

Los nuevos dueños de la máquina cultural

# La novela del libro argentino

**MATILDE SANCHEZ**  
De la Redacción  
de Clarín



Las editoriales argentinas no sólo perdieron su liderazgo en el mundo de habla hispana. Ahora están sometidas a un acelerado proceso de transnacionalización. El fenómeno convive con la pérdida de terreno del libro de autor nacional. Junto con su potencia comercial el sello local cede su autonomía intelectual.

**R**apo pero no imposible. Su hijo, alumno primario de la provincia de Buenos Aires, abre su libro de texto. Por transmutación, éste se ha convertido en el Manual del alumno de Orense —nada personal contra esa bella provincia gallega. En los últimos meses se multiplicaron las señales desde todos los sectores, que alegan la crisis del libro argentino. Libro argentino, todo aquel de autor argentino y publicado en cualquier ciudad de las editoriales que dejaron de

lo que consiguieron por las casas tradicionales de la narrativa, Emecé, Losada, Sudamericana, Sur, etc., las que globalizaron la biblioteca argentina del siglo XX, fabricaron el boom latinoamericano y difundieron en el mundo de habla hispana las traducciones de autores extranjeros, ahora sigue en el área de los textos escolares, con el reciente desembarco de dos líderes globales, la Pearson Education y Scholastic, de Inglaterra y Estados Unidos. Aunque lleven sellos conocidos para el alumno criollo, hace tiempo que Aiki pertenece al grupo francés Havas, Kapelusz, a la colombiana Norma y Estrada, a un capita-

Las cifras son engañosas. La proliferación de títulos no habla de la importancia de los libros —es más bien al revés. A pesar de la asistencia masiva y de sus remozados stands, en sus 26 años la Feria del Libro, un fenómeno de masas de la cultura porteña, no parece haber influido notablemente en la siembra de la lectura. Este artículo pretende indagar cómo fue que la industria editorial argentina pasó de la hegemonía a la sucursal, y del imperio a la colonia. Y cómo es que aquí se invierte en los negocios de la época. "La economía se globaliza, el consumo cultural se regionaliza".

En un repaso de sellos editoriales, muy pocos siguen trabajando con capital local e independencia de la casa matriz. Sólo tres tienen filiales en España. A Paidós, de textos universitarios, las cuentas le van mejor en España que acá, y además edita sus libros afuera. Emecé, cuyo fondo editorial incluye a Jorge Luis Borges y Adolfo Bioy Casares, está en venta hace tiempo. Sigue siendo argentina Edilusa con el sello Mitos, creado y sostenido hasta hoy por el gran editor Paso Porra, con sede en España. Luego Ediciones de la Flor, con un catálogo atípico, especializado en historieta, Eudeba, que estuvo a punto de ser

privatizada, y unas pocas empresas familiares con fondos dictados por el gusto antes que el mercado.

Ya no se trata de una industria basada en la continuidad y la solidez conceptual de sus diseñadores. Las fusiones se producen a diario y tienen cifras siderales. Hace diez días Bertelsmann se unió a Pearson, con el que ya editaba el diario *The Financial Times*, para comprar el mayor conglomerado de TV europeo. Dos días después, un alto directivo de Bertelsmann dijo que no podía "afirmar ni desmentir" que el holding hubiera comprado a su vez al socio inglés —aunque se dijo "muy interesado en el libro infantil".

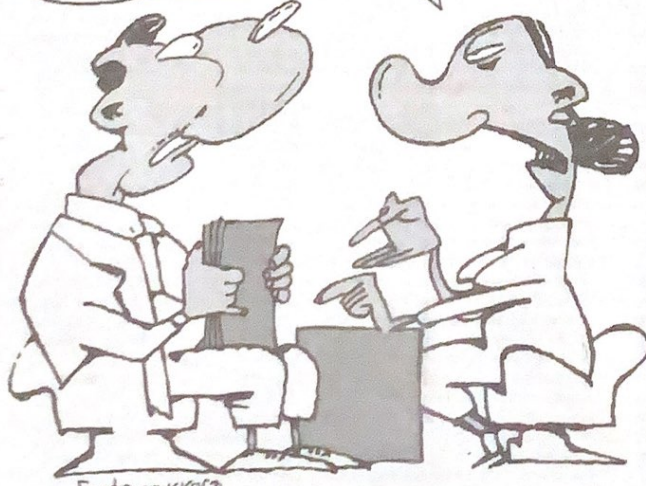
Entretanto, la española Santillana —casa madre de Aguilar, Alfaguara y Taurus y la principal proveedora de manuales de primaria en la Argentina— firmó un acuerdo con Ediciones B, y Planeta, con Bertelsmann, para lanzar dos líneas de libros de bolsillo. ("Que acá van a costar 8 pesos, mientras en España cuestan 4" —dice un distribuidor—.)

