

Título: La edición en Colombia
Seudónimo: Bhor

Premio nacional de crítica y ensayo: arte en Colombia. Ministerio de Cultura-Universidad de los Andes

Categoría 1- Texto largo



Peso, para no desvanecerse en el futuro. Collage por Bhor

¿Editar en Colombia?

Publicar

En los años 60s el único Premio Nacional de Novela en Colombia lo otorgaba una transnacional petrolera, la Esso, que tenía una dependencia cultural regentada por Álvaro Mutis (más tarde el poeta pasaría un año preso en la cárcel de Lecumberri, México, porque no le cuadraron las cuentas). La mala hora, de García Márquez, fue premiada en 1961 en dicho concurso y su pago fue de tres mil dólares que le alcanzaron al autor para comprarse entonces un carro Wolsvagen y un lote de pañales para su primogénito. El país tenía una población cercana a los 20 millones de habitantes*, las migraciones aceleradas por la violencia partidista empezaban a transformar el país rural en urbano (pese a todo se vivía un 50/50 entre población rural y urbana) y el único fenómeno literario que había conocido el país se debía al centenar de novelas de la violencia que registraban con minucia documental los episodios de sangre que convulsionaban a Colombia después de dos décadas de conflagración: La Violencia, Violencia partidista, o segunda violencia, de 3 grandes brotes que depararía el siglo XX. Algunas de esa novelas y relatos testimoniales y cuentos, acaso lo más notable y que ha sobrevivido en canastos de saldos y son una especie de tótem entre el gremio de especialistas (que los buscan como curiosidades) son estos:

Zarpazo, Evelio Buitrago Salazar, Imprenta del ejército 1968; Los días del terror, Ramón Manrique Sánchez, Bogotá editorial A.B.C. 1955; Cristianismo sin alma, Ernesto León Ferreira, Bogotá, editorial A.B.C. 1956; Marea de ratas, Arturo Echeverri Mejía, Aguirre Editor, 1960; Sangre en los jazmines, Hernando Téllez, Boletín Letras nacionales, 1966 ; El día octavo, Guillermo Martínezguerra, editorial Tercer Mundo, Bogotá 1966; El día del odio, José Antonio Osorio Lizarazo, Carlos Valencia Editores, 1979 (antes en Argentina, ed. López Negri, 1952); Espuma y nada más, Hernando Tellez, Boletín Américas, Washington (1956) reeditada por Norma en Cara y cruz (1998).

Nada del otro mundo si se tiene cuenta que la primera novela de la violencia es el Himno Nacional. El propio García Márquez (usaremos uno de sus libros como emblema, al final, por ser el primer fenómeno editorial arrollador de Colombia) menospreció esta proliferación literaria en un ensayo: Dos o tres cosas sobre Novela de la violencia, y en otro se refirió a ella como un Fraude a la Nación* Su argumento en contra era que la literatura debía ocuparse de los vivos, y la Colombia la literatura colombiana se había dedicado a registrar los muertos. Un argumento endeble, puesto que la literatura (la novela de la violencia), antes que las ciencias sociales, se acercó a explorar los fenómenos que apremiaban a la sociedad colombiana. Aun hoy, para la sociología y la antropología, estas novelas conservan los testimonios de primera mano (algunas fueron narradas por excombatientes o familiares de víctimas) y a través de ellas puede rastrearse la elaboración mítica de un país con un acumulado de violencia histórica que no ha podido detener, y cuyo impacto y herencias mal habidas costará generaciones enteras desmontar. Es una miopía menospreciar estas novelas porque sólo conserven un valor documental, o porque se ciñan al relato de los perpetradores: a Colombia, al continente, no lo asedia el fantasma de la soledad, sino de la violencia. El mismo García Márquez dice en una entrevista que por esos años, presionado por sus amigos (Plinio Apuleyo et al), intentó dar su propia versión del género, dándole un carpetazo a la mala forma de la novela de la violencia con La mala hora (originalmente iba a llamarse Este pueblo de mierda): una novela sobre un pueblo asediado por la peste del rumor, como tantos pueblos asediados por pasquines y chismes letales. A la misma crítica se sumó Hernando Téllez, uno de los cuentistas más notables que ha dado el país, quien decidió narrar la violencia en un ramillete de cuentos desde el punto de vista de los niños, de los sobrevivientes y de los que tenían que reconstruir la vida sobre la omnipresencia de la muerte.

Para 1962 un libro como El coronel no tiene quien le escriba (editado por el independiente Alberto Aguirre) tuvo que ser saldado y devuelto a su autor para que lo rematara entre librerías y amigos conocidos. García Márquez no recibió ningún adelanto por esa obra maestra breve. Pocos lectores advirtieron entonces la calidad del texto. ¿Qué puede desprenderse de ahí?

¿Qué el país no estaba preparado para la literatura de vanguardia? ¿Qué no había un aparato publicitario adecuado? ¿Qué el libro no era bueno si hoy se tiene como su mejor obra?

Tal vez podamos detenemos un instante para enumerar las variables: era un autor relativamente joven, posicionado ya en las élites periodísticas y cuya obra había sido reseñada por los tres críticos más leídos del país: Ernesto Volkening, Hernando Valencia Goelkel y Eduardo Zalamea Borda. Además, la Revista Mito (una revista adscrita y dirigida a la elite bogotana) había publicado íntegramente, a manera de El viejo y el mar, en Life, El coronel no tiene quien le escriba, en una sola edición. Lo que deja entrever el dato, por contraste, es que para un escritor poco posicionado, cuya residencia estaba en la periferia, era prácticamente imposible publicar un libro; y de publicarlo, prácticamente improbable verlo reseñado en un periódico de tirada nacional; y de haberlo reseñado, prácticamente imposible que su libro se distribuyera en todas las librerías de las capitales. De ahí que la mayoría de las novelas del ciclo La violencia se hayan publicado en tipografías locales, con títulos de editoras falsas y hoy duerman bien sepultadas en el cementerio de las autoediciones. De manera que la industria editorial colombiana en los años 60 era, pese a la siguiente agudeza de Hernando Téllez, inexistente:

“Una editorial colombiana que aspire a vivir de editar colecciones literarias, pagando, como en Europa o en Estados Unidos y en algunos pocos países sudamericanos, derechos de autor, estaría preparando su propio y rápido fracaso. ¿Por qué? Porque el mercado nacional de compradores de libros -no hablemos del de lectores, pues es ese otro capítulo- es muy pequeño todavía, como corresponde a las condiciones culturales y económica del país. El pueblo no compra libros, por la sencilla razón de que no tiene con qué comprarlos y porque, además, es analfabeto en una proporción enorme como pueden garantizarlo los sociólogos titulados y que, ejercen, de tiempo completo esa distinguida profesión. La clase media en toda la gama de sus subdivisiones, géneros, escalas, cuadros, grupos, etc., dispone de una minoría culta o semi-culta que compra libros. ¿Cuáles libros? Esa es otra incógnita para sociólogos y para libreros. Pero entre profesores, empleados,

estudiantes, uno que otro profesional, señoras que oscilan entre el adulterio y la cultura y se resuelven por la cultura, y un puñado de gente desinteresada y curiosa, está, me parece, salvo error u omisión, la clientela verdadera de toda librería, entre nosotros.

Es poco para poder mantener el negocio de librería, si no se contara con la venta de revistas idiotas, de novelas estúpidas, de colecciones tales como “la antología gráfica y metafísica del erotismo”, los titanes del epistolario amoroso”, “los grandes misterios de la vida”, “los 100 mejores cuentos policiacos”, “los 1000 mejores sonetos de amor”, “los premios Nobel”, “las 100 mejores novelas de la literatura universal, sintetizadas”, “el pensamiento vivo”, los “clásicos Martínez”, etc. Sin esa materia prima, sin ese aceite, o sin esa basura -como quiera llamársele- el negocio no andaría. Gracias a ella, el librero que trabaja en Colombia puede importar literatura europea o americana, y ciencia, historia, filosofía y, por añadidura, recibir en consignación o comprar, con el descuento o comisión de 30, 40 o 50%, según autor, edición y tema, el libro nacional. Pero aspirar a que librero se suicide económicamente por patriotismo y amor a las letras nacionales, vendiendo sin comisión, por ejemplo, las delicias poéticas del doctor Bonilla Naar, es una falta absoluta de caridad cristiana y de realismo.”

[La odisea de publicar un libro, El Tiempo, Lecturas Dominicales, agosto 30 de 1964. Hernando Téllez.]

Optimista y analítico (¿notaron las comas?), pero la vida es más triste, admirado Hernando: entre los años 60s y 70s, cuando estalla el boom de las novelas latinoamericanas (con la publicación de Cien años de soledad como emblema) en Colombia había sólo tres imprentas que se repartían la impresión de libros: la Imprenta Nacional (ministerio de educación, Biblioteca Colombiana de Cultura), la imprenta de El Tiempo (en los mismos talleres se imprimía el periódico El Espectador) y Editorial Bedout que solo en 1967 lanzó al mercado 3 millones de libros: “Un setenta porciento textos escolares y el resto obras literarias, litúrgicas y místicas; 70 millones de cuadernos de su marca Bolivariano, 150 millones de sobres de diferentes tipos y muchos otros millones de libros de cuentas, juego de sociedad, cajas de cartón para empaques, talonarios de recibo, etiquetas, libretas, libretines, revistas y

periódicos para uso escolar, la oficina industria y para recreación de la niñez y la juventud”. * (Pese a tal extravagancia, publicitada en El Tiempo por los cien años de la editorial, valga anotar que a finales de los años 30s el escritor antioqueño Fernando González expresaba, por carta, sus quejas a las mutilaciones de libros que había impreso en la Editorial Bedout y que él mismo se había pagado de su propio bolsillo). En los sesentas, los únicos tirajes masivos de autor colombiano fueron los del Primer festival de libro, auspiciado por el ministerio de educación que lanzó 300.000 ejemplares de autores nacionales a 500 pesos precio único en todo el país, y luego siguieron El día señalado, de Manuel Mejía Vallejo (premio Nadal 1963) y el El buen salvaje, de Eduardo Caballero Calderón, mismo premio, 1965, editadas en España, antes que en Colombia. Otras ediciones notables de esos años, pero casi apócrifas por minoritarias, fueron: La casa grande, Álvaro Cepeda Samudio, Ediciones Revista Mito, 1962; Cuatro años a bordo de mi mismo, Eduardo Zalamea Borda, Buenos Aires Editor M. Nieto, 1948-Lima 1970, Ed. Latinoamericana-Bedout, Medellín 1970; En noviembre llega el Arzobispo, Héctor Rojas Herazo, Ediciones Lerner 1968; Cóndores no entierran todos los días, Gustavo Álvarez Gardeazábal, Ancora Editores, 1971.

Por supuesto que había otras editoras por los años 60s, de menor tamaño y cuantía y de relativo impacto: la editorial fundada por los médicos de la Universidad de Antioquia (embrión de la magnífica editora actual de la universidad), las ediciones esporádicas de la librería Lerner, y las tipografía menores departamentales que eran las encargadas de imprimir textos bajo demanda, junto a los periódicos (El Heraldo de Barranquilla, El Universal de Cartagena, La Patria de Manizales, El crisol de Cali, El Frente y Vanguardia Liberal de Bucaramanga). En Bogotá, Tercer Mundo (El día octavo, de Guillermo Martínez guerra), editorial Minerva S.A, (Datos para la historia de la lepra en Colombia durante la década de 1926, Aaron Benchesrit.) en Medellín la Librería Aguirre (sede de la ediciones de Alberto Aguirre), en Bogotá la Imprenta Patriótica del Instituto Caro y Cuervo y las ediciones asociadas a la Revista Mito.

Para los años 70s la naciente industria del libro, como la anticipaba el citado Hernando Téllez, había proliferado, atrayendo al país a Círculo de Lectores y Ediciones Destino. En lo que concierne a la impresión interna, el gobierno, a través del Instituto Colombiano de Cultura empezó a ampliar y mejorar la edición de autores colombianos. Pero tal vez el fenómeno menos estimado, y más importante de esa época sea el proyecto editorial asociado a la Revista Alternativa (órgano de las izquierdas tímidas y radicales reunidas) que aglutinó en sus diez años de duración editoras independientes de pensamiento político, contracultural y libertario. Entre las editoras que publicitan anuncios de libros en sus páginas están Punto 30 (Librería-Papelería: obras de psicología, Economía, calles 2ª De Badillo No 35-86, Cartagena- ver Alternativa, Revista, Febrero de 1975); Editorial 8 de Junio, Antioquia, Análisis de la revolución, etc); Editorial La Pulga (distribuidor de otras revistas: Pekín Informa, China Ilustrada, El manifiesto quincenario Socialista, Ideología y sociedad, ver Alternativa septiembre 1974). Editorial “Gráficas Mundo Nuevo” (servicios informativos y Prensa Latina). El comité editorial de la revista Alternativa estaba formado por Gabriel García Márquez, y el gerente de la misma era José Vicente Katarain.

