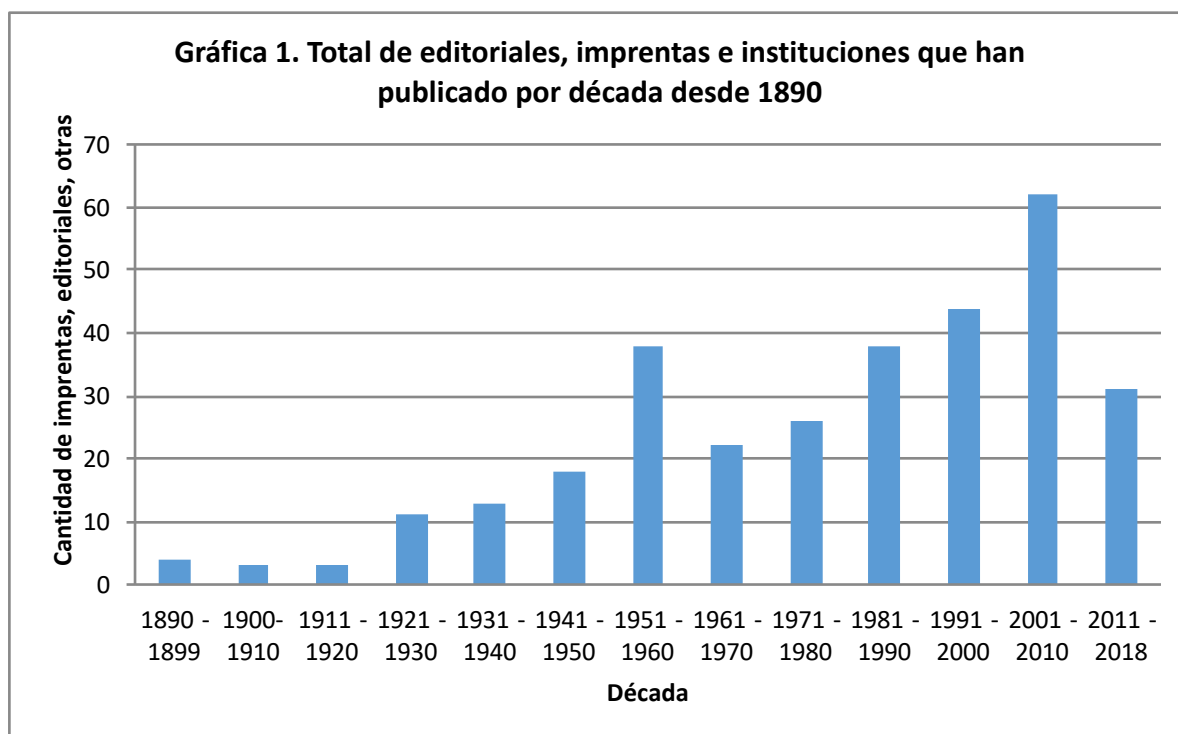
<b>Nombre</b>	<b>Imprenta</b>	<b>Editorial</b>	<b>Otros</b>
CALAS			X
CEDFOG			X
CEFOL, USAC		X	
Centro de Estudios Folklóricos, USAC		X	
Centro de Investigaciones Arqueológicas y Antropológicas, UVG		X	
Cholsamaj		X	
CIRMA	X		
Consejo Nacional de Áreas Protegidas (CONAP)			X
Consejo Nacional para la Protección de la Antigua de Guatemala			X
D'buk Editores		X	
Dirección General del Patrimonio Cultural y Natural			X
Ediciones Don Quijote	X		
Ediciones ICAPI	X		
Ediciones Papiro		X	
Editorial Cultura		X	
Editorial del Pensativo		X	
Editorial GeoPlaneta		X	
Editorial La Tatuana		X	
Editorial Maya Na'oj		X	
Editorial X		X	
F&G Editores		X	
Facultad de Educación, UVG		X	
FLACSO		X	
Fondo de Cultura Económica		X	
Fondo Editorial PAJ-FSG		X	
Fundación Mario Monteforte Toledo			X
Fundación Myrna Mack			X
Fundación Pantaleón			X
Fundación Patrimonio Cultural y Natural Maya (Pacuman)			X
Fundación Solar			X
Fundación Yax Te'			X
Imprenta Ran-Her	X		
INGUAT			X
Instituto de Estudios Interétnicos, USAC		X	
Instituto de Gerencia Política			X
Letra Negra		X	
Magna Terra		X	

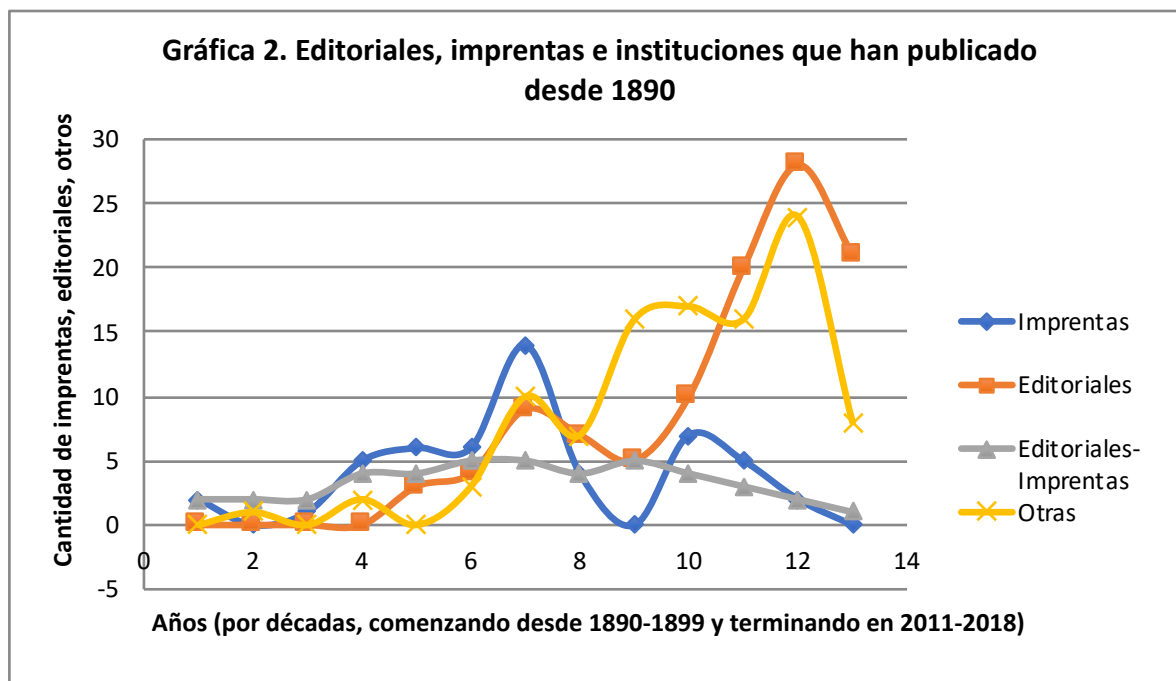
Nombre	Imprenta	Editorial	Otros
Mayab'Ja Editoras		X	
Ministerio de Cultura y Deportes			X
Ministerio de Educación Pública			X
Municipalidad de Guatemala			X
Museo de Ixchel del Traje Indígena			X
Nojib'sa		X	
Oscar De León Palacios		X	
Piedra Santa		X	
PNUD			X
Serviprensa Centroamericana	X	X	
Siglo Veintiuno Editores			X
Tipografía Nacional	X	X	
UFM		X	
URL		X	
USAC		X	
UVG		X	
Vueltegato Editores		X	
Xibalbá Publicaciones		X	

**Cuadro 13. Imprentas y editoriales de Guatemala (2011 – 2018)**

Nombre	Imprenta	Editorial	Otros
Academia de Geografía e Historia de Guatemala			X
ADESCA			X
Artemis Edinter		X	
ASIES			X
AVANCSO			X
Cara Parens, URL		X	
Catafixia Editorial		X	
Centro Editorial Vile		X	
Cholsamaj		X	
Ediciones Contrabando		X	
Editorial Cultura		X	
Editorial del Pensativo		X	
Editorial Episteme		X	
Editorial Palo de Hormigo		X	
Editorial X		X	
F&G Editores		X	
FLACSO		X	
Fondo de Cultura Económica		X	
Magna Terra		X	

Nombre	Imprenta	Editorial	Otros
Ministerio de Cultura y Deportes			X
Museo Ixchel del Traje Indígena			X
Museo Popol Vuh			X
Oscar De León Palacios		X	
Pato Lógica		X	
Piedra Santa		X	
Santillana		X	
Serviprensa Centroamericana	X	X	
Siglo Veintiuno Editores			X
Sophos		X	
UFM		X	
URL		X	
USAC		X	





En 1989 se publicó la Ley del Fomento del Libro. Esta establece que «la finalidad del Estado es crear un sistema de apoyo a las editoriales». En ella se habla además que se velará para que exista una oferta variada y que se hará promoción de bibliotecas. Nada de eso se cumple al pie de la letra. Lo que sí ha sido rentable es el negocio del libro de texto y, por ende, las editoriales de contenidos educativos. Gerardo Guinea, en su artículo *La crisis y el libro independiente* (2016) menciona que entre el 2006 y el 2010 las importaciones de libros de texto ascendieron a casi 200 millones de dólares, según el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe. Para el 2012, Guatemala era el segundo importador de libros en Centroamérica.

Por ejemplo, en 1997 una maestra y artista guatemalteca fundó la Industria Editorial Guatemalteca, S. A. (INDEGUA), junto con su hijo, luego de ver la necesidad de mejorar los manuales escolares existentes en el país. Ella ya había diseñado y creado unos libros de Artes Plásticas para que se pudiera enseñar de manera práctica y sencilla el arte. A petición de varios docentes, quienes buscaban tener materiales académicos de la mejor calidad y que fueran nacionales, comenzó a proveer publicaciones que tuvieran contenido que respondieran a las mallas curriculares que el Ministerio de Educación estableciera, así como acoplándose a las necesidades de los estudiantes guatemaltecos (INDEGUA, 2018).

Además, con tantos centros educativos y más de 129 mil maestros, no existen políticas públicas sobre los libros, la lectura, la escritura y el fomento de nuevas bibliotecas. A esto se le suma el hecho que las editoriales deben pagar impuestos por producir, vender y distribuir libros. No hay leyes que fomenten y faciliten un crédito favorable para el sector independiente editorial, a pesar de que ha sido el que más le ha apostado a la publicación de novela, cuento, poesía, literatura infantil, entre otros. Estas son algunas de las deficiencias con las que la industria editorial guatemalteca debe lidiar (Guinea Diez, 2016).

Esta industria en Guatemala es bastante interesante. Pocas veces las editoriales cuentan con recursos económicos para poder editar y producir libros; y, si se cuenta con él, no suele ser muy grande. Raúl Figueroa, editor de F&G, comentaba lo siguiente: «En el país tratamos de tener un calendario de lo que se lanzará al mercado, pero a veces es un poco difícil definir lo que publicaremos por la falta de financiamiento» (Redacción Cultura, 2016). Sin embargo, eso nunca ha detenido a las editoriales y el 2017 fue un año especial, dado que se cumplieron 50 años de la entrega del premio Nobel a Miguel Ángel Asturias.

Guatemala cuenta con la Gremial de Editores, que es una entidad que se fundó en 1989 y tienen como visión apoyar en la industria del sector editorial y proteger sus intereses comunes. Promueven la lectura y escritura en el país, así como la búsqueda de oportunidades para el desarrollo de la industria a nivel nacional e internacional. Son, incluso, la Agencia de ISBN (*International Standard Book Number*) y cuentan con el apoyo del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina (CERLALC). Asimismo, ellos plantean que uno de los aspectos esenciales para el fomento de la lectura es realizar proyectos que lleguen a todos los sectores de la población, por lo que se involucran en programas de lectura, de educación y de cultura. Además, colaboran con las editoriales para que sean más rentables en otros mercados, creando espacios de servicio que faciliten al público la búsqueda de libros y autores (CIG, 2016).

Luis Valla, en su artículo *Editoriales independientes y alternativas de Guatemala* (2018), menciona que los espacios para que nuevos escritores puedan ser publicados son muy reducidos, caros y a veces elitistas. En respuesta a ese fenómeno, nacen editoriales a manera de proyectos independientes que pretenden apoyar la literatura y el arte en general. Todos estos sellos editoriales

surgieron con diferentes propuestas, así como distintos intereses, ilustraciones, temáticas y material editorial que buscaba nuevos públicos. No obstante, todas tenían un mismo fin: visibilizar y darle voz a los que no la tenían. Algunas de estas editoriales son: Ediciones Bizarras, Editorial X, Catafixia Editorial, Alambique Cartonera, Quimera, El Pensativo, Alas de Barrilete, Cholsamaj, Nawal Wuj, entre otros (Mendieta, 2014).

Cholsamaj y Nawal Wuj son editoriales que publican diccionarios, estudios sociales, antropológicos, históricos y acerca de cosmogonía en diferentes lenguas: cachiuel, zutujil, etc. Ambas nacieron de la necesidad de recopilar las lenguas que se hablan en Guatemala, así como sus historias y culturas. El esfuerzo que hacen es muy grande, ya que son autofinanciadas y no reciben ayuda de ningún organismo, únicamente para proyectos puntuales que les ha permitido imprimir algunos libros (Mendieta, 2014).

Madeline Mendieta tuvo la oportunidad de conversar con Luis Méndez Salinas, el director de Catafixia Editorial, en la IX Feria del Libro de Guatemala 2014. Él, junto con Carmen Lucía Alvarado, dirigen la editorial y en el 2010 comenzaron publicando a poetas guatemaltecos. Cuatro años después, ya habían publicado a otros autores de Latinoamérica e incluso España, como Raúl Zurita. Si de algo se jactaban era en su consistencia y que mantienen un ritmo de publicaciones que ahora les permite ofrecer más de 60 títulos. Conscientes de que el género de poesía no es el más popular, han hecho esfuerzos para crear colaboraciones con otras editoriales, con otros editores, y se esmeran por producir libros que, no solo tengan calidad de contenido sino del diseño también, ya que fusionan el arte visual con la poesía.

Finalmente, Mendieta (2014) comentaba acerca de La Valiente, que es un movimiento editorial que se autodefine por realizar trabajo “editorialmente valiente”. El poeta Simón Pedroza es quien lo dirige y ha reunido a varios sellos editoriales, como Alas de Barrilete, Equis, Chuleta de cerdo, Amanuense, entre otras, que, como muchas independientes, trabajan con presupuestos propios. La mayoría de estos libros son de confección artesanal. El esfuerzo, que mezcla a tan variados sellos editoriales, con propuestas distintas en cuanto a temática y presentación, le ofrece tanto a los autores como al público un abanico de opciones en donde se conocen a artistas que crean sus libros

como un arte-objeto. El slogan que utilizan, y que describe perfectamente lo que son, es: «Un lugar para los artesanos de la palabra» (Mendieta, 2014).

No obstante, la cultura de lectura en el país no es muy fuerte. Para el 2016, Guatemala tenía una tasa de 12.3% de analfabetismo, siendo todavía el primer país con mayor número de personas que no sabían leer ni escribir (Morales Chúa, 2018). En el 2010, el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cerlalc) realizó un estudio titulado *Dinámica de la producción editorial centroamericana* y este mostró una falta de producción en la región, así como poco consumo de libros. Guatemala reveló que la población lee menos de un libro al año por habitante y únicamente el 1% de la población lee por placer. Ya sea por el miedo residual que todavía queda por la censura durante la guerra civil o por la falta de regulaciones que hacen que los libros sean poco accesibles, se puede observar un círculo vicioso que impide que Guatemala mejore. La industria editorial se encuentra actualmente en un contexto sociocultural que no es el más adecuado (Quijada, 2014).

## **2. Santillana**

Grupo Santillana o Santillana Educación, antes conocido como Santillana Ediciones Generales, fue fundado en 1960 por Jesús de Polanco y Francisco Pérez González en Santillana del Mar, España y es un grupo de editoriales que se dedican, en su mayoría, a la edición de libros de texto y contenido educativo (Hernanz, 2010). Cuentan con presencia en España, 18 países de Iberoamérica, Estados Unidos, el Reino Unido y Portugal. En sus primeros años se dedicaban únicamente a contenido educativo y que estuviera relacionado con la enseñanza, pero en la década de los setenta ampliaron su catálogo (Rodríguez, 2011). Sin embargo, tuvieron que hacer una reestructuración debido a una gran deuda económica y perdieron varios de los sellos editoriales que producían contenido literario y de ficción como Alfaguara, Taurus, entre otros. Regresaron, entonces, con su enfoque meramente educativo y dejaron a un lado la edición literaria, exceptuando la literatura infantil y juvenil (Arranz, 2016) (Ibáñez, 2010).

Guatemala es uno de los países Iberoamericanos que cuenta con una oficina de la editorial en el país. La sede se encuentra en la ciudad capital y gerencian el área de Centroamérica Norte, que

incluye Guatemala, El Salvador y Honduras. Eduardo Villalobos, editor en Santillana y jefe del departamento de Innovación, compartió su experiencia dentro del mundo editorial, la cual inició cuando se introdujo en él en 1995 en una editorial local, Oscar de León Palacios. Allí comenzó realizando pequeñas correcciones, haciendo textos de contracubiertas y creando relación de la editorial con los medios. Más que solo corregir libros, el trabajo editorial implica también llevar un libro a los medios para darlo a conocer, para que se difunda, y eso fue lo que Villalobos hizo en sus primeros años como editor (Villalobos, 2018).

Unos años después, comenzó a trabajar en la edición de la revista *La Ermita*, una revista cultural muy interesante de mediados de la década de los noventa que la dirigía Marco Antonio Flores, escritor de la famosa novela guatemalteca *Los compañeros*. En ella se publicaban textos de creación literaria, ensayos, gráficas de artistas, entre otros, y Villalobos laboró durante siete años en ese proyecto. Paralelamente, empezó a realizar trabajos de *freelance*, editando material para diferentes clientes, como la Facultad de Agronomía de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Además, hizo un poco de periodismo cultural en Terra Networks, una de las primeras empresas de contenidos digitales que entraron a Guatemala (Villalobos, 2018).

Fue durante ese período que comenzó su relación con Santillana. Allí hacía correcciones como *freelance* y con el paso del tiempo pasó por las diferentes etapas del proceso editorial. Realizó autorías de contenidos educativos y comenzó a trabajar formalmente como editor cuando lo contrataron en la editorial en el 2003. De editar libros de texto, pasó a coordinar una área mucho más grande de la editorial, la humanística. Actualmente tiene a su cargo el departamento de Innovación, que se encarga de crear plataformas de contenidos principalmente digitales, y todos los libros del sello *Loqueleo*, que es la línea de literatura infantil y juvenil del grupo (Villalobos, 2018).

Villalobos sostiene que uno de los cambios más significativos dentro de la industria editorial es que la importancia del márketing editorial se ha instalado de manera cada vez más decidida en las editoriales. Esa consciencia de que la publicación de un libro debe implicar cierta repercusión mediática para tener acceso a públicos cada vez más amplios es lo que se ha ido instalando. Pero no se ha instalado únicamente en la industria, sino a nivel de autores tanto de libros de interés

como de obras literarias. Mencionaba el caso del escritor Roberto Bolaño en donde estaba la calidad literaria del autor por un lado y por otro toda una campaña por parte de la editorial Anagrama por convertirlo en un autor importante, conocido y reconocido en los círculos académicos y medios especializados (Villalobos, 2018). No bastaba únicamente el talento del autor, sino que se necesitó de todo un proceso de márketing para que el público lo conociera.

Asimismo, mantiene también que las nuevas tecnologías han impactado directamente a las editoriales, en relación a cómo se dan a conocer los contenidos. Por un lado están las redes sociales que facilitan la difusión de la información y por otro, todas las herramientas tecnológicas con las que una editorial cuenta hoy en día. Por dar un ejemplo, la llegada de nuevos formatos, específicamente formatos digitales, implica que ahora una editorial debe pensar no solamente en el papel, sino también en los canales de distribución digital y en formatos digitales. Ahora se tiene que considerar en qué formato se hará un libro, qué plataformas se utilizarán y es obvio que eso ha modificado a la industria. Adicionalmente, Villalobos agrega que la producción del libro de papel también se ha ido afinando gracias a la tecnología. Procesos como las pruebas de imprenta han cambiado y ahora son mucho más fáciles (Villalobos 2018).

Esos mismos cambios que han ocurrido en la industria editorial de manera global también han afectado a la industria editorial guatemalteca. Sin embargo, él resalta que no hay que olvidar que esta industria en Guatemala es bastante limitada, con un mercado bastante limitado, pero aún así la edición ha tenido que mantenerse al día. En Guatemala, tanto como en España o en México o en China, se tiene que pensar también en estrategias para hacer llegar los libros o contenidos a los lectores. Aunque sea a menor escala, todo influye en el país también y no queda libre de los avances modernos (Villalobos, 2018).

La tecnología ha permitido, además, que las editoriales ya no tengan la exclusividad o un espacio privilegiado en cuanto a la difusión de contenidos. Ahora existe la posibilidad que un autor se autoedite y que pueda colocar sus libros en canales como Amazon y han existido casos en donde esos libros resultan más exitosos que los que son lanzados por las editoriales. Por eso, Villalobos sostiene que el de ahora es un nuevo escenario saludable y mucho más democrático que el que existía antes. En Guatemala se cuenta con un mercado reducido y, además, no hay que dejar a un

lado las carencias que existen en el país, como el hecho que se lee muy poco y que, a diferencia de países como México, el libro debe pagar impuestos, por lo que aumentan los precios. Por eso los nuevos formatos o nuevas estrategias, como la impresión por demanda o los formatos digitales, le permiten a una editorial asumir la edición y el lanzamiento de un libro con menores recursos y aún así poder llegar a la gente (Villalobos, 2018).

En un principio, Villalobos había pensado que la tecnología iba a cambiar por completo muchas cosas de la lectura, pero ha podido comprobar que la realidad es distinta. Los lectores todavía prefieren el papel y, sin embargo, la tendencia a leer en formatos digitales sigue creciendo. Formatos como las revistas o los diarios son los más proclives a ese cambio. No hay duda que el libro en papel todavía conserva un lugar importante, pero todavía promueve la idea que las editoriales únicamente hacen libros y eso no es cierto. Las editoriales se encargan de llevar contenidos a las personas y eso implica también los formatos digitales. Bajo esa visión, la editorial Santillana ha desarrollado diferentes plataformas que pertenecen a esa categoría (Villalobos, 2018).

Una de las plataformas con las que Villalobos trabaja es Lectópolis, que es básicamente un programa de comprensión lectora. Además, tienen otros proyectos relacionados con la escritura, como Textópolis, y la tecnología ha permitido crear sistemas que tienen un acompañamiento automatizado. Pueden darle consejos a los alumnos sobre los tipos textuales que trabajan o señalar errores que cometen en la redacción, así como generar una revisión de ortografía, de fluidez y de riqueza léxica. Él hacía la observación que con esos nuevos formatos de lectura se perdía la intimidad, el olor y la textura del papel, pero a cambio ofrecía otra experiencia que de pronto podía ser más completa. Por dar un ejemplo, los libros digitales dan la opción de organizar las notas que uno tome, así como saber cuántas palabras se ha leído y cuánto tiempo se ha dedicado a la lectura y la facilidad de consultar un diccionario o información complementaria sobre cualquier tema (Villalobos, 2018).

La Editorial Santillana produce cada vez más y más contenido digital puesto que es parte de la visión de la empresa. Todos los libros que producen tienen versión digital y tienen pensado hacer formatos mucho más sofisticados para facilitar la lectura. Para ellos, ya es un estándar que sus

libros de literatura juvenil e infantil estén en digital, aun sabiendo que en Guatemala, en el mundo literario, lo digital todavía no tiene un lugar muy importante. No tienen que discutirlo porque es una decisión que ya está tomada. No obstante, la tendencia que han observado es que, dentro del ámbito educativo, probablemente en un par de años la mayoría de los contenidos serán digitales. Los mismos colegios son quienes demandan que los libros sean así (Villalobos, 2018).

En definitiva, Villalobos cree que el libro impreso no va a desaparecer pronto. En todo caso, se convertirá en un objeto suntuoso o como de colección. Probablemente tendrá un precio mayor o será un producto más exclusivo, pero no impedirá que ambos formatos, impreso y digital, coexistan y convivan. Lo más probable es que cada uno tome textos o áreas específicas, como lo digital ha tomado a lo educativo. Por lo que se refiere al libro digital como estrategia para atraer a más lectores en el país, defiende que es una buena oportunidad aunque todo depende de los lectores. En un país en donde los libros pagan impuestos, y por lo tanto pueden ser caros, el formato electrónico permitiría que se difundiera más contenido a más gente, siempre y cuando exista un proceso detrás de marketing aplicado a ese contenido para que el consumo sea mucho más fácil. La edición digital en Guatemala ha ido creciendo y es bastante promisorio su futuro. Esta es una etapa de convivencia y cada vez irá siendo más importante lo digital, pero esto no quiere decir que el papel llegará a su fin (Villalobos, 2018).

### **3. F&G Editores**

F&G Editores es una editorial independiente guatemalteca que fue fundada en 1994. Con casi 25 años de existencia, han logrado sobrevivir y consolidarse como una de las editoriales más importantes del país. A ellos les interesa recuperar la memoria histórica, así como construir una sociedad democrática y pacífica en donde haya respeto a los derechos humanos. Cuentan con varios puntos de venta en todo el país, así como presencia en casi toda Centroamérica, México, Estados Unidos, Colombia y algunos países de Europa. Raúl Figueroa, editor en F&G, compartió su experiencia y postura sobre la industria editorial (Alianza Internacional de Editores Independientes, s.f.).

Comienza relatando su historia en 1984 cuando salió del país en exilio y se fue a vivir un tiempo a Costa Rica. Figueroa había realizado algunos estudios sobre programación de computadoras y comenzó a trabajar en FLACSO, la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, una organización intragubernamental que se dedicaba a la difusión, investigación y docencia de las ciencias sociales (FLACSO, 2015). En ese momento, estaban trabajando la edición de un libro sobre estadísticas de Centroamérica, que pretendía ser un libro comparativo sobre estadísticas económicas, sociales y políticas de la región más Panamá y Belice. Durante esa época comenzaban a utilizarse más las computadoras personales y él comenzó como digitador, realizando registro de datos, generación de tablas y cuadros para luego crear los artes finales para la impresión del libro. Era mucha la información que tenía que procesarse y el uso de las computadoras era vital para que el proceso fuera mucho más sencillo. Por dar un ejemplo, tenían que crearse cuadros que tuvieran cifras comparables y él tenía que convertir datos absolutos en datos relativos, además de asegurarse de que no fuera a repetirse la información (Figueroa, 2018).

Luego de ese proyecto se quedó trabajando con ellos por un tiempo más. En 1986 comenzaron a hacer una colección de cuadernos que se llamaban *Cuadernos de Ciencias Sociales* y poco a poco fueron introduciendo el uso de la computadora para hacer más procesos, como los levantados de textos. A partir de ese momento, inició su trabajo en edición, aunque el enfoque fuera más hacia la diagramación (Figueroa, 2018).