La tendencia a la concentración es tal que no es impensable que un mismo grupo editorial pueda apoderarse de un lector "de la cuna a la tumba", como antes se decía del Estado de Bienestar. Una misma editorial, bajo nombres diversos, le venderá los libros de su primera infancia, le enseñará a leer, historia y geografía, con suerte lo acompañará a la universidad y en sus horas de ocio, libros todos, además, vendidos por una cadena de librerías del mismo holding. Este último eslabón también se puso en marcha.

Santillana acaba de comprar la cadena Fausto. Las librerías porteñas son en realidad capitales virtuales con gran liquidez de caja, ya que operan por consignación. "Nuestra editorial no tiene tanto una crisis económica como financiera —explica Fernando Estévez, responsable de Aguilar, gemela de Santillana—. "Estamos financiando las librerías hace años. Desde que el libro llega al depósito de la editorial hasta que cobramos, transcurre un promedio de 190 días." Estévez argumenta que la compra de Fausto (que tenía una deuda cuantiosa con firmas españolas) es "defensiva", en previsión de que a Alfaguara pueda ocurrirle lo que a Planeta en años anteriores con la cadena Yenny. Las grandes bocas de venta exigen mejores

Sigue en la pag. 4

Vea señor Molina... La editorial alemana que editó su libro fue vendida, ayer, a una multinacional belga de supermercados... Por eso... ¿Podríamos pagarle sus derechos de autor con latas de atún?



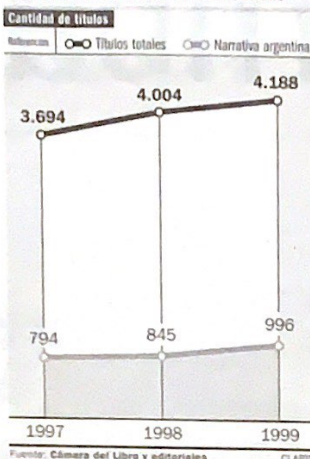
fontanarrosa

Aquí se invierte la máxima que dice que "la economía se globaliza, el consumo cultural se regionaliza"

lista húngaro. Diana Repetto, gerente de Pearson, dice el lema empresarial: "Pensar globalmente, actuar localmente". Además de cosechar la reforma educativa, esperamos que consigamos mejorar las bajísimas marcas de lectura escolar. Según un estudio privado, el alumno primario argentino lee apenas 1,3 libros por año, ya que la crisis ha imposibilitado el desdoblamiento de material según área de estudio —en España la media es 4 libros y en EEUU, 8—. Como en todo, el mercado rellena con oferta las políticas de Estado.

## Los nuevos dueños de la máquina cultural

### Producción literaria



grano Rawson y Abelardo Castillo pueden promover 15 mil ejemplares, pero las editoriales argumentan que sus pares españoles imprimen 50 mil. Incluso que algunos autores chilenos y uruguayos tiran más que ellos.

#### La transformación del lector

Hace dos semanas, Beatriz Sarlo observó públicamente que "los escritores argentinos no conectan con el público". Este diagnóstico abre varias ventanas, desde el retroceso de la educación pública a la crisis económica. Mas allá de eso, se ha observado que los cambios en el público argentino son profundos -profundos y para peor. El escritor Marcelo Cohen observa: "Lo llamativo es que los editores no se dieran cuenta mientras ocurría. Además, ¿cómo modificar voluntariamente la relación con la tradición? Tenemos una literatura cuyo cuerpo central es excéntrico, con un impulso innovador y un realismo débil. En España hubo un aparatoso proceso de formación de una literatura de consenso y ahora más de la mitad del país vota a Aznar. Los libros se escriben para inquietar, incluso a su autor".

