



Algunas hipótesis sobre la edición de literatura en la España democrática

José Luis de Diego

Universidad Nacional de La Plata

lamy@speedy.com.ar

Resumen

En su primera parte, el trabajo pretende trazar un sucinto panorama sobre el itinerario de las principales editoriales españolas y sobre la trayectoria de ciertos editores, en el período que va desde fines del franquismo hasta los años noventa. En la segunda parte, se postulan algunas hipótesis sobre el proceso de concentración editorial, sobre el nuevo papel de editores y agentes y sobre las características actuales del mercado.

Palabras clave: edición – España democrática – concentración – mercado – lectura.

El estudio de la edición, los editores y las políticas editoriales conlleva siempre dificultades de orden metodológico. El hecho de que el libro sea, como se ha dicho, a la vez “mercancía y significación” y que el editor se constituya como un “personaje doble” pone esas dificultades en evidencia: o bien se privilegia la *industria* como objeto y se analizan variables cuantitativas de su desarrollo; o bien se privilegia la *cultura* y se evalúa el impacto producido, en ese campo, por determinadas políticas editoriales, mediante el complemento metodológico de variables cualitativas. El desafío es entonces cómo articular los indicadores económicos de la industria editorial con las políticas editoriales y su incidencia en la difusión de ciertos libros, la consolidación de tendencias de lectura, la canonización de autores. Otra dificultad es la que procura combinar información con hipótesis interpretativas. El equilibrio es precario: cuando predomina la información *pura*, los datos sólo sirven como insumos para interpretaciones de otros y el trabajo termina siendo bien tedioso para el lector; cuando predominan las hipótesis interpretativas sobre una base positiva *blanda*, las mismas denuncian, en el mismo gesto, sus pies de barro.

Una abundante bibliografía ha circulado en los últimos años sobre el tema que nos ocupa. Voy a mencionar, a manera de ejemplo, algunos de los libros que consulté: *Lo peor no son los autores* (1999) y *Banco de pruebas* (2000), de Mario Muchnik; las *Memorias* (publicadas completas en 2001), de Carlos Barral; *Opiniones mohicanas* (2001) y *El observatorio editorial* (2004), de Jorge Herralde; *Pasando página. Autores y editores en la*



España democrática (2003), de Sergio Vila-Sanjuán; *La guerra de los planetas. Memorias de un editor* (2005), de Rafael Borràs Betriu; *Confesiones de una editora poco mentirosa* (2005), de Esther Tusquets; *Conversaciones con editores en primera persona* (2006), un libro que reúne testimonios, editado por la Fundación Sánchez Ruipérez; *Un viaje de ida y vuelta. La edición española e iberoamericana* (2007), edición a cargo de Antonio Lago Carballo y Nicanor Gómez Villegas. ¿Por qué mencionar estos libros entre tantos otros? Porque plantean una nueva dificultad de orden metodológico: buena parte de la bibliografía se compone de testimonios de editores o de homenajes a editores; o sea que, o bien caemos en la subjetividad de la primera persona, o bien en el tono apologético de quienes, muchas veces seguidores o discípulos, los admiran. Por otra parte, editoriales y editores son dos objetos de estudio muy diferentes; debería pensarse en algo así como un gráfico de doble entrada en el que, por un lado, se trace la evolución de una editorial, con las sucesivas figuras de editores, directores o asesores que encarnan esa evolución; y, por otro, el itinerario más o menos nómada de esos editores, como Jaime Salinas, Mario Lacruz o Javier Pradera, por diferentes empresas editoriales ¿Hasta qué punto la presencia de un editor marca la política editorial de esa empresa, o hasta qué punto es la empresa la que marca las decisiones editoriales de ese editor? Como se ve, se trata de una tarea desmesurada para el acotado propósito de estas notas. De modo que, para este reducido espacio, he optado por, como suele decirse, invertir el binocular: no ir al detalle, sino a los grandes trazos que me permitan postular algunas hipótesis de trabajo.