Regresó a Guatemala en 1993 con la idea de trabajar en una editorial. Su objetivo inicial era trabajar únicamente con textos legales, dado que suelen ser textos bastante complicados y no siempre se encuentran buenas ediciones. Cuando se fundó la editorial, los primeros libros que sacaron fueron de leyes: el Código Penal y el Código Procesal Penal. A la fecha, siguen siendo los mejores códigos que hay en Guatemala y son de los libros que más demanda tienen. Del Código Procesal Penal sacaron cinco ediciones en cinco meses y actualmente tienen planes de trabajar en la edición número dieciséis (Figueroa, 2018).

Figueroa comenta que no conoce ningún proyecto editorial en Guatemala, que sea sólido, que desde el principio haya sido únicamente una editorial, con excepción a las editoriales transnacionales que ya tienen todo un respaldo económico detrás de ellas. Según él, las editoriales

nacionales han surgido gracias a un proceso de “construcción de a poquito”. Particularmente las editoriales independientes, y habla por experiencia personal, siempre han tenido que tener actividades alternas o paralelas a la construcción del fondo editorial. Además de ser editorial, se ofrecen servicios de imprenta o de librería. Así fue como comenzaron ellos. A la fecha siguen vendiendo libros y es parte del soporte económico que les permite tener un fondo para editar y publicar. Además, agregó que el pensamiento de las editoriales independientes suele ser “este libro merece ser publicado” y no “este libro va a vender” (Figuroa, 2018).

En su experiencia, los libros toman entre 5 a 8 años en vender 1,000 ejemplares. Cuando un libro tiene mucho éxito, en 3 o 4 años llegan a esa misma cifra de ventas. Son pocos los libros que logran vender 1,000 ejemplares en seis meses. Los libros que más éxito y movimiento tienen son los de algún tema político, ya que ha observado que a los guatemaltecos les interesa conocer tanto la actualidad como la historia reciente de Guatemala. Algunos de esos libros políticos que más se han vendido son *Rendición de cuentas* de Fuentes Knight, *Desde el cuartel* de Edgar Rubio Castañeda y *Revoluciones sin cambios revolucionarios* de Edelberto Torres-Rivas (Figuroa, 2018).

Si algo caracteriza a la editorial es que desde sus inicios se preocuparon por entregar productos de buena calidad y fueron de los primeros en el país en ser parte de esa innovación. Procuraban que sus libros tuvieran una tipografía limpia y que la impresión fuera de la mejor calidad. Evitaban entregar libros engrapados, que era algo que todavía se hacía en ese momento, y buscaban que el pegamento que utilizaran fuera el de mejor calidad. Además, fueron de los primeros en producir solapas en los libros y de dignificar el papel bond crema. A partir de esos cambios, autores más reconocidos comenzaron a buscarlos luego de ver la calidad de sus libros. Uno de los primeros en solicitarlos fue nada más ni nada menos que Marco Antonio Flores (Figuroa, 2018).

Figuroa sostiene que uno de los cambios más significativos a la industria editorial ha sido la introducción de la tecnología informática para realizar diferentes procesos, como el levantado de textos, el diseño, la diagramación, entre otros. Eso ha permitido que se produzcan libros con mayor calidad y que de alguna manera sean más accesibles, ya que se reducen los costos al facilitar la elaboración y producción de los mismos. Por dar un ejemplo, los “negativos” de una impresión ya

no se utilizan, sino que ahora todo es, en su mayoría, en CTP o *computer to plate*. De la computadora va directo a la placa e incluso existen sistemas que se saltan ese paso y ya ni van a la placa. Eso es la impresión digital, de la cual él asegura que tiene poca experiencia. Básicamente, la tecnología ha ayudado a todo el proceso que conlleva un libro. Desde su producción, masificándola, hasta toda la fase de difusión y prensa para promocionar los contenidos (Figueroa, 2018).

De igual manera, el Internet ha permitido que la conexión sea mucho más fácil y rápida. Procesos que antes tomaban mucho tiempo y dinero, ahora no cuestan nada y eso agiliza el proceso editorial también. Comentaba que cuando trabajaba en Costa Rica y había que hacer una impresión a color, primero debía hacerse la separación de colores, pero eso allá no se hacía. Se mandaban los archivos originales en un *disquete*, por DHL, y en Guatemala se imprimían los negativos. Hoy en día, si eso ocurriera (que en algún país no puedan imprimir algo), con un simple correo electrónico o archivo en la nube se arregla el problema. Incluso, el Internet ha ayudado a la comercialización de los libros. Gracias a las redes sociales y a la cantidad de alcance que se logra por ese medio, ahora se puede tener acceso a públicos más amplios y diversos (Figueroa, 2018).

Cabe destacar que Figueroa señala que el término “afectar” suele tener connotaciones negativas. Él es de la opinión que la tecnología ha afectado *positivamente* a la industria editorial. Después de todo, resaltó varios ejemplos sobre el proceso de hacer un libro que fueron beneficiados con ella. Sin embargo, reconoce que eso mismo ha hecho que cualquiera pueda editar o diagramar e incluso publicar. Defiende, entonces, que eso afecta a la calidad editorial y coincide con Eduardo Villalobos en que la buena edición de un libro se convierte más exclusiva y fina y obtiene un valor extra (Figueroa, 2018).

Ha tenido muy poca experiencia con formatos y plataformas digitales. En lo que se refiere a la comercialización, F&G Editores fueron de los primeros en Guatemala en empezar a utilizar el Internet en 1999 para promocionar libros a través de una página web. Al siguiente año, comenzaron a hacer un boletín informativo acerca de novedades editoriales que no era únicamente de la editorial sino que de todo el país. Distribuían esos boletines en Estados Unidos también y a partir de allí comenzaron a exportar libros. Eso lo hicieron hasta el 2009 cuando el país norteamericano

atravesó una fuerte crisis económica y le quitaron presupuesto a varias bibliotecas, por lo que bajó el número de libros que exportaban (Figuroa, 2018).

En cuanto a libros digitales, Figuroa piensa que ese es el formato ideal para los *best sellers*. Esos suelen ser libros de fácil consumo y que pueden desecharse al poco tiempo porque constantemente sale uno nuevo. Además, aunque los libros electrónicos sean un poco más baratos que los impresos, hay que considerar el hecho que los lectores electrónicos (como Kindle, Nook, entre otros) no lo son. De igual manera, entra en juego el poder adquisitivo de las personas. Plantea la pregunta de cuántas personas en Guatemala tendrían los recursos para conseguir un lector electrónico primero, antes de considerar comprar *e-books* u otros libros electrónicos, sin olvidar que es tecnología que rápidamente se convierte “obsoleta” cuando salen nuevos modelos (Figuroa, 2018).

Él ha publicado tres libros digitales: *Rendición de cuentas* de Fuentes Knight, *Desde el cuartel* de Edgar Rubio Castañeda y *Servir a la vida* de Rodolfo Paiz Andrade. Entre los tres no han vendido más de 50 ejemplares que asciende a un poco más de 150 dólares, que ni siquiera cubre los costos de producción. Es por eso que para F&G los libros electrónicos aún no son un mercado. Su experiencia en edición digital se reduce al proceso de edición *per se*, ya que utilizan tecnología para agilizarlo, y no tanto en contenidos digitales que produzcan, puesto que no han obtenido resultados que los motiven a seguir probando (Figuroa, 2018).

Figuroa cree fielmente que el libro impreso no desaparecerá pronto. Señala, incluso, que ocurren casos en donde libros electrónicos que tienen éxito son luego llevados al papel. Nuevamente coincide con Villalobos cuando establece que ambos formatos sobrevivirán y que no tienen por qué pelear. Para cada tipo de formato existen diferentes tipos de lecturas. Como se había mencionado anteriormente, deja el formato digital para los *best sellers* y para textos escolares y universitarios, que están en constante actualización. En cambio, la literatura seria o libros científicos permanentes podrían quedarse con el papel (Figuroa, 2018).

Para finalizar, cree que por el momento el libro digital aún no es una buena estrategia para atraer a nuevos lectores. Comentó que ha leído artículos que sugieren que la capacidad de concentración

en las pantallas es mucho más limitada y que, en cambio, la retención de lectura y de información cuando es en papel es superior. Además, la experiencia que ha tenido con libros digitales no ha sido la mejor. Adicionalmente, mencionó que las personas que tienen capacidad de adquirir lectores electrónicos y que consumen contenidos digitales no han mostrado interés por consumir literatura guatemalteca. Suele ser literatura estadounidense, española o de cualquier otro país, pero muy poco de Guatemala. No obstante, cree que todavía hay posibilidad y que es un campo que puede explorarse (Figueroa, 2018).

#### 4. Sophos

Sophos es una de las librerías más grandes, además de ser de las más reconocidas y que mayor impacto tienen en Guatemala. Desde que fue fundada en 1998, han procurado que el equipo que la conforma esté compuesto por personas que amen la lectura y que tengan pasión por la cultura. Más que una librería, una de sus metas es ser: «un lugar generador de procesos culturales [y] (...) una plataforma de expresión para distintas audiencias, conformada por una comunidad digital, una iniciativa formal de comunicación y un medio con fines editoriales» (Sophos en línea, s.f.). Philippe Hunziker, editor y Gerente General de Sophos, compartió su postura sobre la edición en Guatemala y presentó el punto de vista no solo del editor sino del librero también.

Con dieciocho años de experiencia como librero, tiene al menos diez de ser editor. Dos años luego de que su madre abriera la librería, Hunziker se incorporó en ella en el 2000 para fungir como librero y gerente. Fue algún tiempo después cuando emprendió su camino de edición con la librería. Todo comenzó alrededor del 2008 con la noticia que *El arte del asesinato político: ¿quién mató al obispo?* (2009), una crónica sobre el caso del obispo guatemalteco Juan Gerardi, de Francisco Goldman, se publicaría en español. El editor del libro original, que está escrito en inglés, contactó a Hunziker y lo convenció para que comprara una cantidad grande de libros que en otras circunstancias no se hubiera animado a pedir. Para su sorpresa, se vendieron todos y con bastante éxito. Por lo que lo motivó a pensar que no sería tan descabellada la idea de hacer un tiraje específico para Guatemala. Contactó a la editorial en España y le dieron permiso para realizar una impresión guatemalteca del libro (Hunziker, 2018).

Hizo lo mismo con *El material humano* (2009) de Rodrigo Rey Rosa y ambas experiencias fueron bastante positivas y lo llevaron a darse cuenta que él, con la librería, podía facilitarle el acceso al lector a libros que de otra forma serían difíciles de conseguir. Al menos en el caso de esos dos libros, eran obras que hubieran sido más caras si se traían de España que producirlas aquí en Guatemala. Eso dio paso a que se adentrara más en el trabajo editorial. Se animó a reeditar las novelas de Dante Liano que habían sido publicadas en España y que habían dejado de estar disponibles. Aun sabiendo que el mercado para dichas novelas no era muy grande, Hunziker reconocía que existía ese mercado y que era importante esa labor, defendiendo que era valioso que el lector guatemalteco tuviera acceso a un autor nacional prestigioso. A su forma de verlo, alguien tenía que intervenir para que esas obras estuvieran disponibles para todos y él supo aprovechar la oportunidad. Aunque en sus inicios no comenzó como editor, su amor por los libros fue lo que lo llevaron hacia ese camino y por el cual todavía recorre (Hunziker, 2018).

Hunziker sostiene que uno de los cambios más significativos con respecto a la industria editorial fue el advenimiento de grandes cadenas de librerías. Cadenas como Borders o Barnes & Noble instauraron una dinámica efectivista en el ecosistema del libro, parecida más a cómo funcionaba Walmart, la cadena de supermercados, que una librería tradicional. Eso motivó a otros a seguir su ejemplo y a fijarse en más detalles que solo la venta de libros, como ponerle atención a la exhibición y a mejorar la experiencia del lector como cliente. Esto, a su vez, tuvo un efecto nocivo en los libreros independientes, quienes sufrieron con la llegada de esas grandes librerías. Luego vino Amazon con su industria de *retail online*, lo opuesto al concepto de vender al por mayor ya que se venden pocas cantidades, pero a múltiples clientes, y esto trajo más complicaciones de sobrevivencia no solo a las librerías independientes sino que a las grandes cadenas también (Hunziker, 2018).

Justo como Eduardo Villalobos y Raúl Figueroa señalaron, Philippe concuerda en que otro de los cambios en la industria es que la posibilidad para un autor de publicar es mucho menos obstaculizada que en tiempos anteriores. La tecnología ha hecho posible que ahora sea más fácil convertirse en autor y en editor. El *Author Earnings Report* (2014), que se encarga de generar reportes estadísticos sobre la venta de e-books en Amazon, anunció que la venta de libros autopublicados representa el 31% y cada vez van dominando más todos los géneros, aunque

todavía se destacan en los géneros de ciencia ficción/fantasia, misterios y *thrillers* y romance. Hunziker agrega, además, que uno de los mercados más fuertes es del audiolibro, que ha crecido a pasos agigantados. Las estadísticas muestran que entre el 2010 y el 2016 los ingresos por ventas de los audiolibros se duplicaron (con 2 billones de dólares americanos), reflejado, también, en la cantidad de audiolibros publicados por año que fueron en aumento en ese mismo período de tiempo: de 6,200 ejemplares a 50,000 (Statista, s.f.).

Enfocándose en Guatemala, Hunziker mantiene que la Firma de los acuerdos de paz en el año 1996 creó un clima de hambre y sed de conocimiento acerca del país. Por lo que uno de los cambios dentro del mundo literario y editorial a nivel nacional es que la gente empezó a tener curiosidad sobre la historia y, por consiguiente, empezó a leer más, cosa que no había sucedido por casi 36 años. Lo mismo mencionaba Raúl Figueroa cuando comentaba que a los guatemaltecos les surgió el deseo de aprender sobre ese período de guerra civil del país. Hunziker agregó, además, que hace quince años en la lista de los veinte libros más vendidos de Sophos habían tres o cuatro libros que eran de escritores guatemaltecos. Actualmente, en esa misma lista, hay talvez tres o cuatro que no son guatemaltecos. Ha podido observar que los lectores han ido cambiando y aprecian más al escritor guatemalteco (Hunziker, 2018).

Al igual que Figueroa, Hunziker aclara que los cambios tecnológicos han afectado tanto positiva como negativamente a la industria editorial. Por un lado, han hecho mucho más eficiente al editor, ya que trabajos que antes se hacían manualmente y de forma artesanal ahora son mucho más rápidos y menos costosos. Además, la misma tecnología ha permitido que el editor tenga acceso al conocimiento y a la técnica de gente que se mueve en los mismos círculos, ya que el Internet permite ese intercambio con muy pocas limitaciones. Sin embargo, eso mismo ha convertido más duro el mercado, pues ya no se compete por lo mismo. Antes las cuestiones técnicas y propiamente de edición eran factores de competencia importantes, pero la tecnología ha permitido estandarizar esos procesos. Ahora se disputan la atención de los lectores con el contenido que se ofrece y el aspecto propiamente estético de exhibición y atención al cliente (Hunziker, 2018).

La librería Sophos fue la primera en Guatemala y en Centroamérica, y la octava en América Latina, en vender libros electrónicos. Philippe cree que fueron también los primeros de América

Latina en dejar al libro electrónico a un lado ya que afirma que en las circunstancias actuales del ecosistema para ellos no es rentable vender libros en ese formato y nunca lo fue. El porcentaje de ventas que representaba el libro digital nunca pasó del 1% de las ventas. Como editor, nunca sacó un libro digital y con la librería únicamente revendían libros electrónicos. Hunziker opina que nunca valió la pena que el contenido literario se digitalizara. No obstante, como ya lo está, reconoce que es útil en cuanto a hacerlo disponible a una mayor cantidad de personas. Sin embargo, detrás de esos formatos hay costos de producción y costos para mantenerlos que cree que no valen la pena (Hunziker, 2018).

Vale la pena mencionar que Hunziker resalta que el libro tiene una extraordinaria ventaja en relación a otros medios que se han digitalizado mejor. En comparación con las películas, la música o los videojuegos, por dar algunos ejemplos, el libro físico nunca necesitó un aparato adicional para poder disfrutarlo. La música siempre necesitó un *walkman* o un tocadiscos; la película necesitó un reproductor de DVD o de VHS y una televisión; y los videojuegos siempre necesitaron consolas o computadoras. Siempre necesitaron de algo más que convirtiera lo físico en utilizable, pero el libro no. El libro es autónomo y no necesita de una máquina para que sea funcional. La tendencia que él ha observado es que la gente todavía prefiere el libro impreso versus el digital. A pesar de que se temía por el futuro del papel, no ha mostrado señales de morir y al contrario, Hunziker teme por el futuro de la edición digital o, más bien, de los libros digitales en Guatemala (Hunziker, 2018).

Al hablar acerca de estrategias para atraer nuevos lectores, vuelve a coincidir con Figueroa en que no cree que en el contexto guatemalteco ofrecer libros digitales sea la mejor opción. Lo declara así pues su experiencia con ese formato no ha sido la mejor. Como anteriormente se había mencionado, el ingreso en ventas era una cantidad tan pequeña que únicamente era un inconveniente y un gasto innecesario de producción y manutención. En cambio, en lo que se refiere a utilizar medios digitales para encontrar nuevos lectores, piensa que allí sí vale la pena reparar en ello. Resalta que hay que diferenciar entre crear contenido digital y utilizar lo digital para crear contenido, puesto que la gente suele resumir la edición, y por ende la edición digital, únicamente en hacer libros, justo como Eduardo Villalobos había mencionado también. Obviamente la tecnología ha favorecido los procesos editoriales, como la maquetación, diagramación, impresión,

edición *per se*, entre otros, pero cree firmemente que ha tenido más impacto lo que viene luego de eso. Las redes sociales, el correo electrónico y, en general, las posibilidades que el Internet ofrece para poder dar a conocer el producto que se va a consumir han tenido mucha más fuerza y un papel más protagónico que únicamente el libro electrónico por sí solo (Hunziker, 2018).

## 5. Pato/Lógica Editores

Pep Balcárcel emprendió su viaje dentro del mundo editorial alrededor del 2011 cuando comenzó a trabajar en la librería Sophos luego de graduarse del colegio. Durante ese tiempo, se dedicó completamente al rol de un librero y supervisó algunos eventos de gestión cultural. Poco tiempo después, en el 2012, lo contactó Armando Rivera, quien le ofreció el puesto de Asistente Editorial en Letra Negra, que actualmente ya no existe. Fue allí donde obtuvo la experiencia completa de trabajar en una editorial, pues le tocó realizar desde correcciones de pruebas, trabajo de edición con autores, evaluación de propuestas, hasta supervisión de todos los procesos de pre-prensa y post-prensa (Balcárcel, 2018).

Él comentaba que un detalle de Letra Negra con el que no estaba de acuerdo, y que suele ser común en editoriales independientes guatemaltecas, es que le cobraban al autor por publicar. No era inusual escuchar que una editorial hiciera que el autor pagara la impresión o, si no lo hacía, la editorial le pagaba con aproximadamente 50 ejemplares y eso era todo. Balcárcel era de la opinión que a los autores, incluso, se les debía pagar y quería volver rentable la literatura sin que dejara de ser literatura. De esa idea es que nació la editorial Pato/Lógica en el 2013. De acuerdo a su página, este es «un proyecto independiente que tiene como objetivo difundir y apoyar la literatura de calidad y escrita principalmente por autores jóvenes» (Pato/Lógica Editores, 2017). En un principio era únicamente una *fan page* en Facebook y la utilizaba como una plataforma para comunicar acerca de la literatura guatemalteca y para gestionar eventos literarios, pues su fuerte eran la comunicación y la gestión cultural (Balcárcel, 2018).

Comenzó con un evento llamado *Poetas en El Chiri*, organizado en un bar llamado Chiribisco de la zona 10. En este se hacían lecturas de poesía y de otros tipos de texto y se llevaban a cabo un miércoles al mes. Como estrategia, invitaba a un músico o a una banda para que acompañara a los

escritores, pues reconocía que eso atraería a más público y beneficiaría a los poetas. En efecto, el bar siempre estaba lleno en esas noches y lo hizo durante dos años y medio. En ese tiempo, comenzó a recibir propuestas editoriales a través de la página de Facebook y en el 2014 se animó a publicar un libro: el poemario *Amnesia* de Daniela Castillo. El libro salió con el formato tradicional de publicación y contó con el apoyo de un diseñador y un fotógrafo que colaboraron en la diagramación y en la cubierta, mientras que él mismo supervisó la edición. Salieron 300 ejemplares en el primer tiraje y era un libro pequeño, de tamaño *pocket* o de bolsillo, y estaba engrapado. No era lo ideal, pero fue lo que se pudo hacer con un presupuesto limitado. Sin embargo, ese fue el impulso que necesitó para comenzar con un trabajo editorial más serio (Balcárcel, 2018).

Balcárcel ha tenido siempre una inclinación hacia la Generación X de escritores guatemaltecos, además de sentir atracción hacia la estética de lo grotesco y de la literatura sucia. Él argumenta que el arte se mide a partir de las sensaciones agradables que produce y le llama la atención que lo grotesco choque y que eso sea considerado arte. Estuardo Prado, escritor perteneciente a esa Generación X, decía que «lo bello de la literatura es lo enfermizo». La lógica decía que la literatura, entonces, era una enfermedad o una *patología*. De allí derivó el nombre llamativo de la editorial. Además, así como James Joyce escribió *Finnegans Wake* para entretener a la crítica por 300 años, Balcárcel quiso entretener al público por 300 años para que se preguntaran por qué había nombrado así a la editorial (Balcárcel, 2018).

De acuerdo con Balcárcel, el panorama editorial es bastante variado y complejo dado que existen muchas formas de editar. Gracias a la tecnología y a los avances en la industria, ya no son únicamente las editoriales grandes las que tienen oportunidad de publicar y hacer algo con sus autores. Ahora las editoriales pequeñas, las independientes, tienen oportunidad también. No obstante, la ventaja de las cadenas grandes es que cuentan con fondos editoriales para poder publicar con más libertad e incluso poder comprar derechos para publicar a autores vendidos. En cambio, las independientes constantemente buscan métodos de supervivencia. Guatemala se caracteriza por tener muchas editoriales de este tipo. Todas ellas se tornan a medidas inteligentes de sobrevivencia, tomando en cuenta las limitaciones individuales y las del mismo ambiente de la industria. Cada una debe considerar, por ejemplo, si es conveniente o no realizar un tiraje grande

de libros y si será fácil recuperar la inversión inicial. Por otra parte, las líneas de distribución editorial son pocas y no es muy fácil conseguir acceso a todas. De igual manera, se han adaptado y consiguen la forma de publicar y de apoyar a autores sin morir de hambre en el intento (Balcárcel, 2018).

Balcárcel cree firmemente, justo como Figueroa, Hunziker y Villalobos lo hicieron en su momento, que el libro físico, el libro impreso, no morirá porque sigue siendo un objeto romántico. No obstante, no se puede negar que el libro digital, el *epub*, ha revolucionado la industria editorial, así como las plataformas que fueron creadas para reducir costos del libro y para vender en un mercado internacional. La tecnología ha traído beneficios para los que saben aprovechar y Pato/Lógica Editores es una de las pocas editoriales en Guatemala que maneja libros digitales. Ellos trabajan con CreateSpace, la plataforma que Amazon brinda para crear *e-books* en formato Kindle, y eso permite que sus libros estén disponibles en un mercado más global. Además, cuentan con la ventaja que la gente puede adquirir copias impresas de los libros sin que eso implique gasto y esfuerzo extra para Pato/Lógica, ya que es Amazon la que se encarga de hacerlo (Balcárcel, 2018).

Balcárcel comentaba que quería tener una editorial en donde él pudiera publicar a los autores que quisiera, fueran escritores de renombre o personas que sería su primera publicación; no importaba, pero sí que el presupuesto nunca fuera una limitante. Por su experiencia previa, dedujo que irse por un camino más tradicional le permitiría publicar uno o dos autores al año si bien le iba. Además, no quería ser una editorial que obtuviera fondos de otras instituciones o asociaciones ya que, después de todo, quería crear un empresa. Por mucho amor al arte que se tuviera, debían ser rentables. Quiso, entonces, explorar el formato de los libros digitales o los *epubs*. Comenzaron digitalizando algunas obras y su primera prueba fue un libro colectivo titulado *Poesía abstracta*, el cual todavía se puede encontrar en Amazon (Balcárcel, 2018).

Asimismo, iniciaron una investigación sobre el modelo de *print-on-demand* (impresión bajo demanda) y las imprentas en Guatemala que ofrecían ese servicio. La Editorial Episteme, que fue fundada por catedráticos de la Universidad Francisco Marroquín para hacerle competencia a la Editorial FLACSO, trabajaba con ese modelo y el editor le dio clases al mismo Pep. Fue ese editor

quien le enseñó cómo trabajar bajo ese modelo. Sin embargo, Episteme utilizaba los servicios de una imprenta en California, Estados Unidos y Balcárcel comenzó a cotizar con imprentas locales, ya que el costo de traer los libros a Guatemala no compensaban los gastos que pudieran ahorrarse con la imprenta estadounidense. Finalmente dio con Grafser, la imprenta con la que actualmente trabajan. Esto les permitió realizar tirajes más pequeños, aprovechando una de las ventajas de la impresión digital (Balcárcel, 2018).

Todos los libros de Pato/Lógica Editores tienen versión digital. Después de todo, cuentan con el apoyo de Amazon. Para ellos, el modelo de *print-on-demand* es el ideal, ya que permite imprimir una cantidad más pequeña de libros a un costo más reducido, cosa que no se puede hacer en la impresión *offset*. Sin embargo, aunque los libros digitales sean perfectos para un público más global, Balcárcel mencionaba que lo ideal era captar al público del país de la editorial; en este caso, de Guatemala. Al ser el público más cercano, existe más facilidad de conocerlo y poder estudiarlo. Esto lo llevó a sacar conclusiones sobre el lector guatemalteco: lee en digital para no comprar el libro y lee muy pocos *epubs* o en Kindle. En cambio, leen más en PDF, por lo que el mercado para los libros digitales no es muy grande. No obstante, no ha dejado de creer en la digitalización y le interesa publicar libros que la gente quiera leer y que vendan lo suficiente para que la editorial pueda seguir publicando (Balcárcel, 2018).

Balcárcel explicaba cómo es que trabaja la editorial cuando publica un libro. En un primer tiraje, la editorial financia 25 libros: 20 para ellos y 5 que le dan al autor. Planifican, además, una presentación para el libro con al menos un mes de anticipación y un elemento clave para el éxito del libro es la promoción y el máquetin que se realiza durante ese mes previo al evento. Realizan, incluso, preventas y suelen vender todos los libros antes de la presentación o en la misma presentación terminan de venderlos. Asimismo, se han apoyado con las redes sociales, principalmente con Instagram, para hacer la promoción e incluso vender a través de ella. Esto no quiere decir que se quede a un lado las librerías. Al contrario, ellas juegan un papel importante también, pues allí es donde se encuentra el punto más fuerte de ventas. Al realizar, entonces, un tiraje pequeño les da oportunidad de ir teniendo siempre un fondo para seguir imprimiendo más sin que represente eso una pérdida (Balcárcel, 2018).

