

El libro en democracia¹

José Luis de Diego

(FaHCE / UNLP, Argentina)

El fin de la dictadura, en diciembre de 1983, abrió nuevas expectativas para escritores e intelectuales que se sintetizaron en la fórmula “reconstrucción de la cultura”. El interés creciente por saber lo que había ocurrido en el país produjo un pequeño *boom* de los géneros ensayo e investigación histórica o periodística sobre hechos recientes; la publicación de textos, especialmente novelas, silenciados o censurados y la de aquellos libros publicados en el exilio que sólo entonces pudieron circular en Argentina (la labor sistemática de Julio Cortázar y Manuel Puig, la notable obra poética de Juan Gelman, las narrativas de Juan José Saer, Osvaldo Soriano, Juan Martini, Marcelo Cohen...). Sin embargo, otros problemas acechaban al mercado de libros. “En este momento la situación política y cultural ayuda, pero la económica no” (*Clarín. Cultura y Nación*, 4 de abril de 1985, p. 2): la frase de Boris Spivacow –el mítico editor de Eudeba y del Centro Editor de América Latina– parece ser la síntesis exacta de la situación de la industria editorial durante el retorno a la democracia. Una inflación descontrolada, la ausencia de una Ley del Libro que regulara y protegiera a la industria, el alto costo de los créditos que imposibilitaba la inversión en la modernización de las empresas, el desarrollo de la reprografía ilegal y el elevado precio del papel son las quejas recurrentes en los testimonios de los editores durante aquellos años. Las consecuencias de esta situación crítica son, entre otras, la falta de competitividad externa, la pérdida de mercados, las dificultades para pagar derechos de publicación de autores extranjeros consagrados, la declinación del mercado interno. O sea, la edición de textos de autores argentinos resultó una oportunidad para encontrar un mercado más sensible a ese rubro, pero también fue la consecuencia de un callejón sin salida: ante la crisis del sector, los editores sólo pudieron apuntar al mercado interno como estrategia de supervivencia.

Como es bien sabido, los años noventa se abren con la caída del Muro de Berlín, con la consolidación de un mercado capitalista mundial y con un fenómeno que, aunque originado en la economía, ha tenido decisiva importancia en el campo de la cultura: la globalización. En Argentina, los noventa implicaron la instauración de políticas neoliberales que se sintetizaron en la fórmula “reforma estructural del Estado”. Dicha reforma se viabilizó en una serie de políticas: apertura a mercados externos, privatización de empresas públicas, un régimen abierto de importaciones, la decisión de no intervención del Estado en la regulación de los intercambios comerciales. En contraposición, como afirma Malena Botto, “la política económica no favorece la producción ni existen, en general, reintegros a las exportaciones. Por lo tanto, la inversión extranjera directa (orientada a la producción) será menor, y sus premisas serán: el aprovechamiento de los recursos materiales ya existentes en las empresas adquiridas, la reducción de los costos en la producción (desde la importación de maquinarias e insumos, hasta la reducción de personal facilitada por la flexibilización laboral) y el escaso margen de ganancia destinado a la reinversión” (2006: 210-211). Si bien la política de privatizaciones tuvo sus casos más resonantes en las empresas de petróleo, comunicaciones, energía y transportes, la industria del libro no estuvo exenta de la avidez de inversores externos. En este caso, las inversiones provinieron mayoritariamente de firmas españolas, aunque algunas de ellas ya formaban parte de conglomerados multinacionales que, o bien eran en origen empresas editoriales y con el tiempo diversificaron sus inversiones (como el grupo alemán Bertelsmann), o bien eran empresas multimedia y decidieron incorporarse al mercado del libro (como la italiana Fininvest). Así, el proceso de concentración del mercado editorial en pocos grupos fue el signo distintivo y característico de la industria editorial durante las últimas décadas. En el mercado editorial argentino, cuatro grupos se



