

Un riesgo para la diversidad cultural

La edición sin editores

Para entender de letras hay que mirar los números. Menos de media docena de empresas dominan el mundo editorial. La explicación de tanta concentración también es numérica: la actividad de hacer libros que antes se conformaba con un 3 o 4 por ciento de ganancia, ahora aspira hasta a un 15. ¿Qué pasa cuando el lucro decide sobre la cultura?

por **Pablo Harari**

André Schiffrin es hijo de editor y editor él mismo. El padre de Schiffrin, judío alemán, fundó en Francia en los años treinta Les éditions de la Pléiade y luego la fusionó a Gallimard. Dirigió la colección La Pléiade hasta que la ocupación alemana lo obligó a exiliarse con su familia en Nueva York, donde fundó Pantheon Books que su hijo André dirigió durante treinta años hasta que en 1991 se hizo cargo de la editorial neoyorquina – sin fines de lucro– The New Press. Schiffrin ha manifestado interés en América Latina, editó a Cortázar y Galeano, y más recientemente publicó el libro de John Dinges sobre el Plan Cóndor. Desde esa privilegiada experiencia ha escrito dos libros. El primero se tituló La edición sin editores. Las grandes corporaciones y la cultura, y su segunda y reciente obra El control de la palabra. Después de “La edición sin editores”.(1)

DOBLE CARÁCTER DEL LIBRO. Schiffrin parte de la constatación del peculiar carácter del libro, que sin dejar de ser una mercancía es asimismo un objeto cultural, un soporte de conocimiento y creación.

En un principio la tarea editorial fue, según Schiffrin, “una actividad artesanal, a menudo familiar, a pequeña escala, que se contentaba con modestos beneficios procedentes de un trabajo que todavía guardaba relación con la vida intelectual del país” y cuya última aspiración era crear un fondo editorial (un catálogo) de calidad y perdurable.

Esas editoriales que privilegian el carácter cultural de sus publicaciones buscan el necesario equilibrio económico con obras que por sus rápidos resultados comerciales compensan los lentos rendimientos de otras. Es un sector de la industria que tradicionalmente ha tenido bajas tasas de rentabilidad.

El formidable proceso de concentración empresarial en la industria editorial en Estados Unidos y Gran Bretaña llevó a Schiffrin a escribir su primer libro en 1999 (que tuvo fuerte impacto en el medio editorial y fue publicado en más de veinte países). Ese proceso de concentración –absorción y muchas veces desaparición de editoriales– lo ejemplificó a través de su vivencia personal en Pantheon Books, que terminó en manos de Random House que cambió netamente su orientación editorial y terminó desmantelándola. Pocos años después Random House fue comprada por Bertelsmann por poco más de mil millones de dólares. La concentración se extendió a otras áreas idiomáticas: si en el mundo de habla inglesa 80 por ciento de las ventas de libros corresponden a cinco editoriales, en el de habla francesa cuatro empresas dominan el 75 por ciento de las ventas; en España cuatro grandes grupos publican el 50 por ciento de los títulos (Planeta sola controla más del 30 por ciento del mercado), el 4 por ciento de las empresas edita el 70 por ciento del total.(2) En Italia, Mondadori tiene el 31 por ciento del mercado (y aliada a Bertelsmann posee 15 editoriales de habla hispana, entre ellas la “argentina” Sudamericana y la “española” Plaza y Janés). En su primer libro Schiffrin explica cómo estas grandes empresas, que resultan de las fusiones, han cambiado radicalmente el oficio de la edición poniendo en peligro no solamente a las editoriales tradicionales –aquellas “libres de ataduras con tal o cual grupo editor, banco o marca comercial”– sino al carácter mismo del libro, ya que lo que se busca es exclusivamente la rentabilidad. En estas empresas la última palabra en la decisión de publicar o no un libro no la tienen los editores sino los responsables financieros y comerciales; es una “edición sin editores”.