Tanto Villalobos, como Hunziker, Figueroa y Balcárcel opinan que los libros digitales no son una buena estrategia para captar más lectores en Guatemala. Todos han tenido la experiencia con libros electrónicos y realmente no es un mercado que sea fuerte o que represente números grandes a nivel de ventas. A pesar de todo, Balcárcel sigue haciendo esfuerzos por promocionar los *epubs*. Agregaba, además, que el libro digital tuvo la oportunidad de comerse al libro impreso cuando entró en Guatemala, pero no lo ha logrado porque la diferencia de precios no siempre es muy significativa como para que las personas prefieran comprar libros digitales. Además, leer en Guatemala es un lujo y el gobierno no facilita tanto ni promueve la lectura, cobrándole impuesto a los libros y creando una cultura pobre de lectores guatemaltecos (Balcárcel, 2018).

Balcárcel sugiere que la edición digital en Guatemala, específicamente los libros electrónicos, prosperará únicamente cuando las editoriales la utilicen y la promuevan más. Lo que se observa actualmente es que prefieren adherirse al modelo tradicional de edición, así como mostrar una preferencia hacia la impresión en *offset*. Además, una tendencia entre las editoriales independientes es la creación y publicación de libros artesanales. Él es de la opinión que se debe diferenciar entre dos tipos de libros: aquellos en donde la artesanía es parte del concepto del libro y otros que simplemente son hechos de materiales reciclados porque es mucho más barato. Sea esta tendencia una consecuencia de la falta de apoyo del gobierno, quedará como una interrogante, pero lo cierto es que las editoriales guatemaltecas sobreviven y son las motoras para que se difunda la obra de los artistas del país (Balcárcel, 2018).

Finalmente, Balcárcel hacía una comparación entre el rol del editor y el rol del escritor, pues ha tenido la fortuna de experimentar ambos. Para comenzar, él dejó claro que su intención nunca fue publicarse a él mismo con su editorial, pues prefería el rechazo a tener un consejo editorial que nunca le dijera que no. Ha publicado un total de siete libros y ha trabajado con la editorial Magna Terra. Comentaba que era importante separar esos roles porque tienen diferentes visiones. Por un lado, el escritor sueña y tiene grandes ideas para su libro, pero es papel del editor entender qué quiere el autor y adecuarlo en una obra que venda, sacando lo mejor de cada escritor que trabaje con él. Ser escritor le ha permitido a Balcárcel tener una visión más amplia de la industria editorial, pues entiende perfectamente bien ambas partes y ha sido una ventaja para navegar y sobrevivir en el mundo editorial guatemalteco (Balcárcel, 2018).

## VII. DISCUSIÓN

La industria editorial guatemalteca no ha sido estudiada a profundidad por lo que la información recabada a lo largo de este proceso de investigación permite solamente realizar algunas observaciones parciales que podrán ser corroboradas o refutadas por futuros estudios. Al observar la dinámica de las editoriales reflejada en las gráficas, así como los títulos de la base de datos facilitada por la biblioteca de la Universidad del Valle de Guatemala, puede pensarse que, tal como comentó Raúl Figueroa Sarti en la entrevista, hay una relación entre el mundo editorial y lo político, probablemente ligado a que la imprenta ha sido siempre un medio para difundir ideas que no siempre se alinean con la ideología de los grupos que detentan el poder. Si bien esta afirmación no puede corroborarse a través de los datos recabados para las dos grandes dictaduras guatemaltecas del siglo XX, sí es posible notar un aumento en la producción libresco de las imprentas y editoriales durante el período conocido como la Primavera Guatemalteca (1944-1954) bajo el mandato de los gobiernos de la Revolución de Octubre, así como una posterior disminución de esta durante las décadas de 1950 a 1970.

Asimismo, y paralelo a la transición a la democracia de la década de 1980, puede verse un aumento constante en la producción editorial e impresa hasta la actualidad. Es de notar que la producción tiene un importante crecimiento en la primera década del siglo XXI, lo que puede interpretarse como un período de optimismo editorial y de libertad de expresión casi inmediata a la Firma de los Acuerdos de Paz. Si bien los datos no son totales, puede pensarse que la censura y la represión política, así como el exilio de muchos intelectuales durante los 36 años de guerra en el país, se reflejan en esta dinámica. Cabe mencionar que para la actual década (2011-2020) los datos hasta el momento reflejan una importante disminución respecto al decenio anterior, lo cual puede responder a que, como mencionaba Figueroa Sarti, las empresas editoriales deben buscar otras vías para sobrevivir y muchas de ellas no lo logran.

Actualmente, algunas editoriales han logrado consolidarse y especializarse en diferentes tipos de textos. Un ejemplo de esto son Santillana y Piedra Santa que se han dedicado a la edición de contenidos educativos; mientras que otras editoriales como Cholsamaj y Nawal Wuj se enfocan en la publicación de diccionarios y estudios sociales, históricos y antropológicos sobre diferentes

cosmogonías. Pato/Lógica y Sophos, por ejemplo, se dedican únicamente a la edición de textos literarios y Catafixia, por su parte, se especializa en la publicación de poesía; mientras que F&G podría considerarse una editorial polifacética que abarca tanto lo literario, como lo histórico, como las ciencias sociales y las leyes. A pesar de que existen editoriales tanto de larga trayectoria como más jóvenes que se dedican únicamente a publicar textos de cierta índole, son pocas –y generalmente aquellas que se dedican exclusivamente a lo educativo– las que se sostienen solamente a través de la generación y publicación de textos, mientras que, como comentó Figueroa, la realidad de la mayoría de las editoriales independientes en Guatemala es que necesitan tener actividades alternas, como imprenta y servicios de edición, para subsistir, lo que plantea que las editoriales y los editores deben encontrar “estrategias de sobrevivencia”.

Estas estrategias plantean otra línea de investigación para futuros estudios, ya que tal como Raúl Figueroa y Pep Balcárcel plantean, vivir de la edición es un reto, una quijotada para cualquier persona, dado que la industria no cuenta con apoyos estatales y dado también el reducido público lector interesado en la producción nacional. Así, como parte de esta línea de investigación, podría estudiarse cuáles son las estrategias de sobrevivencia de las editoriales guatemaltecas. A lo largo de las entrevistas, se logró identificar distintos puntos de coincidencia, así como de divergencia respecto al trabajo editorial, al panorama de la edición y al futuro de la edición digital en Guatemala, puntos que también plantean posibles líneas de investigación.

Eduardo Villalobos, editor y jefe del departamento de Innovación en Santillana, aportó la visión de una editorial transnacional en Guatemala. Estableció que el trabajo editorial no era solo editar un texto, sino que era todo el proceso desde la selección de la obra hasta llevar ese libro a los medios para darlo a conocer y difundirlo. Además, la edición no se limita únicamente a libros, ya que pueden ser proyectos de otra índole, como las plataformas educativas que tiene a su cargo: Textópolis y Lectópolis, enfocadas en mejorar la comprensión lectora y las habilidades de escritura de los estudiantes. En este sentido, el mundo de la edición y de la producción de textos educativos también se asoma como un tema a explorar ya que además de Santillana, existen otras editoriales como Piedra Santa, Texdigua, Kamar y Editora Educativa que se dedican exclusivamente a responder a las necesidades del mercado educativo.

Por otra parte, Raúl Figueroa, editor en F&G, una de las editoriales con más renombre y peso en el país, contribuyó con la experiencia de una persona que lleva mucho tiempo dentro de la industria. Para él, el trabajo editorial implica ponerles atención a los detalles y producir libros de buena calidad, tanto en forma como en fondo. Su mentalidad está enfocada en publicar un libro – de literatura, ciencias sociales, leyes o historia– porque merece serlo y no porque le generará mucho ingreso. En este sentido, una de las posibles líneas de investigación serían las razones por las cuales este y otros editores deciden publicar un texto, es decir, profundizar en el arte y oficio de los editores guatemaltecos, explorando además de sus motivaciones, las consideraciones económicas e incluso políticas que enfrentan al momento de tomar la decisión de publicar un texto. A esto podría unirse la exploración de las etapas del proceso de edición, el trabajo que se hace en conjunto con los autores y la participación de otros actores, como los diagramadores, artistas, correctores ortotipográficos, entre otros.

Philippe Hunziker, editor y Gerente General de la librería Sophos, una de las más grandes de Guatemala, colaboró con dos posturas interesantes: la del editor y la del librero. Aparte del proceso que un editor realiza, el librero es la cara ante los lectores, quienes son los que decidirán qué contenido quieren consumir. Hunziker tiene la ventaja de estar en los dos lados, lo que abre su visión y le da un mejor entendimiento del mercado. A pesar de lo limitado que es el público lector en Guatemala, la librería que Hunziker lidera ha logrado salir adelante y eso le ha permitido a Sophos a adentrarse más en proyectos culturales y editoriales que fomentan la lectura y literatura guatemalteca en el país. En este sentido, la entrevista con este librero/editor permite vislumbrar una línea de investigación sobre las actividades que permiten el fomento a la lectura desde espacios culturales. También de esta entrevista se desprende la posibilidad de profundizar sobre los hábitos lectores de los guatemaltecos.

Por su lado, Pep Balcárcel de Pato/Lógica Editores, una editorial independiente y de las pocas que trabajan con libros digitales, comentaba que el trabajo editorial implica apostarles a los nuevos formatos, aunque no representen grandes números en ventas. Su visión emprendedora y fresca acerca de la edición en Guatemala contribuyó a la construcción del panorama actual de esa industria. A pesar de ser una editorial independiente, ha logrado crecer y su objeto siempre había sido poder ser una empresa. Balcárcel nunca estuvo de acuerdo con que el pago de los autores

fuera únicamente con una cantidad determinada de libros, ya no que no era justo que no se retribuyera su trabajo y esfuerzo. Por lo que se ha atrevido a utilizar el modelo de *print-on-demand*, o impresión bajo demanda, para realizar tirajes pequeños, pero sin que estos lleguen a representar una pérdida para la editorial. A partir de esta entrevista, se plantea la posibilidad de estudiar, en el uso de esta estrategia, las ventajas y desventajas de esta, dado que Pato/Lógica no es la única editorial que trabaja de esta manera. Catafixia, La Maleta Ilegal, Editorial X, por mencionar algunas, trabajan también con tirajes cortos según la demanda que consideran tendrán sus títulos.

Tanto Balcárcel, como Villalobos, Figueroa y Hunziker concordaron en que la tecnología y el Internet llegaron a ser algunos de los cambios más significativos para la edición. Por un lado, la tecnología facilitó el proceso de producción de un libro, convirtiéndolo más eficiente y rápido. Esto, a su vez, ayudó a masificar la producción. Por otro, el Internet trajo a la mesa la importancia del máquetin editorial y dejó ver cómo la tecnología había impactado la forma de difundir y comercializar los contenidos. Gracias a esto, el panorama actual es uno más democrático. Es un panorama variado que tiene muchas posibilidades y le abre las puertas a cualquiera que quiera publicar o editar. Para alguien que no ha publicado antes, con tantas herramientas a su disponibilidad nada le impide en convertirse en el siguiente William Shakespeare y para las editoriales pequeñas, les ofrece soluciones para quedarse dentro del mercado y evitar ser comidas por las grandes cadenas y empresas como Amazon o Wattpad.

Pep Balcárcel decía que en Guatemala leer es un lujo. Hunziker y Figueroa comentaban que luego de la Firma de los Acuerdos de Paz en 1996 la población comenzó a recuperar su sed de conocimiento y los libros de contenido político e histórico son los que más venden. Poco a poco Guatemala se está recuperando de los efectos de una guerra civil. Sin embargo, todos coincidieron en que el mercado en el país es limitado. La edición se topa con muchos obstáculos que van desde el pago de impuestos de los libros hasta la falta de interés de la población por consumir literatura. Aunque, más que una falta de interés podría atribuirsele a la alta tasa de analfabetización de la población y de la poca capacidad adquisitiva. Para muchas personas es más urgente comprar comida que un libro. Las cifras de ventas reflejan esa misma limitación del mercado. Figueroa comentaba que toma entre 5 a 8 años vender 1,000 ejemplares y entre 3 a 4 años si el libro es un éxito. Si se compara la edición en Guatemala con otro país, como los Estados Unidos, que

fácilmente podría vender eso en un día, todavía falta mucho. No obstante, Villalobos defendía que eso no era excusa para no pensar en estrategias para hacerle llegar el contenido a las personas. Aunque haya obstáculos, la tecnología afecta del mismo modo y es cuestión de aprovechar y usarlas a favor para comercializar los libros. En este sentido, y dado que en el presente trabajo de investigación no se profundizó en el uso de las distintas herramientas de máquetin para la promoción y divulgación de las publicaciones, una de las posibles líneas de investigación es el uso de las redes y sitios electrónicos en beneficio de las editoriales.

Finalmente, en cuanto a la edición digital, las posturas variaron un poco más. Tanto Hunziker como Figueroa mostraron casi un rechazo hacia los formatos digitales. No al uso de la tecnología, puesto que ambos tienen páginas web que utilizan para hacer promoción e incluso ventas, en el caso de Sophos. Pero sí a los *e-pubs* u otros formatos de libros electrónicos. Esto se debe a que ambos intentaron publicar libros digitales y nunca llegaron a representar más del 1% de sus ventas. Philippe comentaba que fueron los octavos en toda América Latina en comenzar a vender *e-books* y los primeros en salirse de ese mercado. En cambio, Villalobos y Balcárcel tenían una opinión más positiva sobre los libros electrónicos. Tanto Santillana como Pato/Lógica Editores produce versiones digitales de su contenido. A Santillana le cae como anillo al dedo porque ese tipo de formato se presta bien para contenido educativo.

Por su lado, Balcárcel tiene una visión positiva y no deja de creer en que eventualmente en Guatemala irá aumentando la popularidad de los libros digitales. Él opina que hay que aprovechar las herramientas que la tecnología ofrece y sacarle el jugo al máximo. Además, comentaba que los *e-books* y las ediciones digitales en el país no irán tomando fuerza hasta que los editores comiencen a prestarle más atención. Aunque el futuro de la edición digital en Guatemala no parezca tan prometedor, son esfuerzos como los de Santillana y Pato/Lógica Editores los que siguen dándole esperanza. En este sentido, una línea de investigación que se abre a partir de las opiniones de los editores entrevistados es acerca de la percepción por parte del público guatemalteco sobre el uso de los lectores electrónicos y otros dispositivos que permitan la lectura en soportes virtuales. Así, una investigación que podría plantearse es la de la relación de los lectores con estos formatos, las ventajas y desventajas de estos. Una investigación de este tipo podría plantear las diferencias y similitudes entre capas sociales y generacionales de lectores.

El trabajo de investigación demostró ser un tema muy interesante, aunque muy poco explorado. No obstante, se plantearon únicamente algunas de las muchas líneas de investigación de estudio que podrían surgir alrededor de la industria editorial guatemalteca. En la discusión se hizo, además, un énfasis en la edición en Guatemala debido al contexto con el que se desarrolló este trabajo. A pesar de que comparte algo de la historia de la edición, una vez llegó la imprenta al país su evolución ha sido específica y relacionada intrínsecamente con los hechos sociopolíticos e históricos del país. Quedan, entonces, las puertas abiertas para el que quiera ahondar en el tema y contribuir a esta industria que constantemente evoluciona.

## VIII. CONCLUSIONES

La tecnología ha tenido un gran impacto en la humanidad. Ha cambiado irreversiblemente todo aspecto de la vida de los seres humanos y la industria editorial es solo una parte de eso. Con la introducción de la imprenta, se abrieron las puertas a un mundo que ofrecía un sinfín de conocimiento y contenidos literarios muy diversos. Esto, a su vez, comenzó a reducir las fronteras entre los países y a crear una nueva cultura más compleja y variada. A lo largo de la historia, la edición ha estado siempre presente y se ha ido modificando con base en lo que ocurre en la sociedad. No obstante, esta influencia no es de una sola vía, pues la industria editorial ha cambiado también a la sociedad y cómo esta consume contenidos literarios.

La tecnología es uno de los elementos importantes que dieron paso a la edición moderna. Cada siglo trajo aportes y mejoras nuevas en el técnica de la producción de libros, facilitando muchos procesos que antes, incluso, se hacían a mano. Poco a poco, la producción de libros fue masificándose y la industria crecía cada vez más y más. Eso mismo fue cambiando, también, los roles entre impresor y editor. En la medida en que el proceso se convertía en más industrial, a los impresores les dejaron de preocupar tanto los aspectos estéticos. Los editores, entonces, tomaron el papel de asegurarse de que los libros fueran de la mejor calidad posible. Que el proceso fuera más rápido no significaba que tenía que quedar a un lado la belleza. Las ventas de libros crecían y los mercados se hacían más grandes y más internacionales. Solo el período de las guerras y la Gran Depresión obstaculizaron un poco a las editoriales, pues fueron tiempos en donde escaseaba el papel y el intercambio con otros países muchas veces era restringido. Sin embargo, la industria logró salir adelante y comenzó a crecer.

Entrada la mitad del siglo XX, el poder adquisitivo de muchas de las personas había aumentado, así como su calidad de vida y educación. Cada vez más y más, la alfabetización aumentaba y esto trajo mucha demanda en libros de contenido educativo. A finales del siglo XX, la era digital estaba dando sus primeros pasos, lo cual amplió aún más las redes de comunicación y la propagación del conocimiento. Nuevos formatos y plataformas digitales comenzaron a darse a conocer, como los *e-books*, el correo electrónico, las redes sociales, entre otras, y nadie esperaba el impacto que tendrían solo un par de años después. La revolución digital arrasó con todo y nuevamente cambió a la sociedad, siendo el Internet uno de los que más impacto ha tenido.

La edición en la actualidad ha experimentado cambios interesantes. La autoedición y publicación ha tomado fuerza en estos tiempos en donde el Internet y la tecnología le brinda herramientas y medios a las personas para que puedan hacerlo con más facilidad. En este mercado competitivo, los escritores tienen la opción de optar por un camino que tiene tanto sus ventajas como sus desventajas. Si se van por su cuenta, tienen menos restricciones en cuanto a licencias creativas, pero no siempre cuentan con la experiencia necesaria de márketing que las editoriales tienen. Sin embargo, esto no impide que en el camino utilicen las herramientas que el Internet provee para aprender por ellos mismo. La industria, además, se ha tornado hacia un mayor enfoque y atención al lector. La creación de relaciones más interactivas e íntimas entre lectores y escritores han sido elementos clave para el éxito de los escritores autopublicados, cosa que les ha tomado más tiempo a las editoriales tradicionales en implementar. Adicionalmente, a pesar de la percepción que este tipo de publicaciones son de menor calidad, sus ventas apoyan a que es un negocio rentable y progresivamente se han ido instalando en las listas de los más vendidos por año de empresas como Amazon o Kobo.

Gracias al Internet, se han podido crear diferentes plataformas que le permiten a los usuarios consumir y crear literatura gratuita o con bajos costos. Amazon es la plataforma más grande y con más influencia de la industria, pues ha modificado la misma. Ellos popularizaron los *e-books* y facilitaron su consumo cuando crearon el Kindle, un lector electrónico que le permitía a los usuarios comprar, descargar y guardar una cantidad casi ilimitada de libros. Muchas editoriales le temen a la empresa, pues por ella varias cadenas de grandes librerías cerraron en los Estados Unidos, como Borders. Para el consumidor, lo que ofrecen es muy atractivo, pues sus precios son muy accesibles y tienen el valor agregado de la comodidad de no tener que ir por los libros y en menos de 60 segundos ya lo pueden leer en tu teléfono, computadora portátil o su propio Kindle. Además, han creado herramientas para facilitar la publicación a cualquiera que lo quiera hacer y es aquí en donde muchos escritores autopublicados han conseguido éxito y reconocimiento.

Wattpad es otra plataforma que ha creado una comunidad de intercambio entre escritores y lectores. Al igual que con Amazon, cualquiera puede crear una cuenta y publicar lo que quiera, ya sea una obra original o una creación de *fan fiction*, historias de fanáticos sobre algún libro, película, serie de televisión e incluso celebridades. El *fan fiction* es una categoría que representa el 33% de

todo el contenido literario de la web. Sin duda, una cantidad considerable. Wattpad es interesante porque de allí han salido personas a las que luego les ofrecen contratos para libros de diferentes casas editoriales. Este tipo de plataformas han permitido que la industria editorial sea mucho más democrática, quitándole un poco la exclusividad a las editoriales. El usuario es quien tiene poder y él o ella decide qué camino quiere tomar. Amazon y Wattpad no son las únicas plataformas que existen. Hay muchas más, incluso algunas que son para temas específicos (como especializadas en algunas bandas de música, como One Direction, o un libro específico, como la serie de Harry Potter). Lo cierto es que tienen una presencia considerable en la vida de la mayoría de los lectores y juegan un papel importante en la industria editorial.

Hay que resaltar que la investigación no busca justificar que el libro impreso sea mejor que el libro electrónico. Ambos formatos tienen posibilidades de coexistir sin que uno tenga que eliminar al otro. Sin embargo, lo que sí podría peligrar es el rol de los editores. Si no aceleran el paso, la necesidad de ellos, a los ojos de escritores que elijan la autoedición como camino, irá disminuyendo cada vez más y más. Por eso, han sabido aprovechar las herramientas que la tecnología y el Internet proveen para quedarse dentro del mercado. Como contraparte a estos, debe mencionarse que la falta de editores también puede tener un impacto en la calidad literaria, ya que contar con un editor permite apoyarse en alguien que generalmente tiene un mayor dominio del idioma que –en muchos casos– los escritores y que pueden detectar fallas, errores y contradicciones en la trama de una obra. Si bien el papel del editor como la persona que “manda a imprimir y promociona” una obra puede peligrar, su función como lector externo y experto debe ser evaluada cuidadosamente por los autores, según sus objetivos: vender, producir con calidad o ambos.

Uno de los problemas que tienen, al menos en países como Estados Unidos en donde la edición tiene un mercado más grande, es que no existen relaciones entre ellos y los lectores, cosa que plataformas como Amazon o Wattpad sí ofrecen. Ya hay editoriales, como Pearson y Scholastic Corporation, que están invirtiendo tiempo y esfuerzo en crear plataformas que les permitan interactuar con los usuarios, además de proveerles contenidos innovadores y nuevos. Entre los *e-books* por un lado, la autoedición y publicación por otro y una creciente población que consume grandes cantidades de contenido digital gratuito (como los *fan fictions*), las editoriales se

preocupan por ofrecer una experiencia única y personalizada tanto a sus escritores como a los lectores, para comenzar a crear una comunidad más fuerte.

De ahí que las editoriales han invertido tiempo en buscar estrategias de márketing alternativas. El análisis ha mostrado que los *BookTubers* se han convertido en grandes personajes que ayudan, de manera no necesariamente adrede, a promocionar libros. Por medio de YouTube, una plataforma que tiene millones de usuarios, estos *BookTubers* proveen reseñas, comentarios y opiniones sobre diferentes libros y han, incluso, llevado a un número de obras a la lista de los más vendidos. La gran ventaja es que suelen ser de la misma edad que los grupos demográficos para los que van dirigidos esos libros y lo que más les atrae a los suscriptores es la sinceridad genuina con la que hablan de los libros, lo que los motiva luego a consumir más literatura. Con tanta tecnología disponible y al alcance de todos, es cuestión de tiempo para que se comiencen a crear nuevas estrategias para promoción de contenido literario.

En cuanto a la industria editorial en Guatemala, esta ha tenido una historia interesante a lo largo de los años desde que llegó la imprenta al país en 1660, convirtiéndola en la cuarta ciudad colonial en tener una. Poca información se tiene sobre el siglo XVIII, pero se debe, en parte, a que el crecimiento de la industria no fue tan rápido sino hasta en épocas más recientes. Por dar un ejemplo, durante mucho tiempo, la única imprenta del país fue la de José Pineda de Ibarra. A finales del siglo XIX, sin embargo, se logró observar el aumento gradual en editoriales, gracias a la revisión de una base de datos de más de 3,900 libros.

La tendencia de crecimiento seguía su rumbo, incluso durante el período de la revolución de la década de los 40, hasta que Guatemala llegó al Conflicto Armado Interno. Esta guerra golpeó duramente al país y sus efectos todavía pueden resentirse el día de hoy. Estos años se caracterizaron por ser muy represivos y la censura era parte del día a día de las personas. No obstante, no significa que los libros y las editoriales hayan desaparecido completamente. Al contrario, los 70 se caracterizó por tener muchas librerías en negocio. Sin embargo, el miedo a la lectura, a los libros, ha quedado y podría estar contribuyendo a la pobre cultura lectora de los guatemaltecos. En años más recientes, aproximadamente finales del siglo XX y lo que va del siglo XXI, Guatemala se ha

aracterizado por estar conformada por una gran variedad de editoriales independientes. Eso y editoriales que producen contenido educativo es lo más popular dentro de la industria.

De acuerdo con los expertos entrevistados: Eduardo Villalobos, de Santillana; Raúl Figueroa, de F&G Editores; Philippe Hunziker, de Librería Sophos y Pep Balcárcel, de Pato/Lógica Editores, lo que salta a la vista es que la industria editorial en Guatemala es bastante limitada y con un mercado igualmente pequeño. Factores como falta de recursos, tanto de las editoriales como del público lector, contribuyen a esas limitaciones. No obstante, eso no ha impedido a que estén al día. Al igual que en los países desarrollados o “de primer mundo”, aquí se debe pensar también en estrategias para que los libros o contenidos les lleguen a los lectores y es lo que cada uno de ellos realiza con sus contenidos.

Ser editor en Guatemala es una constante aventura en donde muchas veces se lucha contracorriente. Aunque el país se vio beneficiado por la tecnología, ya que al igual que el resto del mundo los procesos editoriales se facilitaron enormemente, el contexto del país ha hecho que la historia del libro tome giros interesantes. Justo después de la firma de los Acuerdos de Paz comenzaron a surgir editoriales que tratan de sobrevivir en un país cuyo Estado vela poco por sus intereses, hay pocos esfuerzos de fomento a la lectura y en donde el analfabetismo sigue siendo un gran protagonista entre la población. Existe un ciclo vicioso en donde las editoriales se topan con limitaciones (como el pago de impuestos de los libros, lo que provoca un aumento en los precios de los libros), que a su vez impactan a los lectores (al tener poca capacidad adquisitiva, consumen menos literatura) y las editoriales nuevamente se enfrentan a retos.

La gente, aún golpeada por la violencia y la censura que duró 36 años, poco a poco ha ido recuperando su sed de conocimiento y han mostrado un gran interés por temas políticos. Es por eso que editoriales como F&G y librerías como Sophos contribuyen a proveerle al público contenidos de recuperación de historia y memorias del país, además de promover la lectura entre los guatemaltecos.

Para terminar, Eduardo Villalobos comentaba que la historia de la edición en Guatemala es «la historia no escrita». Eso no la ha detenido para que crezca y prospere con cada año que pasa.

Aunque el libro electrónico no ha tenido tanto éxito aquí como en otros países y su panorama pareciera casi trágico, debido en parte a la pobreza, la inseguridad de la población, el analfabetismo y políticas legales sobre los libros, los libros siguen vivos y es gracias al esfuerzo de las editoriales independientes que surgieron, su mayoría, a finales de la década de los 90. Todas cuentan con iniciativas diferentes, como las que se enfocan en producir contenidos educativos y las que quieren darle voz al artista guatemalteco. Lo cierto es que ofrecen un abanico amplio de opciones para los lectores, a pesar de los obstáculos que se presentan. Por un lado el analfabetismo y por otro, la capacidad adquisitiva de la población. Los libros en Guatemala pagan impuestos y esto los hace caros, por lo que es un factor que afecta a la hora de tomar la decisión de consumir literatura. Es necesario que se tomen medidas para apoyar a la industria editorial, ya que Guatemala necesita tener más acceso a los libros. El esfuerzo de unos pocos debería ser el de todos.