llevan la parte del león de la edición de literatura en español en la actualidad: el grupo Planeta (Espasa-Calpe, Destino, Seix Barral, Crítica, Emecé, Ariel, la cadena Casa del Libro), el grupo Prisa-Santillana (Alfaguara, Taurus, Aguilar), el grupo Random House-Mondadori (Plaza & Janés, Lumen, Grijalbo, Sudamericana) y el grupo francés Havas (Alianza, Cátedra, Tecnos, Siruela). Así, las ventas de Sudamericana en 1998 y de Emecé en 2000, además de la venta de Kapelusz en 1994 al grupo Norma, de origen colombiano, cierran el proceso de desnacionalización de la industria editorial argentina. Por su parte, Losada, la otra prestigiosa editorial fundada a fines de los treinta, fue vendida y luego recuperada en 1999; sin embargo, sobrevive reeditando su fondo editorial del pasado y no ha incorporado novedades. En consecuencia, las figuras más relevantes de la literatura argentina son editadas en la actualidad por las empresas mencionadas. Planeta se ha quedado, a través de Emecé, con la obra de Jorge Luis Borges (al menos hasta la mediática y millonaria venta de sus derechos a Mondadori) y Adolfo Bioy Casares; a través de Seix Barral, con Manuel Puig, Juan José Saer y Juan Gelman. Alfaguara continúa editando la Biblioteca Julio Cortázar, y los textos de Andrés Rivera y Héctor Tizón. Anagrama ha “fichado” a Ricardo Piglia y Alan Pauls. Algo similar ocurre con el mercado de autores latinoamericanos, lo que implica que podemos conocer sus obras sólo si los españoles deciden editarla.

¿Qué efectos produce la concentración sobre el mercado del libro? 1) Cuando un grupo adquiere una editorial lo primero que se apresura a declarar es que respetará el proyecto cultural de la misma; sin embargo, por lo general poco duran los editores originarios y rápidamente se los reemplaza por técnicos financieros, contadores o expertos en *marketing* que buscan una rentabilidad mayor y más acelerada; 2) aunque parezca paradójico, los pequeños sellos independientes que buscan trabajosamente su *materia prima* a menudo la encuentran para que pronto se la lleven los grupos concentrados, de donde se convierten en sus involuntarios “lectores”; 3) hace ya varios años, la literatura comercial y la literatura de vanguardia tenían circuitos diferenciados y editoriales especializadas en cada caso; hoy se ha impuesto un criterio *midcult* en el que el *best-seller* de calidad convive con el *best-seller* abiertamente comercial, con el *long-seller* y con el texto experimental; 4) la proliferación de agentes literarios es el instrumento que los escritores han encontrado para defenderse ante esta realidad hostil; se acabaron, entonces, las exclusividades: si Borges fue casi toda su vida un autor de Emecé, hoy, que las editoriales han perdido identidad cultural, ya no se sabe, ni importa, saber quién te editará; importa, sí, saber quién paga más, y de eso se encarga el agente.

Las novedades introducidas en los últimos años también han afectado a la comercialización del libro. Los avances tecnológicos en el campo de la edición han abaratado notablemente los costos y han simplificado los procesos de producción. De modo que no existe editorial alguna que arriesgue en tiradas que no se van a vender: un libro que “hace *stock*” es un fracaso. De menos títulos y grandes tiradas, hemos pasado a infinidad de títulos en tiradas muy pequeñas: “los demasiados libros”, los ha bautizado el mexicano Gabriel Zaid (1996). A las librerías se las ha llamado “albergues transitorios de novedades”, en los que se exhiben “libros con fecha de vencimiento, como si fueran lácteos” (Botto 2006: 216). No es tan difícil hoy encontrar un editor para un libro (sobre todo si uno está dispuesto a pagar, al menos en parte, la edición); lo verdaderamente difícil es encontrar quienes lo lean. El librero se ha transformado en una figura en extinción; agobiados por no saber dónde meter los libros, los libreros se limitan a informar, mediante una PC, si el libro está o no está. Cada vez más interesados en sondear el interés del público que en influir sobre él, ya no encontramos al viejo librero que sumaba a su pequeño comercio el prestigio de su trayectoria. Vemos libros en cadenas de música y en kioscos, en estaciones de servicio y en supermercados, lugares en los que, por contaminación metonímica, el libro deja de ser un objeto específico ligado a la cultura y su valor de uso es desplazado por su valor de cambio. Por otra parte, el catálogo está también en extinción: la idea de *stock* disponible para la venta ha reemplazado al catálogo que enorgullecía a las viejas editoriales.