LA RENTABILIDAD COMO ÚNICO CRITERIO. “La causa profunda de la transformación de la edición tal y como la hemos conocido es el paso de una rentabilidad del 3 o 4 por ciento, que era la norma tanto en Estados Unidos como en Francia, a exigencias del 15 por ciento e incluso más”, dice Schiffrin en *La edición sin editores*. Cuando Bertelsmann compró Random House anunció que esperaba una tasa de 15 por ciento anual. La única manera de aumentar esas tasas es editando libros de venta rápida, compitiendo ferozmente por los derechos de autor de esas obras, haciendo libros subordinados a éxitos comerciales del cine, poniendo tanto o más dinero en la promoción como en los costos de fabricación, en resumen: transformando al libro en una mercancía más, desvinculada de su valor cultural. “Se trata de agrupar los títulos más rentables de las diferentes editoriales (del grupo) y eliminar el mayor número posible de los restantes libros. No se trata de encontrar un equilibrio entre la calidad y las exigencias del mercado. Se trata de ganar la mayor cantidad posible de dinero. Entre los 500 títulos publicados (por las tres editoriales estadounidenses más importantes) no existía una sola traducción, ni un libro de historia serio, ni una investigación científica, y ya no hablemos de filosofía, teología, historia del arte.” El escritor español Juan Marsé señalaba la tendencia a publicar obras literarias “insustanciales” entre las razones que lo llevaron a renunciar como jurado del premio Planeta el año pasado. Al decir de Schiffrin, se termina instaurando “la censura del mercado” al editar los libros que “producirán mayores beneficios y no los que corresponden a la misión tradicional del editor”.

En *La edición sin editores* Schiffrin puso sobre el tapete el riesgo que es, para la creación, esa concentración editorial: muchos autores quedan sin ser publicados ya que sus obras no tienen una (alta) rentabilidad asegurada.

Cuando salió su libro, varios artículos publicados en Francia aseguraron que el fenómeno de concentración en el mundo de habla inglesa no iba a extenderse al área idiomática francesa. Su segundo libro, *El control de la palabra*, describe cómo Francia ha visto prácticamente desaparecer la edición independiente, su industria editorial se encuentra en manos de cuatro grupos (uno –Lagardère– es mayor que los otros tres juntos). Relata el proceso de concentración y muy especialmente los vínculos que tienen esas editoriales con otros medios de comunicación con quienes conforman conglomerados y cuyas distintas partes interactúan. Un boletín del banco Crédit Lyonnais, citado por Schiffrin, lo define claramente: “El poder de Lagardère se apoya, por lo demás, en un modelo bastante original de promoción cruzada de sus principales intereses económicos. Se trata en esencia de promover de forma cruzada, a través de sus principales redes de comunicación, los productos/medios para el gran público desarrollados por el grupo: así por ejemplo, la promoción publicitaria o editorial del último libro publicado por Grasset podrá hacerse a través de (el canal de televisión) Europe 1, o en las columnas de Paris Match, del Journal du Dimanche...”.

LAS ARMAS Y LAS PALABRAS. Dos grandes grupos vinculados al negocio de las armas –Lagardère y Dassault– tienen en sus manos el 70 por ciento de los medios de prensa escrita en Francia y partes decisivas en la televisión, la radio y la edición de libros (Hachette, de Lagardère, es el primero).

La “edición sin editores”, al formar parte de conglomerados que dominan los medios de prensa, tiene el “control de la palabra”. Al decir del fabricante de aviones Dassault: “Aspiro a poseer un diario o un semanario para expresar mis ideas”. Su grupo tiene 33 publicaciones entre las que se cuenta el periódico *Le Figaro*.

En *El control de la palabra*, Schiffrin dedica un capítulo a analizar cómo los grandes grupos de prensa estadounidenses no pusieron en duda la existencia de “armas de destrucción masiva” en manos de Saddam Hussein, excusa del gobierno de Bush para atacar a Irak. Al igual que la edición pierde su carácter cultural en manos de quienes solamente buscan beneficios, los medios de comunicación –cada vez más concentrados– están más fácilmente al servicio de intereses políticos y económicos. Patrick Lay, presidente del canal de televisión francesa tf1, explicaba que “el oficio de tf1 consiste en ayudar a Coca-Cola a vender su producto. Ahora bien, para que un mensaje publicitario sea percibido, es preciso que el cerebro del telespectador esté disponible. Nuestras emisiones tienen, por vocación, la tarea de hacerlo disponible. Lo que vendemos a Coca-Cola es tiempo de cerebro humano disponible”.(3)

En el mundo de habla española el grupo Prisa tiene intereses que engloban televisión (Canal+, etcétera),

prensa escrita (El País de Madrid, Le Monde de París, entre otros), editoriales (grupo Santillana, presente en 17 países de América Latina, que reúne los sellos Taurus, Alfaguara, Aguilar, Aletea, Punto de Lectura, etcétera) radios (cadena ser), librerías (cadena Crisol), imprentas, y un largo etcétera de empresas. No es de extrañar que ese grupo, a través de sus diferentes medios pueda “organizar el mapa entero de la cultura española”.(4)

LA EDICIÓN INDEPENDIENTE COMO FACTOR DE DIVERSIDAD CULTURAL. La concentración empresarial y los conglomerados multimedios han provocado un cambio radical en la industria editorial. Los editores independientes tienen que competir con poderosas empresas en desigualdad de condiciones. En este panorama se generan mecanismos de exclusión de las pequeñas editoriales: los autores de grandes ventas reciben adelantos imposibles de igualar, los agentes literarios se ven forzados a vender derechos para toda la lengua y no fragmentados geográficamente, las casas de un mismo grupo comparten títulos para sus colecciones de bolsillo dejando de comprar a terceros, “seducen” a los autores con promesas de difusión internacional (casi siempre incumplidas).