## IX. BIBLIOGRAFÍA

AAP. 2016. *Publisher Revenues Up 1.6% to \$1.05 Billion in May*.  
<http://newsroom.publishers.org/publisher-revenues-up-16-to-105-billion-in-may/> [10 de mayo de 2018].

ABC.es. 2012. *Las veinte potencias editoriales del mundo*.  
<http://www.abc.es/20121008/cultura-libros/abci-mapa-mercados-editoriales-201210081640.html> [3 de junio de 2018].

Aguilar Sosa, Yanet. 2013. *Nueva opción para el libro electrónico*.  
[http://www.fondodeculturaeconomica.com/Editorial/Prensa/Detalle.aspx?seccion=Detalle&id\\_desplegado=58535](http://www.fondodeculturaeconomica.com/Editorial/Prensa/Detalle.aspx?seccion=Detalle&id_desplegado=58535) [29 de mayo de 2018].

Aguilar Sosa, Yanet. 2017. *Wattpad cambia vida de jóvenes autores*.  
<http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cultura/letras/2017/04/22/wattpad-catapulta-de-exitos-literarios> [30 de mayo de 2018].

Alianza Internacional de Editores Independientes. (s. f.) *F&G Editores*.  
<https://www.alliance-editeurs.org/f-g-editores?lang=es> [6 de mayo de 2018].

Altres Costa-Amic Editores. (s.f.). *Historia*.  
<https://altrescostaamic.wordpress.com/about/historia/> [10 de julio de 2018].

Álvarez Leguizamón, Sonia. 2015. *El pensamiento social latinoamericano y la persistencia de las desigualdades*.  
[https://elpais.com/elpais/2015/05/18/contrapuntos/1431970806\\_143197.html](https://elpais.com/elpais/2015/05/18/contrapuntos/1431970806_143197.html) [30 de mayo de 2018].

Anderson, Porter. 2017. <https://publishingperspectives.com/2017/10/watpad-ya-trends-publishing-insights-millennials/> [30 de mayo de 2018].

Aranda Barrera, Argentina. 2014. *El contexto de la industria editorial*. México: Encuadre. Recuperado de <https://encuadre.org/el-contexto-de-la-industria-editorial/> [13 de abril de 2018]

Brekelmans, Ashley. 2017. *The Reality of BookTube: An Analysis of how BookTube Affects Marketing Within the Publishing Industry*. <https://tkbr.publishing.sfu.ca/pub800/2017/11/the-reality-of-booktube-an-analysis-of-how-booktube-affects-marketing-within-the-publishing-industry/> [16 de mayo de 2018].

Burke, Colin. 1991. *A practical view of memex: The career of the rapid selector*. In J. M. Nyce & P. Kahn (Eds.), *From memex to hypertext: Vannevar Bush and the mind's machine*. Boston, MA: Academic Press. 145–164.

Campbell, Rob. 2015. *Wattpad Demographics and Readers* <https://robcee.net/2016/wattpad-demographics-and-readers/> [30 de mayo de 2018].

Castellón, German. 2014. *La inspiradora historia de Jeff Bezos, creador de Amazon.com* <http://www.elmartes.net/la-inspiradora-historia-jeff-bezos-creador-amazon-com/> [13 de mayo de 2018].

Castells, Manuel. 2000. *La era de la información: economía, sociedad y cultura. La sociedad red*. (8<sup>va</sup> ed.) Madrid: Alianza Editorial.

Cebrián Herreros, Mariano. 2009. «Comunicación interactiva en los cibermedios». *Revista Científica de Educomunicación* [Madrid]. XVIII (33): 15-24.

Celaya, Javier & Vásquez, José Antonio. 2012. *Cronología de la edición digital*. DosDoce. Recuperado de: <http://www.dosdoce.com/2012/01/11/edicion-digital/>

Charman-Anderson, Suw. 2013. *Half of Amazon Book Sales are Planned Purchases*. <https://www.forbes.com/sites/suwcharmananderson/2013/02/20/half-of-amazon-book-sales-are-planned-purchases/#6e95e8903f78> [29 de mayo de 2018].

CIG. 2016. *Gremial de Editores*. <http://cig.industriaguante.com/institucional/gremiales/gremial-de-editores/> [1 de junio de 2018].

Costa Sánchez, Carmen. 2012. «Ciberperiodismo en el Smartphone. Estudio de la multimedialidad, usabilidad, hipertextualidad e interactividad de las aplicaciones de medios nativos digitales para Smartphone». *Universidade da Coruña*. 18: 243-251.

Cruz, Juan. 2011. *Las grandes editoriales han de reestructurarse para seguir*. [https://elpais.com/diario/2011/04/10/domingo/1302407562\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2011/04/10/domingo/1302407562_850215.html) [11 de mayo de 2018].

Dallanegra Pedraza, Luis. 2008. «Tendencias políticas en América Latina en el contexto mundial del siglo XXI». *Espiral, Estudios sobre Estado y Sociedad*. XV (43): 79-121. <http://www.scielo.org.mx/pdf/espiral/v15n43/v15n43a3.pdf>

De Almeida, Paulo Roberto. 2001. *A economia internacional no século XX: um ensaio de síntese*. *Revista Brasileira De Política Internacional*, 112-136.

de Diego, José Luis & Larraz, Fernando. (s.f.). *La edición iberoamericana*. [http://www.cervantesvirtual.com/portales/editores\\_editoriales\\_iberamericanos/presentacion\\_edicion\\_iberamericana/](http://www.cervantesvirtual.com/portales/editores_editoriales_iberamericanos/presentacion_edicion_iberamericana/) [31 de mayo de 2018].

Delgado López-Cózar, E. 2015. «Las revistas electrónicas en acceso abierto: pasado, presente y futuro». *RELIEVE - Revista Electrónica De Investigación Y Evaluación Educativa*, 21(1), 1-15. doi:10.7203/relieve.21.1.5005

Díaz Sabán, Isabel. 2014. *Literatura del conflicto armado*. <http://www.prensalibre.com/revista-d/Literatura-letras-conflicto-armado-guerra-0-1084691710> [3 de junio de 2018].

Dirección General del Diario de Centro América y Tipografía Nacional. 2017. *Historia de la Tipografía Nacional*. <https://dca.gob.gt/portal/historia-de-la-tipografia-nacional/> [3 de junio de 2018].

Dyaz, Antonio. 2016. *La magia de las pequeñas editoriales*. <https://www.yorokobu.es/pequenas-editoriales/> [3 de junio de 2018].

El País. 2014. *Santillana vende Ediciones Generales a Penguin Random House para centrarse en el área educativa*. [https://elpais.com/cultura/2014/03/19/actualidad/1395253213\\_130695.html](https://elpais.com/cultura/2014/03/19/actualidad/1395253213_130695.html) [27 de abril de 2018].

Epstein, Jason. 2001. *Book Business: Publishing Past, Present, and Future*. New York: W. W. Norton.

Escobar, Isaac. (s.f.) *Introducción de la imprenta en Guatemala*. <https://www.scribd.com/doc/84002161/Introduccion-de-la-imprenta-en-Guatemala> [31 de mayo de 2018].

Fernández Luzón, A. 2017. *Gutenberg: el inventor que cambió el mundo*. España: National Geographic España. Recuperado de: [http://www.nationalgeographic.com.es/historia/grandes-reportajes/gutenberg-inventor-que-cambio-mundo\\_11140/1](http://www.nationalgeographic.com.es/historia/grandes-reportajes/gutenberg-inventor-que-cambio-mundo_11140/1) [11 de abril de 2018].

Ferreiro, R. F. 2006. *El reto de la educación del siglo XXI: la generación N*. Apertura: Revista De Innovación Educativa, 6(5), 72-82.

FFN Research. 2011. *Fan Fiction Statistics*. <http://ffnresearch.blogspot.com/2011/03/fan-fiction-demographics-in-2010-age.html> [30 de mayo de 2018].

Figueroa, R. López, P. 04 de mayo de 2018. *El mundo editorial en Guatemala*. F&G Editores. Teléfonos: (+502) 2292-3792 / (+502) 5406-0909. Transcripción.

Figueroa, R. López, P. 03 de julio de 2018. *La historia de la edición en Guatemala*. F&G Editores. Teléfonos: (+502) 2292-3792 / (+502) 5406-0909. Transcripción.

FLACSO. 2015. *¿Qué es FLACSO?* <http://flacso.edu.py/index.php/features/que-es-flacso> [6 de mayo de 2018].

Flood, Allison. 2014. *Where did the story of ebooks begin?* <https://www.theguardian.com/books/2014/mar/12/ebooks-begin-medium-reading-peter-james> [02 de mayo de 2018].

Friedman, Jane. 2013. *Is Self-Publishing the Most Important Transformation in the Publishing Industry?* <https://www.vqronline.org/books/self-publishing-most-important-transformation-publishing-industry> [18 de mayo de 2018].

Friedman, Jane. 2016. *Literary Publishing in the 21st Century*. <https://www.janefriedman.com/literary-publishing-21st-century/> [31 de mayo de 2018].

Futurdialog. 2017. *Publishing Industry: Print or Digital?* <http://futurdialog.com/index.php/2017/05/11/publishing-industry-print-or-digital/> [3 de junio de 2018].

F&G Editores. 2000. *F&G Editores – La producción editorial de Guatemala en un solo lugar*. <http://www.fygeditores.com/librosguate.htm> [1 de junio de 2018].

Garone Gravier, Marina. (s.f.) *La edición en México*. Universidad Nacional Autónoma de México: Biblioteca virtual Miguel de Cervantes. Recuperado de: [http://www.cervantesvirtual.com/portales/editores\\_editoriales\\_iberamericanos/edicion\\_en\\_mexico/](http://www.cervantesvirtual.com/portales/editores_editoriales_iberamericanos/edicion_en_mexico/)

Gastón Lorente, Lucía. 2017. *Cómo nació el “copyright”: la Reina Ana*. <https://www.bbva.com/es/nacio-copyright-la-reina-ana/> [10 de septiembre de 2018].

Goldstone, Andrew. 2012. *The Short Life of Publishing*.

<http://www.berfrois.com/2012/06/publishing-before-the-1960/> [15 de junio de 2018].

Gomulka, Stanislaw. 2017. *The Global Economy in the 21st Century: Will the Trends of the 20th Century Continue?* Central European Economic Journal, University of Warsaw. 2 (49): 62-72.

González, Alberto. 2018. *Historia de Jeff Bezos: cómo un niño prodigio llegó a liderar el ecommerce mundial*. <https://marketing4ecommerce.mx/historia-de-jeff-bezos-como-un-nino-prodigio-llego-a-liderar-el-ecommerce-mundial/> [14 de mayo de 2018].

González-Blanco, Elena. 2017. *La edición digital de textos literarios: planteamientos y perspectivas de futuro*. RILCE. Revista De Filología Hispánica, 33(1), 239-258. doi:10.15581/008.33.1.239-58

Graupera Sanz, Marta. 1999. «Hipertexto y edición en la “cultura digital”. (Apuntes en torno a la convergencia comunicativa)». *Revista Latina de Comunicación Social*. La Laguna, Tenerife. 19: 1-12. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999fj1/71gra1.htm>

Greene, Jay. 2012. *How Amazon is changing the rules for books and movies*.

<https://www.cnet.com/news/how-amazon-is-changing-the-rules-for-books-and-movies/> [15 de mayo de 2018].

Guinea Diez, Gerardo. 2016. *La crisis y el libro independiente*.

<http://www.albedrio.org/htm/articulos/g/ggd-001.html> [1 de junio de 2018].

Hane, P. 2006. *Trials: The new e-book readers*. Information Today. (23): 1–24.

Hart, Michael. 2010. *Re: Project Gutenberg timeline events*.

<http://www.gutenbergnews.org/2010083/project-gutenberg-timeline-events/> [11 de mayo de 2018].

Hart, Michael. 1992. *The history and philosophy of project Gutenberg*. Project Gutenberg.

[http://www.gutenberg.org/wiki/Gutenberg:The\\_History\\_and\\_Philosophy\\_of\\_Project\\_Gutenberg\\_by\\_Michael\\_Hart](http://www.gutenberg.org/wiki/Gutenberg:The_History_and_Philosophy_of_Project_Gutenberg_by_Michael_Hart) [11 de mayo de 2018].

Harvey, Ellen. 2016. *How to Foster Innovation in Book Publishing, According to Hachette Digital's Neil De Young*. <https://www.bookbusinessmag.com/article/foster-innovation-book-publishing-according-hachette-digitals-neil-de-young/> [12 de mayo de 2018].

Hemeroteca PL. 2016. *Siglo de impresión en papel*.

<http://www.prensalibre.com/hemeroteca/siglos-de-impresion-en-papel> [31 de mayo de 2018].

Hemeroteca PL. 2017. *1660: la primera imprenta viene a Guatemala*.

<http://www.prensalibre.com/hemeroteca/historia-de-la-imprenta-en-guatemala> [31 de mayo de 2018].

Herman, Barbara. 2014. *What Is Wattpad? The “YouTube For Stories” Is Transforming Book Publishing*. <http://www.ibtimes.com/what-wattpad-youtube-stories-transforming-book-publishing-1710151> [14 de mayo de 2018].

Hernanz, Carlos. 2010. *Prisa pierde al cofundador de Santillana, el embrión del imperio de los Polanco*. [http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2010-10-24/prisa-pierde-al-cofundador-de-santillana-el-embrión-del-imperio-de-los-polanco\\_249176/](http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2010-10-24/prisa-pierde-al-cofundador-de-santillana-el-embrión-del-imperio-de-los-polanco_249176/) [26 de abril de 2018].

Hípola, P., & Eito Brun, R. 2000. *Edición digital: formatos y alternativas*. *El Profesional De La Información*, 9(10), 4-15. XIX (37): 125-131.

Huckle, Amber. 2016. *BookTubers: The Phenomenon that Changed Book Marketing*.

<https://digitalpublishing2017.wordpress.com/2016/11/25/booktubers-the-phenomenon-that-changed-book-marketing/> [14 de mayo de 2018].

Hughes, Evan. 2013. *Book publishers scramble to rewrite their future*.

<https://www.wired.com/2013/03/publishing-industry-next-chapter/> [11 de mayo de 2018].

Hunziker, P. López, P. 15 de mayo de 2018. *El mundo editorial en Guatemala*. Librería Sophos, Plaza Fontabella. E-mail: [ph@sophosenlinea.com](mailto:ph@sophosenlinea.com) Teléfonos: (+502) 2419-7070 / (+502) 2419-7100. Transcripción.

Ibáñez, Juan G. 2010. *Fallece a los 84 años Francisco Pérez González, cofundador de Santillana y uno de los principales accionistas de PRISA*.

[https://elpais.com/sociedad/2010/10/23/actualidad/1287784801\\_850215.html](https://elpais.com/sociedad/2010/10/23/actualidad/1287784801_850215.html) [26 de abril de 2018].

INDEGUA. 2018. *Industria Editorial Guatemalteca, S. A. – Historia*.

<http://www.indegua.com/index.php/78-institucional/24-historia> [1 de junio de 2018].

Juárez, Verónica. 2015. *Los ebooks y Amazon*. <http://leerenpantalla.com/los-ebooks-y-amazon/> [29 de mayo de 2018].

Juárez, Verónica. 2017. *Evolución del libro electrónico en América Latina y España: informe 2016*. <http://leerenpantalla.com/evolucion-del-libro-electronico-america-latina-espana-informe-2016/> [29 de mayo de 2018].

Juárez, Verónica. 2018. *En Estados Unidos se venden más libros electrónicos*. <http://leerenpantalla.com/estados-unidos-se-venden-mas-libros-electronicos/> [29 de mayo de 2018].

knkPublishing. 2016. *BookNerds on the Net - Book Marketing on YouTube*. <https://www.knkpublishingsoftware.com/896-2/> [9 de mayo de 2018].

Knoema. 2013. *China - Mortalidad infantil*. <https://knoema.es/atlas/China/Mortalidad-infantil> [8 de mayo de 2018].

Kowalczyk, Piotr. 2018. *15 most popular fanfiction websites to explore*. Polonia: Ebook Friendly. Recuperado de: <https://ebookfriendly.com/fan-fiction-websites/> [12 de abril de 2018].

Krueger, Anne O. 2006. *The World Economy at the Start of the 21st Century, Remarks by Anne O. Krueger, First Deputy Managing Director, IMF*. Annual Gilbert Lecture, Rochester University. <http://www.imf.org/en/News/Articles/2015/09/28/04/53/sp040606> [7 de mayo de 2018].

Lara, Vonne. 2017. *¿Cuántos libros existen en el mundo?* <https://hipertextual.com/2017/04/cuantos-libros-existen-mundo> [3 de junio de 2018].

Leetaru, Kalev. 2016. *From Amazon to Google Books: How the Internet Is Changing How We Read*. <https://www.forbes.com/sites/kalevleetaru/2016/04/29/from-amazon-to-google-books-how-the-internet-is-changing-how-we-read/#255c13cbd85e> [15 de mayo de 2018].

Leimkuehler, Katie. 2012. *How Social Media is Changing the Publishing Industry*. <https://www.socialmediatoday.com/content/how-social-media-changing-publishing-industry> [15 de mayo de 2018].

Lin, Mark. 2013. *Will Publishers Survive the Digital Revolution* <https://www.fool.com/investing/general/2013/10/31/will-publishers-survive-the-digital-revolution.aspx> [17 de mayo de 2018].

Lipovetsky, Gilles. 2004. *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama.

Manley, Laura & Holley, Robert, P. 2012. «History of the Ebook: The Changing Face of Books». *Technical Services Quarterly*. 29: 292-311.

Marroquín Franco, Luz Midilia. 2016. *La imprenta en Guatemala: Aporte para el análisis tipográfico de impresos sueltos de la época colonial (Parte I)*.  
<http://iihaa.usac.edu.gt/sitioweb/wp-content/uploads/2016/12/LMarroqu%C3%ADn-ED8.pdf> [31 de mayo de 2018].

Martínez, Brenda. 2014. *Historia de la imprenta en Guatemala*.  
[http://www.prensalibre.com/cultura/Imprenta-Guatemala-Fray\\_Payo\\_Enriquez\\_de\\_Rivera-Juan\\_Ibarra-Historia\\_de\\_la\\_imprenta-Historia\\_colonial\\_Guatemala\\_0\\_1136886577.html](http://www.prensalibre.com/cultura/Imprenta-Guatemala-Fray_Payo_Enriquez_de_Rivera-Juan_Ibarra-Historia_de_la_imprenta-Historia_colonial_Guatemala_0_1136886577.html) [31 de mayo de 2018].

Mellado, Arantxa. 2012. «La evolución de las especies (editoriales)». *Trama y texturas*. Actualidad Editorial. <http://www.actualidadeditorial.com/la-evolucion-de-las-especies-editoriales-autoedicion/> [13 de abril de 2018].

Mendieta, Madeline. 2014. *Editoriales alternativas en Guatemala*.  
<http://www.goethe.de/ins/mx/lp/prj/les/les/gua/es13648643.htm> [1 de junio de 2018].

Menna, Giulio. 2012. «Art and Photography: An Untouched World. How eBooks on visual arts can be profitable for publishers in the 21<sup>st</sup> century». *Book and Digital Media Studies*.

Millán, José Antonio. 2002. *Escritos de mano. La desconocida historia de las prácticas manuscritas en pleno auge de la imprenta ilumina nuestro pasado cultural*.  
<http://jamillan.com/correman.htm> [11 de abril de 2018].

Millán, José Antonio. 2003. *Un siglo de edición. La lenta gestación de la edición, los editores, los tipos del libro y los lectores modernos*. <http://jamillan.com/hisedmar.htm> [10 de abril de 2018].

Montrose, L. 1997. «Professing the Renaissance: The Poetics and Politics of Culture». *Twentieth-Century Theory*. 240-247.

Morales, Isaías. 2016. *Impulsores de la imprenta: Payo Enríquez de Ribera y José de Pineda Ibarra*. <http://cronica.gt/impulsores-de-la-imprenta-payo-enriquez-de-ribera-y-jose-de-pineda-ibarra/> [31 de mayo de 2018].

Morales Chúa, Luis. 2018. *Dos millones de personas que todavía no saben leer*.  
<http://www.prensalibre.com/opinion/opinion/dos-millones-de-personas-que-todavia-no-saben-leer> [31 de mayo de 2018].

Morgan, Nick. 2012. *What Is the Future of Publishing?*

<https://www.forbes.com/sites/nickmorgan/2012/07/12/what-is-the-future-of-publishing/#57f978eb647f> [12 de mayo de 2018].

Moseley, M. 2012. «Two Curious Instances in the History of Self-Publishing». *Sewanee Review*, 120(4), 615-622.

National Assembly of France. 1789. *Declaration of the Rights of Man*. Yale Law School, Lillian Goldman Law Library. The Avalon Project. [http://avalon.law.yale.edu/18th\\_century/rightsof.asp](http://avalon.law.yale.edu/18th_century/rightsof.asp) [08 de mayo de 2018].

Negroponte, N. 1996. *Ser digital*. México: Océano. 258 págs.

Nesvig, Martin Austin. 2017. *Printing and the Book*.

<http://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199766581/obo-9780199766581-0047.xml> [31 de mayo de 2018].

Novelle López, Laura. 2012. *De la arcilla el e-book – Historia del libro y las bibliotecas*.

<http://eprints.rclis.org/17420/1/NOVELLE%20LÓPEZ,%20LAURA%20-%20De%20la%20arcilla%20al%20E-book.pdf> [7 de junio de 2018].

Nowak, Peter. 2015. *Print books are surviving - even thriving - in the e-reder age*.

<http://www.canadianbusiness.com/innovation/print-books-are-alive-dammit/> [13 de mayo de 2018].

Osnos, Peter. 2011. *The Serious Business of 21st-Century Book Publishing*.

<https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2011/06/the-serious-business-of-21st-century-book-publishing/240047/> [31 de mayo de 2018].

Pacheco, Cristóbal. 2018. *Libros prohibidos en Guatemala: una historia de la censura (última entrega)*. <http://gazeta.gt/libros-prohibidos-en-guatemala-una-historia-de-la-censura-ultima-entrega/> [31 de mayo de 2018].

Parada, A. E. 2012. «Historia de la edición y de la lectura desde los espacios públicos e institucionales. La participación de la ciudadanía en el ámbito de la cultura impresa en la Argentina». *Información, Cultura y Sociedad*, (26), 105-119.

Pato/Lógica Editores. 2017. Cuac cuac...

[https://www.facebook.com/pg/Pato.logica.Editores/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/Pato.logica.Editores/about/?ref=page_internal) [03 de julio de 2018].

Peterson, Valerie. 2018. *Publishing and Book Marketing*.

<https://www.thebalancecareers.com/about-book-marketing-2799981> [3 de junio de 2018].

Pew Research Center. 2016. *Book Reading 2016*. <http://www.pewinternet.org/2016/09/01/book-reading-2016/>

Pierce, David. 2017. *The Kindle changed the book business. Can it change books?* <https://www.wired.com/story/can-amazon-change-books/> [15 de mayo de 2018].

Plachta, Bodo. 2015. «Introduction: How International is Scholarly Editing? A Look at Its History». *Amsterdamer Beiträge Zur Neueren Germanistik*, 861-20. doi:10.1163/9789004305472\_002

Quijada, Billy. 2014. *¿Cuánto leemos?* [http://www.prensalibre.com/cultura/leemos\\_0\\_1125487500.html](http://www.prensalibre.com/cultura/leemos_0_1125487500.html) [3 de junio de 2018].

Radcliffe, Damian. 2016. *Nine trends in US media consumption: in charts*. <https://www.themediabriefing.com/analysis/nine-trends-in-us-media-consumption-in-charts/> [10 de mayo de 2018].

Real Academia Española. 2001. *Fanaticada*. En *Diccionario de Americanismos* (22.a ed.). <http://lema.rae.es/damer/?key=fanaticada> [17 de mayo de 2018].

Redacción Cultura. 2016. *Las novedades editoriales que llegarán en el 2017*. <http://www.prensalibre.com/vida/escenario/paginasque-esperan-para-el-2017> [1 de junio de 2018].

Reid, C. 2009. *E-reader scorecard*. *Publishers Weekly*. (256): 18–19.

Rochester, Sophie. 2012. *Wattpad: Building the world's biggest reader and writer community*. <http://theliteraryplatform.com/magazine/2012/10/wattpad-building-the-worlds-biggest-reader-and-writer-community/> [16 de mayo de 2018].

Rodríguez Marcos, Javier. 2011. *Santillana, un libro de medio siglo*. [https://elpais.com/diario/2011/01/18/cultura/1295305207\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2011/01/18/cultura/1295305207_850215.html) [27 de abril de 2018].

Romano, Aja. 2013. *Proust is no match for these two fanfics*. <https://www.dailydot.com/parsec/fandom/proust-longest-fan-fiction-super-smash-bros-teen-titans/> [17 de mayo de 2018].

Said, Elías & Arcila, Carlos. 2011. «Los cibermedios en América Latina y la Web 2.0». *Revista Científica de Educomunicación*.

Saferstein, E. A. 2013. «Entre los estudios sobre el libro y la edición: El “giro material” en la historia intelectual y la sociología». *Informacion, Cultura Y Sociedad*, (29), 139-166.

Sánchez, Raquel. (s.f.). *La edición en España*. Universidad Complutense de Madrid: Biblioteca virtual Miguel de Cervantes. Recuperado de: [http://www.cervantesvirtual.com/portales/editores\\_editoriales\\_iberamericanos/edicion\\_en\\_espanya/](http://www.cervantesvirtual.com/portales/editores_editoriales_iberamericanos/edicion_en_espanya/) [12 de abril de 2018].

Sánchez Valverde, Ester & Aguado, Juan Miguel. (2010). «Dispositivos móviles y convergencia digital en los grupos de comunicación españoles: la perspectiva de los profesionales». *II Congreso Internacional AE-IC Comunicación y Des-arrollo en la Era Digital*. Málaga.

Sanz, M. G. 1999. *Hipertexto y edición en la "cultura digital"*. (Apuntes en torno a la convergencia comunicativa). *Revista Latina De Comunicación Social*, (19), 1-12.

Sargent, B. K. 2014. *Surprising Self-Publishing Statistics*. <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/authors/pw-select/article/63455-surprising-self-publishing-statistics.html> [16 de mayo de 2018].

Sartori, Giovanni. 1998. *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus. 159 págs.

Sau, Julio. 2011. *Análisis y propuestas: Nuevos temas en la integración latinoamericana del siglo XXI*. <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/chile/07927.pdf> [30 de mayo de 2018].

Schiffrin, André. 2001. *La edición sin editores*. México: Era.

Schiro, Heriberto. 1978. *Publishing and Book Distribution in Latin America: Some Problems*. [https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/6989/librarytrendsv26i4m\\_opt.pdf?sequence=1](https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/6989/librarytrendsv26i4m_opt.pdf?sequence=1) [31 de mayo de 2018].