En los 80s la Editorial Oveja Negra (dirigida y montada por el ex gerente de Alternativa, José Vicente Katarain) retomaría las banderas del pensamiento de izquierda -ya bastante pisoteadas por el radicalismo, el revisionismo y la fragmentación- en un intento de mantener en alto una línea ideológica que iría declinando con las décadas, y las equivocaciones garrafales, hasta convertirse en lo que es hoy: la editorial de las memorias no autorizadas de las putas, las memorias de criminales de ultraderecha y la busca del sexo latino. En esa misma década (los 80s) conviven en el mismo espacio editoras nacionales y extranjeras. De Colombia: Ediciones Aurora; Carlos Valencia Editores, Arango Editores; De fuera: Seix Barral (que en asoció con Oveja negra editarán colecciones masivas de clásicos que aun subsisten los toldos de saldos); y toman asiento Círculo de lectores, Destino (El Áncora y delfín) y Plaza y Janés.

Los años 90s estarán marcados por el ascenso inusitado de Norma (según

comentario de Harold Alvarado Tenorio, luego del escándalo por las ediciones autopirateadas de Oveja Negra, Álvaro Mutis intercede para que Carmen Ballcels ceda los derechos de García Márquez a Norma, lo que la catapultó de inmediato), Editorial Planeta y, al final, ya tardía, jadeante, llegará Alfaguara.

Ese es, a vuelo de pájaro, el panorama de quienes hicieron la edición en Colombia en la segunda mitad del siglo XX hasta la apertura económica que introdujo la idea del libro como objeto comercial y no como obra cultural.

Para 2010, las cifras son de la Cámara Colombiana del Libro, había en Colombia este número de editoriales registradas por ciudades: en Bogotá 169, en Medellín 29, en Cali 19, en Barranquilla 10, en Pereira 9, en Cartagena 8, en Neiva 7, en Manizales 5, en Armenia 4, en Bucaramanga 4. El ranking de editoriales, por número de títulos publicados para ese año quedó así: Norma S.A. publicó 754; Santillana S.A. publicó 617; Panamericana Editorial Ltda. publicó 286; Distribuidora y Editora Aguilar, Altea, Taurus en el Sello Alfaguara S.A. publicó 132; Editorial Universidad Nacional de Colombia publicó 275; Editorial Planeta Colombiana S.A. publicó 225; Random House Mondadori S.A. publicó 188; Sociedad de San Pablo publicó 186; Universidad de Antioquia publicó 146; Leyer Editores Ltda. publicó 133; Arisma S.A. publicó 131; Pontificia Universidad Javeriana publicó 101; Universidad de los Andes publicó 101; Periódicos Asociados Ltda. publicó 100 libros. (Quedaron fuera las editoras independientes, y las comerciales pequeñas: Villegas, Intermedio, TM, Magisterio.)

Y los temas sobre los que se publicó: Educación 882 títulos (con un 6.63%); Literatura infantil 622 (4.68%); Derecho 563 (4.24%); Ciencias sociales 520 (3.91%); Literatura colombiana 492 (3.7%); Literatura y retórica 410 (3.08%); Religión 285 (2.14%); Ciencias naturales y Matemáticas 254 (1.91%); Ciencias médicas Medicina 243 (1.83%); Tecnología (Ciencias Aplicadas) 237 (1.78%).

¿Es eso una industria?

II

Índices de lectura en Colombia

Bogotá: la ciudad donde más se leen estadísticas

En Septiembre de 2011, en una mesa redonda de la feria del libro y la cultura de Medellín, Germán Rey, sicólogo y analista del Observatorio de Medios de la Universidad Javeriana, soltó una bomba estadística con los datos de las últimas mediciones de lectura de Colombia. Según sus datos, Colombia es un país con la mitad de su población oscilando entre los 20 y 35 años (población calculada en cuarenta y cuatro millones), y esos jóvenes no están leyendo prensa escrita, y los que vienen, no la volverán a leer, porque desde el año 2000 los consumos de prensa escrita y de revistas no aparecen entre los consumos culturales de 12 a 20 años, ni como hábito, ni como interés. En doce años de seguimiento de lo que ocurre con la lectura, las conclusiones parecen muy alentadoras: “Entre el año 2000 y 2010 la lectura de libros en Colombia se desplomó 30%. No creció nada la lectura de periódicos y revistas. Y lo único que aumentó en Colombia fue la lectura en Internet (que se duplicó en todo el país y se triplicó en Bogotá).” Luego, encimó un par de datos para etnógrafos: la ciudad donde hay más lectores de Internet es Medellín, Cartagena es la ciudad en donde más se leen libros religiosos, Cali es la ciudad donde más se leen libros esotéricos, y Medellín es la ciudad donde más se leen libros de autosuperación.

Tratemos, entonces, de interrogar esa perla estadística.

1. ¿Qué nos hizo internet?
2. ¿Por qué los estudiantes universitarios sólo leen apuntes y fotocopias?
3. ¿Qué influencia real tiene la prensa escrita en un país que no la lee?
4. ¿Por qué lo que más leen los cartageneros son libros religiosos, los caleños libros esotéricos y los paisas superación personal?
5. ¿Es posible un crecimiento de la edición tradicional en una idiosincrasia donde los contenidos tienden a valer cero?

Internet irrumpió en el atraso comunicativo de Colombia, y ha crecido con una

fuerza inusitada en el último lustro. Al finalizar el tercer trimestre de 2011, el gobierno reportó que el país había alcanzado un total de 3.220.948 suscriptores a Internet fijo, de los cuales 2.860.599 son suscriptores a internet de Banda Ancha:

“Las ciudades capitales del país que al término del tercer trimestre de 2011 concentran el 57.37% de los accesos dedicados fijos a Internet son: Bogotá D.C., Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga, continuando esta última como la ciudad capital del país con el mayor índice de penetración de accesos fijos dedicados con el 16.42%. El ranking de penetración de los suscriptores dedicados de los 100 primeros municipios del país conforme con las cifras presentadas por los proveedores de redes y servicios, para el tercer trimestre de 2011, muestra al municipio de Sabaneta (Antioquia), al igual que en el trimestre anterior ocupando el primer puesto a nivel nacional con un porcentaje de penetración del 22.94%. Este porcentaje continua siendo más alto que el índice de penetración total de municipios con acceso a Internet dedicado que es del 6.95% para el tercer trimestre de 2011, el cual presentó un crecimiento con respecto del segundo trimestre de 2011 el cual se ubicó en 6.57%.”

Parece enorme, el crecimiento, ¿no? Pues no. Porque es ridículo: las cifras muestran la vigencia aplastante del centralismo: las ciudades crecen tímidamente (a millón cada dos años), pero la provincia no figura en la conexión. La verdad es que sólo el 7% de la población tiene acceso a banda ancha. Y eso significa, para un país con 44 millones de habitantes, que el acceso a internet no se ha universalizado. En las grandes urbes no hay burbujas wifi, y en provincia, un computador se lo turnan 20 personas para: a. entrar a Facebook; b. ver porno (tan *voyer* como entrar al *Face*), 3. Entrar en twitter. 4. Buscar marido. 5. Montar fotos porno en blog 6. Subir videos a culioneros punto com. 7. Amplificar lo que dice la T.V. Etc.

Hasta aquí la primera cuestión sigue en pie ¿qué nos hizo internet? Internet rompió las secuencias de tiempo y espacio con que la gente se informaba. El internauta decide cómo, dónde, cuándo y qué leer, además del formato. La supremacía del periódico era la supremacía del formato. La supremacía de la televisión se amparaba en el monopolio del medio y la pasividad de la

interacción. En internet puedes elegir a quién crees, cuándo lo ves o cuándo lo lees; en internet puedes participar activamente y cortar lo que te parece importante y descartar el resto; puedes derrumbar las fronteras de la propiedad económica; también de la intelectual. El crecimiento de internet se debe a esa generación de transición (la mitad del país entre 15-35 años) que se amolda poco a poco a las lógicas hipertextuales y a la hipermedia. Los nativos digitales de Colombia (aquí un saludo para los treintañeros) son sólo los nacidos desde el año 1998 en adelante, cuando internet empezó a ser un chisme a voces entre los estratos populares (en los noventa sólo fue una moda snob entre las generaciones setenteras y ochenteras de clase media alta). Hacia el año 2000 empezó a llevarse el servicio de internet domiciliario con la aparición de las primeras empresas que la ofrecían como servicio.

¿Por qué los estudiantes universitarios sólo leen apuntes y fotocopias?

En agosto de 2012, al finalizar las olimpiadas de Londres, cuyos dioses favorecieron a los atletas colombianos con ocho medallas, la euforia de marras hizo que el instituto nacional de deporte, Coldeportes, reclamara en micrófonos quince mil millones de pesos de presupuesto que le fue arrebatado hace ocho años para ser trasladado a la dotación de bibliotecas públicas. Los argumentos que aparecieron en la prensa pretendían invalidar el bajo impacto social y cultural de la lectura frente a la cultura deportiva que hacía furor en los micrófonos de lerdos comentaristas deportivos. El dato coincidió con un estudio adelantado por Colciencias y 17 universidades “¿Para qué se lee y se escribe en la universidad colombiana?” por medio del cual se determinó que: “Los apuntes propios son el texto más leído, en el 82 por ciento de los casos, seguido por el material docente, con el 80 por ciento, y las páginas web o blogs, con el 78 por ciento. Un 72 por ciento lee libros o capítulos propios de la carrera; menos del 30 por ciento lee literatura y menos del 40 por ciento informes de investigación y artículos científicos.”

Si es así, se preguntaban los comentaristas radiales, al día siguiente, si ni siquiera los universitarios leen, ¿para qué entonces la plata invertida en bibliotecas públicas?

Una equivalencia de tal sofisma podría aplicarse a la democracia: si Colombia se rige por tratados y leyes de potencias extranjeras, ¿para qué tenemos gobierno nacional? O a las iglesias: ¿Si Dios es partidario del asesinato y del hambre, para qué templos? O podemos devolvérsela al deporte: ¿Si en las olimpiadas de Río de Janeiro 2016 Colombia no consigue ni una triste medalla de cobre, ¿para qué polideportivos y villas olímpicas? Y entonces los quince mil millones bien pueden probar suerte en los paraolímpicos, o en los ancianatos, o en las porristas que hayan ganado el último mundial de pompones y tanga mordida. El impacto social de una biblioteca pública no puede medirse en un lustro, ni el objetivo de la misma es formar lectores (de la misma forma que el hecho de perder medallas no debe decidir si se dejan de construir parques deportivos, porque el gobierno debe asignar recursos suficientes para todos: el capital social y la cultura, si pretende, claro, que algún día dejemos de matarnos como perros bravos y hambrientos).

A los lectores (los niveles de lectura) los forma la educación, la exigua que ofrece el gobierno (que debería ser excelsa, universal y gratuita como exige la constitución) y la que la gente puede procurarse según sus medios. El objetivo de las bibliotecas es salvaguardar el acervo intelectual de la sociedad, cuidarlo, organizarlo, actualizarlo y ponerlo a disposición de todos los ciudadanos para contribuir a su formación. Si los universitarios, la clase privilegiada de Colombia, sufre de analfabetismo funcional (escasamente tiene la capacidad de leer pero no desarrolla niveles) y parasita, los motivos deben buscarse en todos los eslabones del sistema educativo, no en las bibliotecas.

¿Qué influencia real tiene la prensa escrita en un país que no la lee?

Ninguna. Al menos para el ciudadano común y silvestre.

Y toda. Al menos en lo que concierne al poderoso.

¿Ambivalencia o contradicción?

Lo explico: Álvaro Gómez Hurtado, un oligarca conservador de magnífico cinismo, asesinado en 1995, dijo, cuando fue director del periódico El Siglo y

le preguntaban qué era un periódico influyente: “un periódico con mucha opinión, con buenos artículos, con el 90% de publicidad, pero de un solo ejemplar, que es el que lee el presidente de la república”.

Es decir que un periódico no es influyente por su tiraje, ni por sus compradores, sino por quién tiene el dinero para pautar y por la élite reducida y poderosa a quien está dirigido. De manera que la capacidad de influir sobre las decisiones se dirime entre gente con poder, no entre la opinión pública, que es un embeleco (como la objetividad, que es un simulacro.) Por eso Luis Carlos Sarmiento Angulo, el corsario mayor de la banca colombiana, acaba de comprarle un pasquín como el diario El Tiempo al grupo Planeta. Para mandar.

¿Por qué lo que más leen los cartageneros son libros religiosos, los caleños libros esotéricos y los paisas superación personal?