La fuerza de la edición latinoamericana estuvo tradicionalmente en México y Argentina. Entre los años 1940 y 1970 esos países lideraban la edición en lengua española, tanto en el plano económico como en el cultural. Pero a fines de los noventa “se han cerrado editoriales y librerías, muchos diarios y revistas quebraron o redujeron sus páginas. Unas cuatrocientas empresas editoriales mexicanas cerraron a partir de 1989, y entre las sobrevivientes no llegan a diez las de capital nacional que publican más de cincuenta títulos por año”.(5) Por cada libro que México exporta a España recibe 240, ha señalado Ricardo Nudelman, gerente del Fondo de Cultura de México.

Paralelamente España desarrolló su economía: “La década del 90 representa un período de crecimiento en las relaciones comerciales (con América Latina que) permite doblar las exportaciones en tan sólo cinco años”.(6)

En el sector del libro el desarrollo del comercio español genera en un primer momento un considerable aumento de las exportaciones hacia el continente, reduciéndose luego por la supresión –al entrar España en la Unión Europea– de incentivos a la exportación. La estrategia de la industria española ha sido, desde entonces, instalar filiales en América. Proceso acompañado, e impulsado, por políticas estatales de fomento y estímulo al desarrollo del sector en el continente. “En este contexto, la presencia de la industria cultural española en América Latina puede ser vista desde dos puntos de vista antagónicos: el reencuentro natural de la cultura española con sus hermanas iberoamericanas; o una nueva forma de colonialismo empresarial de la antigua metrópoli que se aprovecha de un mercado debilitado pero lleno de potenciales (contando además con apoyo gubernamental) (aunque) deben relativizarse ambas visiones”.(7)

KAFKA, ONETTI Y RULFO DE LA MANO. Tal como plantea Schiffrin en sus dos libros, las editoriales nacionales independientes están insertas en la vida cultural, muchas de ellas han sido fundadas por escritores o intelectuales y a través de su acción editorial hacen aportes esenciales.(8) Abren sus puertas a nuevos escritores y buscan creadores, actúan como agentes culturales que dan impulso a proyectos que van más allá de su labor editorial. Esto es una diferencia esencial con las editoriales que se mueven con el exclusivo fin del lucro.

Los ejemplos de obras que fueron fracasos comerciales y forman parte del patrimonio cultural de la humanidad son numerosas: El pozo, de Onetti, Las flores del mal, de Baudelaire, La metamorfosis, de Kafka, Pedro Páramo, de Rulfo, entre muchas otras. Y muy numerosos son los bestsellers que han dado importantes beneficios económicos y pasaron al olvido total por ser “insustanciales”, al decir de Marsé. La obra de Schiffrin ha sido muy importante, por un lado, en la toma de conciencia (9) de que esta mutación en la industria editorial es un atentado a la diversidad cultural, y por otro como estímulo a la organización de las editoriales independientes para buscar estrategias a fin de preservar la edición con editores.

1. La edición sin editores, Ediciones Trilce, 2001, Montevideo (en coedición con lom, Santiago de Chile); El control de la palabra, Anagrama, 2005, Barcelona.
2. El País, Madrid, 12-IV-2000.
3. Citado por Schiffrin en El control de la palabra.
4. Al decir del crítico literario español Ignacio Echevarría refiriéndose a El País de Madrid. En El País Cultural, Montevideo, 14-VII-06.
5. Néstor García Canclini, "Industrias culturales y globalización. Procesos de desarrollo e integración en América Latina", Foro Desarrollo y Cultura, bid, París, marzo de 1999.
6. Lluís Bonet y Albert de Gregorio, "La industria cultural española en América Latina", en Néstor García Canclini y Carlos Moneta (coords), Las industrias culturales en la integración latinoamericana, Eudeba/Sela, Buenos Aires, 1999.
7. Ídem.
8. Fácil citar a la editorial Arca, la de Ángel Rama y Alberto Oreggioni, o a Ediciones de la Banda Oriental como ejemplos en nuestro medio.
9. Anna Danieli, "Edición independiente: estrategias para la diversidad", en El jardín de los senderos que se encuentran. Políticas públicas y diversidad cultural en el Mercosur, Carlos Moneta, (ed), unesco, 2006.

Publicado en **Brecha**, Montevideo 3/10/2006