En primer lugar, la situación del mundo editorial durante el franquismo. Veamos un par de testimonios:

Había una edición, que siempre la consideré la aristocracia, la edición de los Gili, los Salvat, los Sopena; después, había otras editoriales más recientes: Planeta, Caralt, Janés, alguna otra, no demasiadas. Editar tampoco era una cosa muy codiciada. (José Luis Monreal, en Varios Autores, 2006: 37)

Yo creo que difícilmente se van a repetir generaciones de editores como la que se produjo en Madrid en los años cincuenta o sesenta, especialmente en el terreno del libro de la enseñanza y en Barcelona con el libro literario en los años cuarenta y cincuenta, realmente una generación espectacular (...) Estoy hablando de Paco Bruguera, de Juan Grijalbo, de José Janés (...); estoy hablando de Germán Plaza, padre, que crea y desarrolla Plaza y Janés; estoy hablando de mi padre, lógicamente, de Vergés, de Luis de Caralt, de Mateu, y seguro que estoy olvidando alguno más. (José Manuel Lara Bosch, en Varios Autores, 2006: 249).



He aquí los riesgos de los testimonios: o bien lo que había era poca cosa, en el testimonio de Monreal, o bien, en el de Lara, lo que había era una generación brillante. Consideremos con más detalle algunos casos particularmente significativos.

Josép Janés muere en un accidente de autos en 1959; su labor pionera en la importación de títulos y autores a su catálogo es largamente reconocida, probablemente más reconocida hoy que en su momento, asediado por dificultades económicas y por la censura. Germán Plaza, que ya había hecho fortuna en los cincuenta, compra el fondo editorial de Janés y funda Plaza & Janés, la editorial más exitosa en la difusión del llamado “best-seller internacional”, en especial a partir de 1963, año en que se incorpora a la empresa Mario Lacruz. Los hijos de Plaza venden la editorial a los alemanes de Bertelsmann en dos etapas, en 1977 y 1982.

Bruguera fue una editorial muy popular durante el franquismo; publicaba tebeos y a Corín Tellado, además de autores españoles muy vendidos, como Marcial Lafuente. En 1973, Francisco Bruguera incorpora a la empresa a Ricardo Rodrigo, un activista político argentino que crea y promueve las colecciones Libro Amigo y Novela Negra; sin embargo, los problemas económicos de la empresa se agudizan, Rodrigo se va en 1981 y funda RBA, y Bruguera vende la editorial a un uruguayo, Leo Antúnez, que fracasa en el intento de remontar la situación y cierra definitivamente en 1986.

El mítico editor comunista Juan Grijalbo continuó su labor editorial durante su exilio en México, y regresa a Barcelona en 1975. Siempre se ha destacado su particular olfato para combinar en su catálogo exitosos best-sellers, como *El padrino* de Mario Puzo, con bibliografía marxista clásica y actual, como la magnífica traducción de Manuel Sacristán de las obras de Georg Lukács. Un año después, en 1976, contrata a Gonzalo Pontón, un reconocido editor que venía de Ariel, crea Crítica y focaliza allí la edición de libros políticos, aunque su éxito más sonado fue la *Historia del tiempo* de Stephen Hawking. En 1985, Grijalbo vende la editorial a los italianos de Mondadori que de este modo protagonizan un duradero desembarco en el mercado español.

Otra de las grandes editoriales del franquismo, Destino, de José Vergés, recorre un camino similar a los casos ya reseñados. La editorial se había consolidado a través del Premio Nadal, que comenzó a otorgarse en 1944, y a través de la publicación de autores de prestigio, como Miguel Delibes –se calcula que las obras de Delibes representaban un cuarto de la facturación total de la empresa–, Camilo José Cela, Carmen Laforet y Ana María Matute. Vergés fue el rival histórico de Planeta y de los Lara, y ya en 1980 sufrió un duro golpe cuando Delibes le entrega *Los santos inocentes* a Planeta. En esos años, Lara



intenta comprarle la editorial, pero Vergés se niega; finalmente, la vende a Julián Viñuales, un editor que venía de Salvat, en 1986. Previsiblemente, Viñuales, un par de años después, se la vende a Lara. No sabemos si Vergés y Lara hicieron un buen negocio; sí sabemos que Viñuales lo hizo, intermediando entre ambos rivales.

La editorial catalana Salvat fue pionera en la publicación de grandes enciclopedias, del famoso diccionario Monitor y de la conocida Biblioteca Básica, y lideró el sector en los setenta y en los ochenta. Desde 1963 estuvo a cargo de Juan Salvat; treinta años después, se vendió a los franceses de Hachette.