Antes, hay que ver lo que NO significa esa estadística: no significa que todos los cartageneros lean libros religiosos, ni que todos los caleños lean libros esotéricos, ni que todos los paisas lean superación personal. La moda (el dato que más se repite en una progresión estadística) dice que: entre los ciudadanos encuestados, aquellos que leen libros, la mayoría lee libros de tal tipo, etc. ¿Y quiénes fueron los ciudadanos encuestados? De no ser porque en Cartagena y el Caribe colombiano los costeños ven admoniciones de la virgen en caparazones de tortugas, cristos crucificados en alas de mariposas, estatuas que lloran sangre y reparten milagros; si no fuera porque un pastor evangélico recaudó un diezmo por cinco años para comprar el templo y una vez comprado cerró el templo y se traspasó la titularidad del mismo, si no fuera porque un alcalde en Córdoba por pertenecer a una secta evangélica mandó tumbar la estatua de la virgen y el pueblo se le fue encima “porque eligieron nuevo alcalde y no una nueva religión”, si no fuera porque Cartagena es la ciudad más desigual de Colombia, donde tienen casa vacacional las élites y una coca-cola vale 5 dólares, mientras los cinturones de pobreza aprietan la pelvis tras la muralla, y si no fuera porque aquello que más prolifera en sociedades pobres y desesperadas es la religión y los juegos de azar, el dato parecería simple: porque hay más iglesias y librerías

católicas/paganas (que es donde compran y por orden de quién leen los encuestados).

Y si la inclinación por lo esotérico no está relacionada con la mayoría de una población afroamericana como la que puebla Cali (y sus atavismos), y si la superación personal no está vinculada con la sublimación de la riqueza y la apariencia de la sociedad antioqueña, tomada como la única forma de ascenso social, lo que queda, es hacer un inventario de librerías y de las ofertas que publicitan las librerías en sus vidrieras, porque a los encuestados no suele preguntarse qué están leyendo, sino: ¿qué han comprado? Y no es lo mismo saber lo que la gente está leyendo, que lo que la gente compra.

¿Es posible el crecimiento de la edición tradicional en un país donde los contenidos tienden a valer cero?

La edición tradicional que aspira a hacerse industrial está desahuciada (en medio mundo) mientras no articule las tecnologías de la información (TICS) al oficio. Las comunidades pequeñas de lectores son más viables que la tendencia multitudinaria (cultura mainstream). En un futuro en que los contenidos tiendan a cero, por el libre acceso, por el copyleft, por las plataformas de almacenamiento en nube, porque la penalización de descargas estimula la transgresión, por la ruptura del canal de venta del libro, por el fin de los intermediadores (agentes, distribuidores, libreros) entre el autor y el lector final, porque no voy a pagar 10 dólares por un libro que me puedo descargar gratis en genio maligno, o en epub gratis punto es, o en biblioteka org, o en biblioteca ignora blogspot, y porque el lector de libro físico será casi un dinosaurio en extinción (o extinto) las editoras tal y como las imaginamos hoy no podrán ser negocio, y si no son negocio, como las tejedoras de crinolinas, como los barberos ante Gillette, como los timoneles de dirigibles, como los copistas de scriptorium, como los chepitos ante los sicarios, como los defensores del lector en periódicos, como la prensa misma, desaparecerán.

-¿Apocalíptico o integrado, don?

-Integrado apocalípticamente, man.

III

Los librereros y la sohotización de la literatura

El total de ejemplares publicados en Colombia en el año 2008 fue de 32.603.131, en el año 2009 30.336.833 y para el año 2010 de 28.010.402, lo que muestra un descenso notable, que la Cámara colombiana del libro cree resolver al decir que se debe al aumento de ediciones digitales. Sin embargo, la cifra de ediciones digitales no concuerda con el faltante.

La mayor parte de las librerías de Colombia están en Bogotá. Lo que restringe el circuito para la distribución de los libros a una ciudad. Colombia tiene 355 librerías, 564 puntos de venta y un cubrimiento de 78.000 habitantes por librería.* El gremio de librereros presenta algunas dificultades de las que adolece el país en otros campos como el académico, el sindical y el administrativo: que no hay gremio (consolidado), que no hay acuerdo sobre el precio único para evitar la política del cuánto tienescuánto pagas y la estrategia de descuentos de los sellos editores a los compradores grandes (librerías de cadena), que las librerías de grandes superficies como la del Fondo de Cultura Económica o Librería Nacional o Hipermercados de cadena acaparan grandes audiencias, y que las librerías independientes nunca obtienen descuentos ni beneficios para competir. Las opiniones están divididas al respecto.

Para la librería **Madriguera del conejo** (que es una **librería** que funciona con unas características de espacio, de catálogo, de prescripción y ha entrado en la onda de sohotización de la literatura consistente en convertir la literatura en espectáculo echando mano a eventos, entrevistas a escritores, firmas públicas, lecturas con coctel y pretensiones de centro cultural), la pregunta clave, al fundarla, era: ¿cómo hacer funcionar el negocio a partir de una función no tradicional de lo que debe ser un librerero?

Librero / La madriguera del conejo: Yo tengo un punto de vista del sector editorial contrario al establecido, muy de mi parecer. Llevo trabajando en librerías desde hace ocho años: trabajé seis años en Biblos y dos en el

Fondo de cultura económica. Allí aprendí algunas cosas que luego quise aplicar a la Madriguera del conejo. Para empezar, no se llama así por casualidad. Eso implica ya un acercamiento al espacio y al tipo de libros que se quiere vender. No queríamos un espacio solemne sino un espacio informal para acercarse al libro. Yo tengo la idea de que no se venden libros en Colombia porque sean caros, sino porque la gente de libros es insoportable. La idea era: dar respuestas a las inquietudes de la gente sin ser irrespetuoso o petulante. Yo estaba en el Fondo de Cultura Económica que es una librería de superficie que debe tener más o menos 70.000 títulos y más o menos 150.000 libros. Es gigante. La madriguera tiene 15.000 libros. Creo que pretender tener una librería así de grande, es hoy un absurdo. Usted tiene más de 150 proveedores, debe tener una nómina para comprarles, una nómina para pagarles, ¡una nómina para todo!, es insoportable. Yo veía que esa librería era enorme y rígida en su gestión. Luego fui librero con un señor llamado Santiago Figueroa, que era el dueño de Biblos, su socio mayoritario (finalmente se fue a Chile, de embajador, y quedó de dueño mayoritario la casa El Malpensante, que no logró hacerla funcionar.) Santiago Figueroa tenía una fortaleza y estaba en esto: la atención. Él le buscaba conversación a todo el mundo, como si estuviera en el club campestre: “Yo conocí a tu papá, a tu tío, a tu amigo”, le decía al visitante. Yo estaba casi siempre cerca de él y noté que las decisiones las tomaba el librero en el momento inmediato. El cliente estaba siempre muy cerca de la persona que tomaba las decisiones en la librería. Entonces, si llegaba un cliente con una inquietud y algún problema, ahí estaba él y lo solucionaba. En el Fondo de Cultura, no. Allá, por ejemplo, llegaba una senadora (no es que fuera una gran lectora, la senadora, pero era un cliente que compraba tres millones de pesos en libros, y había que atenderla bien, ¿no?; no es necesario que haya preferencia de algunos clientes sobre otros, pero es importante atenderlos bien a todos.) La senadora fue un día y compró una gran cantidad de libros. Al día siguiente volvió y pidió un bono por la mayoría de los que había comprado, porque no resultaron de su interés. Yo lo hice, hice el cambio, lo mandé a contabilidad. Entonces me llamaron de dirección: que cómo había hecho eso, que los bonos sólo eran para compras de veinte (¿libros?, ¿millones?), cincuenta o cien. Para mí lo importante es que ella -el cliente-, se fuera contenta, y que

regresara a la librería. Y no pude hacerle el bono a la senadora. Esto tiene explicación: el tamaño de la librería requiere unas especificaciones que la hace inmanejable. Uno comprende, y sin embargo ese no es un servicio ideal. Lo que pasaba con otra librería en que trabajé es que si se presentaba un problema de estos, inmediatamente se solucionaba. A esa librería le ocurrió, después, que se organizó como una burocracia: el librero no podía tomar decisiones inmediatas porque cada decisión tenía que pasar a la subgerencia y luego a la gerencia, y eso no concordaba con una tienda de 30 metros cuadrados. No había cómo vender nada. Era un montón de muchachitos que no sabían qué hacer. Se hizo inmanejable. En las librerías independientes (el mote no lo puse yo, pero ahora les dicen así), las librerías pequeñas, como la mía, tienen esa cualidad. En la prensa las llamaron así, y mientras en la ciudad otras librerías se cerraban, la prensa celebró que se abriera una independiente. Entonces el director de la Librería Nacional se sintió aludido y mandó sendas cartas a Semana y Arcadia para protestar y decir que él también era independiente. No sé si yo, por ejemplo, sea independiente; pero las decisiones de mi negocio están en mí. Si El Tiempo (cuando era de Planeta) sacaba al año la lista de los diez libros más vendidos y 8 eran de Planeta, y el primer vendedor del libro era la Librería Nacional, donde trabaja el papá (del editor de Planeta), hay mucho qué desear. Para mí, ahí, no hay independencia de ningún tipo. Si la lista de los 10 más vendidos sale en El Tiempo, que es (era) de Planeta y coincide con los 10 más vendidos de la Librería Nacional, que es una de las cadenas de librerías -ambas regentadas por los mismos familiares-, no pongo en duda que sea de lo más vendido en la librería, sino que pongo en duda su independencia. Tal vez el libro más vendido sea el de Víctor Carranza, sí, pero eso no representa nada para la diversidad.

Con los libros más vendidos de las editoriales independientes encuentra usted esto: variedad. Es como si una revista tipo Arcadia o El Librero (El librero hace publrreportajes, no crítica) publicaran una reseña atacando un libro de pequeña editorial, del que nadie se va a enterar... Eso sería como hacer Bullying. Los enfoques de mi librería son: no solemnidad, independencia y que sea manejable.

Para el regente de **El árbol de tinta**, librería situada en el **Centro Cultural del Libro** (Centro de Bogotá), hay algo definitivo que no se debe hacer para montar una librería:

Librero / El árbol de tinta:

“Aquí hay gente –libreros- que ni siquiera lee y tiene plata. Son inmensamente ricos. Pero si a usted no le gustan los libros, ni se asome. Son ricos, con plata que consiguieron vendiendo libros, y nunca leen. Eso no es ser un buen librero.

¿Cuál es la clave de la relación entre el librero y los compradores?

El árbol de tinta: No hay clave. Lo que pasa es que si yo no te conozco a ti ¿cómo voy a ofrecerte un libro? Hay gustos de gustos. Hay gente que no le gusta que la toquen; les gusta que le dejen quieta. Y hay otros que se sientan aquí y si no les muestro, no compran nada. Otros son de listas. Hay gente que les gusta encontrar. Hay gente que le gusta que le busquen. La mayoría de los que vienen aquí les gusta encontrar. Porque como es una librería tan pequeña no tiene objeto que se les busque. Entonces mi trabajo es encontrar libros bonitos, curiosos y útiles.

Comentario de compradora: Yo estoy buscando a Eudora Welty, por si acaso: La hija del bandido.

El árbol de tinta: Ah, Siruela. Listo.

¿Cómo selecciona un librero su catálogo?

El árbol de tinta: Lo selecciona la gente. La librería se configura con la conversación con el comprador: aquí está Eudora Welty porque la muchacha un día preguntó por ella. A mí me gusta leer. Busco a Eudora, y si me gusta, traigo el libro. Punto. Además los libros tienen un rasgo: uno lleva a otro. Y eso permite que lleves al lector a ese otro libro que no sabía que podría gustarle: ese otro, que antes ni siquiera le interesaba, pero que sabes que lo

empieza a leer y dice, sí claro, me lo llevo. La clave es ir un paso más adelante de donde camina la gente. Si no lo hago, no como. Si no como, me toca cerrar. Hay que tener las cosas que quieren los lectores, pero también aprender a mostrar las cosas que no han sabido ver.

¿Los índices de lectura de hoy se ciñen o se riñen con la realidad?

El árbol de tinta: Se riñen, porque dicen que vamos de libro a libro y medio, per cápita. Pero eso se da porque la gente que compra libros en Colombia no compra uno: compra montones. Muchos libros. Tantos libros, como para que aparezca uno y medio per cápita. Son pocas las personas que leen y menos las que compran los libros. Los pocos que compran, compran en demasía. Son descarados. Se llevan de a docena. Al mes. Veinte. Leen todas las noches. Y no se han separado de la mujer. El divorcio no tiene nada que ver con eso.

Y el rankin de más vendidos, como Crepúsculo y Harry Potter y esas manufacturas literarias ¿son consumos conducidos?