Springen, Karen. 2012. «Raised to download iTunes, are kids going online to get novels, too?» *Publishers Weekly*.

Statista. (s.f). *Audiobooks in the U. S. - Statistics & Facts* <https://www.statista.com/topics/3296/audiobooks/> [16 de mayo de 2018].

Tat Keh, Hean. 1998. «Evolution of the book publishing industry. Structural changes and strategic implications». *Journal of Management History*. 4 (2). 104-123.

Terceiro, J. B. 1996. *Socied@d digital. Del homo sapiens al homo digitalis*. Alianza Editorial.

The History Cooperative. 2016. *A History of E-books*. <http://historycooperative.org/a-history-of-e-books/> [17 de mayo de 2018].

Tirado Mejía, Á. 2016. *Cambios Económicos, Sociales y Culturales en los años Sesenta del siglo XX*. *Historia Y Memoria*, (12), 297-316.

TopAppsLike. 2017. *17 Apps like Wattpad*. <https://www.topappslike.com/wattpad/> [12 de abril de 2018].

Tucker, David H.; Unwin, George; *et al.* 2018. *History of Publishing*. Encyclopaedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/publishing#ref28614> [06 de mayo de 2018].

TV Tropes. (s.f.). *FanFiction.Net*.  
<http://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Website/FanFictionDotNet>

UNESCO. 1996. *La educación encierra un tesoro*. Informe a la UNESCO de la Comisión internacional sobre la educación para el s. XXI. Madrid: Santillana-UNESCO.

Valla, Luis. 2018. *Editoriales independientes y alternativas en Guatemala*.  
<https://wichovalla.wordpress.com/2018/04/25/editoriales-independientes-y-alternativas-de-guatemala/> [31 de mayo de 2018].

Villalobos, E. López, P. 25 de abril de 2018. *El mundo editorial en Guatemala*. Editorial Santillana. E-mail: [mvillalobos@santillana.com](mailto:mvillalobos@santillana.com). Transcripción.

Williams, Mark. 2017. *Wattpad insights*. <http://www.thenewpublishingstandard.com/wattpad-insights/> [30 de mayo de 2018].

## X. APÉNDICES

### a. Entrevista con Raúl Figueroa

**Fecha de la entrevista:** 04 de mayo del 2018

**Entrevistadora:** Paulina López

**Entrevistado:** Raúl Figueroa

**Lugar de la entrevista:** F&G Editores

**Duración de la entrevista:** 39:18 min

**Paulina:** Bueno, entonces, para comenzar, ¿usted podría contarme un poco sobre su experiencia como editor?

**Raúl:** Mire, yo empecé como... le voy a contar como F&G Editores. Tengo la editorial hace ya 25 años en una, digamos... en una combinación de editorial y servicios editoriales. ¿Ya? La verdad es que no conozco en Guatemala ningún proyecto editorial así sólido que haya empezado desde el principio siendo una editorial, salvo las editoriales transnacionales que vienen y se asientan y ya tienen toda una... Pero, digamos, las editoriales nacionales ha sido como de ir un proceso de construcción “de a poquito”, ¿no? Y particularmente las editoriales independientes siempre teniendo una actividad alterna o paralela a la actividad propiamente de construir un fondo editorial propio. Entonces, se va construyendo el fondo editorial propio, pero al mismo tiempo o se es imprenta o se es librería o se dan servicios editoriales. Nosotros empezamos así. Entonces, porque el mercado editorial es relativamente pequeño y generalmente las editoriales independientes no publicamos los libros pensando en “se va a vender” sino en “este es un libro que amerita ser publicado”, ¿verdad? Entonces, y generalmente los libros que ameritan ser publicados no tienen un gran mercado. Es decir, hay sus excepciones, por supuesto, pero digamos que en general no es esa la... entonces se necesita tener como una actividad paralela que le dé sostenibilidad a la actividad puramente editorial. Así fue como nosotros empezamos, ¿qué? Hace ya 25 años y podría decir que en este momento somos una editorial más o menos consolidada. Seguimos dando servicios editoriales porque esto de alguna manera nos da los recursos necesarios para poder publicar otros títulos. Muchos de los títulos demoran, qué, 5, 8 años en venderse 1,000 ejemplares, ¿no? Y los libros que, se venden bien, se venden, ¿en qué? 3, 4 años y son muy pocos los que logramos vender 1,000 ejemplares en 6 meses, ¿verdad? Así que probablemente tendremos, ¿qué? Uno por año. (risas) Son sobre todo los textos políticos. Son los que más se venden. Los que tienen más movimiento. Hay un interés muy grande en los guatemaltecos por conocer tanto la actualidad como la historia reciente de Guatemala, verdad. Entonces, por ejemplo, los libros que nosotros más hemos vendido en eso de vender incluso hasta 5,000 ejemplares en un año, *Rendición de cuentas* de Fuentes Knight. El año pasado sacamos *Desde el cuartel* de Edgar Rubio Castañeda.

El mismo libro del otro autor, Edelberto Torres-Rivas, de *Revoluciones sin cambios revolucionarios*, es otro de esos textos políticos. En literatura pues no hemos tenido un *best seller*, verdad. Logramos vender mil ejemplares en seis meses, ¿ya? Normalmente los de literatura demoran más.

**Paulina:** Cuando dijo nosotros, ¿a quién a quién se refiere?

**Raúl:** A la editorial.

**Paulina:** Y digamos, ¿cómo fue su historia? Su trayectoria de decir... “me gusta la edición, quiero empezar en esto”. Cuénteme un poco sobre su historia personal.

**Raúl:** Bueno, en 1984 tuve que salir exiliado del país y me fui a Costa Rica. Yo había hecho algunos estudios de programación de computadoras y en FLACSO, Costa Rica estaban trabajando la edición de un libro sobre estadísticas de Centroamérica, que pretendía ser un libro comparativo sobre estadísticas económicas, sociales y políticas de Centroamérica, Panamá y Belice. En ese momento empezaban a usarse las, computadoras personales, ¿no? Entonces me contrataron para trabajar el registro de datos. Realmente empecé como digitador (risas). Tenía que registrar los datos, luego generar las tablas, los cuadros, ordenarlos, y la idea básica era que, como ya se tenía la información dentro de una computadora, se generara de un solo los artes finales para la impresión del libro.

**Paulina:** ¿Los artes?

**Raúl:** Sí. El arte final. No tener que registrar esa misma información en una *composer*. Porque había que hacer mucho proceso de dato, entonces sí era necesario hacerlo en computadora. La computadora permitía hacer eso de manera sencilla. Porque se trataba de hacer cuadros que pudieran ser comparables, ¿no? Con cifras comparables. Entonces era convertir datos absolutos en datos relativos. Y entonces no tener que volver a registrar nada, la información. De hecho, por ejemplo, los originales del libro se imprimieron en impresora de matriz de puntos. Que ahora ya ni...

**Paulina:** ¿Ya no hay? ¿O ya no se usa?

**Raúl:** Yo creo que todavía las usan en algunos lugares para imprimir facturas (risas). Pero sí, ya están prácticamente en desuso, ¿no? Entonces, de allí ya me quedé trabajando y en FLACSO se estaba trabajando una colección de cuadernos. Se llaman Cuadernos de Ciencias Sociales y los levantados de textos se hacían en máquinas de escribir IBM y entonces se hacía la corrección y después había que estar corrigiendo con *press-tape*, etc. Entonces ya introdujimos el uso de la

computadora para hacer los levantados de texto y allí fue que ya empecé a trabajar prácticamente en edición, ¿no? Empecé de alguna manera, digamos, como diagramador, diría yo.

**Paulina:** ¿Esto fue en Costa Rica?

**Raúl:** En Costa Rica. Costa Rica en 1986, ¿ya? Luego regreso a Guatemala en el 93, ya con la idea de trabajar en una editorial, pero en una editorial con textos legales. Mi objetivo inicial era dedicarme únicamente a textos legales, Los textos legales siguen siendo aquí ediciones realmente sumamente espantosas, mal hechas. Entonces el objetivo inicial era ese. Los primeros libros que sacamos fueron libros de leyes. Tenemos dos ediciones: Código Penal y Código Procesal Penal. En este momento están fuera de circulación porque tuvimos problemas de piratería que nos afectaron mucho, entonces dejamos de actualizarlos, pero esperamos retomar esto. En este momento siguen siendo los mejores códigos que hay en Guatemala. Las mejores ediciones tanto del Código Penal como del Código Procesal Penal y tienen mucha demanda. Del Código Procesal Penal sacamos cinco ediciones en cinco meses y ahorita tenemos que trabajar la 16 edición.

**Paulina:** ¿Sí? ¡Qué impresionante!

**Raúl:** Entonces, son libros que tienen mucho prestigio y sí nos interesa retomarlos. Desde el principio nos hemos enfocado en innovar en la calidad de la producción editorial. Eran libros con una tipografía limpia, bien impresos y tratamos de que no fueran libros engrapados. En ese momento los libros todavía se engrapaban. Nos esforzamos por que fueran solo pegados y que no se despegaran cuando se abrían. Yo creo que fuimos los primeros en producir en Guatemala las solapas en los libros. Y siempre tratamos de usar el papel bond crema. Entiendo que había alguna otra editorial que usaba el bond crema, pero de mala calidad, verdad. Nosotros de alguna manera dignificamos ese papel y a partir de allí empezaron a buscarnos algunos autores. De los autores más reconocidos, el primero que publicamos fue Marco Antonio Flores. Que le gustó la calidad de nuestros libros nuestros y nos buscó para que lo publicáramos. Luego, recientemente, como en el año 2009 vino la propuesta de que editáramos a Miguel Ángel Asturias y por allí hemos ido construyendo un fondo editorial que, creo yo, hoy por hoy es probablemente uno de los fondos más relevantes que hay en Guatemala. Tanto en términos políticos como de literatura social y creativa.

**Paulina:** Desde su perspectiva, ¿cuáles han sido los cambios más significativos en la industria editorial? Tanto general, así como del mundo y a nivel nacional.

**Raúl:** Yo creo que la introducción de la tecnología informática para el levantado de textos, para el diseño, para la diagramación, etc., ha sido probablemente de los últimos 40 años lo más relevante, ¿no? Porque ha permitido de alguna manera también “abaratar” la producción, ¿ya? Ahora, por ejemplo, el negativado, los negativos ya no se están usando. Ya es directamente CTP.

*Computer to plate*. Va de una vez de la computadora a la placa y hay sistemas que van completamente de la computadora, ya no a la placa, sino que al material, como que fuera una impresión digital. La impresión digital es el otro aspecto. Pero digamos en términos de impresión de *offset* está esto, ¿no? Luego la encuadernación, o sea, nueva tecnología de encuadernación que todavía tiene sus memorias, verdad. Todavía no se supera en términos de encuadernación la calidad del cocido y pegado. Ya se ha tecnificado mucho esto, pero digamos que esos son los cambios más relevantes. En términos de la producción en masa de libros. La introducción de la tecnología informática a todo proceso de pre-prensa como al proceso de impresión. Por ejemplo, cuando yo empecé a trabajar en edición en Costa Rica y se necesitaba hacer una impresión a color, se tenía que hacer la separación de colores y de Costa Rica se mandaba para acá los archivos digitales para que aquí en Guatemala se hiciera la impresión de los negativos. Ahora en cualquier parte hay separación de color y la separación de color se ha “abaratado” muchísimo.

**Paulina:** Sí, algo así como facilidad de también tener acceso a eso, ¿verdad? A esos servicios.

**Raúl:** Exacto, exacto.

**Paulina:** Y que quiera que no hacen el proceso más rápido.

**Raúl:** Ah, por supuesto. Mucho más rápido, más barato y póngale usted, ni siquiera se mandaban digitalmente, porque no había Internet. Es decir, se mandaba el...

**Paulina:** ¿Un CD? ¿Un *disquette*?

**Raúl:** Un *disquette*. No, se mandaba el original, así era. Se mandaba el original, lo escaneaban acá y mandaban el negativo. Todo esto por DHL, por servicio de courier. Ahora yo lo subo a la nube y lo bajan en la imprenta y ya está, ¿no? Entonces yo creo que además esto mismo también ha tenido incidencia en la comercialización de los libros, en la promoción en redes sociales.

**Paulina:** Pues eso contesta ya un poco la otra pregunta: ¿De qué manera los cambios tecnológicos de los últimos 20 años han afectado la industria editorial guatemalteca.

**Raúl:** Yo diría que de manera muy positiva, ¿no? Bueno, afectado lo vemos en términos negativos, pero lo ha afectado positivamente. Ahora cualquiera puede editar. Ya es un proceso muy fácil, el *software* para diagramación, etc. Lo cual también, de alguna manera, incide en la misma calidad editorial porque mucha gente que no puede diagramar no tiene la menor idea de qué es un libro.

**Paulina:** Entonces se vuelve incluso exclusivo o más fino el trabajo de una editorial. Digamos, sí, cualquiera lo puede hacer, pero en la editorial es más como... gente que sabe...

**Raúl:** ¡Exactamente!

**Paulina:** Entonces esto se vuelve también... Llega a tener un valor agregado.

**Raúl:** Exactamente.

**Paulina:** Y, ¿cuál ha sido su experiencia con formatos o plataformas digitales?

**Raúl:** Muy poca. En términos de comercialización creo que nosotros fuimos los primeros en Guatemala en empezar a utilizar Internet para promocionar los libros.

**Paulina:** ¿Más o menos como en qué año?

**Raúl:** 99. En el 99 nosotros ya teníamos página web. En el 2000 empezamos a hacer un boletín de novedades editoriales que no eran solo de F&G sino que de toda Guatemala. Y lo distribuíamos entre usuarios, entre bibliotecas de Estados Unidos, particularmente. A partir de allí empezamos a exportar libros. Esto lo hicimos entre el año 2000 y el año 2009 en que se dio una crisis relativamente fuerte en Estados Unidos y le quitaron presupuesto a las bibliotecas y las compras de las bibliotecas del libro guatemalteco disminuyeron, verdad. Entonces, particularmente las compras de bibliotecas públicas y pues [NO SE ENTIENDE] las bibliotecas académicas también reducida. Ahora realmente la venta hacia Estados Unidos se ha reducido al mínimo. No tenemos correo. Es imposible mandar libros, ¿no?

**Paulina:** Sí, es complicado.

**Raúl:** Ahora, en términos del libro digital la verdad es que nuestra experiencia ha sido... en la medida en que no hacemos *best sellers*... El libro digital es muy útil para el *best seller*. Es útil en países, como los Estados Unidos, en donde la gente tiene no solo más cultura de lectura sino que también más poder adquisitivo. Porque, por ejemplo, sí, el libro le cuesta 3 dólares en Amazon. Pero, ¿cuánto le cuesta el lector? El lector le cuesta 100 dólares. ¿Quién puede en Guatemala comprar un lector? Que 6 meses, 1 año, viene Amazon y dice “ya está desactualizado” y hay que usar el nuevo Kindle, el nuevo iPad, etc.

**Paulina:** Se vuelve obsoleto.

**Raúl:** Exactamente. Entonces... tenemos tres libros en formato digital, pero las ventas han sido mínimas.

**Paulina:** ¿Qué libros son estos?

**Raúl:** Es *Rendición de cuentas, Desde el cuartel y Servir a la vida*. Puedo decir que no habremos vendido más de 50 ejemplares en formato digital.

**Paulina:** ¿Y cómo funciona esa plataforma? ¿Cuál es? ¿Son PDFs o es...?

**Raúl:** No, no. Son e-books que nosotros tenemos. El primero lo teníamos... no me recuerdo cómo se llama la empresa, pero ni siquiera nos han pagado. Se vendieron 12 ejemplares. Y en los otros dos hicimos una inversión como de 500 dólares para tener el e-book y habremos vendido 30 ejemplares de cada uno probablemente. Es decir, el ingreso bruto que ha habido es de, ¿qué? De 150 dólares (risas). Entonces para nosotros no es un mercado. No es todavía un mercado. En algún momento conversaba yo con la gente de Sophos y el mercado del libro digital aquí en Guatemala no llega ni al 1%.

**Paulina:** ¿Qué tanto contenido digital produce la editorial?

**Raúl:** No tenemos. Es más por decir “lo tenemos en digital”, verdad. Pero no. Sé que hay alguna editorial digital aquí en Guatemala. No sé cómo les esté yendo. Pero entiendo y hasta donde yo veo, que tampoco es que sea un trabajo profesional en el sentido de, bueno... la editorial vive de vender los libros, ¿sí? Que es, de alguna manera, lo que nosotros hacemos. Nosotros tenemos los libros, el personal que se encarga de editar, de diagramar y de distribuir los libros a librerías. No sé qué tantos hayan así. Entiendo que son como proyectos en los cuales el director, el dueño, en su rato libre le dedica a la editorial.

**Paulina:** Había comentado que “los tenemos en digital”. ¿Me está diciendo que todos los libros, aparte de tenerlos impresos, tienen una versión digital o no es así?

**Raúl:** No. O sea, todo nuestro trabajo lo hacemos digital. El proceso de edición es digital. Ahora, en impresión digital tampoco tenemos, porque ese es el otro punto. Y, bueno, impresión por demanda. ¿Qué? Vamos a imprimir 50 ejemplares. Yo sé que hay editoriales pequeñas que lo utilizan y funciona muy bien cuando usted tiene un librito de 30 páginas, verdad. Porque se puede dar el lujo de venderlo en Q50.00, pero cuando usted tiene un libro de 400 páginas que le cuesta a uno Q75.00 producirlo, vender un libro de esos en Q300.00 nadie se lo va a comprar. ¿Ya? Entonces, nosotros seguimos imprimiendo *offset* y con impresiones de 1000 ejemplares.

**Paulina:** ¿Siempre?

**Raúl:** Sí, sí. Sabemos que nos vamos a demorar mucho, pero es la única manera de tener los libros más o menos a un precio accesible, verdad.

**Paulina:** ¿Usted cree que en el contexto guatemalteco y a nivel mundial la edición digital va a eliminar el libro impreso?

**Raúl:** No, yo creo que no. De hecho, por ejemplo, no tengo las cifras exactas, pero entiendo que el ritmo de crecimiento que llevaba el libro digital en relación con el libro en papel se ha reducido.

**Paulina:** ¿Ah, sí?

**Raúl:** Sí. Ha dejado de crecer como venía creciendo. Y, vamos a ver, yo creo que con el libro digital pasa lo mismo que pasa con los libros en papel. Hay libros que se venden mucho y lo que ha pasado es que el libro que se vende mucho en digital termina haciéndose en papel. Cuando hay un libro en Amazon se vende bastante, hay alguna editorial que termina comprando los derechos para hacerlo en papel. Entonces yo creo que no. Van a sobrevivir los dos formatos en paralelo, para distintos tipos. El libro digital para el *best seller* que es desechable. Es decir, que lo lee la gente y lo tira. Que de aquí a cinco años nadie se acuerda de ese libro.

**Paulina:** Y ya hay otro *best seller* (risas).

**Raúl:** Exactamente. Pero, por decirlo de alguna manera, la literatura seria, la literatura de calidad o para el libro científico, permanente, es decir, no aquel texto escolar o texto universitario. Para el texto universitario el libro digital permite estarse actualizando, pero para el material que es informativo, estadísticas, diccionarios, enciclopedias, allí el libro digital será el rey, verdad. No creo que vaya a terminar desplazando el libro digital al impreso. Mire usted, por ejemplo, lo que está pasando o lo que ha pasado con la música, ¿no? Es decir, sí hay una buena cantidad de música que está en la red, que la gente carga en su teléfono, pero la gente que aprecia realmente la música... regresaron los acetatos, ¿ya? (risas)

**Paulina:** Cabal. Están de moda otra vez. Sí, sí, cabal no quita que puedan coexistir los dos formatos.

**Raúl:** Exactamente, exactamente.

**Paulina:** Y es que, digamos, yo cabal estuve hablando con Eduardo Villalobos que es el de San-

**Raúl:** Santillana.

**Paulina:** Y él me decía: “lo que yo observo, por lo menos en el ámbito de educación, es que sí están creciendo las plataformas digitales”. Porque se están creando plataformas interactivas con los niños, pero él me decía que “es educación”. Aparte es literatura de otro tipo de textos que es cabal lo que usted decía. Casi que, cada plataforma tiene incluso sus tipos de libros que va a tener.

**Raúl:** Y es información, además. Y la información no necesariamente es conocimiento.

**Paulina:** ¿Cree usted que en el contexto guatemalteco el libro digital sea una buena estrategia para capturar más lectores?

**Raúl:** No, yo creo que lo que... La verdad es que allí no tengo como información sólida al respecto. Pero creo que quien va a leer en formato digital es alguien que ya es lector en papel. El que lee solo en digital, en el teléfono... la capacidad de concentración allí es muy limitada. Y eso le pasa a uno, incluso, que es lector. Pam, pam, pam. Está allí picoteando, ¿no? Lee, pero... no sé realmente si pueda ser como para captar nuevos lectores.

**Paulina:** Sí, no. Incluso, lo que usted me estaba diciendo que en su experiencia no les ha ido tan bien con lo digital y no tiene tanto éxito.

**Raúl:** Exacto. Es que... no sé, la verdad. A mí no me gusta ser como “no, eso no”, pero... sí, digamos, para captar nuevos lectores yo creo más en otros mecanismos. Por ejemplo, la lectura en la escuela. He medio leído algunos textos que plantean que el nivel de retención de lectura en papel es superior al nivel de retención de lectura digital y lo relacionan con otra serie de factores. Ahora, ¿en qué medida también, yo me pregunto, es un resultado de que aprendimos a leer en papel? ¿Qué pasa con el que aprende a leer desde el principio en digital? No sabría decirle exactamente, pero creo que el problema es que el que tiene teléfono teóricamente tiene acceso a millones de libros, pero, ¿cuántos libros realmente leen? Incluso cuánta de la gente que tiene acceso al teléfono realmente tiene acceso a esto y sabe que esto existe y no solamente que el uso del Internet le permite usar el WhatsApp para mensajear, para ver Facebook. Además, hace dos días, por ejemplo, hablaba con alguien que no es de aquí de la capital y le decía yo: “Es que mirá, un video, pero que sea cortito, verdad. Porque la gente no...”

**Paulina:** La atención es...

**Raúl:** Sí, eso. Y me dijo algo muy interesante. Es que la gente aquí no suele ver los videos. Porque le consumen su Internet. O sea, nosotros que tenemos el teléfono y que tenemos un plan y que tenemos esto y que tenemos lo otro no nos importa. Pero la gente de escasos recursos, el estar viendo un video es gastarse el Internet y no tienen recursos para gastarse el Internet haciendo eso. Entonces me dice “la gente aquí los videos no los ve”. Incluso los que tienen acceso a Facebook y todo esto, ¿no? Entonces también es una cuestión de recursos. Además, no es solo saber que está el libro sino considerar cómo se lea: si se descarga un PDF en el teléfono o tal vez un e-book. Ese es el otro punto en relación, por ejemplo, con el libro digital. Bueno, yo subo un libro a Amazon. ¿Quién va a encontrar el libro en Amazon?

**Paulina:** Exacto.

**Raúl:** Yo tengo que hacer un esfuerzo grande de difusión porque Amazon no me lo va a difundir, ¿ya? ¿Y cuánto voy a lograr realmente vender? Para Amazon es un gran negocio porque ellos tienen 20 millones de libros, por decir una cifra. Con que vendan 2 ejemplares de cada título, ya vendió 40 millones. Que le queden 50 centavos por ejemplar son 20 millones de dólares. Pero yo vendí 2. Yo como editor, como autor vendí 2. Es decir, el negocio es de Amazon.

**Paulina:** Sí, la verdad es que no me había puesto a pensar en eso y es cierto. Entonces, ¿cómo ve el futuro de la edición digital en Guatemala?

**Raúl:** Yo lo veo limitado. Es una posibilidad, pero hay otra cuestión importante. Yo creo que los lectores que en Guatemala tienen poder adquisitivo para tener un lector digital y para poder comprar libros digitales, es decir, e-books, PDFs, etc., no les interesa la literatura guatemalteca. Es gente de alguna manera *snob*. Usted mira y andan con el Kindle y, ¿qué están leyendo? Están leyendo algún autor en inglés o lo último que fue publicado en España y que no ha llegado acá. Porque ellos están muy actualizados. Pero literatura guatemalteca en digital no les interesa, ¿ya? Salvo que logre usted vender el libro en un colegio o algo así y que sea de lectura obligatoria, pero, bueno, es lo que yo he visto. Claro, habría como que hacer encuestas, hacer estudios profundos sobre eso, pero yo lo veo en lo inmediato. Si la gente no tiene capacidad adquisitiva para comprar libros, menos van a tener los recursos para comprar el lector digital, ¿ya? Yo creo que se está abriendo espacio esto en la educación, pero particularmente en establecimientos privados de clase media alta para arriba, ¿no? Y esto hace más grande la brecha social entre los que tienen y los que no tienen, verdad. Pero yo le veo poco, para ser honesto. Aquí habría que ver cómo ha evolucionado la producción del e-book y es muy limitada. Muy, muy limitada. Yo creo que no llega ni al 1% de la población nacional.

**Paulina:** Sí, sí es poco. Eso es todo. Muchas gracias.

## b. Entrevista con Eduardo Villalobos

**Fecha de la entrevista:** 25 de abril del 2018

**Entrevistadora:** Paulina López

**Entrevistado:** Eduardo Villalobos

**Lugar de la entrevista:** Editorial Santillana

**Duración de la entrevista:** 22:27 min

**Paulina:** Bueno, para comenzar, ¿me puede contar un poco sobre su experiencia como editor? Digamos, un poco sobre cómo entró en esto.

**Eduardo:** Bueno, voy a contarle mi experiencia en el mundo editorial.

**Paulina:** Mhm.

**Eduardo:** Yo comencé a trabajar en el mundo editorial en 1995 en una editorial local, guatemalteca. Oscar de León Palacios. Comencé trabajando haciendo pequeñas correcciones, haciendo textos de contracubiertas, haciendo un poquito de relación de los medios... o relación de la editorial con los medios, ¿verdad? La gente piensa que el trabajo editorial es solamente corregir un libro y no es así. El trabajo editorial pasa por llevar ese libro, digamos, a los medios, por que se conozca, por que se difunda, por que se comente, y un poco eso hice desde el principio. Luego, con el paso del tiempo comencé a trabajar ya editando una revista cultural que fue muy interesante en esa época que es la que dirigió Marco Antonio Flores. Se llamó *La Ermita*. Era una revista cultural en donde se publicaban textos de creación, donde se publicaban ensayos o la gráfica de unos artistas y allí trabajé alrededor de siete años. Al mismo tiempo empecé a hacer trabajo como *freelance* para editar materiales. Para corregirlos. Trabajé con la Facultad de Agronomía en la Universidad de San Carlos. Hice un poco de periodismo cultural en Terra Networks. Cuando entró a Guatemala era una de las primeras empresas digitales de contenidos que entraron al país.