Carlos Barral fue otro de los editores míticos de aquel período y ha reseñado con detalle su itinerario en sus *Memorias*, en especial en el segundo libro, *Años sin excusa*, publicado originalmente en 1978. Contra la cuestionada calidad de los premios Nadal y Planeta, Barral pone en marcha en 1959 el premio Biblioteca Breve y será el protagonista indiscutido de la incorporación al mercado español del llamado *boom* de la novela latinoamericana. Lo acompañaban en la empresa un grupo de notables: Jaime Gil de Biedma, Pere Gimferrer, José María Castellet. Sin embargo, con la muerte de Víctor Seix en un accidente en Frankfurt comienzan los problemas con la firma y deja la editorial en 1970. Hasta fines de la década continuará como Barral Editores. Es un lugar común afirmar que Barral, respaldado por una sólida cultura cosmopolita, encarnó la vanguardia literaria de aquellos años y fue maestro y guía de editores más jóvenes; es también un lugar común escuchar que era un mal administrador y que confiaba demasiado en sus intuiciones. Seix-Barral se vendió en 1982 al grupo Planeta. Escribe el editor argentino Mario Muchnik: "... retengo una imagen impresionante: la de Joan Seix abuelo, padre de Víctor, firmando la venta de las acciones de la editorial que había fundado y que había sido, durante el franquismo, la antagonista cultural precisamente de Planeta. Fue uno de esos momentos privados que marcan un cambio de época" (2000: 199).

Como afirma Sergio Vila-Sanjuán: "La editorial de Lara había sido en los últimos decenios el sello más representativo de literatura comercial en lengua española. Mientras Plaza & Janés cultivaba los best-sellers internacionales y Destino y Seix-Barral la narrativa considerada de calidad" (2003: 187). Algunos años después, no sólo Planeta era la única editorial que pervivía a los cierres o a las ventas, sino que era precisamente la que había comprado Destino y Seix-Barral, las editoriales de "narrativa considerada de calidad". Dijimos hace un momento que en 1980, con *Los santos inocentes*, Lara le "roba" a Delibes a Destino; algo parecido ocurre con Marsé. El escritor barcelonés había ganado el Premio Biblioteca Breve en 1965 con *Últimas tardes con Teresa*; en 1977, *Si te dicen que caí* fue el



mayor éxito de ventas de Seix-Barral; sólo un año después gana el premio Planeta con *La muchacha de las bragas de oro* y se pasa a la editorial de los Lara. Como vemos, la política agresiva de Planeta comienza por captar los autores emblemáticos de las editoriales rivales y luego se queda con ellas, con las editoriales mismas. Seix-Barral en 1982, Destino en 1989, Espasa-Calpe en 1992, Crítica en 1999, Emecé en 2000, Minotauro en 2001, entre tantas otras, han ido conformando un imperio editorial que concentra alrededor de 30 sociedades anónimas, declara tener un catálogo de diez mil títulos y es considerado el octavo grupo editorial del mundo.

Veamos ahora algunos otros casos que no habían sido mencionados entre los miembros de aquella generación brillante de editores. Francisco Pérez González había sido distribuidor en España de Emecé, la editorial argentina de la familia Del Carril, y había participado, junto a Rafael Gutiérrez Girardot, de la creación de Taurus en 1955. En 1958 lo convoca Jesús de Polanco para dirigir la recién creada Editorial Santillana y emprenden una vasta tarea de edición de materiales educativos. Los beneficios de esa tarea los invierten en la compra del paquete accionario mayoritario del diario *El País* que se transforma, a través de la sociedad Prisa, en un poderoso conglomerado multimedia, y convierte a de Polanco, según la revista *Forbes*, en el hombre más rico de España. Con el tiempo, el perfil editorial se diversifica: adquieren Taurus en 1974, Alfaguara en 1980 y Aguilar en 1986. La crisis financiera de Aguilar arrastra las finanzas hacia abajo, crisis de la que Taurus y Alfaguara recién emergerán en los noventa.