El árbol de tinta: La gente lee lo que está en las vitrinas de las librerías. Los índices están basados en indicadores que recogen periódicos como El Tiempo, que encuesta a la Librería Nacional. Y hasta donde sé, esa es una de las pocas librerías que cobra vitrinaje. Es una medida común en Argentina, y en España, pero no aquí. ¿No sé si conozca cómo funciona? Cuando llegan novedades, ellos cobran a la editorial por el derecho a estar en vitrina, y por el tiempo que dure esa exhibición de sus libros. Se parte de un supuesto: si eres una librería muy importante, entonces, lo que exhibas, se vende. Así que cobras por el uso de la vidriera que da a la calle. Eso, creo, lo pagan con libros, no en dinero: lo pagan con ejemplares que son gratuitos.

¿Cuál es el modelo de librería ideal?

El árbol de tinta: Yo trabajé en una librería grande: cien mil volúmenes. El único que sabía donde estaba un libro era el librero. Yo, de aprendiz, podría

ubicar en el espacio, y por temas afines, cuarentamil títulos, digamos, pero no podía identificar dónde estaba el resto. Una librería así de grande se vuelve impersonal. Y si usted quiere ejercer como librero real, no simplemente como comerciante, algo que no debe hacer es: desligar la librería de la gente que trabaja en ella.

Las dos perspectivas de libreros coinciden en algunos puntos, y se rechazan en otros. Coinciden en que la relación con el lector es necesaria, y en que la gran vitrina es inmanejable. Coinciden en que falta gremio: no hay cómo ponerse de acuerdo para exigir precios fijos a las editoras colosales, ni derogar el iva al libro, mientras el gremio no tenga peso y decisión. Coinciden en que los importadores son héroes anónimos: Carlos Rangel, distribuidor de Promolibros. “Un señor gordito, morenito, que parece insignificante” pero que trae a Colombia Libros de el Asteroide, Editorial Minúscula, Editorial Periférica, editoras extranjeras que son tan exquisitas y raras y cuyos compradores tan escasos que sólo puede traer 10 ejemplares que son los que se venderán. La distribuidora Stella Macías, de Penta, que importa Acantilado y que asumió la distribución Anagrama, porque la distribución de Anagrama por Plaza y Janés era lamentable. Mauricio Velázquez, gerente de Libro Universal que importa Editorial Navona y Ático de los libros: alguna vez fue el comercial de Círculo de lectores cuando círculo traía Anagrama y Gutemberg. Vendedores legendarios como un tal Rafa Nieto, excepción a la regla del vendedor editorial: culto y lector.

No están de acuerdo en por qué hacer de la librería un espacio cultural y la articulación con internet y redes sociales.

El árbol de tinta: Las librerías se han vuelto autoservicios, que son simples negocios. Y negocio tienen que ser, pero no un negocio como cualquier otro. Malas son las librerías que ponen café: la gente ni se toma el café, ni compra el libro. Otros ejemplos de librerías condenadas: las librerías que aspiran a ser centros culturales, donde los autores deben hacer lecturas públicas y show, asuntos que corresponden al editor. La librerías titán: grandes bodegas con cinco mil novedades al mes, doscientos mil en bodega; esas por naturaleza rechazan al lector, lo hacen sentir ignorante. La librería de

referencia, especializada en temas, como la Lerner, que será suplantada por internet, que es más rápido, personalizado y eficaz para las búsquedas y localizaciones. Y las librerías en cadena, que suplantarán los monopolios: el Centro Comercial. Pero no se preocupe: la aventura del libro es más importante que el libro mismo.

La madriguera del conejo: Le apostamos, en ese modelo de nueva librería, a hacer un esfuerzo por la divulgación y la programación cultural. Eso se hace gratis, y lo hacemos, porque está en las nuevas dinámicas de lo que debe ser una librería: una librería ya no es solamente una vitrina de libros. Eso es aburrido. Chévere hacer algo cultural. Al menos si a uno le interesa la cultura y la gente, y la gente que está vinculada con la cultura. Una librería es un negocio financieramente malo. Alguna gente dice: en Colombia somos yonosecuántos, pero no podemos comprar libros porque son muy caros. Y uno dice: ey, no será que en Colombia el salario es muy bajito y por eso no todos pueden comprar libros... ¿Por qué la culpa tiene que ser de la librería? Uno de los malentendidos que hay, y que no todos comprenden, es que las librerías no son las que ponen el precio de los libros, sino los proveedores. Para eso hay que saber un poco del precio del libro: el libro vale cien pesos. Esos cien son el PVP (precio de venta al público). De esto, las librerías se quedan entre 30-40 pesos. Si se trata de la Librería Nacional, se queda entre 45-55-60 pesos. Es Bullying, también, ¿o no? La Librería Nacional se ampara en su capacidad de compra para poder negociar mejores precios con las editoriales. Y al revés, también: las editoriales nos dicen: ve, yo no le puedo dejar a tanto el libro a usted, pero ante la gran cadena de librerías, se arrodillan... “¿Cuánto quiere pagarnos, señor?” Es más o menos así... Y están el distribuidor, que se queda con 20-25 pesos y el editor (a veces es el mismo distribuidor) y se gana los otros 40 (con el cuarenta paga el tiraje, paga al autor, paga todo lo demás y tiene que hacer ganancia). El que haga un libro tiene que ganar al menos 20 de los 100 que va acostar al final. Esta partecita (los 30) es con lo que contamos los libreros. Alguien va a un restaurante y se compra una hamburguesa y paga 40.000 pesos, con IVA, pero llega a la librería y pide descuento por un libro de 25.000. No entienden que con esta partecita hay que pagar el arriendo. Yo no sé si deba decir esto,

pero me vale güevo: yo pago cinco millones de pesos de arriendo del local donde está la librería, y para que el negocio funcione, debo vender quince millones de pesos, mínimos, al mes. De ahí sale la nómina, los servicios, el sistema de gestión que debe actualizarse, la tienda virtual. A mí el sistema de facturación (software) y la tienda me costaron 15 millones de pesos. Y hay que capitalizarlo, pero en 4 años el software no me sirve para nada. La librería que yo tengo tiene 15 socios. Ellos no reciben ni exigen utilidades. Creamos una librería por un fin altruista: nos gustan los libros. Los verdaderos dueños de la librería son los empleados, que son los que reciben algún sueldo. Punto. La librería podría ser negocio si a los libreros nos dejaran la venta institucional: si nos dejaran ir a vender a las universidades y a los colegios, o dejar que ellos vinieran a comprarnos a nosotros. Al editor se los comprarían a través de nosotros. Pero pasa que algunos editores, preguntan a otros vendedores: “usted vende tal libro, ¿cierto?” “Sí.” “¿Cuánto le pagan?” “Tanto.” “Vea, yo se lo dejo a tanto.” Y el margen es inferior a lo que nos los venden a nosotros. Así se acaba la librería. Este negocio de librerías es muy raro. Aquí el producto se deja en consignación. Al final del mes se reporta cuánto fue vendido y se paga al proveedor sobre esa venta. Si soy la Librería Nacional puedo facturar a 120 días, claro. Durante todo el año, el librero se va colgando. Le debe a todo el mundo, pero llega diciembre y vende y le paga a todo el mundo y quedamos felices. Las instituciones educativas podrían apadrinar una librería: comprarles los libros. La librería le diría a todo el mundo que esa institución es lo máximo. Pero no. Y bueno, esa es la cadena del libro. Todas las estancias valen, por eso un libro no vale solo los 20 que cuesta producirlo. Venderlo cuesta el resto. Hoy el papel del librero se ha replanteado: hay que conocer al cliente, hay que volver la labor prescriptiva, saber lo que se está editando, lo que contienen los libros. Hoy se vende todo lo que se ponga de Sandor Marai en Colombia, pero esto empezó en las librerías chiquitas que es donde iba la gente que leyó el libro y lo recomendaba. Hace poco me llamó una librera de una independiente y me dijo X proveedor le quitó las consignaciones. Eso es un error: porque a esa librería es donde va la gente que genera opinión cultural en las revistas. Aunque venda poco, ese poquito que venden, es el que mueve la opinión de otros para que se compren el libro. Para un editor, el espacio ideal es la

librería independiente. Si usted va a una gran plataforma, a no ser que conozca directamente al librero jefe, nadie va a saber donde está el libro de Emma Reyes que salió en Laguna Libros. Si va a la independiente, allá sí van a tener claro quién es, y es probable que lo tengan exhibido y que le hablen del mismo y le digan que es buenísimo. Hay una relación cercana con todo el sector editor independiente.”

El árbol de tinta, está ubicada en un sector de librerías de nuevos y usados en el centro de Bogotá y nunca ha sido mencionada en los suplementos literarios.

Madriguera del conejo, está ubicada en una zona exclusiva del Norte de Bogotá y es hoy la recomendada por los intelectuales que escriben en la prensa cultural.

La ciudad con más librerías del país está zonificada y estratificada. Las librerías se sitúan por corredores estratégicos: sectores universitarios (Teusaquillo y calle 45, entre Universidad Javeriana y Universidad Nacional), sectores de alto consumo (Chapinero y Zona G, al Norte de Bogotá), sectores de flujo mixto (Centro de la ciudad, centros comerciales y centro internacional). Usme, una localidad de Bogotá donde se aglutinan casi tres millones de habitantes, no cuenta con corredores de librerías. ¿Por qué? ¿Por el bajo poder adquisitivo de sus habitantes? El centro internacional de Bogotá (centro internacional y norte de Bogotá) mueve en un día tanto dinero como el producto interno bruto de Paraguay en un año. El sur solo cuenta con megabibliotecas.

El país también está estratificado: Medellín, Cartagena y Cali son ciudades que tienen corredores de librerías. Bucaramanga, al oriente y el eje Pereira, Armenia y Palmira, ciudades universitarias, quedan a la zaga.

¿Es el modelo de librería o el librero el que hace a una librería? ¿Son las novedades o la selección del catálogo? Son preguntas que quedan en el aire para un futuro en que la transformación del canal para la distribución y venta del libro quede alterada, por internet. Aun puede subsistir el gremio, mientras

las TICS (tecnologías de la información) impulsadas por el libre comercio y las multinacionales de servicios tardan en impactar todos los sectores, y mientras las editoriales sigan el modelo tradicional y traduciendo, y los distribuidores importando (porque la edición colombiana no contempla traducciones propias ni producción autónoma sostenible). Y aun el mercado de libros digitales no hace parte (como negocio) de la industria editorial en español. Para algunos autores, muy poco en Colombia, internet se ha ido convirtiendo en una alternativa que corta la cadena del libro como tradicionalmente estaba planteada: autor-agente-editor-comprador-lector. ¿Cómo puede comenzar el mercado latinoamericano de libros digitales? Y en ese mundo: ¿donde quedará entonces la librería?

IV

Edición digital: la invasión de los caracoles africanos

En los lugares donde se predice con entusiasmo el fin de los libros en papel hay más pantallas que anaqueles. Las estadísticas sobre e-book, usualmente, se centran en medir los consumos de libros digitales (y dispositivos de lectura, Kindle, E-reader, Ipad) en Estados Unidos, Rusia e India. Pero ¿qué tan cierto y necesario es el advenimiento del libro digital en países marginados de la producción tecnológica y del monopolio de los medios informáticos como los que hablan español?

Las preguntas fueron respondidas, vía e-mail, por Enrique Vila-Matas (escritor, autor de la novela *Dublinesca* que aborda un mundo en que los editores van en retiro) y Julia Saltzmann, editora de Taurus, filial Argentina. Las respuestas de Carmen Ospina (Random House) fueron transcritas de su exposición sobre edición digital frente a un público nutrido convocado por la Biblioteca Luis Angel Arango y el Instituto Caro y Cuervo para el seminario de Editores que realizan ambas instituciones cada año.

Los temas abordados en todos los casos fueron:

1. Sobre la lectura y el cambio del acceso a la información
2. Sobre los dispositivos de lectura
3. Sobre los derechos
4. Sobre los desafíos para la edición.

Julia Saltzmann -Editora: Con respecto a la primera parte de su pregunta – advenimiento del libro digital- por un lado están los números sobre Argentina, que manejo y que indican un aumento significativo en las ventas de dispositivos de lectura –tres veces más en 2012 que en 2011- y de descargas de libros electrónicos –ya son el 1% de las tiradas-. Por el otro está mi percepción directa: empiezo a ver gente leyendo de dispositivos en los medios de transporte, en los cafés... Refiriéndome a la segunda, su

necesidad, me parecen dos cosas, hasta cierto punto contradictorias. Por un lado, el factor precio es muy importante en países como los nuestros, donde los libros de papel resultan caros para buena parte de los lectores, y aunque el e-book en español aún resulta oneroso, sin duda tiende abarataarse.