Más difícil resulta diagnosticar, en esta apretada síntesis, los cambios en el público lector. Nunca es posible saber si lo que podríamos llamar ciclos de interés de los lectores obedece más a una supuesta espontaneidad de la demanda o a estrategias montadas desde la oferta. Sólo podemos constatar que esos ciclos existen y que se ven precisados en numerosos testimonios. Como hemos dicho anteriormente, en un primer ciclo, correspondiente a los años posteriores al fin de la dictadura, se vive

el auge de los libros de investigación histórica más o menos rigurosa. Un segundo ciclo se advierte en algunos testimonios de libreros y editores: la venta creciente del llamado *best-seller* internacional, como lo fueron, por aquellos años, *Memorias de Adriano*, *El amante* y *El perfume*. Un tercer ciclo corresponde a los noventa y se extiende hasta hoy; en él, la influencia de los grandes medios se hace cada vez más visible. Caracterizado el ciclo de forma sumaria: libros por encargo de personajes más o menos mediáticos: políticos histrionicos, psicoanalistas *light*, historiadores poco rigurosos, deportistas de éxito; auge de lo que se ha llamado “*star system* de autor”, es decir, fuertes campañas de promoción con autores que “dan bien” en los medios, como Isabel Allende o Marcos Aguinis; libros del género “periodismo de investigación”, en el que se procuran ventilar hechos recientes mediante la confluencia de lo político, lo policial y lo farandulesco; auge del género biográfico en el formato comercial de “biografía no autorizada”; libros que cruzan reflexiones pseudo-filosóficas de un espiritualismo *kitsch* con recomendaciones para la “autoayuda”, escritos por gurúes de los famosos y consumidos por empresarios y modelos; etc. Se procura, dicen, un lector “informado”, pero la información, en este sentido, revela la imagen –en la oportuna metáfora de María Ester Gilio– de un mar que tiene la extensión de un océano y la profundidad de un charco: el lector se ha transformado en un *target*.

Sin embargo, la brutal competencia entre las empresas concentradas ha dejado al margen nichos de mercado de excepcional interés para la cultura. Así, desde mediados de los noventa han proliferado emprendimientos editoriales pequeños que han encontrado, en la especialización de sus catálogos, las razones para su nacimiento y supervivencia. Concebidos como proyectos culturales, han aprovechado la reducción de costos producto de las novedades que ha aportado la tecnología y desarrollado políticas de edición que apuntan precisamente a aquellos “nichos” de la cultura que los grandes grupos han omitido o descartado; en algún sentido, las editoriales emergentes anclan sus proyectos culturales en lo mejor de la edición independiente de los años sesenta. A diferencia de los grandes grupos, no parecen estar regidas por una fuerte competitividad; tal como ha ocurrido en Europa, en los pequeños emprendimientos la lógica se invierte y rige un criterio de solidaridad: cómo sumar esfuerzos para enfrentar la voracidad de un mercado que ha alterado profundamente el funcionamiento tradicional del mundo de la edición de libros. Me refiero, entre otras, a Paradiso, Simurg, Adriana Hidalgo, Caja Negra, Eterna Cadencia, Mardulce, la rosarina Beatriz Viterbo, Alción en Córdoba, Vox en Bahía Blanca, Al Margen en La Plata.

El balance de este itinerario crítico no apunta, como muchos otros, a una visión apocalíptica del futuro del libro; más bien, a una visión pesimista del presente del libro en Argentina, el que sólo podrá superarse a través de una fuerte revitalización del mundo de la cultura.

Notas

¹ El artículo es una versión sintética de un trabajo más extenso y documentado: “Un itinerario crítico sobre el mercado editorial de literatura en Argentina”, en: *Iberoamericana*, Año X, Nº 40. Frankfurt, Vervuert Verlag, diciembre de 2010, pp. 47-62.

Obras citadas

Botto, Malena (2006) “La concentración y la polarización de la industria editorial”, en: de Diego, José Luis (dir.) *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2000)*. Buenos Aires/ México: Fondo de Cultura Económica, pp. 209-250.

Zaid, Gabriel (1996) *Los demasiados libros*. Barcelona: Anagrama.