En cierta medida, a través de las sobre-determinaciones de su catálogo, Ricardo Sabanes, director en la Argentina de Planeta, la más poderosa editorial española, ha contribuido a la transformación del público. Apunta algo que está en el centro mismo del cambio: las nuevas fórmulas de producción y comercialización de los libros, tomadas de la industria discográfica. "A la concentración económica correspondió una fuerte segmentación del mercado" -dice Sabanes-. "Significa que se venden menos ejemplares de cada libro pero se publica mucho más. En las librerías el lector no lo advierte, pero están cada vez más organizadas como una megadisupería. Cada lector va a su anaquelel y no se cruza con los otros."

De hecho, la tendencia actual a la segmentación es la contraria a la que edificó la tradición de las editoriales familiares, cuya fuerza residía en el fondo editorial -colecciones de autores de lectura sostenible a través del tiempo, los clásicos de una casa. En los 90 los catálogos abandonan definitivamente el concepto de fondo editorial por el sistema de "novedades", que van rotando para ceder el lugar a novedades-aún-más-nuevas, en una incesante agenda de reemplazos. Las principales editoriales admiten unos 15 títulos por mes; algunas, como el Grupo Zeta, lanzan hasta 30. Esa aceleración y dispersión de la oferta inhibe el circuito clásico de la consolidación literaria. En este sentido, la literatura argentina actual es "anticuada",

## Cierto ligero reparto de culpas

### OPINION

**GRACIELA SPERANZA**  
Crítica literaria



**E**n una cultura empobrecida por el deterioro económico y educativo, la masificación mediática y los efectos de la globalización, atribuirles a los críticos y a los escritores argentinos la responsabilidad por el alejamiento del público lector y la desaparición de las editoriales nacionales resulta impropio.

La crítica, se dice, ha fracasado en su mediación con el lector. Y si bien es cierto que la distancia creciente entre

especialistas y legos no es privativa de la cultura argentina, el juicio tiene su cuota de verdad. Rechazando enfáticamente un lugar subsidiario respecto de la literatura, el público y el mercado, la crítica argentina fue ganando desde los 60 un espacio de autonomía. No ha logrado en cambio, salvo raras excepciones, una intervención eficaz en los medios masivos que, sin resignar el rigor, extienda el diálogo más allá de un "entre nos" de entendidos. Tampoco ha conseguido satisfacer la expectativa del lector de un juicio de valor estimulante. Sin embargo, cabe aspirar a una intervención que a partir del entusiasmo genuino del crítico, impulse a la lectura sin exhibicionismo académico.

¿Qué decir de los escritores, acusados de escribir libros que nadie lee? Ellos son

la punta del iceberg, emergencia visible de una tradición heredada o negada, que no se puede torcer a voluntad sin caer en el oportunismo mercantilista. Ni los críticos ni los editores ni los propios escritores pueden mediar en la definición del lector implícito de una literatura. Es por lo tanto comprensible que un escritor como Manuel Puig, que se proponía el doble desafío de escribir una novela "popular" sin resignar por eso a la innovación formal, se interesara por la respuesta del público. Si esa preocupación no está en el impulso de una obra, si con mayor o menor fortuna el escritor trabaja legítimamente para un lector futuro, no veo por qué deba o quiera atender a las demandas del público y el mercado.

### Las grandes del mercado

Estas empresas son las más poderosas del país y abarcan todos los rubros de la industria del libro. El proceso de transnacionalización se aceleró en la última década.