Siempre ha habido alternativas más populares para el consumo de libros, como podían ser la venta a crédito, las ediciones de kiosco, los fascículos para encuadernar, la entrega por capítulos en revistas..., y el e-book podría ser una de ellas. Por otro lado, más allá del factor económico, en países a veces aislados de los principales centros culturales como los nuestros, el e-book permite solucionar problemas de acceso a publicaciones inhallables en librerías. Claro que también hay que considerar que se trata de una forma de lectura cuyo manejo es, por el momento más mediado y sofisticado que exige, además de la alfabetización tradicional, una base de conocimientos y capacidades que no están en absoluto generalizadas, además del factor del precio de los dispositivos. A esta altura ya es un lugar común asimilar el proceso al sufrido por la industria discográfica, pero creo que se lo puede parangonar: ¿cuánta gente compra discos hoy en día? Mi opinión, por el momento, es que el libro y el ebook convivirán y satisfarán distintas necesidades.

No creo de ninguna manera en la edición sin editores. Hay dos tareas fundamentales del editor que son indispensables para la buena lectura: la selección y el cuidado de la edición. En estas dos cuestiones básicas están comprendidos muchísimos aspectos que a menudo pasan inadvertidos, hasta que faltan, en cualquier publicación. Afirmo que independientemente del soporte, el autor y el editor –en el sentido que mencioné- permanecerán más allá de esta revolución que se está dando en la industria editorial. En cuanto a la consolidación de un público consumidor de e-books, es un proceso que se está desarrollando, impulsado desde distintos sectores y por distintas necesidades. El lector de libros digitales es, en Argentina, por ejemplo, el estudiante o profesor universitario que busca acceder a bibliografía específica de su especialidad en varios idiomas, el fiel lector de clase media venida a menos que se alimenta en las librerías de saldo con libros a mitad de precio y necesita una oferta variada pero de bajo costo, el joven curioso de novedades que vive conectado...

Vila-Matas -Escritor: Amigo Stanislaus, yo me dedico a escribir, me concentro en esto, una actividad que requiere más esfuerzo del que parece. No soy un editor o un hombre de negocios y no puedo atender a las preocupaciones que éstos puedan tener. Es pedirme demasiado. Ahora mismo yo estoy concentrado en el mar, miro el mar, preparo unas líneas sobre Baudelaire. Sé que Franzen ha opinado sobre el tema, pero yo estoy mirando el mar.

Carmen Ospina -Editora: Ya hay opciones en Colombia y en todos los países de Latinoamérica para comprarlo. En Colombia me parece que la Librería de la U, Librería Norma Digital, Librería Nacional, y en Amazon se puede comprar, aunque pocos, porque la mayoría está en inglés; pero lo que sí vamos empezar a ver para el mercado del 2013 -el mercado el e-book será más en 2013 que en 2012- es acuerdos con Amazon entre editoriales; acuerdos para poner los libros. Ya Amazon está poniendo sus tiendas locales. Google Play también. Digamos: grandes jugadores que estaban impactando el mercado internacional van a llegar a Latinoamérica. Colombia es un país que les interesa mucho. Básicamente, es cuestión de llegar a acuerdos, y de que los libros estén disponibles. Que Amazon llegue a Latinoamérica significa que pronto vamos a tener el Kindle promocionado en diversos lugares dispuestos para adquirir los libros electrónicos. Habrá que hacer promoción para que los usuarios sepan que existe esa opción, y sepan que los contenidos en español ya existen en Kindle.

El modelo que los editores han utilizado tradicionalmente es simple: se parte de que alguien te compra un libro. Es el modelo de que alguien se compra su propio libro. Y es el modelo que nos permite subsistir con la estructura que tenemos. Y lo que queremos ahora es educar al usuario para que se compre su libro digital, de la misma forma que se compra un ejemplar para mantenerlo en su biblioteca. Es lo que en realidad nos interesa, porque es lo que nos permite ganar un porcentaje por cada libro vendido. Eso no lo permitiría la suscripción. El modelo de suscripción presenta varios retos: uno es mantener la estructura editorial. Evidentemente, en un margen de suscripciones mucho menor, estás pagando una suscripción para acceder a gran material. Pero, por otro lado, hay otros retos. El reto de los derechos, por ejemplo. Para nosotros -como editorial- poder ofrecer un libro tenemos

antes que negociar unos derechos que lo permitan. Tenemos que convencer al autor de que las regalías que va obtener por su libro digital son distintas a las que obtendría por el mismo libro en el mundo físico. En el mundo físico, en el modelo de compra unitaria de libro, no es igual. Entonces: no es que estemos cerrados al modelo de digitalización, sino que es un modelo más difícil de entender y acomodar a nuestra realidad actual. Estamos abiertos a experimentar con modelos de suscripción cerrados. Modelos de suscripción enfocados en una categoría temática. Por ejemplo, una web donde los lectores de literatura romántica pueden suscribirse para descargar novelas de literatura romántica y pagar la suscripción por ellas. Creo que esa será la forma con que empezaremos a manejar los modelos de suscripción. Pero meternos ya en un modelo suscripción, no; no salen los números. No podríamos sostener la editorial como empresa. Con el libro físico es como nos da de comer hoy, porque el mundo digital sólo representa hoy el 2% de nuestras ventas.

En España hay otro modelo de suscripción, que fue el implementó Círculo de lectores. Es un modelo de suscripción en que el usuario también paga en conjunto y tiene acceso a una biblioteca limitada de libros. La suscripción digital es limitada también porque si en mi editorial X libro vale 9.99, pero en el mundo físico los estoy vendiendo a 10.99, o a 6.99 hacer que los modelos coincidían es muy difícil y, por ahora, el modelo que me conviene es el de usuario que me compre un libro. Esto hace que los modelos mixtos sean muy difíciles para la editorial y que a la vez me salgan los números, y que a la vez se incentive el modelo de usuario que es el que me compra libro a libro. Pero yo creo que llegará. Empezaremos por los nichos. Por ahora creo que mercado está muy maduro como para meternos 100% en el mundo de las suscripciones. Y los autores no están necesariamente dispuestos.

¿Qué está haciendo la editorial donde usted trabaja para atender la mentada “edición en digital”?

Julia Saltzmann -Editora: Estamos trabajando con mucha dedicación e ímpetu en la edición de ebooks. Pero preferiría que esta pregunta se la dirija a mis colegas de la filial colombiana. ***[La filial colombiana lanzó en 2012 las***

obras de autores colombianos en formato ebook. Aun no hay cifras de ventas]

Carmen Ospina -Editora: Todo está cambiando. Por ejemplo: así como estábamos antes no va más el libro de cocina. Tenemos que replantearnos cómo editar el mismo el libro de cocina en digital. Y va a ser completamente diferente. El editor va tener que pensar completamente diferente. El ejemplo concreto, es el de los textos cortos. El editor antes rechazaba un texto corto de un autor como Foster Wallace -que es el auto que todo editor quiere editar-. En Random House compramos un texto corto de Wallace y lo habíamos descartado porque tenía apenas 40 páginas y los costos de producción del libro breve, en físico, eran demasiado altos. No lo podíamos publicar en papel, pero ahora sí podemos publicarlo en digital. Lo que tenemos es que abrir las puertas a nuevos tipos de contenidos. Por ejemplo, Random House quiere entrar al mundo de los guiones de cine. No necesariamente tenemos que ser una buena productora de cine. Pero se va asociar con alguien y no va dejar escapar ese guión para que otro lo compre. Aun es prematuro saber qué es lo que va funcionar o no, porque en la tecnología depende de lo que otros, el mundo del software, saque y ponga al uso de la gente. Es un proceso cambiante y vamos a tener que ajustar cada año a lo que vaya saliendo de tecnología. Tenemos que mantener abierta las puertas, para dedicarnos a una edición que ya no va ser sólo una edición de libros, sino de contenidos, diferentes a lo que antes era un libro físico.

A mi me parece más catastrófico [sobre datos recopilados por las plataformas digitales sobre preferencias y consumo de los lectores] que quien esté rastreando qué se lee y qué se subraya y cuál es la tendencia sea Amazon. Pero es la realidad virtual. Google también sabe qué buscas, qué compartes, qué correos electrónicos te cruzas. Es algo que no podemos descartar y a lo que no podemos escapar. Pero me gustaría pensar que en esos datos nos servirían. Servirían para ofrecer otros productos y para dar oportunidad a otros autores; a ese a quien no le damos la oportunidad ahora porque no es un gran nombre. Nadie imaginaba que, por ejemplo, una autora de novela erótica con una trilogía erótica tuviera tanto público (E.L. Jam). A esta señora nadie quiso hacerle caso cuando se quiso auto-publicar. Y ahora resulta que tiene muchísimo público. Y los editores no tenían idea. Porque muchas veces

los editores descubrimos la próxima tendencia por suerte. Nadie sabía que la tendencia iba a ser Stieg Larsson o Harry Potter. Es una realidad que trae lo digital, y tenemos que ser conscientes de que esa información existe, y de que algunos pocos la tienen. Las grandes tiendas la tienen. Y los editores que hemos dedicado toda la vida a vender contenidos queremos saber si las cosas que estamos vendiendo se leen. Y además, creo que al que más le interesa es al autor. Uno autor no sabe si los libros que le compran se abandonan, o son leídos.

Y está el tema de las regalías. Las regalías de autor; los derechos. Cuando un libro tiene fotografías, la editorial debe comprar también los derechos de las fotografías. Por eso es poco el libro de fotografía que se publica en digital todavía. Para contenidos digitales de multimedia la editorial Random House ha tenido que externalizar los productores de aplicaciones porque se necesita de una empresa que lo haga. Ahora la editorial tiene como principio hacer producir todo dentro de la misma editorial. Lo que hemos hecho para las aplicaciones en música, lo hemos trabajado con empresas externas. Creamos equipos externos, pero cada vez integrando más a nuestros equipos internos. Nuestro plan es que hoy todo el diseño se haga dentro de la editorial: toda la maquetación. Lo que es la producción de video y la música se hace afuera. No tenemos desarrolladores y es algo que nos ha tocado aprender. Ya se ven ejemplos. Hace un año y medio Random House compró uno de estos estudios de desarrolladores que se había hecho muy famoso haciendo aplicaciones interactivas para niños. La empresa lo compró y lo hizo parte de Random House. Y la mayoría de aplicaciones ahora se hacen a través de ese estudio. En el futuro las editoriales van a tener que incorporar personas con esa capacidad.

Señor Vila-Matas: ¿De qué forma ha influido en sus hábitos de lector el ejercicio de leer en pantallas?

Vila Matas -Escritor: Sigo leyendo libros impresos, pero –eso es otro asunto- no dudo que la industria del e-book logrará a la larga imponerse. Pero yo en 2012 prefiero leer fuera de la pantalla. De hecho, aunque escriba en el ordenador, imprimo continuamente (tanto si estoy haciendo una novela

como un artículo), necesito repasar lo que escribo en el papel y corregir allí. Lo importante es el contenido, no el continente. Hay escritores descerebrados que, intuyendo que no tienen talento, quieren encubrir esto sosteniendo que hay que escribir igual que cuando leemos en Google. Todo eso son patrañas que yo me conozco de memoria porque obraba así de muy joven: mi primer libro lo escribí sin puntuar e hice pasar eso por un debut de escritor vanguardista, pero en realidad trataba de que no se viera que no sabía sobre qué escribir y, lo que es peor, que no sabía puntuar.

¿Hay influido también en la elaboración de su escritura la fuerza gravitacional de internet?

Ha estado presente, pero no me he convertido a ninguna religión de ese tipo que usted sugiere...

Como escritor: ¿qué concepto tiene de libro digital?

Sé que no tardaré en ver mis libros en ediciones digitales. Tendré que buscarles algún lugar en la casa para guardarlos.

Como lector: ¿qué concepto tiene del libro digital?

De momento, no he comprado ni uno. Me va bien con mi biblioteca de siempre.

El negocio editorial en libros digitales plantea dilemas para los lectores, escritores y editores: ¿Hay simetría entre la compra de libros tradicional frente a la compra digital? ¿Qué cambia para el comprador? ¿Qué cambia para el editor? ¿Qué cambia para el escritor?

Cambiarán muchas cosas, pero creo que nadie sabe bien lo que va a suceder. Si alguien lo supiera se convertiría en el amo del mundo, y eso no es algo que esté deseando ser yo. Francamente, estoy muy tranquilo frente al mar.

Julia Saltzmann -Editora: No me parece un problema relevante. Se supone que los e-books serán muy baratos y seguramente se encontrará la forma, legal o no, de poder copiarlos para compartirlos. En realidad su pregunta me hace pensar en el tema del préstamo de libros. Creo que cuando se presta un libro, se sabe que en realidad uno lo está dejando ir, que si a la persona que

se lo lleva le ha gustado de verdad, lo ha hecho suyo, y es difícil que lo devuelva. Leer es apropiarse y, para seguir con la metáfora religiosa, una suerte de comunión. A menos que hablemos de la lectura utilitaria, y en ese caso bienvenidas las copias digitales que reemplacen a las horribles fotocopias.