**Paulina:** ¿Terra Networks?

**Eduardo:** Terra Networks. Y comencé mi relación con Santillana. Comencé haciendo correcciones como *freelance*. Con el paso del tiempo pasé por todo el proceso. Hice autorías y comencé a trabajar como editor y me contrataron en Santillana en eso del 2003, hace 15 años... un poco más de 15 años. Y allí comencé en una andadura que me llevó primero obviamente a editar libros de texto y luego pasé a coordinar un área más grande. El área humanística de la editorial y ahora tengo a mi cargo el departamento de Innovación. También tengo a mi cargo todos los libros del sello *Loqueleo*, que es toda la línea de literatura infantil y juvenil del grupo. Bueno, del sello para Centroamérica Norte. Y también, como parte del departamento que tengo a mi cargo, que es Innovación, hacemos plataformas de contenidos sobre todo digitales. Porque allí es donde está un poquito la innovación del futuro, ¿verdad? Aparte he hecho libros y he hecho muchos trabajos editoriales, pero más de manera menos continua.

**Paulina:** Ah, ok. Así como que, de vez en cuando.

**Eduardo:** Exacto. Los proyectos editoriales y todo. También edité algunas revistas, aparte de *La Ermita*. Una revista que se llamó... ay, no recuerdo. Creo que llamaba *Guatemalan Roots* o algo así, que era un revista como de turismo, ese tipo de cosas. He pasado por diversos tipos de edición. Desde libros literarios, libros técnicos, uno para CONAP que recuerdo mucho, como una guía telefónica de las de antes. Ese tipo de cosas he hecho.

**Paulina:** Y es que para cuando uno edita de esos temas, tiene uno que saber del tema, entonces también uno va aprendiendo.

**Eduardo:** Un poquito, sí, de todo.

**Paulina:** Desde su perspectiva, ¿cuáles han sido los cambios más significativos con respecto a la industria editorial? Primero una vista general.

**Eduardo:** Yo creo que la industria editorial en los últimos años se ha visto inundada por la llegada de... ¿cómo llamarlo? La importancia del márketing editorial se ha instalado. Voy a hablar de la edición en la lengua española, ¿sí? Se ha instalado de manera cada vez más decidida en las editoriales. La consciencia de que un libro debe conllevar una cierta repercusión mediática para acceder a públicos cada vez más amplios, veo que se ha instalado en la industria editorial. Y no me refiero solo a libros de interés general sino incluso para libros de autores literarios. Por ejemplo, el caso de Bolaño. En el caso de Bolaño se conjuga la calidad literaria, pero también se trabajó por parte de Anagrama una campaña por hacerlo un autor importante, conocido y reconocido en los círculos académicos y también en los medios especializados. Otra cosa que también pienso que ha impactado directamente en las editoriales son las nuevas tecnologías en relación a, por ejemplo, cómo se dan a conocer las novedades. Yo creo que el uso de las redes sociales, el uso de ciertas herramientas tecnológicas también ha impactado en la industria editorial. También la llegada de los nuevos formatos, los formatos digitales, implica que ahora una editorial debe pensar no solamente en el papel sino también debe pensar en los canales de distribución digital o en formatos digitales, ¿no? Y en qué formato van a hacer sus libros, qué plataformas, todo eso ha influido. Y luego que la producción del libro de papel se ha ido afinando y aquellas cosas que ocurrían antes de revisar las pruebas de imprenta, ahora esos procesos con las nuevas tecnologías también cambian un poquito.

**Paulina:** Y digamos, ¿qué hay de esos cambios significativos aquí en Guatemala?

**Eduardo:** Yo creo que todo repercute de la misma manera. Obviamente hay que pensar que la industria editorial guatemalteca es bastante limitada, con mercado bastante limitado, pero todo está ocurriendo, ¿no? De pronto, ocurre que un editor debe pensar también en lo digital. En Guatemala, tanto como en España, como en México o en la China, influye también que tiene que pensar en estrategias para hacer llegar sus libros o sus contribuciones/contenidos a los lectores y, a menor escala, todo influye en Guatemala.

**Paulina:** Y es que cabal usted nos había dicho que la edición digital es diferente a una edición que uno hace para un libro impreso así normal.

**Eduardo:** Exacto. Pero otra cosa que también ha impactado o ha cambiado en esto es que antes las editoriales tenían la exclusividad, digamos. O un espacio privilegiado en cuanto a la difusión de contenidos. Ahora existe la posibilidad de que un autor se autoedite y que coloque sus libros y muchas veces, en canales como Amazon por ejemplo, esos libros resultan tanto más exitosos que los que son lanzados por las editoriales. Entonces hay un nuevo escenario que me parece muy saludable y mucho más democrático que el que existía antes.

**Paulina:** ¿De qué manera los cambios tecnológicos de los últimos 20 años han afectado la industria editorial guatemalteca?

**Eduardo:** Un poco lo mismo, ¿no? En que, además, al contar con un mercado tan reducido, al contar con muchas carencias que existen en el país, con un país en donde se lee muy poco, entonces, por ejemplo ciertos formatos o ciertas formas, como la impresión por demanda o los formatos digitales, pueden permitirles a un editor, a una editorial, asumir la edición, el lanzamiento de un libro con menores recursos y también llegar a la gente.

**Paulina:** ¿Cuál ha sido su experiencia con los formatos o plataformas digitales? Usted ya me había contado lo de Lectópolis, Textópolis, etc., pero cuénteme su experiencia.

**Eduardo:** Bueno, yo creo que en un primer momento se pudo pensar que la tecnología iba a cambiar por completo muchas cosas de la lectura y hemos presenciado que la realidad es distinta, ¿no? Ellos siguen prefiriendo el papel y, sin embargo, empieza a crecer la tendencia a leer en formatos digitales. Por ejemplo, los diarios, las revistas, son formatos más proclives a ese cambio. Dentro de esa perspectiva, el libro en papel conserva un lugar importante, pero también ha hecho cambiar la idea de la gente. Esa idea podrá persistir en algunos escritores de que hacen libros o de que una editorial hace libros. No. Una editorial lo que hace es llevar contenidos a la gente y dentro de esta visión, muchas veces es más conveniente que ciertos contenidos sean llevados en formatos digitales, ¿ya? Entonces desde esa perspectiva, productos como Lectópolis implicaron llevar la comprensión lectora a un formato digital sin olvidar que también existe la lectura de libros, ¿no? Es parte de un proceso. Tenemos otros proyectos relacionados con la escritura también que son mucho más... digamos, las tecnologías permiten, por ejemplo, un acompañamiento automatizado del proceso de escritura, le dan consejos a la persona que está escribiendo, consejos sobre el tipo textual que está escribiendo, consejos en tiempo real sobre ciertos errores que comete y luego le hace una revisión ortográfica, de fluidez, de riqueza léxica si repite muchas palabras. Esa automatización del proceso que proporcionan las nuevas tecnologías creo que es fundamental en ciertos casos. En este caso, un contenido. Porque, ¿esto qué podría ser? Pues un libro en donde existieran ejercicios, pero la experiencia sería mucho más corta y mucho más limitada. También los nuevos formatos de lectura permiten tener muchas cosas que de pronto en el papel no existen, ¿verdad? Se pierde la intimidad, se pierde el olor, la textura del papel, pero podemos tener organizadas nuestras notas, podemos saber cuántas palabras hemos leído, podemos saber cuánto

tiempo le dedicamos a la lectura, podemos tener un diccionario, podemos subrayar, hacer anotaciones sin sentir que estamos transgrediendo o que estamos rayando un libro del siglo XIX, ¿no? Y además tenemos la posibilidad de, por ejemplo, decir: bueno, dejo aquí esta lectura y lo estaba haciendo en una *tablet* y luego voy por la calle y quiero seguir leyendo o estoy en la consulta de un médico y de pronto solo cargo mi celular y accedo a mi cuenta y descargo el mismo libro, o sea, leo el mismo libro y voy exactamente en donde lo dejé y con todas las marcas que me sirven a mí. Puedo organizarle mis marcas para que queden en ciertos espacios y esto en un libro, pues tendría que tener una gran librería y tener, no sé, marcas en el libro para saber que en la página 82 hice una nota y tal. Eso podemos acceder inmediatamente no solo a un diccionario sino hacer otros tipos de consultas. Podemos interactuar con otros lectores en tiempo real, podemos ver al mismo tiempo una entrevista del escritor que estamos leyendo. Podemos hacer muchas cosas, ¿no? Podemos tener a la mano 2, 3, 4 libros del mismo autor. No sé. Creo que la lectura digital puede ser algo muy interesante en el futuro.

**Paulina:** ¿Qué tanto contenido digital produce Santillana?

**Eduardo:** Está produciendo cada vez más. Todas nuestras novedades pasan también a digital. O sea, todos los libros que producimos en la editorial tienen su versión digital. Estamos pensando en hacer formatos de lectura digital cada vez más sofisticados. Tenemos plataformas como Lectópolis, como Textópolis, que promueven ciertas habilidades relacionadas con la comunicación y estamos pensando siempre en contenidos digitales. Es parte importante de la visión de Santillana producir contenidos digitales.

**Paulina:** ¿Y cómo se toma la decisión de, digamos: bueno, este contenido sí va para digital o ahora ya todo es?

**Eduardo:** Por ejemplo, que un libro de literatura infantil o juvenil esté en digital es un estándar. Ya ni siquiera hay que tomar la decisión. Es una decisión ya tomada.

**Paulina:** ¿Y cuándo se decide que no? Digamos, ¿qué contenidos ameritan que uno diga esto sí no es para digital? ¿O ya todo?

**Eduardo:** Es que nuestro caso, que yo tenga noticia, todo está también en digital. Digamos, sobre todo, en el mundo literario lo digital sigue teniendo un lugar no muy importante, pero aun así, todos nuestros contenidos literarios de literatura infantil y juvenil los pasamos a digital. Es un estándar, ¿ya? Y es un estándar no solo en Guatemala, sino es un estándar global. Ahora bien, en el caso de los libros educativos, la tendencia es que más o menos en unos dos años, me estoy refiriendo a Guatemala, buena parte de los contenidos sean digitales, ¿sí? Por lo menos en cierto tipo de establecimientos, ¿no? Ciertos establecimientos más de vanguardia. De hecho, tenemos clientes que nos dicen “no, yo ahora los libros los quiero en digital”.

**Paulina:** ¿En serio?

**Eduardo:** Sí. Y, además, ¿por qué? Porque lo digital, en el caso de un libro educativo, puede tener muchas ventajas. Por ejemplo, que la actividad tenga lo que llamamos “trazabilidad”, es decir, que pueda automáticamente calificar la respuesta como correcta o incorrecta. Y esa información, esa data, llevarla a otra interfaz donde se puedan desplegar los resultados, se pueda generar una nota, una zona, hacer recomendaciones. Todo eso es posible. También el papel tiene la limitación del espacio. En cambio, en un formato digital puede extenderse el texto, o por ejemplo la imagen puede hacerse grande, podemos tener imágenes interactivas, por ejemplo en 3D, pueden rotar 360°, podemos tener imágenes que se expandan o que podemos recorrer, podemos tener imágenes, qué sé yo, de antes y después, y entonces ir corriendo una ventana, verdad, donde salgan las dos versiones. Incluso eso a veces se ve hasta en las noticias, ¿no? Las noticias de formato digital. Podemos hacer muchas cosas. Ver videos también en la misma plataforma, medir el tiempo que se tarde el estudiante para consumir un contenido, ver cuáles son las actividades que son más fáciles o más difíciles. Todo eso es posible por medio de la tecnología. Entonces estamos viendo que los mismos consumidores encuentran que hay muchas ventajas en lo digital que el papel no tiene, ¿verdad? Entonces, sobre todo en el ámbito educativo, lo digital es una prioridad para los próximos años.

**Paulina:** Bueno, y con todo esto, ¿usted cree que en el contexto guatemalteco y a nivel mundial la edición digital va a eliminar el libro impreso?

**Eduardo:** Depende en qué ámbitos. Yo sigo pensando que el libro en papel nunca va a desaparecer.

**Paulina:** Yo también creo que no.

**Eduardo:** Lo que pasa es que se va a convertir poco a poco en un artículo más suntuoso, más... no sé, como más de colección. Entonces probablemente vaya a tener un precio mayor o va a ser un producto un poco más exclusivo, digamos. Pero creo que los formatos digitales y los formatos en papel, en los libros, van a convivir. Ahora, creo también que para los contenidos educativos, que este es otro ámbito verdad, lo digital cada vez va a ser más importante y de pronto el papel se va a quedar para cosas muy específicas. Pero creo que sí puede ocurrir eso.

**Paulina:** ¿Cree usted que en el contexto guatemalteco el libro digital es una buena estrategia para capturar a más lectores?

**Eduardo:** Es una pregunta difícil porque depende eso un poquito de los lectores. Entonces son los lectores a veces los que utilizan o no ciertos formatos. Yo creo que es una gran oportunidad. Los

formatos electrónicos, en un país donde, como Guatemala, donde el libro es particularmente caro y además paga impuestos, creo que los formatos, bueno no quiere decir que no pagaría un libro digital verdad, pero los formatos tienden a hacer que ciertos contenidos lleguen a más gente, pero eso pasaría por un proceso también de márketing aplicado al mundo editorial y que haga a las personas primero saber que existen estos contenidos y luego que son fáciles de consumir. Que pueden ser consumidos incluso desde un teléfono celular y que vale la pena hacerlo. Que vale la pena meterse en ello. Entonces yo creo que es una gran oportunidad y una oportunidad que democratizaría toda la producción editorial de este país.

**Paulina:** ¿Cómo ve el futuro de la edición digital en Guatemala? Bueno, la verdad es que ya lo ha dicho.

**Eduardo:** Sí.

**Paulina:** Que ha ido creciendo.

**Eduardo:** Ha ido creciendo y creo que es bastante promisorio, ¿no? Creo que cada vez más se harán más contenidos digitales en Guatemala de la misma manera que se están haciendo en el mundo, ¿verdad? Y que obviamente el libro en papel no va a desaparecer. Eso también está clarísimo. Por lo menos en un par de generaciones, de pronto. ¿Por qué? Porque estamos... yo creo que es una etapa de convivencia esta. Donde cada vez va a ser más importante lo digital, pero esto no va a decir... no significa que no se vaya a salir el papel.

**Paulina:** Listo. ¡Gracias!

### c. Entrevista con Philippe Hunziker

**Fecha de la entrevista:** 15 de mayo del 2018

**Entrevistadora:** Paulina López

**Entrevistado:** Philippe Hunziker

**Lugar de la entrevista:** Librería Sophos, Plaza Fontabella

**Duración de la entrevista:** 24:26 min

**Paulina:** ¿Puede contarme un poco sobre su experiencia en el mundo editorial?

**Philippe:** Tengo unos 18 años de hacer de librero, pero talvez unos 10 o 12 años de ser editor solamente. Mi experiencia como editor empieza con la noticia de que el arte del asesinato político de Francisco Goldman se iba a publicar en español. Es una crónica sobre el Caso Gerardi. El editor

en inglés de este libro me convenció para que comprara una cantidad importante de libros que normalmente no hubiera comprado porque eran en inglés a pesar de ser un tema que era de interés para los guatemaltecos y para mi sorpresa se vendieron y se vendieron muy bien. Entonces cuando iba a salir la edición en español pensé que no era descabellado imaginar hacer un tiraje específico para Guatemala. Entonces contacté a la editorial y me dieron el permiso de hacer una impresión guatemalteca de este libro que se publicaba en España. Luego hicimos otra cosa parecida con el material humano de Rodrigo Rey Rosa. Y las dos fueron experiencias positivas. Entonces pensamos que había un espacio en el que podíamos nosotros facilitar el acceso al lector de libros que de otra forma le sería más difícil conseguir, ¿verdad? En el caso de Goldman y de Rey Rosa eran libros que iban a salir más caros si se traían de España que hacerlos acá. Pero luego empezamos a reeditar las novelas de Dante Liano que habían sido publicadas en España y que dejaron de estar disponibles, para las que sabíamos que había un mercado que no era enorme, pero que existía y que era importante, pues, un autor importante, que el lector guatemalteco pudiera tener accesible. Y así fue como empezamos en el mundo editorial. Un poquito tratando de hacer accesible al lector guatemalteco textos que nos parecían importantes y que si no interveníamos nosotros no iban a estar disponibles.

**Paulina:** ¿Y esto, más o menos, como en qué año fue?

**Philippe:** Quiero creer que... Goldman fue en el 2007, 2008, pero puedo estar equivocado. Por allí.

**Paulina:** Ok. Y digamos, de su experiencia de librero, ¿cómo se metió en este mundo?

**Philippe:** Ah, bueno, mi mamá abrió la librería en el año 98. Estábamos en Reforma en aquel entonces, pero sí, Sophos. Y un par de años después me incorporé a la librería.

**Paulina:** ¿En qué año fue esto?

**Philippe:** 98 abrió la librería y en el 2000 me incorporé.

**Paulina:** Ah, ok. ¿Y siempre le gustó la edición?

**Philippe:** Pues la edición no tenía idea. Los libros siempre me han gustado.

**Paulina:** Ah, ok. Desde su perspectiva, ¿cuáles han sido los cambios más significativos con respecto a la industria editorial? Digamos, a nivel nacional y a nivel global.

**Philippe:** A nivel nacional, yo diría que, por un lado, la posibilidad cada vez menos obstaculizada para un autor de publicar su libro, ¿verdad? Eso es importante. En segundo lugar, hace 15 años en

la lista de los 20 libros más vendidos de Sophos talvez habían 2, 3 o 4 libros guatemaltecos. Hoy, en la lista de los 20 más vendidos hay talvez 2, 3 o 4 que no son guatemaltecos.

**Paulina:** ¿En serio? Qué interesante.

**Philippe:** Sí, eso es una tendencia súper importante. Y yo diría que la tercera talvez es la firma de la paz en el 96 que creó un clima de hambre, un clima de querer saber acerca de otros lugares, acerca de Guatemala, acerca de nuestra historia, que tenía 36 años de no suceder en Guatemala.

**Paulina:** ¿Y a nivel global? Digamos, ¿cambios de la industria editorial?

**Philippe:** A nivel global yo digo que ha ido por oleadas. Talvez el primer cambio importante fue el advenimiento de las grandes cadenas de librerías. Como Borders, como Barnes & Noble y otras que vinieron a instaurar una dinámica súper efectivista en el ecosistema del libro. Es decir, una dinámica que se parecía de alguna forma más a cómo funcionaba Walmart que a cómo funcionaba una librería tradicional, ¿verdad? Eso creo que ha tenido efectos muy positivos. Ahora todos nos fijamos mucho en nuestra exhibición, ¿verdad? Y ha tenido efectos nocivos en el sentido de que los libreros independientes sufrieron mucho del advenimiento de todo esto, de estas cadenas de librerías. Luego, irónicamente después viene Amazon y la industria de *online retail* y hace que muchos tengan serios problemas para sobrevivir. Ya solo existe en Estados Unidos una cadena de librería importante que es Barnes & Noble y todos los años se habla de que está en serios aprietos. Mientras que los libros independientes han ido repuntando, ¿verdad? El fantasma del cambio de lo digital resultó ser mucho menos importante de lo que anunciaba ser y ahora está más bien en retroceso. Y lo que podría ser el próximo cambio importante es, bueno, acentuando lo que sucede en Guatemala, en otros lados es también y todavía más fácil para autores volverse autores y editores. Es decir, autores autopublicados y creo que la industria del audiolibro está creciendo a pasos agigantados.

**Paulina:** ¿Sí, verdad? No me había puesto a pensar en eso, pero los audiolibros ahorita son...

**Philippe:** Es el segmento de mayor crecimiento los últimos 5 años en libros. Sostenido. Un 30% de crecimiento anual, más o menos.

**Paulina:** Sí, verdad. Y es que es eso. El tráfico y todo, entonces la gente pone un libro y allí se va y no te hace perder el tiempo.

**Philippe:** Sí, correcto.

**Paulina:** ¿De qué manera los cambios tecnológicos de los últimos 20 años han afectado a la industria editorial guatemalteca?

**Philippe:** Creo que de maneras positivas y de maneras negativas. Ha hecho mucho más eficiente al editor, ¿verdad? Cosas que antes se hacían manualmente y de forma artesanal ahora se hacen de manera más eficiente. El editor tiene acceso al saber hacer de muchos colegas mucho más rápidamente. Las noticias corren más rápido, el conocimiento corre más rápido, pero la competencia también es mucho más importante y creo que ya no se compite por las mismas cosas. Digamos que antes los temas técnicos eran un factor de competencia importante y cada vez lo son menos.

**Paulina:** Entonces, ¿cuál sería la competencia?

**Philippe:** Contenido.

**Paulina:** Mmm, ok. Em, ¿cuál-

**Philippe:** La atención.

**Paulina:** Sí, verdad. De cómo atrae uno a que la gente venga y que compren tus libros.

**Philippe:** [asiente con la cabeza]

**Paulina:** Em, ¿cuál ha sido su experiencia con formatos o plataformas digitales?

**Philippe:** Fuimos los primeros en Guatemala, de hecho, los primeros en Centroamérica en vender libros electrónicos. Fuimos octavos en América Latina en vender libros electrónicos y tal vez fuimos los primeros de América Latina de salirnos de vender libros electrónicos. En las circunstancias actuales del ecosistema no es viable para nosotros vender libros electrónicos. Es decir, no es una cosa que sea rentable.

**Paulina:** ¿Y cuántos libros han sacados? ¿Qué contenidos tienen en digital?

**Philippe:** A ver. Lo que pasa es que es importante ver que algunas de estas preguntas las estoy contestando como librero y hay otras que debería contestar como editor, ¿verdad? Como librero, nosotros revendíamos libros digitales. Como editores nunca sacamos un libro digital. Pero como libreros, el porcentaje de ventas que representaba el libro digital nunca pasó el 1% de las ventas. Es decir, muy poquito.

**Paulina:** Y digamos, ¿como editor? Para los libros digitales, ¿cuáles eran factores que lo hacían decidir “esto vale la pena o merece ser digital”?

**Philippe:** Nunca pensé que nada valiera la pena hacerse digital. Es decir, creo que vale la pena que esté digitalmente. Me parece que nunca valió la pena hacerlo digital. Desde el punto de vista de hacerlo disponible para la mayor cantidad de gente, pues sí. Cualquier cosa que se suba a digital está fantástico, pero tiene costos no solo de hacerlo sino de mantenerlo. Y esos costos me parece que no son justificables.

**Paulina:** Bueno eso iba a preguntar. ¿Qué tanto contenido digital produce Sophos?

**Philippe:** Ninguno.

**Paulina:** Ah, es cierto, que ya se salieron. ¿Cree usted que en el contexto guatemalteco y a nivel mundial la edición digital va a eliminar el libro impreso?

**Philippe:** No. Yo tengo más miedo por la edición digital que por el libro impreso.

**Paulina:** (risas) ¿Cree que se va a desaparecer?

**Philippe:** El libro tiene una extraordinaria ventaja en relación a otros medios que sí se han digitalizado mejor. Y es que versus las películas, versus la música, versus los juegos, el libro nunca necesitó, en físico, un aparato adicional al propio libro para que se disfrutase, ¿verdad? La música siempre necesitó un *walkman*, o un tocadiscos. La película siempre necesitó un DVD o un VHS y una televisión. El videojuego siempre necesitó una computadora, una consola, ¿verdad? Algo que convirtiera el físico en utilizable. El libro nunca necesitó ningún aparato externo que lo mediara, ¿verdad? Entonces, el libro es autónomo de esa forma. Mientras que para consumir los otros productos, uno siempre de todas maneras va a necesitar pasar por una máquina. Entonces entre meterle a esa máquina algo físico y meterle algo digital hay poca diferencia. Mientras que con el libro la diferencia principal es que... eso. Es autónomo. No necesita nada.

**Paulina:** Sí, ¿verdad? No me había puesto a pensar en eso, pero es cierto. Bueno, la pregunta la tengo aquí, pero creo que ya la ha ido contestando usted. ¿Cree usted que en el contexto guatemalteco el libro digital sea una buena estrategia para capturar más lectores?

**Philippe:** Depende de lo que hablemos por estrategia digital. Si por estrategia digital estamos diciendo tener libros disponibles digitalmente, creo que no es en sí una buena estrategia ni una mala estrategia. Si cuando hablamos de estrategia digital es utilizar medios digitales para encontrar nuevos lectores, creo que allí sí una estrategia digital es importante.

**Paulina:** Ah, ok. Esta es la tercera entrevista que he hecho y en cada una voy aprendiendo cosas nuevas, ¿verdad? Que talvez yo no había reparado en eso. Por ejemplo, en las otras dos que he hecho, una la hice en F&G Editores y la otra en Santillana y el de Santillana me decía “Mire, como

yo lo veo es que hay diferentes tipos de lecturas para cada formato”. O sea, la literatura clásica, talvez, que se quede en el papel, pero para los contenidos educativos lo digital les queda súper bien. Porque, incluso, los colegios les piden ahora plataformas digitales y entonces... sí, verdad, son mundos diferentes.

**Philippe:** Sí, sí, sí.

**Paulina:** ¿Y cómo ve usted el futuro de la edición digital en Guatemala?

**Philippe:** Pues creo que va muy en eso, verdad. Depende en qué cosas y para qué. En temas educativos y pedagógicos va a haber una buena cantidad de contenido que va a pasar a digital en la medida en que las escuelas adopten todo este aparataje y lo ponga frente a los chicos, ¿verdad? Creería yo que en el medio universitario también y en algunos medios, digamos, particularmente específicos, va a tener una importancia. Por ejemplo, en derecho, en medicina, en estos temas académicos más puntuales. Que se actualizan constantemente y que a veces hay que fraccionar. Es decir, muchas veces yo no estoy interesado en todo el libro. Estoy interesado en este capítulo. Y la digitalización permite fragmentar, verdad. Cosa que al físico le cuesta más.

**Paulina:** Yo tenía una pregunta para usted. ¿Le gustan los libros digitales? ¿Le gusta ese formato o prefiere siempre impreso?

**Philippe:** Mire, encuentro la utilidad de los libros digitales, sobre todo si uno está de viaje. Pero incluso cuando recibo manuscritos... suelo imprimirlos y leerlos en papel. Cuando recibo catálogos... las editoriales ya no hacen catálogos impresos. Entonces mandan catálogos en PDF. Suelo imprimirlos para trabajar sobre los catálogos impresos. Sigo prefiriendo el papel de lejos. No siempre he sido así, pero cada vez soy más así.

**Paulina:** Sí, a mí también me gusta más impreso, pero también veo lo útil de tener libros digitales. Pues, eso es todo. Muchas gracias.

**Philippe:** Y te voy a hacer una pregunta yo a vos.

**Paulina:** Mhm, sí.

**Philippe:** ¿Por qué crees que...? ¿Cómo se llama la investigación que estás haciendo?

**Paulina:** Ahorita se llama “La edición en el siglo XXI”.

**Philippe:** Ok. Y, ¿por qué crees que una buena parte de tus preguntas tienen que ver con la edición digital?

**Paulina:** Porque como he estado haciendo el estudio de la evolución de la edición, lo que ha tenido gran influencia es la tecnología y el Internet y ha facilitado esos procesos. Y, dentro de esto, entran esas plataformas como Amazon, Wattpad, que permiten que ahora cualquiera pueda publicar o editor y hasta diagramar, pero dentro de todo, todavía tenemos editoriales que están dentro de la competencia económica, por así decirlo. Entonces, lo que yo decía era: bueno, ¿qué están haciendo para quedarse dentro de ese mercado? Y yo lo que quiero ver es si su respuesta ha sido la edición digital como respuesta o como ventana a decir “bueno, también tenemos nosotros contenidos digitales, electrónicos, que es lo que ahora la gente está consumiendo”. Por eso es que eran mis preguntas en esa línea.

