



Beca Grijalbo / Generación 2008

Cocoyoc, Mor., 20 de octubre de 2008

Del autor al lector: el circuito del libro

Relación autor / editor

© Jesús R. Anaya Rosique

El circuito del libro: del autor al lector

**una relación imbricada y
compleja**

La edición, una tríada indisoluble:

un texto (el contenido),
un libro (el soporte),
sus lecturas (las prácticas
culturales),
y sus protagonistas:

autor / editor / lector

El círculo virtuoso de los procesos editoriales

Figuras históricas:

**de la invención de la
imprensa a la tecnología
digital
(un itinerario de casi 6 siglos)**

Gutenberg:

“He formado un ejército de 26 soldados de plomo capaces de conquistar el mundo”

Paul Virilio:

“La imprenta es la artillería del pensamiento libre”...

**Y así comenzaron a
derrumbarse
las murallas de la opresión
política y religiosa...**

**Vino el Renacimiento
y todas sus inmensas
consecuencias.**

Las primeras editoriales nacieron en las universidades de Oxford y Cambridge, que desde **1584** y **1586** han realizado una notable labor editorial

“...contra la oposición de los estadistas, que siempre temían la sedición; de los religiosos, que husmeaban la herejía; y de los comerciantes, que odiaban la competencia...”

Trayectorias del libro impreso

(del siglo xv al siglo xxi)

**La historia de la edición,
desde Gutenberg, ha estado
marcada por la aplicación de
la tecnología a la concepción
y fabricación de los textos
impresos.**

**El desafío de la edición
digital:
¿la relación directa entre
autor y lector?**

Responder al **cambio** o perecer:

¿cuál será el papel del editor de libros impresos y del librero en los próximos años?

¿Qué es lo que aporta el
editor?

¿Y lo que aporta el **librero**?

Libros / lectura / lectores:

mutaciones históricas

Cambiar o perecer: hacia el futuro de la edición

(un futuro que ya nos alcanzó...)

**¿Muerte (anunciada)
del libro?**

Al igual que las tecnologías del lenguaje oral y escrito, como en su momento la de la imprenta, las tecnologías digitales están cambiando radicalmente la manera de transmitir la información, la lectura de historias y la formación de las culturas.

La edición y venta de libros será
muy **diferente** en las próximas
décadas...

Pero el arte humano de contar historias sobrevivirá a la evolución tecnológica.

- ¿De qué estamos hablando cuando hablamos de **LIBROS** (impresos)?*

* otros soportes...

Tipologías posibles:

- A.** por género temático y categorías editoriales (marketing);
- B.** por formatos y presentación física;
- C.** por origen editorial;
- D.** por motivación / intereses de lectura;
- E.** por canales de venta;
- F.** por tipo de editorial .

Otras clasificaciones:

- * Dewey,
- * CDU,
- * ISBN...

* **Clasificación Decimal Universal**
(CDU)

- 0 Generalidades**
- 1 Filosofía. Psicología**
- 2 Religión. Teología**
- 3 Ciencias sociales. Economía.
Derecho. Educación**
- 5 Matemáticas. Ciencias
naturales**
- 6 Ciencias aplicadas. Medicina.
Tecnología**
- 7 Arte. Bellas Artes. Deportes**
- 8 Lenguaje. Lingüística.
Literatura**
- 9 Geografía. Biografías. Historia**

Una industria cultural clave

¿Qué es un **editor**?

**Un editor es lo que publica,
la esencia de su tarea está
en su catálogo.**

Giulio Einaudi:

**“El catálogo es...
investigación, moral y
poesía.”**

El editor de hoy,
como figura profesional,
es un complejo **haz** de oficios
y funciones,
un eslabón fundamental
en la cadena del libro,
que va del autor al lector.

Las 5 funciones cardinales del editor

- 1. Descubrir AUTORES, TEMAS y FÓRMULAS EDITORIALES.**
- 2. Asegurar profesionalmente los procesos editoriales que originan el libro.**
- 3. Construir y difundir su fondo editorial.**
- 4. Organizar la distribución y venta de sus libros, apuntando a la conquista de lectores.**
- 5. Obtener resultados financieros positivos.**

**Editar, una vocación radical
plena de contradicciones.**

René Julliard:

**“Un editor debe tener
capacidad de financiero,
alma de poeta y espíritu de
jugador”**

¿Cómo se **elige** lo que se publica?

- * opciones del autor;
- * el editor: el camino empedrado...;
- * desarrollo de proyectos;
- * el programa editorial;
- * el catálogo: fondo vivo e histórico;

- * mecánica de la evaluación: lectores, dictámenes, asesores, comité editorial...;
- * el mercado (compradores y lectores);
- * los competidores;

* itinerarios y rasgos editoriales (formato, colección, diseño, tiraje, cálculo editorial y costos, PVP, plan de marketing y promoción...).

La política de **autor**.

La diferencia entre escritor y autor

(Roger Chartier)

El editor debe identificarse con su autor, al grado de que la relación sea “no anónima, más bien sinónima”.

Tipos de **autor**.

Giorgio Manganelli:

“Una persona moralmente irreprochable no escribe libros.”

John Updike:

“Google (y otros síntomas):* el final de la **autoría**...”

*Wiki, Working Partners...

Cambiar o perecer: hacia el futuro de la edición

(un futuro que ya nos alcanzó...)

Asomarnos al futuro...

“Nadie conoce el futuro porque existe un número infinito de desenlaces, aunque algunos son más probables que otros, y nuestras actividades pueden influir en las probabilidades...”

...A diario tomamos decisiones que afectan esos escenarios futuros, y es importante educar la intuición que guía nuestras decisiones."

Joseph S. Nye

El **futuro** no se descifra, el futuro se
construye...

La disyuntiva del editor del siglo XXI es:

- * cambiar o perecer
- * y adaptarse al cambio para sobrevivir...

El sentido más profundo de las mutaciones en curso es un reemplazo de estrategias para atender la demanda de libros:

* de la tradicional “orientación al *producto* y a los *procesos*”, a la “**orientación** hacia el mercado”

Tendencias de **cambio**:

“En la era digital, el editor ya no es únicamente productor de libros, se ha vuelto un **gestor de contenidos**, que ofrece en diversos soportes y formatos”

El cambio global en la edición afecta la tecnología de los procesos editoriales y de los servicios y origina nuevos productos...

...y, por lo tanto, nuevos
modelos de negocio.

**Coexistencia de la edición
“tradicional” y las nuevas
realidades: nuevos
productos, nuevos canales y
nuevos estratos de lectores.**



Entorno digital y
modelos de negocio
en la industria editorial

Foro

ENTORNO DIGITAL Y
MODELOS DE NEGOCIO
EN LA INDUSTRIA EDITORIAL



CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA
EDITORIAL MEXICANA



Entorno digital y
modelos de negocio
de la industria editorial

FECHA: 6 Y 7 DE NOVIEMBRE
HOTEL CAMINO REAL POLANCO

Inscripciones en

www.foroediciondigital.com

O directo en la CANIEM



**CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA
EDITORIAL MEXICANA**