Creo que tanto el comprador como el editor están a la búsqueda de un sistema de compra-venta que sea sencillo y rápido. El editor debe procurar que su tienda sea lo más atractiva y eficaz posible, para ganar en la competencia no sólo con las otras editoriales sino con la piratería. El escritor, por su parte, suponiendo que así lo quiera, puede controlar las descargas día a día sin esperar a la liquidación. Como hay todo tipo de escritores, supongo que para algunos no cambiará nada y en cambio otros podrán hacer como los guionistas de las series, que van cambiando el argumento de acuerdo al gusto del consumidor.

En cuanto al reparto de los beneficios, las regalías, están aumentando en porcentaje pero disminuyendo junto con el precio de venta. Para el editor, suponiendo que se impusiera el libro digital y desaparecieran los de papel, obviamente cambiarían muchas cosas, pero no el fondo de la cuestión. Tendrá que seguir dedicado a la selección, el cuidado de la edición, la publicación, la promoción y la venta, la gestión en armonía de todos esos aspectos, más allá de que a cargo de la producción esté un programador o de que las presentaciones de libros se hagan en la web. Según la perspectiva que se adopte puede verse este proceso como el mismo río que cambia u otro diferente. Me parece que lo más interesante a observar y conversar pasa por cómo estos nuevos soportes y tecnologías cambian las formas de lectura. Lo otro, la cuestión del negocio, me parece menos interesante; sabemos que el “poderoso caballero” siempre termina por abrirse paso.

La pregunta sobre derechos de autor y libertad de acceso que está en el centro del debate es: ¿Cómo se logra conciliar los derechos de autor con el derecho que tienen todos los ciudadanos a acceder a la información, la cultura y el conocimiento?

Julia Saltzmann -Editora: Considero que son legítimos tanto el debate como el conflicto de intereses, conflicto que no es nuevo, aunque se haya reavivado y actualizado con nuevos actores que esgrimen nuevos argumentos. Más acá de la utopía (que espero exista siempre), si partimos de aceptar la propiedad privada como un hecho y si consideramos que la obra es un bien, debería ser reconocida mediante los derechos de autor, que son el salario del escritor. Hay que considerar también que cuando el autor y el editor vigilan las reproducciones no autorizadas, muchas veces están cuidando también la fidelidad de las transcripciones, los usos impropios, etc., y eso es importante.

Puede discutirse la fecha de paso a dominio público, las excepciones para uso sin fines de lucro, etc., pero creo que los derechos de quienes viven de su creación deben ser respetados. De otro modo se estaría empujando a los escritores a vivir de subsidios, a ser esclavos de marcas que actúen de mecenas o a buscar otra actividad con que ganarse la vida. Creo que se puede hacer muy buenos sitios web con contenido gratuito de obras que estén en el dominio público y mediante acuerdos de reproducciones parciales o acotadas en el tiempo. Si aceptamos pagar por bienes materiales, ¿por qué no lo haríamos por aquellos intelectuales o espirituales de los que nos nutrimos y nos son fundamentales?

Señor Vila-Matas: ¿cómo se logra conciliar los derechos de autor y de la propiedad intelectual con el derecho que tienen todos los ciudadanos a acceder a la información, la cultura y el conocimiento?

Por suerte no soy un político que ha de legislar. Durante décadas se va a discutir sobre esto, pero no es mi asunto.

¿Qué rol jugarán los editores en la era digital? ¿Qué desafío enfrentan los librerías y las librerías ante el mercado del libro digital? ¿Cómo imagina a un escritor nativo digital?

Carmen Ospina -Editora: Random todavía no se ha metido en la venta directa. Pero yo pregunto: ¿qué han hecho las librerías para que yo pueda vender libros digitales en España. Creería que muy poco. La casa del libro, acaso. Lo que no quiero que pase es que venga un jugador gigante,

internacional, y tome todo ese sector de la venta y que el gigante sea el que venda todos mis libros digitales. Es un problema, y por esos que también las editoriales no hemos querido entrar en el negocio de la venta directa. Creo que debemos ayudar a las librerías, el negocio de las librerías, para que hagan bien no solo ya vender libros, sino también libros electrónicos, no solo físicos. Trabajamos para ayudarlos pero es cuestión de que nuestra industria también si se invierte. En Cataluña, por ejemplo, ahora sí se van a organizar. Pero solo en Cataluña. Me pregunto por qué no se hizo hace dos años. La interface estará en catalán. Son conglomerados de librerías para sacar una plataforma única. Me sorprende por qué no organizaron antes algo así. Por qué no se hizo antes, por qué hace dos años no se sentaron a buscarle una solución.

Random House ha publicado en ebook libros que son clásicos. Libros que ya están libres de derechos, con traducciones que, según nosotros, son muy buenas. Y no los ponemos a un precio bastante alto ofreciéndonos en digital, teniendo en cuenta que es su libro ya están en la red gratis y en muchos casos gratuitos o precios muy bajos. Y la realidad es que el usuario no pagar seis euros por una traducción buena, porque es algo que los usuarios no ven. Lo que estamos haciendo ahora es baja radicalmente los precios de los clásicos para que cueste por ejemplo un euro. Así creemos que al bajar los precios a 0.99 vamos a vender algo, porque la verdad es que a esos precios, a seis euros, nadie nos compra una sola cosa. Así sea la traducción del experto más experto, porque nadie valora eso.

Como editor de algo que tiene derechos de copyright, creo que esos derechos se tienen que respetar. Creo que existen ya otras formas de publicar contenidos, como el copyleft, donde el autor le pide al editor: Yo quiero que mis contenidos estén libres de copyright y que estén disponibles en la red y que los pueda publicar en mi blog gratis, y nosotros estamos dispuestos a hacerlo también. Lo que está detrás del mundo editorial es una gran estructura de agentes editoriales vendiendo derechos y mientras eso subsista, va a tener que ir por ahí, porque los editores vamos a querer que se respeten esos derechos ya que así es como nos ganamos algo. Algo que debe cambiar es que los derechos como están establecidos por territorio. Por

ejemplo: en español no puedo comprar los derechos de García Márquez para poder editarlos sólo en Colombia, o solo en México, o sólo en España. A García Márquez en Colombia lo tiene Random House, Planeta lo tiene en México, otro sello lo tienen en el cono sur. Y lo que hay detrás es agentes vendiendo derechos por territorio. Esto lo que haces es complejizar la venta porque el usuario no entiende cómo es que funciona nuestros derechos territoriales, y al editor le cuesta tener que comprar derechos altísimos sólo por una parte en territorio, y al canal le cuesta restringir ventas y restringirlas a una sola parte del territorio.

Julia Saltzmann -Editora: El rol de los editores es básicamente el mismo, pero adaptado a las particularidades del ebook. Es decir, seguirán concibiendo un catálogo, ya sea eligiendo un nicho de destinatarios o dirigiéndose al público general. Seguirán seleccionando el material a publicar y le agregará valor, mediante la curación del texto, la anotación, la ilustración o el agregado de “aplicaciones”. Se harán cargo de una “gráfica” adaptada al soporte para presentar sus libros, procurarán los medios para que las descargas sean sencillas, rápidas y ajustadas a los precios del mercado. Se ocuparán de promover sus publicaciones mediante el marketing digital y las redes sociales. Y proliferarán, como ya está ocurriendo, en la medida en que la inversión requerida para fabricar e-books es mucho menor (sin papel, sin depósitos, etc.).

Los escritores nativos-digitales: Si pensamos en una caricatura, seguramente se comunicará por Skype con su editor, presentará sus libros en foros virtuales y engordará debido a que tendrá al alcance de un clic todo lo que necesite (aunque, en realidad los escritores no se han movido nunca como ahora, con sus agendas cargadas de actos culturales). Si lo pensamos en serio, creo que los dos grandes cambios ya se dieron, con el paso de la máquina de escribir a la computadora y con la creación de internet. En el primer caso, porque la facilidad en la corrección que permite la escritura digital determina que se escriba más en bruto, en forma más espontánea e inmediata, además de que presentar un manuscrito legible está al alcance de cualquiera y resulta muy fácil verse como “un escritor”. Por otro lado, teniendo la web, el trabajo de investigación que a menudo requiere una obra

literaria cambia completamente de naturaleza. Por lo tanto supongo que un escritor nativo digital tendrá una percepción distinta del espacio y del tiempo. Y también un concepto diferente de lo que es una obra “terminada” y una valoración singular de lo que significa un error y una errata. Lo que es seguro es que no sabrá qué quiere decir “ganar una línea”.

Reto de librerías: este es un lindo ejercicio de imaginación. Lo primero que se me ocurre es que olerán distinto -¿reconoce usted el olor a aparato electrónico?- Hará falta mucho menos espacio, que estará ocupado principalmente por material promocional, con pantallas y dispositivos donde puedan leerse los primeros capítulos – me viene a la mente la imagen de la gente leyendo las noticias en las pizarras colocadas en las vidrieras de las sedes de los grandes diarios- , donde puedan hacerse fácilmente consultas bibliográficas o acceder a medios culturales, con libreros que puedan recomendar y también prestar asistencia técnica. Seguramente serán más pequeñas, pero no perderán su encanto. Y supongo que habrá también librerías de viejo (¿o se llamarán de papel?), o trastiendas dedicadas a eso, o donde haya máquinas de impresión a demanda, quién sabe.

Señor Vila-Matas: Usted es un escritor con amplia presencia en la web. Tiene una página personal muy visitada desde donde los lectores tienen acceso a notas de prensa suyas y sobre su obra, nuevas y antiguas publicaciones, fotos; ha difundido también públicamente desde ahí los blogs que consulta a diario, y ahora explora con colaboradores blogs especializados como el que construye sobre la comunidad Shandy. Su novela titulada Dublinesca aborda el fin de la labor editorial como se entendió por años, pulverizada por la edición digital. Dentro de poco, sus libros se podrán comprar en Amazon. Podría acaso contestar a estas tres miradas: ¿Qué rol jugarán los editores en la era digital? ¿Qué desafío enfrentan los escritores ante el mercado del libro digital? ¿Cómo imagina a un escritor nativo digital?

En mi web hay una sección que llamo web-blog, donde me he dedicado en los dos últimos meses a publicar –gratis- una versión disidente de mi Historia abreviada de la literatura portátil. No descarto para un futuro muy

próximo nuevos ensayos de web-blog. Me he sentido muy libre trabajando en ese modelo sin editor. Ya no puedo decir que no he probado la sensación de autoeditarme y de dialogar con el amplio público que se oculta en ese territorio tan enigmático que es la Red. Mi versión disidente está teniendo un gran número de visitantes, la experiencia está resultando muy agradable... Aunque no quiero que nadie me impida seguir mirando esta tarde el mar.

Comentario del entrevistador: De las respuestas vilamatianas, esto resulta evidente: la mejor forma de sacarse a un inoportuno preguntón de encima en vacaciones, y conservar la integridad, es responder disparates. De otro lado, puedo inferir que los autores consagrados no se sienten amenazados ni desplazados por internet. Para los escritores internet y el formato digital es un tránsito natural de paradigma, que prefigura rupturas de formas y lenguajes. Internet provoca nuevas textualidades: libros en hipermedia donde se ensambla texto, sonido e imagen, páginas y blogs monográficos que soportan álbumes, videos, radio; redes sociales que permiten migraciones culturales y contactos y promoción sin moverse de la residencia. Para las generaciones de transición que asisten al cambio de paradigma queda la opción de relajarse y mantenerse a flote en el sistema tradicional de la edición (si ya han sido reconocidos y tienen forma de subsistir por regalías, claro) y para las generaciones venideras de escritores la transición será impalpable, quizá menos traumática de lo que se teme, porque la tecnología y el internet serán el medio natural con que se comunica el mundo en el cual se nace. El hecho de que Vila-Matas aluda a la responsabilidad de los políticos y agentes (mercaderes de derechos) sobre materia de legislación y propiedad, resulta de una constatación: aun cuando el autor es el motor de la cadena de la edición, hay otros agentes dentro de la misma que son los que toman las decisiones que la alteran.

Por las respuestas de las editoras, aunque el negocio del libro físico sigue vigente (amparado en legislación y las limitaciones tecnológicas y económicas del mundo que habla español) el desembarco del libro digital es inminente. El desafío para el sector editorial tal y como ha sido entendido hasta hoy es de urgencia y la transformación del sector resulta obligada. El

editor que no logre transformar su empresa al formato digital será suplantado, o por los dinosaurios de internet, o por editoras que irán acaparando casas pequeñas y otros sectores agrupándolo todo en monopolios. Sin embargo, estas grandes empresas editoriales se proyectan más como productoras de contenidos (entre los cuales se cuentan los libros) que con el rótulo con que se han conocido por un siglo: casas editoras.