Pero la mención de Alfaguara nos hace volver hacia atrás. Creada por la familia Cela hacia mediados de los sesenta, la editorial tuvo poca visibilidad hasta que toma la conducción Jaime Salinas, el hijo del gran poeta del '27, que venía de dirigir colecciones en Alianza Editorial. Con un cuidado diseño de tapas a cargo de Enric Satué, y con seleccionados títulos de Marguerite Yourcenar y Günter Grass, de Henry Miller, Juan Benet y Julio Cortázar, Salinas elaboró un catálogo de calidad pero poco rentable. En 1980, como queda dicho, Alfaguara se vende al Grupo Santillana, y Salinas permanece al frente dos años más, hasta que los socialistas lo llevan de Director General del Libro. Luego de un período de casi diez años –período “de hibernación”, lo llama Vila-Sanjuán–, la editorial revive en 1992, cuando se hace cargo del proyecto Juan Cruz, un reconocido periodista de *El País*, y va incorporando firmas de relieve, como José Saramago, Carlos Fuentes y Mario Vargas Llosa, además de prestar atención a la nueva narrativa española.

Por su parte, Alianza estaba en manos de José Ortega, el hijo del filósofo Ortega y Gasset, y había ganado un merecido prestigio a través de sus textos de ficción (a cargo de



la dirección de Salinas) y de ensayo, en especial Alianza Universidad, dirigida por Javier Pradera. Sin embargo, la mayor visibilidad del proyecto editorial fue su colección Libro de Bolsillo, la que, con originales portadas, incluyó en su catálogo, junto a clásicos españoles, a Nietzsche y a Freud, a Proust, a Brecht, a Kafka, entre tantos otros. Alianza se vendió en 1989 al grupo Anaya de Germán Sánchez Ruipérez: “Me llegaron a decir que había pagado un disparate por ella. Pero era un capricho que uno tiene en la vida, porque Alianza Editorial era la empresa cultural, el proyecto cultural más bonito de los últimos treinta años y eso a mi grupo de empresas le iba a dar una categoría muy grande” (Sánchez Ruipérez, en Varios Autores, 2006: 162). Anaya, que había comprado editoriales emblemáticas como Alianza y Cátedra, se vende a su vez, en 1998, a la multinacional francesa Vivendi.

Por último, merece destacarse la trayectoria de dos editoriales barcelonesas que han conservado su vigencia durante cuarenta años y continúan con un perfil de editoriales independientes. En 1969, en el clima contestatario de la Barcelona de los sesenta que se ha simplificado en la figura de la *gauche divine*, Jorge Herralde funda Anagrama, y Beatriz de Moura Tusquets. Más allá de variadas crisis e incluso de numerosas tentativas de compra, Anagrama se ha transformado en la editorial más innovadora y de mayor prestigio de la actualidad. Tanto en su célebre colección Panorama de Narrativas –que ha sido calificada por sus enemigos como la “peste amarilla”– como en Compactos, la editorial ostenta un catálogo con lo mejor de la narrativa actual: McEwan y Auster, Barnes y Patricia Highsmith, Baricco y Tabucchi, Sebald y Bernhard, Bolaño y Piglia, entre tantos otros. Herralde suele defenderse de la debilidad de su catálogo en lo que se refiere a narrativa española, y menciona con orgullo a Enrique Vila-Matas, a Alvaro Pombo, a Javier Tomeo. Igual prestigio logró la editorial con la colección de ensayos; baste recordar la casi simultánea publicación, a mediados de los noventa, de dos obras fundamentales como *El canon occidental* de Harold Bloom y *Las reglas del arte* de Pierre Bourdieu. Por su parte, Tusquets se consolidó a mediados de los ochenta con su colección Andanzas y sus reconocibles tapas negras, al incorporar las firmas de Marguerite Duras, de Milan Kundera, del belga Georges Simenon, del estadounidense John Irving. También a de Moura se le ha reprochado el poco interés que ha prestado a los autores españoles, reproche que procura refutar con Almudena Grandes y con el rotundo éxito, en 2001, de *Soldados de Salamina* de Javier Cercas. Al igual que los Compactos de Anagrama, Tusquets desarrolló una colección más accesible, Fábula. En ambos casos, las colecciones más económicas incluyen títulos originales y otros que han sido exitosos en las colecciones “caras” y que se reeditan en el nuevo formato.



En síntesis, 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 y la argentina Editorial Sudamericana), y el grupo francés Havas (Alianza, Cátedra, Tecnos, Siruela).