**Philippe:** Aja, sí. Sí y es que es interesante porque creo que lo digital... y de nuevo hay que matizar, verdad, porque lo digital es... Bueno, una cosa es crear contenido digital y otra es usar lo digital para crear contenido, ¿verdad? Y definitivamente las plataformas digitales que te permiten, maquetar tus libros, hacerlos, diagramarlos, publicarlos, etc., todo eso que está en la nube, pero que después puede llevar a un *epub*, a un PDF o a un libro impreso, allí es donde se separa las dos partes de la digitalización, verdad. Luego está la parte, digamos, de lo físico versus lo digital en comunicación, que es otro rollo, verdad. Creo que ha habido un sobreenfoque, cuando hablamos de lo digital, en pensar en la edición digital. Cuando la edición digital es un pedacito de lo digital y es el pedacito que menos impacto realmente ha tenido, ¿verdad?

**Paulina:** Sí, cabal.

**Philippe:** Los impactos más importantes son el correo electrónico, el Internet, verdad. La posibilidad de mandar catálogos, de ya no tener que esperar cartas, que llegan o no llegan, verdad. Pero también, digamos, la comunicación vía Facebook, vía Twitter, vía redes sociales. Creo que eso ha tenido un impacto mucho más profundo que el impacto propiamente, del formato del producto que se va a consumir. De hecho, me parece que el impacto de Netflix ha sido mucho más o va a ser mucho más potente en la industria editorial que el formato del libro electrónico.

**Paulina:** ¿Ah, sí? ¿Por qué?

**Philippe:** Porque para tener un lector, uno tiene que suponer que tiene el tiempo del lector. Y la cantidad de tiempo que la gente pasa frente a una pantalla a partir de Netflix, me parece que se ha multiplicado.

**Paulina:** Sí, es cierto. Tengo tantas cosas en la cabeza. Ay, muchas gracias.

**Philippe:** No, a la orden.

**Paulina:** Estuvo súper interesante. Muchas gracias por ayudarme.

**Philippe:** Está bueno, ya sabés. ¡Buena suerte!

**Paulina:** Gracias.

#### d. Entrevista con Raúl Figueroa sobre la historia de la edición en Guatemala

**Fecha de la entrevista:** 03 de julio del 2018

**Entrevistadora:** Paulina López

**Entrevistado:** Raúl Figueroa

**Lugar de la entrevista:** F&G Editores

**Duración de la entrevista:** 33:02 min

**Paulina:** Necesito que me cuente todo lo que usted sepa de la historia de la edición en Guatemala. Porque me hace falta completar esa parte. Yo me acuerdo que la vez pasada usted me había contado que más o menos como en el 86 se fue a Costa Rica, ¿o no?

**Raúl:** En el 84.

**Paulina:** 84, ok. Sí. Tal vez apunté eso. Es que ahorita no me acuerdo mucho los números.

**Raúl:** Y en el 86 empecé a trabajar en edición.

**Paulina:** ¡Ah! Es que eso fue, eso fue. Por eso tenía esa fecha en la cabeza. Antes de irse para allá, ¿qué es lo que usted se acuerda de la industria editorial aquí en el país?

**Raúl:** ¿Desde cuándo quiere que le cuente?

**Paulina:** Desde lo que usted se acuerde.

**Raúl:** ¿Del siglo... del que trajeron la primera imprenta o del siglo XX? (risas)

**Paulina:** Pues, mire, no sé si incluso usted me puede decir cuál fue la primera editorial en el país.

**Raúl:** No. No sé cuál fue la primera editorial en el país. Le digo, de la historia conozco muy poco. Lo que voy a hacer es que le voy a dar nombres para que usted pueda Googlear. ¿Ya? Eso le va a servir de mucho. Vamos a ver. La primera imprenta, entiendo yo, la trajo a Guatemala José de

Pineda Ibarra, ¿verdad? Luego, en el siglo XIX pues había esencialmente, creo yo, pequeñas imprentas que hacían libros, folletos. Sobre todo, hacían confesionarios, artículos religiosos, etc. De allí, del siglo XIX creo que es lo más relevante del siglo XIX, será la fundación de la Tipografía Nacional. Que, pues, todavía persiste. Que fue fundada en el siglo XIX. Hay una cuestión que es importante, y es que en esa época, como ahora, la diferenciación entre el trabajo de la imprenta y el trabajo del editor no estaba muy claro y, entonces, en general, los impresores eran editores, ¿ya? No existía el editor como tal.

**Paulina:** Sí, no estaba tan claro.

**Raúl:** Y allí que usted encontraba, por ejemplo, que el gremio de los tipógrafos era un grupo muy culto porque les tocaba componer los libros letra por letra, palabra por palabra y entonces era gente muy instruida. Le voy a dar palabras claves que pueda Googlear. Historia del libro en Guatemala, ¿ya? Luego, hay una persona, Enrique Gordillo, él es historiador. Yo creo que Quique algo ha trabajado sobre historia del libro en Guatemala. Luego otra persona que algo tiene de esto, aunque es más sobre la censura, es José Cal, el Dr. José Cal. Él incluso tiene un artículo sobre la quema de libros cuando entró Castillo Armas a Guatemala. Pero regresando, entonces, la otra imprenta que yo recuerdo era la Imprenta Sánchez & De Guise, que sí es una cosa espectacular. Me parece que hay un museo, no sé si ya lo visitó.

**Paulina:** Ah, sí. Lo habíamos mencionado con Denise, pero no he ido.

**Raúl:** Hay un museo de la imprenta editorial Sánchez & De Guise, que Sánchez & De Guise publicó durante muchísimos años un calendario agrícola, algo así. Pero, digamos, era una editorial relativamente popular la cual publicó muchos de los autores guatemaltecos, verdad. Realmente creo que es probablemente la editorial privada más relevante del siglo XX. Luego, los años 40, creo que es en el 49, por allí, se funda la editorial de la Universidad de San Carlos, que tenía muchísima maquinaria porque también era imprenta. Y sigue siendo imprenta, ¿no? Lo cual es una ventaja para la editorial, pero también puede ser una desventaja cuando no se administra bien. En los años de la revolución vino a Guatemala Bartolomé Costa-Amic a dirigir todo el proyecto editorial de la revolución. Y entonces hizo la editorial del Ministerio de Educación Pública. Que tenía estas colecciones que, le digo, todavía en los años 70 eran libros que se conseguían en 10 centavos. O sea, eran ediciones sumamente baratas. Permítame. (revisa un libro que sacó) Sí, era la editorial del Ministerio de Educación. Después esta creo que se convirtió...

**Paulina:** ¿Esta es o no?

**Raúl:** Sí, pero quería ver la imprenta. Creo que esto se convirtió en la editorial José de Pineda Ibarra y posteriormente CENALTEX. Esta tenía unas colecciones... la colección popular. ¿Esta qué colección es? (revisa un libro) Esta es biblioteca de Cultura Popular. Y, con la caída del

gobierno de Árbenz, creo que la colección esa la convirtieron en... Sí, mire este ya es posterior (enseña otro libro). Este ya es departamento editorial y de producción de material didáctico, José de Pineda Ibarra, Ministerio de Educación Pública. Y la colección ya no era de Cultura Popular sino que era Biblioteca Guatemalteca, ah no, todavía. Pero ya le habían puesto 15 de septiembre. Le habían cambiado el nombre, ¿ya? Y eso es durante la revolución. Luego, Bartolomé Costa-Amic fundamental, verdad. De hecho, nosotros el año pasado dimos desde la Gremial de Editores, por primera vez, un reconocimiento al mérito editorial a Bartolomé Costa-Amic. Porque realmente hizo un trabajo extraordinario en el desarrollo editorial en sus años en Guatemala. Estas eran ediciones, yo me encontré por allí una edición del libro de José Martí, *Guatemala*, de 40,000 ejemplares. Hace 80 años, verdad. 70 y pico de años. Luego, la Tipografía Nacional orientada principalmente a la producción de textos del gobierno y a la producción del diario de Centroamérica. Algunos libros, creo yo. Estaba también la producción de las recopilaciones de leyes. Que eso desapareció. Las recopilaciones de leyes desaparecieron.

**Paulina:** ¿Ah, sí?

**Raúl:** Sí, eso ya no me acuerdo hasta qué año se hizo. Luego, estaba la Editorial del Ejército. Que publicó varios textos interesantes sobre historia de Guatemala. Es decir, no textos únicamente de historia militar y entiendo que tampoco solo textos de autores militares. Me parece que publicaban la *Revista Militar*.

**Paulina:** Mhm.

**Raúl:** Desapareció la Editorial del Ejército.

**Paulina:** ¿Esa también?

**Raúl:** Sí, no sé en qué año la desaparecieron. Pero, digamos, era una cuestión, para mi gusto, muy interesante, ¿no? Una institución pública. Luego, creo que sería interesante ver, porque las instituciones de gobierno no tienen editoriales. Cuando podrían tenerlas. Hacen mucho trabajo, etc. No hay una editorial, por ejemplo, del CONCIT. Una editorial científica, ¿ya? No sé si en algún momento hubo alguna editorial dedicada a la publicación de textos científicos, pero no la hay. Luego, ya más recientemente, en los años 60, estaba la Editorial Vanguardia. Una que fue la que publicó a Otto René Castillo. Y a otros autores, verdad. En el período de la revolución hay una cuestión importante. Es la *Revista Guatemala*. La actividad editorial pues no son solo los libros, ¿verdad? Está la *Revista Guatemala* que dirige Cardoza y Aragón y todavía hasta los años 60 se publicó. Creo que muchos de estos proyectos, digamos, más que ser editoriales formales eran como proyectos de escritores. Luego en los años 80. Bueno, antes de esto, algo interesante de los años 70 es que fue un período donde había mucha librería en Guatemala.

**Paulina:** ¿Ah, sí?

**Raúl:** Sí, mucha librería.

**Paulina:** ¿Algunas que usted recuerde?

**Raúl:** La librería de la Universidad, la librería Universitaria. Que estaba en la 10ma calle de la zona 1. Era una librería muy buena, con mucho libro importado. Luego, Artemis viene más o menos de esa época. Debería conversar con Jesús Chico, que es el director de Artemis. O Gerente General de Artemis. En los años 70 hay una producción editorial, algo así como por cooperativa de los escritores, verdad. Está el grupo Rin-74, me parece. En donde los escritores hacían como “cooperacha” para ir publicando sus libros. Háblese con Max Araujo. Max Araujo conoce sobre eso. Porque él participó en eso, ¿no? Luego, había una librería muy buena en la 13 calle que era la Librería Altamira. Era una librería con un local muy grande. Tenía dos niveles y estaba así enfrentada. En frente de la Altamira estaba la Librería El Tecolote. Que era una librería pequeña, pero muy buena. Estaba la Librería Proa. Librería Minerva. La Librería Minerva estaba en la 5ta avenida entre 13 y 14 calles. Una librería chiquita. Había en la 13 calle una librería, creo que se llamaba Universal, y esa era una librería especializada en libro científico. Luego en la 9na avenida, entre 9na y 8va calle, había una librería chiquitita, que estaba así en un pasillo, en donde solían vender libros políticos prohibidos. Bueno, había mucha importación de libro mexicano y revistas. Había revistas mexicanas. Luego le decía en los años 80, me parece que fue en el gobierno de Vinicio Cerezo, que se fundó la Editorial Cultura. Sobre esto podría hablar con Ana Isabel Prera. Ella es la presidenta de la Fundación de Esquipulas. Creo que ella fue Ministra de Cultura. Del gobierno de Cerezo. En todo caso estuvo en el gobierno de Cerezo y conoce esto. Posteriormente fue embajadora de Guatemala en Tunesco. ¿Qué más? Pues yo creo que eso es lo que le podría contar. Más que darle pistas para Googlear, hablar con unas personas... Alguien que podría saber algo es Miguel Ángel Sagone. Miguel Ángel Sagone fue director de la Editorial Universitaria. Si a usted le queda poco tiempo, debería ver la posibilidad. Hay poco sobre la industria editorial en Guatemala. ¿Le di el nombre de Antonio Móvil?

**Paulina:** No.

**Raúl:** Antonio Móvil. Este es el de Serviprensa. No sé en qué año se fundó Serviprensa. Igual, es imprenta y es editorial. Entonces tienen su propio fondo y además imprimen para otros. Pero Tono ya está viejo. Por eso le digo que sería bueno como rescatar toda esa experiencia, ¿verdad?

**Paulina:** ¿Por qué será que en esa época había salido tanta librería?

**Raúl:** De alguna manera fue una época de... yo creo que se abrió un poco el país. Después del gobierno de Arana, el gobierno de Kjell fue más flojo, menos represivo, hubo mucha movilización

popular, etc. Eso pudiera ser. Pero sí había bastantes librerías y librerías importantes. Por ejemplo, estaba la librería Proa. En la 6ta avenida estaba Tuncho Granados. Tuncho Granados es una librería. No sé si Tuncho llegó a editar en Guatemala, pero la librería de Tuncho Granados no se puede dejar de lado en la historia del libro en Guatemala. Está vivo el hijo de Tuncho y se llama Tuncho Granados.

**Paulina:** ¿El hijo también?

**Raúl:** El hijo. La librería de Tuncho era una librería muy grande que estaba donde estaba el hotel Ritz. En la 10ma calle, entre 6ta avenida A y 7ma avenida. Muy grande. Aquí hay muchos libros comprados allí de Tuncho. Y otros robado en Tuncho (risas).

**Paulina:** ¿Y todavía está la librería?

**Raúl:** No, la librería desapareció. La guerra en los años 80 y 90, los años duros de la guerra, destruyeron mucho de eso. El Tecolote se murió cuando se murió la dueña del Tecolote. Tuvo que cerrar. La misma represión, ¿ya? Que no dejaban entrar libros, libros prohibidos. Con Jesús Chico converse, porque Jesús Chico tiene 50 años de ser librero en Guatemala. Ah bueno, la otra editorial importante, Editorial Piedra Santa. No sé si ya habló con Irene.

**Paulina:** No, todavía no.

**Raúl:** Hable con Irene. La Editorial Oscar de León Palacios. Las dos orientadas a publicación de texto escolar. Por ejemplo, Irene le podría hablar de una colección muy interesante que tuvo Piedra Santa en los años 80 sobre Ciencias Sociales. Era una muy buena colección. Libros muy mal editados, pero los contenidos muy buenos. Con traducciones. Realmente, un trabajo importante. Con Oscar de León Palacios, allí podría hablar con Heidy de León. Si quiere luego le puedo pasar, que allí tengo varios números que se los puedo pasar allí por WhatsApp, me los pide. Heidy de León que es hija de don Osacar de León Castillo, nieta de Oscar de León Palacios fundador. Pero, por ejemplo, Oscar de León Placios tenía unos folletos que se llamaban *Repasando*. Que era puro texto escolar. No sé en qué año, y esto probablemente es información que se la pueda dar Irene, fue que empezaron a llegar a Guatemala las transnacionales de texto educativo, como Santillana y Norma, verdad. Santillana, Norma, McGraw Hill. McGraw Hill es como importadora de libros. Finalmente creo que se fueron. No estaba rentable por la piratería.

**Paulina:** ¿Cuál?

**Raúl:** McGraw Hill.

**Paulina:** Ah, ya.

**Raúl:** Pues yo diría que eso, fijese. Porque ya de los 90 para acá está el surgimiento del Pensativo, Magna Terra, Letra Negra.

**Paulina:** Digamos, de todas esas... ¿Letra Negra todavía existe o ya no?

**Raúl:** No, ya no. Ya se murió.

**Paulina:** ¿Qué editoriales, ya en años más recientes, vio usted nacer y crecer o sobrevivir?

**Raúl:** Vamos a ver. Ya casi a los finales del conflicto, antes de que se firmara la Paz, surgimos Magna Terra, allí con Gerardo Guinea. El Pensativo, allí puede hablar con Ana María Cofinho. Y F&G. (una persona interrumpe y le entrega un papel). En este número localiza a Tuncho.

**Paulina:** Ok, gracias.

**Raúl:** Luego, de allí surgieron otros proyectos editoriales que se han ido muriendo.

**Paulina:** ¿Magna Terra como en qué año surgió? ¿Más o menos al mismo tiempo que...?

**Raúl:** Magna Terra creo que es como tres años más joven que nosotros. Y el Pensativo como tres años más vieja que nosotros.

**Paulina:** ¿El Pensativo todavía está?

**Raúl:** El Pensativo todavía está.

**Paulina:** ¿Es una editorial?

**Raúl:** El Pensativo surgió originalmente como librería. Pero bueno, eso platíquelo con Ana María. Luego, Letra Negra que murió. Un proyecto que tiene muchísimos años, pero es como muy marginal, aunque son proyectos interesantes porque, aunque publiquen un libro al año, dos libros al año, van sobreviviendo, son las Ediciones Bizarrras de Simón Pedroza. Más recientemente está Catafixia, Los Zopilotes. Metáfora en Quetzaltenango. Metáfora ha venido haciendo un trabajo sostenido, orientado principalmente a edición de poesía.

**Paulina:** Es que todas estas son como más nuevas, ¿o no? Son más recientes.

**Raúl:** Sí, estas son recientes. Le estoy dando nombres porque me parece que podría ser interesante. Digamos, de antes de los 70 está principalmente Vanguardia.

**Paulina:** Y Vanguardia no está, ¿verdad? Me dijo que no está.

**Raúl:** Vanguardia desapareció. Era principalmente imprenta. De esa generación, Max Araujo probablemente le pueda dar información de eso. Ah, está El Cadejo. Que no publica mucho, pero existe como sello. Entiendo que el papá de Enrique Noriega tenía una imprenta. Quique Noriega es del Cadejo. Sería bueno que hablara con Enrique. Porque es una serie que tiene yyyy. Publicarán un libro cada dos años, pero...

**Paulina:** Pero existe.

**Raúl:** Exactamente, exactamente.

**Paulina:** Y, ¿la Gremial de Editores? ¿Cuándo...?

**Raúl:** En el 88, pero esa información se la puede dar Irene. Porque ella es de las fundadoras de la Gremial. Creo que primero estuvo en la Cámara de Comercio, después se pasó a la Cámara de la Industria y desde el año pasado nos independizamos.

**Paulina:** Y, digamos, yo sé que dan los ISBNs.

**Raúl:** (asintiendo con la cabeza) Administramos la agencia de los ISBN.

**Paulina:** ¿Y qué más? O solo es...

**Raúl:** Organizamos la Feria del Libro y, bueno, tenemos muchos proyectos en la cabeza, pero difíciles de realizar porque no tenemos la plata.

**Paulina:** Ah, ya veo. Muchas gracias, ya con esto es bastante.

**Raúl:** Sí, yo le di pistas para profundizar, verdad. Enrique Gordillo que se ha adentrado un poco en la historia del libro en Guatemala le podría ayudar.

**Paulina:** ¿Y Tuncho Granados se llama Tuncho?

**Raúl:** Sí. Sí. Se llama Tuncho.

**Paulina:** Es que me daría pena decirle Tuncho y talvez era un apodo.

**Raúl:** Sus publicaciones dicen Tuncho Granados. El hijo se llama Tuncho. El papá ya murió. El dueño de la librería. Posteriormente la librería se mudó y creo que se llamó la librería Cervantes. En la zona 9 me recuerdo. [PALABRAS QUE NO SE ENTIENDEN].

**Paulina:** ¿Ahora ya no hay tanta librería como antes o sí?

**Raúl:** Yo siento que hay menos. Hay menos en relación con lo que le decía, ¿no? Claro, antes no habían cadenas. Ahora hay cadenas. Está Piedra Santa. Que Piedra Santa siempre tuvo distintos puntos de venta. Lo mismo que Osar de León, ¿ya? Hay un libro muy interesante. *Las redes intelectuales centroamericanas*. De repente podría encontrar alguna información sobre las publicaciones, quién publicaba, qué editoriales publicaban, qué imprentas, etc. Es de 1800 a, a 1900. Yo creo que eso.

**Paulina:** Muchas gracias.

**Raúl:** Con mucho gusto.

**Paulina:** Pero tiene razón. Por lo menos ya tengo más pistas de dónde ir buscando.

**Raúl:** Exacto.

**Paulina:** Y de allí ya es ir armando todo.

**Raúl:** Sí, sí.

## e. Entrevista con Pep Balcárcel

**Fecha de la entrevista:** 15 de junio del 2018

**Entrevistadora:** Paulina López

**Entrevistado:** Pep Balcárcel

**Lugar de la entrevista:** Las 1001 Noches

**Duración de la entrevista:** 52:29 min

**Paulina:** Bueno. Muchas gracias, en serio, por ayudarme. ¿Podría contarme un poco sobre su experiencia como editor? Digamos, ¿cuál ha sido toda su trayectoria de todo esto, cómo empezó?

**Pep:** Mirá, yo empecé porque me acababa de graduar del colegio. Trabajé en Sophos durante un tiempo y luego de esta temporada en Sophos en la que me dediqué principalmente a las funciones de librero y de apoyo hacia ellos en cuestión cultural, me habló Armando Rivera. Él tenía una

editorial que se llamaba Letra Negra, ya no existe esa editorial, pero me contrató como asistente editorial. ¿Qué hice como asistente editorial? Hice de todo. Me tocó corregir pruebas, me tocó hacer trabajo de edición con autores, me tocó evaluar propuestas, me tocó ver todos los procesos de pre-prensa, post-prensa. O sea, allí tuve la experiencia de comprender cómo funciona una editorial por completo, pero fijate que hay un detalle con Letra Negra y que pasa con muchas editoriales en Guatemala: que le cobran al autor. Es como: “mirá, nosotros te ponemos esto y esto, pero te vamos a pedir lo de la impresión o te vamos a pedir lo de...”, y la verdad es que nunca estuve de acuerdo con eso. De hecho, hubo una vez que [Alan Mills] me dijo: “Mirá yo pienso que a los autores hay que pagarles, incluso”. Porque incluso las editoriales de acá de Guatemala no le pagan a sus autores. O sea, pueden no cobrarte, pero te van a dar 50 ejemplares y allí estuvo el asunto. Entonces, lo que yo quería era volver rentable la literatura sin que dejara de ser literatura, sin tener que meterme a publicar a Paulo Coelho y ese tipo de cosas, verdad.

**Paulina:** Sí, sí.

**Pep:** Entonces, como te digo, mi experiencia surgió en Letra Negra y a partir de allí fue que empecé con Pato/Lógica. Primero, te soy honesto, solo cree una *fan page* (risas), le hice un logo, todo quedó allí. De repente comencé a recibir propuestas (entre risas), yo como que: “¿ahora qué hago con esto?” Pues, mirá, la *fan page* la utilicé primero que nada para promocionar, porque mi experiencia, la fortaleza de lo que yo sé hacer es la comunicación y la gestión cultural. Entonces Pato/Lógica al principio era como una muy buena plataforma para comunicar la literatura. Te digo, la *fan page* de Pato/Lógica la hice en el 2013 más o menos. Y empecé a gestionar varios eventos literarios. De allí surgió un evento que se llamaba *Poetas en El Chiri*. Era en un bar que se llama Chiribisco que queda en zona 10. Fueron lecturas que eran bastante interesantes porque las teníamos un miércoles al mes y las seguimos durante dos años y medio. Y se llenaban. En cada lectura había un músico, una banda acompañando a los poetas. Esto como estrategia porque a veces lo hacíamos para darle una mejor entonación a lo que leían, pero muchas veces también lo hacíamos porque sabíamos que la banda iba a jalar más que los poetas. Entonces era una forma de apoyar, verdad. Luego de todo este tiempo que tuve la *fan page*, de repente dije, bueno se supone que tengo una editorial, pero es mentira, ¿verdad? (risas) Entonces me animé a publicar un libro en el 2014 de Daniela Castillo. Este fue un poemario que se llama *Amnesia*. Y este libro sí lo publicamos en un formato tradicional. Tuve el apoyo de un diseñador y un fotógrafo que me apoyaron para diagramar y hacer la portada, yo solo vi el trabajo de edición. Sacamos 300 ejemplares. Es un librito muy chiquito, tamaño *pocket*, está engrapado (risas).

**Paulina:** Pero tenía que empezar de alguna forma.

**Pep:** (risas) Sí, la verdad es que el presupuesto para sacar ese libro era poquísimo y si te mostrara el libro es una cosita. Entonces tuve la editorial durante ese tiempo y... creo que ya me pasó con tu pregunta.

**Paulina:** No, pero esa era la siguiente: ¿cómo surgió Pato/Lógica?

**Pep:** A va. El nombre surgió porque...de hecho lo tengo tatuado...Surgió porque esta frase de Estuardo Prado... Yo tengo cierta inclinación hacia la X, hacia la literatura sucia porque me parece bien interesante esto de la estética de lo grotesco, ¿sabés? Porque al final de cuentas se supone que el arte lo medís a partir de las sensaciones agradables que te produce. Entonces la estética de lo grotesco siempre me pareció interesante porque te choca, entonces, ¿cómo algo que te choca puede ser arte? Es todo un rollo. Entonces Estuardo tenía una frase que decía que “lo bello de la literatura es lo enfermizo”. Entonces fue como que, bueno, la literatura es una enfermedad. Entonces vine y dije “pues, por qué no le ponemos un nombre... si la literatura es una enfermedad, es una patología, entonces: Pato/Lógica”. ¿Por qué ponerle la barra diagonal? Porque quería que luego fuera un pato.

**Paulina:** ¿Así porque qué alegre?

**Pep:** Sí.

**Paulina:** Qué *cool*.

**Pep:** Dicen que cuando Joyce escribió *Finnegans Wake* lo hizo porque quería tener entretenidos 300 años a la crítica. Como no tengo el talento de Joyce (risas), por lo menos podía tener 300 años a la gente preguntándose por qué le puse Pato/Lógica.

**Paulina:** (risas) Pues sí, está bien. Solo, una pregunta. ¿En qué año entró a Letra Negra?

**Pep:** 2012. Estuve allí de 2012 hasta 2013. Estuve como un año y medio.

**Paulina:** Ah, ok. Desde su perspectiva, ¿cuáles han sido los cambios más significativos con respecto a la industria editorial?

**Pep:** Yo creo que la industria editorial a nivel mundial es algo bastante complejo porque hay editoriales gigantescas, hay grupos editoriales como Planeta, como Random House, etc., o sea, generalmente están estos grupos editoriales grandes que son los que tienen fondos editoriales para comprar derechos, para publicar a los autores vendidos y, aparte, estamos todo este montón de editoriales dispersas, pequeñas. Creo que en Guatemala si algo abundan son las editoriales editoriales pequeñas, pero creo que el hecho de ser una editorial pequeña te hace buscar métodos de supervivencia, porque no podés darte el lujo de hacer un tiraje de 1,000 libros si vas a invertir muchísimo, va a ser difícil recuperar esa plata, las líneas de distribución editorial son muy pocas, te digo, nosotros tenemos libros en Sophos, en DeMuseo, creo que en Artemis no hemos logrado entrar, no sé por qué. Además, es muy difícil que los libros se vendan. Encontrar líneas de

distribución o alguna librería que quiera vender tus libros es muy difícil. Entonces yo creo que las editoriales pequeñas hemos buscado la forma de adaptarnos a modo que podamos publicar, que podamos apoyar autores, pero que no nos muramos de hambre en el intento. Entonces, te digo, creo que la mayoría lo que ha hecho es irse a hacer tirajes pequeños. De 200, 300, 500 libros. Que lo único que hace es reducirte costos, pero no te los reduce a modo que vaya a crecer tu editorial. Te digo, un libro de 200 páginas, 1000 libros, tirarlo te sale en 10,000 quetzales. Pero tirar 500 te va a salir en un estimado de Q7,500 - Q8,000, entonces tampoco es como que varíe tanto y eso que te ahorraste tal vez te sirvió para poder imprimir el libro, pero no te va a servir para seguir produciendo, para hacerle publicidad.