Editorial	Año de inicio	Grupo económico	Cabeza en Argentina
Planeta	1973	Planeta Argentina (filial de la empresa española)	Julio Pérez
Alfaguara-Agular-Altea-Taurus	1964	Grupo Santillana (españoles)	E. Fernández Rozado
Sudamericana	1939	Grupo Bertelsmann (alemanes)	Olaf Hantel
Ediciones B	1988	Grupo Z (filial de la empresa española)	René Escolar
Norma	1991	Carvajal S.A. (colombianos)	Tomás Castillo
Paidós	1945	Paidós Argentina (asociada a capitales españoles)	Marita Gottheil
EMECE	1939	Empresa argentina de la familia Del Carril	Francisco del Carril

Fuente: Cámara del Libro y editoriales

CLARÍN

## La ley del libro, abierta

**EVA MARABOTTO**

El lunes, como en cada inauguración de la Feria del Libro, Fernando de la Rúa repitió las promesas presidenciales de una pronta sanción para la ley del libro. El proyecto fue presentado en 1998 por los senadores del PJ Pacho O'Donnell y Carlos De la Rosa, obtuvo merca sanción de la Cámara alta y espera ser tratado en Diputados.

El proyecto entusiasma por igual a la industria gráfica y a las editoriales, ya que dispone la desgravación para la importación y la exportación de libros y exime del IVA a la producción y comercialización de libros incluidos los insumos de la industria gráfica (tinta, papel, maquinarias, etcétera). Pero hay sectores no tan entusiasmados. El proyecto habría sido frenado en la Cámara baja para negociar aún mejores condiciones para la industria gráfica. El editor Daniel Divinsky, de Ediciones de la Flor, aporta otra versión: "El acuerdo entre los

sectores involucrados es total pero la Comisión de Presupuesto de Diputados se niega a resignar, en nombre del Estado, el cobro del IVA a los insumos como el papel y la tinta".

Las primeras opiniones contrarias a algunos puntos del proyecto fueron presentadas en Diputados por la Sociedad Argentina de Escritores (SADE). Carlos Paz, su presidente, objeta el artículo 23 porque crea, para el editor, un derecho análogo al derecho de autor, lo que le parece "una aberración jurídica". La SADE busca convertirse en receptora de derechos de autor de los cuales se quedaría con el 10 por ciento.

Otra objeción es de los escritores y pasa por lograr apoyo a la literatura nacional. La poeta Susana Villalba, coordinadora de la Casa de la Poesía del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, trabaja junto a un grupo de escritores en un proyecto para que las editoriales se comprometan a publicar autores nacionales.

ya que, por formalista y afecta al culto, se resiste a la velocidad del mercado. Es el cargo que le hizo recientemente Juan Martini, al afirmar que estuvo enferma de vanguardia. Ahora, francamente, en tanto lectores, ¿debemos lamentar la inexistencia del Arturo Pérez Reverte vernáculo, que pondría tan contentos a los editores?

Pero la segmentación atenta contra la constitución de un mainstream, el gran escritor punto de encuentro del lector promedio y la crítica especializada. Algunas editoriales (Planeta y Sudamericana) apostaron fuertemente a producirlo a través de la no ficción y la novela histórica. Había antecedentes: Rodolfo Walsh, precursor con sus relatos documentales, *La revolución es un sueño eterno*, de Andrés Rivera, el cruce de géneros de Tomás E. Martínez. Si bien este fenómeno, particular del Río de la Plata, aportó algunos libros interesantes, en poco tiempo condujo

#### Las nuevas formas de

producción y

comercialización de libros

imitan la segmentación de

la industria discográfica

a libros en serie y a nuevas decepciones para el público. En cuanto al lector promedio, ¿hoy encontraría entretenimiento en una novela exigente como Rayuela? (No, dice Sabanes, la novela difícil ya fue.)

Perdido su carácter de novedad, los libros se saldan rápidamente para dar lugar a la nueva tanda: un universo de libros frescos. "El negocio se convirtió en una pesadilla", observa Deborah Yanover, de la librería Norte. "La presión de las novedades determina la brutalidad con que se saldan los libros, sean buenos o malos. No hay espacio para los libros de fondo editorial." Diversidad en el llano, una rotación perpetua de títulos. Asuntos clave para la creación, como la construcción de sistemas y las referencias estéticas, cambian de escala. El régimen del instante ha alcanzado finalmente al libro, emblema del objeto perdurable. ¿Conseguirá el mercado ofrecer un título a la medida de cada lector? □

Colaboraron Héctor Prvón, Eva Marabotto y Renata Rocco-Cuzzi