Ahora bien, es momento de pedir disculpas por el seguro tedio que generó esta apretadísima reseña del panorama editorial español. Agrego a continuación tres comentarios o, como se dice ahora, hipótesis de trabajo.

1) La concentración

El proceso de concentración del mercado editorial en pocos grupos no es, parece obvio decirlo, privativo del mercado español. En Italia, la legendaria editorial de Arnoldo Mondadori se transforma, después de su muerte, en un coloso multimedia, no sólo con inversiones en televisión y en informática, sino también mediante la compra de Einaudi, la más selecta editorial italiana, que tenía como lectores a Cesare Pavese, Elio Vittorini e Italo Calvino; en 1991, Mondadori pasa a manos de Fininvest, el emporio multimedia del poderoso Silvio Berlusconi. En Francia, el mercado se encuentra polarizado –como lo ha estudiado André Schiffrin en *El control de la palabra* (2006)– en dos grandes grupos: el Group de la Cité, propiedad de Havas, a la vez un brazo de Vivendi, considerada la quinta compañía de medios de comunicación del mundo; y el grupo Lagardère, a través de la legendaria Hachette. Como hemos visto, el primer grupo adquiere en España Anaya y el segundo Salvat. En Alemania, las compras del grupo Bertelsmann lo han convertido –a partir de la adquisición de Random House, la primera editorial de Estados Unidos– en el más poderoso consorcio editorial del mundo. Estos hechos derriban un mito bien argentino (o quizás latinoamericano): que el mercado del libro en español lo controlan los españoles. Aquí se ha dado aquello de que el gato se come al ratón, pero lo que no hemos visto es que hay algunos leones que se han comido al gato. Bertelsmann se adueña de Plaza & Janés, Mondadori de Grijalbo, Hachette de Salvat, Havas de Anaya. En todo caso, los capitales se han desnacionalizado o transnacionalizado, que viene a ser lo mismo. Dice Juan Salvat: “... el otro día se hablaba del tema de la españolidad o no españolidad de las empresas, bueno, éste es un tema que yo no lo veo así, no entro en esta discusión, las empresas son como son, ¿cuándo una empresa es española, o no es española, en función de qué, del capital, de las personas? Y, ¿es muy importante que sea española?” (Varios Autores, 2006: 128).



Sea como fuere, parece evidente que el cierre o la venta de poderosas empresas de edición tuvo que ver con las dificultades que encontraron sus administradores para reconvertirlas hacia una nueva dinámica de mercado, a las novedades tecnológicas y a una nueva lógica de la organización del trabajo. Bruguera o Salvat, por ejemplo, tenían varios talleres y miles de empleados (muchas “chimeneas” es la metonimia acertada que aparecen en los testimonios) y no supieron o no pudieron enfrentar, con esa estructura, las reglas competitivas que se fueron imponiendo a partir de mediados de los ochenta. Pero, ¿qué efectos produce la concentración sobre el mercado del libro? 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. Es evidente que Planeta, por ejemplo, busca sumar a su sello el prestigio que acarrearían Seix-Barral o Emecé; lo que no es evidente es que Seix-Barral o Emecé continúen siendo lo mismo después del éxodo de Barral o de Del Carril. “El caso es que”, afirma Beatriz de Moura, “los grandes grupos han descubierto hace poco que también quieren el prestigio que tú te has ganado a pulso, y lo quieren rápido” (en Varios Autores, 2006: 196). Aunque parezca paradójico, los pequeños sellos independientes que buscan trabajosamente su “materia prima” a menudo la encuentran para que rápidamente se la lleven los grupos concentrados. José Huerta, de la editorial emergente Lengua de Trapo, se ha referido a este fenómeno: “Resulta paradójico que una editorial pequeñita como Lengua de Trapo tenga que ser el lector editorial del señor Polanco o del señor Lara” (en Vila-Sanjuán, 2003: 357). 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 longseller y con el texto experimental. La causa de ese borramiento es, como ha dicho Pierre Bourdieu (2000), la irrupción de criterios heterónomos a la manera de un caballo de Troya sobre la (relativa) autonomía del campo literario.