**Paulina:** Como para ir armando un fondo editorial, así de tener esa reserva para darse el lujo de imprimir más.

**Pep:** Así es, porque tienes para cubrir tus costos, pero nada más vas a sacar los libros y de allí a que lo recuperés, a que logrés vender algo... entonces la verdad es que es bastante complejo. Creo que el panorama editorial varía en el hecho que hay diferentes formas de editar. Y que ya no solo son las editoriales grandes las que se pueden permitir publicar, las que se pueden permitir hacer algo grande con sus propios autores.

**Paulina:** ¿Qué cree usted que va a pasar con la tecnología y la industria editorial en el futuro?

**Pep:** Mirá, el libro físico nunca se va a extinguir. Eso es un hecho. ¿Por qué? Porque es algo muy romántico. ¿Y quiénes leen libros? El libro físico va a existir siempre, pero creo que hay nuevas plataformas que no solo permiten... porque, ¿el *e-book* para qué surgió? Para reducir costos, para hacer libros más baratos y me parece bien. O sea, te permite vender en cualquier parte del mundo, distribuir en cualquier parte del mundo, pero, por ejemplo, ahora hay otras plataformas. Por ejemplo, nosotros utilizamos la plataforma que te brinda Amazon, que es la de CreateSpace. Que nosotros subimos los *e-books* y la gente los puede comprar en formato Kindle sin ningún problema. Le va a costar entre 3 y 5 dólares, pero esta persona también puede pedir el libro impreso. Nosotros trabajamos bajo el modelo *print-on-demand*. Pero Amazon lo que nos permite es que, por ejemplo, tú estás en cualquier parte del mundo, supónete estás en España, puedes pedir un libro de Pato/Lógica en Amazon y te va a llegar impreso en cuestión de una semana. Y es Amazon el que te lo imprime, entonces nosotros no incurrimos en ningún costo. Lo único es que Amazon hace el descuento ya de lo que le costó imprimirlo, pero a Amazon le costará imprimirlo 2 dólares. Creo que el hecho que ahora existan estas plataformas y ahora tengamos impresoras digitales, te permiten... te digo, antes en *offset* no podías imprimir solo 10 libros. Porque las placas es como que el original del cual se sacan todos. Era lo más caro. Entonces imprimir 10 libros te salía lo mismo que imprimir 100. En cambio ahora, pues, con este formato digital, nosotros imprimir 100 no varía el precio del libro y el *print-on-demand* nos sirve para hacer tirajes pequeños. Si queremos hacer algo grande ya nos tenemos que ir a *offset* otra vez. Porque los costos digitales en... Por

ejemplo, un libro de 134 páginas nos sale imprimirlo en Q45. Entonces si vamos haciendo tirajes pequeños, queda bastante bien. Pero si ya nos vamos a un tiraje de... 200 libros, son Q9000, entonces me sale muchísimo más barato imprimir 1000 en una *offset*.

**Paulina:** Sí, cabal. Sale mejor. ¿Cuál ha sido su experiencia con los formatos o plataformas digitales? Es que yo sé que ya mencionó algo de eso, pero ¿cómo decidió “bueno, me voy a meter a esto”, “Así funciona la cosa”?

**Pep:** Claro. Primero que nada, quería tener una editorial en la que pudiera publicar a los autores que yo quisiera y que el presupuesto nunca fuese una limitante. No podía ser una limitante y generalmente es una limitante, pero si me hubiera ido por lo tradicional hubiese podido publicar un autor al año, dos autores al año. Porque Pato/Lógica tampoco es una editorial que busque captar fondos de instituciones, de asociaciones. Al final de cuentas Pato/Lógica lo que busca ser es una empresa. Una empresa editorial que sí busca apoyar autores, que sí busca la calidad literaria, pero una empresa al final de cuentas. Una empresa tiene que generar. Podés tenerle mucho amor al arte, pero el hecho que busqués rentabilizarte no le está quitando ese amor que le podés poner. Entonces yo estuve pensando en muchísimas formas de hacerlo. Primero dije, bueno, voy a trabajar en formato *epub*. Que es lo más fácil. Empezamos a digitalizar libros y todo. En 2014 había una empresa que se llamaba Libro Expresión que lo que hicieron fue crear una página, crear un biblioteca digital y allí le ofrecían a las editoriales digitalizar sus libros en formato *epub* y en formato Kindle. Y ellos lo subían y te cobraban un *fee* como de Q300 y ya estaban tus libros en la biblioteca digital. Eso fue lo primero que se me ocurrió. Hice una prueba con un libro que se llama *Poesía abstracta*. Realmente fue un libro colectivo de autores a los que todavía les faltaba muchísimo trabajo. Pero era una prueba. Era ver hacia dónde se podía llevar. El libro todavía está en línea.

**Paulina:** ¿Ah, sí? ¿En dónde se puede conseguir?

**Pep:** Está en Amazon. Es un libro con muchísimos errores. Y, bueno, empecé a probar así, pero hubo un problema. Que aunque lo digital te permite ir a un público global, tenés que buscar captar el público del país en el que estás. Porque es el más cercano, es el que conocés, es al que podés estudiar. Entonces allí me di cuenta que la gente en Guatemala lee en digital para no comprar el libro. Y la gente en Guatemala realmente no lee en Kindle ni lee *epubs*. La gente lee PDF. Entonces tampoco es como que hubiera un mercado tan grande. O algo tan llamativo que realmente yo te pudiera decir como “bueno, o sea, no estamos invirtiendo, eso nos permite publicar libros”. Pero nadie está comprando estos libros, nadie lo está leyendo. ¿Entonces de qué te sirve haber publicado en formato digital si nadie lo va a leer? Entonces lo que yo quería era que los libros se leyeran, que los libros se vendieran. Y no venderlos para hacerme millonario o algo por el estilo. Sino venderlos para poder seguir produciendo. Mirá, pasó muchísimo tiempo que salió este libro de Daniela que fue en el formato tradicional y dije, bueno, me voy a tener que ir a lo tradicional. Empecé a cotizar.

Fue cuando descubrí que en España el formato *print-on-demand* se utiliza muchísimo. Hay muchísimas editoriales. Está Tregolam, Booktech, está Caligrama, que es de Random House. Y que de hecho estafan a muchos autores porque muchos autores publican con Caligrama pensando que están publicando con Random House. Entonces me pareció muy interesante y de hecho acá en Guatemala ya había una editorial que trabaja un poco con este modelo de *print-on-demand* que se llamaba Episteme. Es una editorial que fue fundada por profesores de la Francisco Marroquín. Que su intención era hacerle la competencia a la editorial de FLACSO. Entonces realmente no es como que una editorial de mayor referencia, pero te digo, el editor me dio clases en la universidad. Yo estudié Letras en la Marroquín.

**Paulina:** ¿Ah, sí?

**Pep:** Sí. Entonces le pregunté a él cómo es que hacían su formato de *print-on-demand*, pero el problema es que ellos lo hacían con una imprenta que está en California y así los costos eran bajísimos. El problema era cuando ya traían los libros a Guatemala. Por el costo de aduanas. Entonces fue un gran problema darme cuenta que existían imprentas de *print-on-demand*, pero que estaban en España y en Estados Unidos. Me hablaron acá de una imprenta en Guatemala que se llamaba *Maya Print*. Probé con ellos, pero sus costos eran elevadísimos. Yo quise imprimir un libro como de 52 páginas e íbamos a tirar nada más 100 y nos iba a salir como en Q18,000. Entonces no, porque allí era “mejor me vuelvo al formato tradicional”. Entonces, te digo, pasé como año y medio en el cual la editorial solo se dedicó a gestión cultural porque cuando yo pedí imprentas *print-on-demand*, la mayoría me decían “yo te puedo imprimir en digital”, pero sus costos no bajaban mucho. Logré trabajar con una imprenta que se llamaba [Dim], que está en Villa Nueva, pero el problema de [Dim] es que solo podían hacerme tirajes de 60 libros para arriba. Y a mí a veces me pasaba que yo solo necesitaba tirar un libro. Pasé muchísimo tiempo revisando esto. Viendo la forma de encontrar hasta que finalmente me topé con Grafser. Grafser está acá (señala al frente de la calle). Empecé a trabajar con ellos y lo hice porque allí fue cuando definí cuál es el formato de Pato/Lógica. Porque con Pato/Lógica cuando firmo un acuerdo con un autor pasa lo siguiente. Al autor nosotros le financiamos 20 libros únicamente en un primer tiraje. O sea, te lo voy a poner así (agarra su libreta para dibujar). Por ejemplo, tenemos el evento de presentación. Entonces la editorial tira 25 libros. O sea, son 20 para vender y 5 que se le entregan al autor. Estos 20 libros se buscan vender en la presentación. Nosotros anunciamos nuestras presentaciones de libros con un mes de anticipación. ¿Por qué? Porque pasamos todo ese mes haciendo una preventa de estos 20 libros. Generalmente al día de la presentación ya llegamos con estos 20 libros vendidos. Lo cual nos permite imprimir 10 extra por si las dudas. Esto en caso de que se vendan estos 20. Si no vendemos ninguno de esos 20, los llevamos 20 a la presentación. Pero como te digo, no ha habido una sola presentación en la que no se nos vendan los 20. Entonces, de estos 20, nosotros recuperamos ya la inversión que se hizo y a la mayoría de libros les sacamos utilidades que corresponden al, más o menos es como el 40% del costo de venta al público. No, es del costo de distribución. Sí, las utilidades salen sobre el costo de distribución. Entonces, supónete, el libro que

más vendemos es *El libro que salvó al mar*. Es una autora que se llama Cindy Barascout. Entonces, por ejemplo, cada uno de esos libros en Sophos te lo venden en Q160, pero ese no es el precio que nosotros ponemos. A ellos le vendemos cada libro a Q90. Producir cada libro nos cuesta Q55. Estos Q55, ya tomando en cuenta los costos de distribución y todo esto, le sobran Q38. Sobre esos Q38, que son las utilidades, la editorial gana 50% y el autor gana 50%. El autor por cada libro vendido recibe un promedio de Q18 y la editorial recibe más, pero de estos, Q18 son para el fondo editorial, o sea, esta ya es la ganancia, y Q55 que se van para cubrir costos. Entonces, sí existe una primera inversión que son estos 20, porque estos 20 realmente no se recuperan. Porque si se venden solo el día de la presentación, con estos imprimimos otros 20. Estos 20 lo que hacemos es distribuirlos en nuestras librerías porque, por ejemplo, Sophos nos hace pedidos de 5 libros, DeMuseo de 5. Por ejemplo, con Sophos tenemos la ventaja que nos compra en [firme]. Por lo menos ya no trabajamos en consignación. Sophos me dice “mirá, necesito que me traigás 40 libros, pero estos 40 libros te los voy a pagar de una vez”. Entonces allí vamos cubriendo el costo inmediato. ¿Cuál es nuestro modelo de trabajo? Por medio de muestras. O sea, en Sophos se pueden agotar los libros, pero siempre van a tener una muestra. Entonces tú vas a dar la muestra y decís “mire, yo quiero este libro” y Sophos me manda un correo. Así como “mirá, necesitamos tantos libros”. Entonces yo mando un correo a Grafser y ellos se los llevan directamente a Sophos en un lapso de dos días.

**Paulina:** Qué alivio (risas).

**Pep:** Entonces ese es nuestro modelo de trabajo. Esos 20 libros siempre van a ser financiados. A partir de estos se hace un acuerdo con el autor de cuántos libros va a imprimir la editorial mensualmente. Generalmente, al autor se le entregan cinco libros mensuales hasta llegar a un total de 50 libros. La Gremial de Editores y todos los trámites me fuerzan a que yo tenga un estimado de libros por edición. Entonces yo hago una primera edición de 500 ejemplares, lo cual me permite utilizar el mismo ISBN y seguir imprimiendo el mismo libro 500 veces y ya luego pues yo decido si es una reimpresión o si es una segunda edición. Hablé con Guinea. De Magna Terra. Gerardo tiene muchísima información de cómo ha sido la historia de la edición en Guatemala.

**Paulina:** Bueno, veré si lo logro contactar. Sigamos. Entonces, ¿con los libros?

**Pep:** Pues siempre tenemos estos 20 libros, los vendemos, distribuimos en nuestras librerías y generalmente son 5 libros mensuales los que se imprimen. Esto para tener para librerías, por si el autor pide. Aunque el autor siempre se le entregan cinco libros mensuales hasta llegar a los 50. Una vez los 50 se cumplen, el autor si pide lo tiene que comprar porque, pues, ya le estamos pagando, verdad. Y eso es otra cosa. Lidiar con autores es horrible. El escritor es el artista con más ego que existe y piensa que el mundo gira alrededor suyo y piensa... Una vez uno se convierte en su editor muchos de ellos creen que uno es su empleado. Entonces también es un poquito complicado lidiar con escritores.

**Paulina:** Me imagino. Algo más iba preguntar con esto. ¿Cuántos libros han publicado así digitales?

**Pep:** Mirá, todos nuestros libros salen en digital porque tenemos la plataforma de CreateSpace y de Amazon. Nosotros vendemos en formato *epub* y Kindle. Todos los libros. Nuestra fortaleza es, como te digo, el *print-on-demand*. Nuestro Instagram. Nosotros vendemos principalmente por Instagram.

**Paulina:** ¿En serio? ¿Y funciona?

**Pep:** Sí. Funciona. Este es nuestro Instagram (enseña la página en su teléfono).

**Paulina:** Ahora los voy a seguir. Yo no sabía.

**Pep:** Fijate que, te voy a ser honesto, yo me puse a ver que había mucha gente que publicaba que estaba vendiendo más mariguana en Instagram. Me pareció un efecto muy curioso y dije “si alguien puede vender algo ilegal, yo puedo vender algo legal”. Entonces este es nuestro Instagram y hacemos publicaciones constantes, principalmente por *stories* y la gente nos escribe, nos compra, les hacemos pedidos, tenemos una tienda en línea.

**Paulina:** Y digamos, ¿aquí pagan publicidad en Instagram ustedes?

**Pep:** Sí. Y sí funciona. La verdad es que es bastante funcional.

**Paulina:** ¿Y siguen con la *fan page* en Facebook?

**Pep:** La usamos muy poco. Porque desde que Facebook cambió su algoritmo el año pasado... La verdad es que yo decidí que no era la red social para una editorial. Siento que Facebook sirve para compartir cosas, pero no para vender, no para generar interés real. Por ejemplo, a nosotros nos iba bien en Facebook cuando la gente compartía *quotes*, o cosas por el estilo, pero realmente no le llegábamos a un público y era imposible medir qué tanto nos estaba beneficiando, entonces en Instagram es una comunicación más inmediata, más directa. Por ejemplo, subimos *stories* de “Hoy tenemos ofertas” y que lleguen los mensajes. Porque te digo, el único empleado fijo de Pato/Lógica es el mensajero (risas).

**Paulina:** Es que nosotros, yo llevé una clase de Administración de Proyectos Editoriales y tuvimos que hacer un proyecto, que le pusimos *Audiodiendas Guatemaltecas* y nos fue mejor en Facebook. Tratamos de hacer Instagram y no nos funcionó. Tal vez porque no sabíamos cómo usarlo bien, pero...

**Pep:** Es que depende de cómo usés la plataforma también.

**Paulina:** Sí, es cierto. Qué interesante. ¿Cuántos libros tienen?

**Pep:** Pues a la fecha... ahorita te digo.

**Paulina:** También, ¿cuál es el que más a vendido?

**Pep:** Es *El libro que salvó al mar*. Llegó a ser el libro más vendido de Sophos. Este libro se publicó en febrero y a la fecha llevamos 100 libros vendidos.

**Paulina:** Sí, yo cabal tuve que entrevistar a Philippe y él me contó que en su lista de los 20 más vendidos de Sophos varios son de escritores guatemaltecos. Bueno, ya me contó de su experiencia con *print-on-demand*. La verdad es que hemos ido arrasando con las preguntas. Eso me alegra. ¿Cree que en el contexto guatemalteco el libro digital es una buena estrategia para captar más lectores?

**Pep:** No. Porque si te ponés a pensar... Va, vámonos a una editorial grande: Alfaguara. La última novela de Volpi, la que ganó el premio. En físico te cuesta Q200. En digital Q180. Entonces el hecho que el precio no varíe hace que las personas prefieran comprar el libro físico. Porque, o sea, yo pienso que el libro digital tuvo la oportunidad de comerse al libro físico cuando los precios eran muchísimos menores. O sea, si el libro digital te cuesta 2-3 dólares, te vas por el digital. Pero yo pienso que en algunos aspectos te beneficia. Por ejemplo, te digo yo, *Angelitos Empantanados* de Andrés Caicedo. Yo lo conseguí en físico hasta que el año pasado una mi amiga me lo trajo de Colombia. Pero si estuviera en físico acá en Guatemala... o sea, hace poco Sophos trajo *Que viva la música* de Andrés Caicedo en físico y me pareció algo sorprendente. Yo les pregunté “¿y alguna vez lo habían tenido en físico?” Pero porque sabés que es un libro que era muy difícil que lo fueran a traer acá a Guatemala, entonces... yo creo que en ese caso, cuando es muy difícil que traigan el libro, sí te vas a comprarlo en digital, pero el hecho que no varíen mucho los precios, no creo que sirva para captar lectores. Imaginate, en Latinoamérica son tres países en donde los libros pagan impuestos. Guatemala es uno. Además, la verdad es que no tenemos una cultura de lectores. A la gente no le gusta comprar libros. Les parece caro un libro de Q150, pero ¿cuánto cuesta una botella de *waro*?

**Paulina:** Sí, sí. Es que eso me molesta a mí también. Es que, digamos, uno va a México y los libros son tan baratos.

**Pep:** ¡Sí! Imaginate. Yo ahorita estuve en la feria del Palacio de Minería, que es la feria que hicieron en México en marzo. Y, o sea, yo compré una cantidad de libros ridícula. Y eso que en las ferias de libros los libros están más caros. Por ejemplo, compré una edición del Zorro Rojo,

que es una editorial que ilustra libros. Compré una de Pizarnik y uno de Poe que eran los *Cuentos Completos*. Yo había visto esa edición acá en Sophos. La trajeron una vez en Sophos. Costaba Q700. Yo la compré en 400 pesos, que son 200 quetzales, más o menos.

**Paulina:** Sí, cabal aquí en Guatemala si ya leen poco, menos en digital.

**Pep:** Lo que te digo, leer en digital tampoco es tan cómodo. Y yo siento que para que sea cómodo leer en digital es porque tenés un Kindle o algún lector. Porque incluso leyendo en un iPad la luz no es lo mismo. Yo prefiero leer en un Kindle que en un iPad.

**Paulina:** Yo también, pero mi Kindle murió. Entonces ahora mi iPad... pues me toca leer allí. A mí me decía Raúl Figueroa: “es que también hay que tomar en cuenta la capacidad adquisitiva de la gente.” O sea, leer en digital implica que compraste un lector y talvez los libros digitales son baratos, pero el lector no es barato.

**Pep:** Y es que también leer es un lujo. Tristemente, pero leer es un lujo.

**Paulina:** Sí, por lo menos aquí en Guatemala.

**Pep:** Porque no tenemos buenas bibliotecas. Y las bibliotecas que tenemos no están actualizadas. Y, sí, los libros la verdad es que son caros. Si alguien quiere comprar libros en Guatemala y gastar poco, se va a limitar únicamente a tener ediciones de Méstasis y de Editorial Cultura. Entonces solo vas a tener clásicos y está bien que tengás clásicos, pero...

**Paulina:** ¿Cómo ve el futuro de la edición digital en Guatemala?

**Pep:** Yo creo que es bueno. Hay una editorial, te voy a pasar el contacto si quieres. Se llama [Casam A/Cazam A]. Es una editorial guatemalteca exclusivamente digital. A ellos les va bien porque hacen talleres. Su fuerte son los talleres y se han puesto, a reeditar clásicos. Entonces yo creo que son una gran ventaja porque, por ejemplo, ahorita con Pato/Lógica estamos viendo de comenzar a publicar libros también que ya los derechos de autores estén liberados, porque te sirve para generar un fondo. Mirá, yo pienso que en Guatemala no va a haber muchísima edición digital hasta que los editores decidan pasarse a lo digital. Porque ahorita todas las editoriales o están en *offset* o están en artesanal. Y te soy honesto, a mí no me gustan mucho los libros artesanales. Nosotros ahorita le vamos a dedicar a Payeras un libro artesanal. Pero, ¿por qué? Porque nos vamos a enfocar en que solo van a ser 50 libros. Únicamente se van a sacar 50 libros y no porque no podamos. O sea, te digo, cada libro va a costar Q300. No van a estar hechos como de cartón que le mirás como la marca de Gallo, sino que son como libros bien curados. O sea, si hacés algo artesanal, hazelo por que la artesanía sea parte del arte.

**Paulina:** Sí, sí. De los libros artesanales que he visto, solo uno yo dije “ese está lindo y quisiera tener uno así”. Que fue uno que... no sé si conoce a César Yumán.

**Pep:** Sí. Él es publicado por Pato/Lógica.

**Paulina:** Él fue mi catedrático. Cuando él nos dio clase, cabal nos dio una de todo este rollo de libros artesanales y llevó un libro que tenía metido una bala. Ese estaba chilero..

**Pep:** Por ejemplo, Javier Payeras y Simón Pedroza como en el 2000 hicieron un libro que se llamaba *Automática* no sé qué y justo eso. El libro que hicieron fue que le dispararon. Entonces tú no podías leer los poemas, pero eso era parte del concepto del libro.

**Paulina:** Sí, yo no sé si era ese, pero era como un bien gordito y tenía metida una balita. ¿Cómo es el ambiente profesional de la industria editorial actualmente?

**Pep:** Mirá, yo siento que el problema... siento que las editoriales... por ejemplo, tenemos un grupo que es de editoriales independientes. Que es un desastre. Te digo es un desastre porque la verdad es que los editores que existimos en Guatemala somos un grupo muy interesante. Llevamos como dos meses tratando de organizar los 20 años de la Editorial X y no pasa. Porque no logramos ponernos de acuerdo. Ya habíamos definido una fecha, pero salió con que de repente alguien dijo “muchá, pero en esa fecha es la feria de libro de Xela”. Entonces, yo pienso que hay un buen grupo de editoriales. Ya nos estamos conociendo, por lo menos las editoriales chiquitas estamos viendo cómo apoyarnos entre nosotros. Por editoriales chiquitas me refiero a Pato/Lógica, Catafixia, a Editorial X, Mundo Bizarro. Por ejemplo, Magna Terra, F&G ya están a otro nivel un poquito más alto. Pero yo siento que el problema es que los editores nos hemos vuelto editores por necesidad. No hay como que una profesionalización de un editor. No hay como cursos para mejorar el proceso de edición. O sea, cada editor edita según sabe editar, según ha ido aprendiendo, pero por ejemplo, a mí me gustaría que una universidad tuviera una maestría en edición literaria. Te digo, mucha de la experiencia que tengo es porque fui editor periodístico, entonces ese es el problema. Te digo, he trabajado como editor en medios, entonces muchas veces tengo ese problema, que se me mezcla un tipo de edición con el otro. Entonces como que no hay una profesionalización del editor. Yo pienso que ese es el mayor problema porque: ¿hacia dónde vas? Hacia donde crees que vas.

**Paulina:** A mí me fascina todo eso de la edición. Incluso voy a ir a hacer una maestría de eso, pero no es aquí. Me voy a ir afuera.

**Pep:** Sí, la única persona que conozco que tenga maestría en edición literaria es Eduardo Villalobos, de Santillana.

**Paulina:** Él fue el que me dio a mí el curso de Administración de proyectos editoriales. Yo lo que sé es porque él me ha enseñado. Bueno, y ahora, como para hacer un poco el contraste. A mí Denise me contó que usted también es escritor. ¿Cómo ha sido su experiencia con eso?

**Pep:** Tenés que separarlo por completo. Porque una cosa es ser escritor y otra cosa es ser editor. Porque como escritor tenés una visión de la literatura, pero cuando sos editor tenés que adecuarte a lo que busca el autor. Tenés que quitarte un poco el ego porque a veces tenés que hacer que el escritor llegue más lejos de lo que vos estás llegando, ¿sabés? Porque te digo, una de las cosas me aseguré cuando fundé la editorial es que yo no puedo publicar con Pato/Lógica. Yo tengo prohibido publicar porque, ¿quién me va a decir que no? Puedo poner un consejo editorial, pero yo sé que no me van a decir que no. O sea, es mía. Entonces, cuando quiero publicar un libro, tengo que mandar propuesta y todo eso. Por eso es que nunca va a salir un libro mío, porque mucha gente me lo pregunta. “Mirá, ¿por qué no te publicás un libro con Pato/Lógica?” Porque, ¿quién va a decir si el libro es bueno o malo? Yo prefiero a que alguien me rechace. Yo publico con Magna Terra. Pero sí es totalmente distinto. Tenés que separarte.

**Paulina:** ¿Cuántos libros ha publicado? ¿Suyos?

**Pep:** Míos 7. Que considere que valía la pena publicar, 3. Entonces en las biografías próximas que veas en mis solapas aparecen solo esos tres. Porque ya los niego.

**Paulina:** ¿En serio? ¿Por qué?

**Pep:** No me gustan.

**Paulina:** Ay, yo estaría orgullosa.

**Pep:** Es que te digo, tengo un libro que se llama *Olvidé decirte adiós*. Que la verdad es que no es tan bueno porque se me hace a, no sé si has leído a esta chava Elvira Sastre.

**Paulina:** Mmm no.

**Pep:** O [Rupi] y toda esta generación como de poetas que no son poetas, que están llenos de lugares comunes. Entonces este libro lo escribí porque acababa de terminar con mi exnovia y necesitaba sentirme bien conmigo mismo y a una editorial le gustó y lo publicaron. Pero yo lo leo y digo “o sea, esta es literatura...” Porque de hecho el libro se ha vendido un montón. Ya va como por la tercera edición, pero a mí no me gusta. Porque yo lo veo y es como que... me escribió el editor y fue como que “mirá, de una cosa de Huehue me pidieron 50 libros. ¿Me autorizás?” Y yo como “va, dale pues” (risas). Pero no me gusta, porque siento que está lleno de lugares comunes.

**Paulina:** Pero a la gente le gusta. La gente lee eso. Lugares comunes.

**Pep:** No y es bien curioso porque es el libro mío que más se ha vendido.

**Paulina:** Uno talvez como artista se exige mucho a uno mismo, pero a la gente le gusta leer eso.

**Pep:** Sí. Eso es bien cierto. Es frustrante cuando le ponés cierto empeño a algo y lo de menor calidad vende (risas).

**Paulina:** Bueno, muchas gracias. Eso fue todo. En serio, muchas gracias por su tiempo.