El cambio final es imperativo y obedece a factores que no están completamente en manos del sector editorial. La producción de tecnología y de software es constante e invasiva como los caracoles africanos que pululan en los jardines de Bogotá. La legislación que regula las normas de derechos, los altibajos de la economía globalizada y quizá la articulación de las transacciones bancarias a internet decidirán la presencia y permanencia del libro digital.

El mundo da más vueltas mientras se está dormido que cuando se está despierto. Enrique Serrano, dixit.

Editoriales independientes en Colombia

Rumor: que en Colombia se están haciendo “ediciones estupendas”, de libros “extraordinarios” y que las editoras independientes “gozan de buena salud”.

Otro: que, tras la crisis que regresó a España como miembro de número a las filas del Tercer Mundo, ahora todos los grandes monstruos de la edición van a reducir el plan editorial y se van a quedar fuera los autores nacionales que ya han publicado con Alfaguara y Planeta en la filiales colombianas, de modo que esos autores van a empezar a publicar con las pequeñas casas editoras de Colombia, las independientes...

He estado ojeando y hojarasqueando en los últimos meses las publicaciones de las Nuevas Editoras Independientes de Colombia: Luna Libros, Rey Naranjo, Tragaluz, Laguna Libros, La Silueta, Icono. Para leer elegí la primera colección Migrantes, editada por El Peregrino Ediciones en cinco microlibros, la colección de novelas de Ciencia Ficción colombiana editadas por Laguna Libros, La historia de Rasselas príncipe de Abisinia del doctor Samuel Johnson editado por Luna Libros y tengo en la mesa de noche la crónica novelada Cierra los ojos princesa de José Alejandro Castaño editada por Icono y las muy reseñadas cartas de Emma Reyes (Memoria por correspondencia, Laguna Libros y fundación Arte Vivo Otero Herrera), este último más por curiosidad que por verdadero interés en una novicia de la burguesía bogotana que pintaba, pero qué le vamos a hacer: el arte casi siempre aparece en los lugares más execrables.

El Peregrino Ediciones, Tragaluz Editores y Rey Naranjo replican un fenómeno que nunca ha dado como resultado una editorial sólida de la que pueda esperarse la constitución de un catálogo, alcance y larga duración: empresas que prestan servicios editoriales y que editan lo mismo un folleto que un cuadernillo corporativo. Es decir que hacen trabajos periféricos por demanda como una estrategia para subvencionar, con el precio de los contratos oficiales, las ediciones riesgosas propias. Esto pocas veces

funciona: a la hora de ajustar cifras van a tener que decidirse siempre por los cuadernillos corporativos que por hacer un ejercicio editorial real. Puede ocurrir que los trabajos corporativos aumenten, siempre que sus dueños estén posicionados en altos cargos gubernamentales, pero si tras el cambio de gobiernos y las jefaturas de las compañías (que cambian por cuatrienios) no logran conseguir recursos para sacar ediciones privadas, difícilmente van a poder editar libros nobles y convertirse en editoras.

Con las primeras entregas de El Peregrino Ediciones, los nombres y títulos parecen hacer parte de otro experimento (legítimo) de amigos que editan a sus propios amigos: un libro de Manuel Kalmanovitz que se llama Bogotá con mar, y La sombra del licántropo, de Hugo Chaparro, ¿abrebocas de la Maestría en escrituras creativas de la Universidad Nacional? (¿no deberían empezar con libros de estudiantes más que de profesores?) y la colección Migrantes que presenta cinco relatos autobiográficos de viajeros y sus migraciones culturales, pero obtiene como resultado poco más que una guía de turismo académico, empresarial y sexual. Me referiré solo a esta última colección que acabo de leer: el punto unificador de los cinco libros que vienen en una sola caja es el hecho de ser colombianos o el haber visto el mundo con ojos de colombiano y de narrar experiencias vividas. Pero en el desarrollo resultan menos observaciones que autobiografías precoces. Los de las damas (**Holguín, López**), mejor contruidos, parecen cuadernos de Anaïs Nin con pinceladas de materialismo histórico beauvoriano y de Sebald sin enciclopedismo. El relato de la cuasi colombiana que busca marido en Madrid (López) tiene algunas reflexiones sobre la exasperación de comprender y adoptar una idiosincrasia y una sintaxis, y empieza a hacerse consistente el enrarecimiento más con las piezas desordenadas del diario que con la introducción, pero ahí termina el breviario. El relato entre **Quebec y Bogotá (Holguín)** tiene momentos vivaces sobre el desarraigo de la cultura que impone la adquisición de un paisaje y de una lengua nueva. El relato sobre la ciudad de **El Paso (Avski)** está escrito a contraentrega; pese a la carrera de concluirlo, alcanza a esbozar un buen proyecto de ensayo narrativo: la paradoja de observar los contrastes entre esas ciudades siamesas divididas por un puente y por cientos de muertos: El Paso y Ciudad

Juárez, pero el tema no se desarrolla. El mejor relato de la serie es el dedicado a Nueva York (**Beaufort**), porque la delimitación del relato (el lapso de una temporada sin esposa e hijo) y en el espacio de los merodeos y vivencias cotidianas de un mesero, basta al autor para mostrar cómo un migrante se traslada con todo: sus costumbres y su lengua y su pasado y así empieza a reconstruirse una vida en el exilio elegido. El relato desastroso (el de **Jaime Arracó**, no me explico cómo paso el comité editorial, si se supone que tienen uno) es el dedicado a “disertar” sobre las mieles de una Bogotá de turismo sexual de alto nivel, escrito por un fanfarrón que hace parte de una tropa de empresarios españoles con un objetivo estratégico bien definido en Colombia: usarla como cuartel de invierno mientras pasa la crisis, picharse a las hembras y llevarse todo el oro que puedan. Para agraviar aun más, este tipo de espécimen que se siente acogido y arrullado en el país, vive difundiendo la ideología de dominación de que “el colombiano” es avivato (así, generalizado) y que los extranjeros deben protegerse y desconfiar de su malicia. ¿Y quién nos protege de ellos? ¿No se ha enterado de que en Bogotá hay bodegas de Servicio al Cliente con operarias esclavizadas en horarios nocturnos que contestan llamadas proveniente del otro lado del mar con gente que las menosprecia por el acento y a quienes pagan sueldos de miseria en pesos devaluados -y no en euros- solo porque a los empresarios españoles les sale más barato pagar en Colombia el servicio que emplear varados de su propio país? ¿Y de las tabacaleras y de las aseguradoras y de las empresas editoras, y de la Benetton que corta árboles en El Chocó, acaso no le han contado? En general, la selección y el concepto de la colección luce bien definido, aunque el resultado sea tímido. Ojalá vengan nuevas colecciones con miradas más agudas sobre un tema particular. La colección completa está en \$50.000, con lo que cada breviario sale a \$10.000, papel de fuentes responsables (canadiense) y tapas de cartón, o eso me parece.

Otras editoras de labor cuidada pero de contenidos pobres, como Tragaluz, abren preguntas, en el sentido de la función que concierne al Estado colombiano en el estímulo al oficio editorial y a la protección del acervo literario del país. Colombia, que alguna vez se enorgulleció de tener una imprenta nacional que editaba colecciones de autores colombianos a precios

económicos accesibles (Colcultura, años 70s, con Cobo-Borda a la cabeza), hoy solo imprime la papelería burocrática oficial y ofrece una bolsa anual por género literario (un año para poesía, otro año para cuento y otro para novela, y no incluye edición de los premios nacionales de literatura) y una bolsa de diez millones de pesos para proyectos editoriales periféricos. Tragaluz es una de las que se presentaron al programa de estímulos del ministerio de cultura, ganó la convocatoria y dedicó los recursos, que son modestos, a buenas ediciones (troqueladas, ilustradas, concepto tipográfico) pero aplicadas a textos flojos, ediciones de poesía paupérrima y cuentos desastrosos, con lo que solo consiguen malograr el catálogo.

En el caso de Icono editorial y Luna Libros encuentro un concepto editor muy definido, con creación de colecciones y enfoques claros: Icono se especializa en no ficción, reportajes a fondo, literatura documental, ensayo académico, mientras Luna Libros edita poesía, teatro, historia, testimonio, autores nacionales y extranjeros con traducciones propias (como ese texto de Samuel Johnson que el crítico escribió por entregas y por calamidades domésticas para ganar un poco de plata y enterrar a su madre). Aunque están organizadas como editoras, su apuesta por ahora es sobre seguro, como los préstamos bancarios: se inclinan por reedición de obras agotadas (en ediciones no suficientemente conocidas), o por autores probados. Estos dos sellos podrían dar el salto para convertirse en editoras con buenos catálogos, colecciones, distribución y convertirse también en una verdadera alternativa para que los escritores colombianos y los lectores colombianos accedan por primera vez a la literatura que da el país y a traducciones exclusivas de otras lenguas. La colección de no-ficción y testimonio de Icono está reconstruyendo el mapa de la coyuntura política de la Colombia actual con cronistas y periodistas agudos. Y la colección de literatura y de compactos de Luna Libros se va definiendo como una editora de ficción y poesía y de traducciones originales, algo que estaba prácticamente abandonado de los planes editoriales de las casas independientes.

Un tercer grupo podría establecerse con sellos que presentan libros en

formatos a los que pocos editores se arriesgaban: Excusado, Laguna Libros, Rey Naranjo y La Silueta hacen libros de artista, underground (subculturas, stencil) y de comic, y aunque prestan también servicios editoriales a las alcaldías y a proyectos privados, se han arriesgado con ediciones extrañas, por formato y contenidos, y han empezado a sorprender a propios y a extraños. Mientras las grandes casas y las editoriales viejas siguen buscando éxitos en el escándalo, la coyuntura, la confesión y los premios que crean tendencias, en la feria del libro de Bogotá 2012 éstas editoras mostraban la variedad y buena factura de que gozaban las ediciones independientes nacionales: Laguna Libros presentó Bogotá Zombi, edición facsimilar con portadas de periódicos que narran un hecho histórico, el Bogotazo, en una explicación apócrifa: lo que pasó en Bogotá es que fue borrada en 1948 por un ataque zombi. Esa colección, a tamaño poster, consta de primeras planas de prensa intervenidas con fotos de zombis, como si de verdad hubiese habido un ataque en Bogotá y no la muerte del caudillo Jorge Eliécer Gaitán. Laguna Libros se acuñó también el rescate de novelas de ciencia ficción colombiana, compuesta con textos recobrados (en un país que parecía ahogado totalmente en el realismo.) ¿No se cultivaba ciencia ficción en Colombia? Ahí apareció una novela del gran cronista José Antonio Osorio Lizarazo y una novela del compañero de juega de García Márquez Alfonso Fuenmayor. En 2012 han publicado el epistolario de la pintora Emma Reyes que ha recibido el espaldarazo de la crítica de gacetillas (Ver enlaces [1](#) [2](#) [3](#)) como una gran reflexión sobre la vida, la sociedad bogotana y el arte. Rey Naranjo se acuñó La fascinante historia de las palabras de Ricardo Soca: un libro rústico en las guardas, diagramado y con un contenido didáctico y etimológico que pretende hacer la biografía apócrifa de los vocablos. Editorial Destiempo se acuñó un libro extraño (ojalá prefigure otros) sobre el mercado negro del libro en el centro, Las glorias, de Matías Godoy. Robot, editorial enfocada en Cómic (edita la revista especializada Larva) hace este tipo de libros pese a la penalización de Colombia que impone Impuesto al Valor Agregado al comic por considerarlo en el mismo grado de la pornografía, lo que desestimula cualquier proyecto. Aun con estas talanqueras, presentaron La distancia entre extraños, de Mónica Naranjo Uribe que va ilustrado a lápiz, y El Cuy Jacobo y el Tesoro Quillacinga, de Iván Benavides,

que narra en viñetas la historia de un roedor comestible que en Colombia llamamos curí y que vende sombreros de paja en la Bogotá de 1910 y los trae de Ipiales, en clave de novela negra. La Silueta en asocio con Excusado (editan arte) se acuñaron otras rarezas: un libro de etiquetas y marquillas (que está muy bien para los antropólogos, que en todo pueden ver un texto sobre la sociedad de consumo, aunque a otro tipo de lectores les parezca exabrupto) y ese libro extraño que inaugura las ediciones underground sobre el stencil: Excusa2 y el más reciente Decoración de interiores.