2) Editores y agentes

La oposición entre editores de oficio, que sumaban a su experticia un sólido capital cultural acumulado, y los nuevos gerentes comerciales que pueblan las editoriales es mucho más que una disputa por puestos de trabajo. Ocurre que muchos de estos conglomerados multinacionales vieron crecer sus capitales en actividades que pueden ser muy respetables



(negocios inmobiliarios, cadenas de televisión y otras probablemente no tan respetables) e ingresaron en la industria del libro como una inversión más, de modo que si el editor era una especie de Jano bifronte que miraba con una cara la cultura y con otra el dinero, ahora, como esas estatuas carcomidas por la intemperie, una cara se les ha borrado. ¿Cómo se han defendido los escritores ante esta realidad hostil? La respuesta es simple: con los agentes literarios. La mayoría de los testimonios indica que en la edición española existe un antes y un después de la aparición de la leidana Carmen Balcells, la agente más codiciada por los escritores y más odiada por los editores. Balcells incorporó dos novedades fuertes en sus negociaciones: acabó con los contratos indefinidos e impuso en el mercado los adelantos en dinero por la edición de los libros de sus representados. Su autor-enseña fue y sigue siendo Gabriel García Márquez con quien había entablado relación poco antes de la publicación, en 1966, de *Cien años de soledad*. Hoy, cada libro del colombiano entra en una subasta al mejor postor en la que se juegan adelantos millonarios, y el reparto suele ser: Mondadori para España, Sudamericana para Argentina y Cono Sur, Diana para México y Centroamérica y Norma para los países andinos. Como señala Vila-Sanjuán: “Dos figuras importantes de la cultura internacional de la izquierda [se refiere a García Márquez y a Balcells], integradas como autores estrella en la editorial multinacional del líder populista de la derecha italiana Silvio Berlusconi: todo un símbolo de las transformaciones de la industria cultural de fin de siglo” (2003: 191-192). Se acabaron, entonces, las exclusividades: 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. Muchos autores creyeron liberarse cuando la emergencia del mercado los emancipó de sus patronos, pero cayeron en manos de las decisiones de los editores. Hace algunos años, creyeron liberarse de los editores, pero cayeron en manos de las decisiones de sus agentes.

3) Mercado y lectores

En primer lugar, el alcance del mercado. Quizás con la excepción de los Estados Unidos, las tiradas promedio de libros en España no difieren demasiado de las de otros países de Occidente: “La tirada media normal de una novela en España es de unos 3.000 ejemplares, que en el caso de las editoriales grandes (Plaza & Janés o Planeta) puede elevarse a 6.000. Si supera los 20.000 ejemplares de venta se considera que va muy bien. Y si se pone por encima de los 100.000 ejemplares vendidos puede hablarse ya de auténtico



best-seller” (Vila-Sanjuán, 2003: 109). Por lo demás, el éxito desmesurado de un libro tiene siempre, para los editores, algo de enigmático; en palabras de Beatriz de Moura: “... cuando un libro supera los 10.000 ejemplares ya no sabes a qué tipo de lector está llegando” (en Vila-Sanjuán, 2003: 171). Por su parte, nada menos que Lara Bosch es quien se encarga de minimizar el impacto del libro sobre el mercado: “Perdonen, es que una literatura por más que venda, en el caso maravilloso de que un libro venda doscientos mil, ya me dirá usted qué masa es ésta junto a treinta y cinco millones de personas viendo *El gran hermano*” (en Varios Autores, 2006: 258). 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. Un primer ciclo, correspondiente a los primeros años después de la muerte de Franco, en el que, como ocurrió en la Argentina pos-dictadura, se vive el auge de los libros de investigación histórica más o menos rigurosa. Un claro ejemplo es la colección (y el premio) Espejo de España, que dirigió Rafael Borràs Betriu para Planeta y que le sirvió a la editorial no sólo para vender muchos ejemplares, sino también para *aggiornarse* políticamente y comenzar a disimular el franquismo de los Lara, aunque, eso sí, nunca disimularon su simpatía por el político gallego Manuel Fraga Iribarne. Un segundo ciclo, ya en los ochenta, se advierte en otros testimonios. Jorge Herralde cita lo que le dijo una librería hacia 1982: “Tengo exactamente los mismos clientes, pero antes leían *Materialismo y empiriocriticismo* de Lenin, y ahora leen a Patricia Highsmith” (en Varios Autores, 2006: 220). “En los años 80 ocurrió algo muy curioso:”, dice el editor Miguel García Sánchez, “se puso muy de moda ser culto. Entre los matrimonios de ejecutivos se llevaba mucho hablar de libros, y esto tuvo una repercusión muy importante. La gente apuntaba las obras que sus amigos les habían recomendado durante la cena y se iban a las librerías a buscarlo. Hubo grandes modas de volúmenes que compraba todo el mundo: *Memorias de Adriano*, *El amante*, *El perfume...*” (en Vila-Sanjuán, 2003: 121). En este segundo ciclo de preeminencia de la lectura de novelas es cuando aparece, hacia 1985, la moda de la narrativa española. En palabras de la editora Michi Strausfeld: “El *boom* de la nueva literatura española se produce diez años después de la muerte de Franco porque es el tiempo que suelen tardar en producirse los fenómenos culturales que suceden a un fuerte cambio de régimen político, el tiempo lógico para que una nueva generación procese las transformaciones que han ocurrido en el país. En la Alemania posterior a la caída del Muro ha ocurrido exactamente lo mismo, el *boom* de nueva literatura empieza a florecer en 1999” (en Vila-Sanjuán, 2003: 145). Un tercer ciclo corresponde a los noventa, en el que la



influencia de los grandes medios se hace cada vez más visible. Resumiendo: auge de libros por encargo de personajes más o menos mediáticos; 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 Antonio Gala o Isabel Allende; auge de libros del género “periodismo de investigación”, sobre todo en los años de desprestigio del gobierno socialista, en los que se ventilaban hechos de corrupción; auge del género biográfico, etc. Pero, además de las tendencias del lectorado y de los ciclos de interés, los últimos años han incorporado otras novedades en el mercado del libro. Hoy no existen (casi) librerías. Asistimos al fenómeno de “los demasiados libros” (Zaid, 1996): infinidad de títulos en tiradas muy pequeñas. Se los ha llamado “albergues transitorios de novedades” y “libros con fecha de vencimiento, como si fueran lácteos” (Botto, 2006: 216). Agobiados por no saber dónde meter los libros, los librerías 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; casi con desidia, se arroja un libro en el carrito, junto con el detergente y la mayonesa. Y hoy no existen (casi) catálogos. Los sitios en internet que ostentan los grandes grupos se limitan a un buscador (por autor, por título): la idea de *stock* disponible para la venta ha reemplazado al catálogo que enorgullecía a las viejas editoriales.

Parece obvio aclararlo: quedan muchos aspectos por analizar, pero acá me detengo. El panorama sucinto que he trazado no postula, como muchos diagnósticos lo hacen, una visión apocalíptica sobre el futuro del libro. Postula sí, en cambio, una visión pesimista sobre el presente del libro. Pero, como suele decirse, “es lo que hay”.

Bibliografía

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

Bourdieu, Pierre (2000). “Por una internacional de los intelectuales” y “Una revolución conservadora en la edición”. Bourdieu, Pierre. *Intelectuales, política y poder*, Buenos Aires, Eudeba, 187-196 y 223-267.

Muchnik, Mario (2000). *Banco de pruebas*, Madrid, Taller de Mario Muchnik.

Schiffrin, André (2006). *El control de la palabra*, Barcelona, Anagrama.

Varios Autores (2006). *Conversaciones con editores en primera persona*, Madrid, Fundación Sánchez Ruipérez.



Vila-Sanjuán, Sergio (2003). *Pasando página. Autores y editores en la España democrática*, Barcelona, Destino.

Datos del autor

José Luis de Diego es Doctor en Letras y Profesor de Introducción a la Literatura y Teoría Literaria II de la Universidad Nacional de La Plata. Se desempeña como Vicedirector del Centro de Teoría y Crítica Literaria de la UNLP. Ha publicado “¿Quién de nosotros escribirá el Facundo?” *Intelectuales y escritores en Argentina (1970-1986)* (2001); *La verdad sospechosa. Ensayos sobre literatura argentina y teoría literaria* (2006); *Una poética del error. Las novelas de Juan Martini* (2007) y, como director de volumen, *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2000)* (2006) y *La teoría literaria hoy. Conceptos, enfoques, debates* (2008). Se ha especializado en temas de historia intelectual, teoría literaria, literatura argentina y, más recientemente, industria editorial.