Hay un cuarto grupo, aun por definir: el de las ediciones digitales. En la pasada feria del libro, sobre ese corredor de la Red de Editoriales Independientes de Colombia llamado La ruta de la independencia figuraba un stand llamado E-libros(que vendía tarjetas con código y usted iba desde su computador al sitio web y descargaba un e-book, con formato para Ipad, Kindle, etc). Esta última editorial sorprendió por su iniciativa en el desierto de las ediciones electrónicas colombianas: pionera en el tema, ingresó al circuito de la venta digital, pero en lugar de restringirse a vender solo en Internet, puso sus libros en tarjetas pre-pagadas (como las de telefonía) y las promocionó en las librerías y el punto de la feria. Esto dio al proyecto una cobertura y un nivel de difusión personalizado, distinto al distanciamiento que ofrece la página web (¿y es que el libro digital solo tiene que venderse en internet?) E-libros vendió \$3.000.000 de pesos a punta de tarjetas de \$8000 devaluados, según datos apócrifos del gremio.

Lo que queda, después de revisar muy al vuelo las publicaciones alternativas de Colombia, además de invocar los mejores deseos para todas, es abrir algunas preguntas y aventurar explicaciones: ¿Qué editorial va a pagar por buenas traducciones de todas las lenguas para enriquecer la edición colombiana, o la carencia de traducciones es un problema de formación académica? La academia colombiana no forma traductores, y a los pocos que forma el sector no los puede contratar ni pagar por su trabajo. ¿Quién va a editar poesía en Colombia? En Colombia la poesía no le importa ni a los lectores, ni a los editores, ni a los poetas. Están los milagros de revistas

como Arquitrave y Ulrika y Luna de locos, capaces de dedicar un número íntegro a un poeta, y quimeras como Trilce editores que editan poetas nacionales una vez cada dos años. Queda internet y los bares, como Luvina y Casa Tomada, y los viernes de Poesía de la Universidad Nacional y el Chorro de Quevedo y el Bar de Homero en la Candelaria y los amigos.

¿Están en capacidad de pagar a los autores que son el motor de la edición las nuevas editoras? No. Los editores (esto es mal de gremio) creen que el hecho de publicar a un autor los exonera de pagarles por su trabajo, y mientras siga latente esa moda, los escritores seguirán en la misma fila de los mendigos y de las putas. Hay que pagar algo, que sea justo y acorde al tiraje, y acabar con la idea nefasta de los Servicios Editoriales. ¿Cómo se va a solucionar la pobre distribución de los libros para que lleguen a sectores abandonados del país? La distribución de libros y la circulación de los mismos es inexistente porque el país está centralizado, porque no hay puntos de venta, ni gremio consolidado entre librereros y distribuidores, porque no se han abierto mercados fuera de la capital, porque los libros nacionales de pocos tirajes cuestan tanto o más que los de las multinacionales o los importados, y porque el gobierno le cobra aranceles a las pequeñas empresas pero a las multinacionales con las que firma tratados de libre comercio las exonera de todo. ¿Cuándo se podrá hacer una feria de libros en el sur de la ciudad, en las universidades públicas, en los pueblos y las ciudades intermedias para que las ediciones cubran el territorio? Se podrá hacer feria de libros y tener la oportunidad de venderlos cuando el país haya educado a la gente para pensar y no para obedecer, para producir su propia ciencia y su propio pensamiento y no manufactureros que celebran el hecho de tener trabajo aunque los exploten, lo que costará generaciones enteras y una transformación profunda de la educación que se imparte, más que partidas millonarias a empresas promotoras de lectura con funcionarios que se han enriquecido vendiendo los libros de las grandes casas españolas y pagándolos con platas públicas como Fundalectura. ¿Hasta dónde está implicado el Estado colombiano en la pauperización del sector editorial colombiano? Hasta el mismo punto en que está implicado en la pauperización de la Empresa de Teléfonos de Bogotá (sacrificada y asediada ante los monopolios de la telefonía móvil), hasta el mismo punto en que está

implicado en la licitación de la gran minería y el petróleo y el carbón y la oferta extractiva de los recursos naturales del territorio. El Estado colombiano ha puesto en venta todos los recursos, todo el patrimonio cultural, toda oportunidad de construir un país autónomo. Todo, hasta la cultura, se expone en bandeja de plata para que vengan a almorzar los empresarios rapaces del capital extranjero. En Colombia no se traduce, porque no hay estímulos, porque la academia no forma profesionales para que le sirvan a su propio país. Pero tampoco se estimula el sector editorial (Iva al cómic*, ferias que cobran el metro cuadrado más costoso del país, institutos de investigación con 3 investigadores, universidades que no editan, aranceles altísimos. servicio de correo sin subsidio). En Colombia a los Premios literarios se les cobra el mismo impuesto de los juegos de azar (como si las medallas de oro de los olímpicos y las novelas se ganaran con un tiquete de baloto y no arriesgando la vida). Colombia no merece a los artistas que tiene. Su gobierno es una vergüenza. Sus legisladores una cáfila de corruptos que deberían ser puestos en fila india y... ser palpados hasta la próstata.

¿Cuándo se hará una editorial receptiva y abierta que reciba manuscritos y los lea y diagnostique y se entere de lo que están escribiendo los escritores colombianos? No seamos ilusos. Las únicas editoras en capacidad de contratar libros y recibir manuscritos son las extranjeras con sede en Colombia. Alfaguara aun descubre talentos: Rafael Baena, Miguel Torres, Tomás Gonzales. Planeta y Random House siguen en busca de El Dorado. Pero la generalidad es que las grandes casas cuentan con comités de lectura ineficientes, o todo lo que se edita se edita sobre seguro y obedeciendo siempre a estudios de mercado y a unas directrices internas muy limitadas que acaso son: a) legibilidad b) relevancia y coyuntura c) autores posicionados, con contactos, tribuna en periódicos y audiencias cautiva d) histrionismo y promoción. En todos los casos, si el libro es aceptado pero no se vende, se convertirá en pulpa para fabricar papel higiénico, lo que pone en entre dicho la labor del editor cuando todo se lleva a términos industriales. Las grandes casas editoras, son conglomerados de grupos económicos que, entre otras cosas, son dueños de la banca, de los cigarrillos, de las revistas, de la prensa, de la radio y tienen legisladores a su servicio. Cuando el libro

no se venda, serán rematadas para invertir en otros proyectos, y a tomarporculo, escritores. Aspirar a convertirse en una multinacional es una pesadilla surrealista que no tiene que ver con la edición. El verdadero trabajo de edición, calidad, criterio, contenido, va a tener que hacerlo las pequeñas editoras independientes. Pero mientras las editoras independientes no contemplan la dignidad de la escritura con un pago a sus autores, a los autores no les interesará editar con ellos y a los independientes no les queda otro camino que seguir editando a sus amigos.

Y aquí volvemos al mismo mal que aqueja a Colombia: Nepotismo.

VI

Cien años de soledad: ¿Cómo ocurrió el boom?

Aparte de sus valores estéticos (uso léxico, líneas dramáticas, estructura, ritmo) ¿qué motivos permitieron convertirse en éxito editorial rotundo a un libro como *Cien años de soledad*?

Este libro es un fenómeno literario y de ventas excepcional en una región del mundo donde se ha extendido la especie de que la gente no lee. Empezó con 1800 ejemplares vendidos la primera semana de su publicación (junio de 1967), dos millones de ejemplares se habían vendido hasta el año 2000 solo en los países del Cono Sur (Uruguay, Argentina, Chile, Paraguay) y en el resto del mundo más de treinta millones. En 2012 China Capitalista (Universidad de Pekín) empezó a pagar derechos por un primer tiraje legal de trescientos mil ejemplares.

Cien años de soledad surgió en el apogeo del boom de novelistas latinoamericanos que empezaban a ser leídos en todo el mundo. La sorpresa y el enigma que lo cubre es que el efecto se haya expandido tan rápidamente (en dos meses había llegado a México, Colombia, Chile, Uruguay, Barcelona) por el continente y que su fama se haya extendido rápidamente a otras lenguas del mundo.

El fenómeno editorial de este libro y su engranaje misterioso puede seguirse gracias al reportaje investigativo de un escritor menos conocido, pero con el mismo apellido del autor: Eligio García Márquez. El reportaje titulado *Tras las claves de Melquíades* (Norma 2001), además de un ejercicio a fondo de análisis comparativo entre la prosa de García Márquez y sus maestros literarios (Faulkner, Woolf, Rulfo, Sófocles, Defoe, Huxley) es un estudio de caso del fenómeno editorial en que se convirtió el libro. Su autor ha rastreado y situado hipótesis, a partir de fuentes documentales, testimoniales y literarias, luego de hacer un ejercicio comparatista de la obra capital del boom con sus fuentes primarias. Además, recupera documentos y testimonios de todos los que estuvieron implicados en armar la catapulta para enviar un ejemplar de esta novela a los pies del trono del dios de la fama. Además

revisa el aparato crítico, publicitario y el “tráfico de influencias” que llevó a la obra de boca en boca y la diseminó por el continente y luego por el mundo. Los cuatro factores que señala el autor pueden ser resumidos en cuatro categorías: estado social del continente, red de contactos, público cautivo y calidad de la obra. Voy a glosarlos para intentar dilucidar qué variables son necesarias para que un éxito literario como aquel se dé, y abrir preguntas sobre si es posible que algo así se repita.

El escenario

El boom coincide a su vez con los quince minutos de buena fama de la revolución cubana. Siempre habrá que incluir como parte del fenómeno a La Habana y a la revolución de Castro porque su simpatía ideológica define la noción de “generación literaria” por encima del estigma de ventas: la revolución tuvo un poder de impacto social en todos los países de América Latina pulverizados por dictaduras de derechas, y su escenario y la defensa de esa revolución sirvió para visualizar conatos de intelectuales y llevarlos en grupo con las maletas revueltas y la bandera de la responsabilidad del escritor por todo el mundo y porque el boom dura lo que dura la simpatía de los intelectuales latinoamericanos con la revolución cubana. La primera edición de *Aura* de Carlos Fuentes está fechada en La Habana (Colección La Honda, Casa de las Américas, 1968) y al acta de defunción del boom (la carta de los intelectuales encabezados por Vargas Llosa y Carlos Fuentes en revista *Libre* y en *Revista Casa de las Américas* con la que declaraban que una revolución no puede censurar la cultura ni subyugar a los artistas), es de 1971.

Cien años de soledad es el caso emblemático de este llamado boom y al que aspira aún la industria editorial en lengua española: ningún otro libro se editó con tantos tirajes en tan pocos meses ni fue aceptado desde el inicio como una obra importante no solo para los lectores sino para la cultura colectiva y la idiosincrasia de la región: un clásico rotundo. Una obra importante para la cultura es un clásico. Y un clásico es un libro que le concierne una generación entera, a una época y a una comunidad amplia y que sigue arrojando luces a las generaciones venideras. Sin embargo, el boom

latinoamericano no sólo es un fenómeno editorial: coincide con un cambio generacional de población vieja a una juventud mayoritaria y un salto de la sociedad agraria a la burguesa, y una gran apertura de la educación universitaria y a una supremacía de la clase media. El continente, en términos sociales compartía rasgos sorprendentes: un continente de economías agrícolas, que sufrían la explotación de una potencia en común y de un centralismo enfermizo que haría crecer las urbes aceleradamente atrayendo a los jóvenes a los centros de poder. El boom coincide también con el asentamiento y consolidación de la industria editorial en lengua española. El boom coincide con el florecimiento de la protesta social y contracultural de las universidades latinoamericanas. Las características esenciales de la época son las de un continente con la mayoría de su población oscilando entre los 12 y 35 años, con una gran vitalidad, con un equilibrio tirante entre la urbanización y el mundo rural (la balanza en las siguientes décadas se inclinaría por la urbanización de las capitales), y un continente marcado por conflictos sociales seculares y deseos de comprensión de los mismos. En ese escenario surge la idea de un intelectual comprometido con los problemas de su sociedad: Llosa, Cortázar, Fuentes y García Márquez se muestran carismáticos y se cuelgan la guayabera y la pipa y la bufanda y adoptan las posturas de intelectuales públicos y comprometidos, siguiendo el modelo sartreano. Esa intención de traspasar las fronteras con la responsabilidad estética obliga a los escritores a pensarse los problemas del continente en términos supranacionales. En una entrevista, con motivo del premio Rómulo Gallegos, le preguntaron a García Márquez si la literatura compleja no abría un abismo entre la gente del común y el arte muy sofisticado. La respuesta soberbia fue: “Los escritores latinoamericanos estamos trabajando para que las clases obreras del continente puedan leer novelas complejas”. Quería decir que por entonces aún seguía en vigor la idea de que era posible revolucionar la sociedad desde el arte.

Que el fenómeno del boom empiece en La Habana, Ciudad de México y Buenos Aires, recuerda que fue justamente en esas ciudades donde fueron recibidos los editores españoles en la diáspora de la Guerra Civil (tras la

censura franquista), quienes fueron los encargados de fundar las casas editoras que dos décadas después apostarían por autores latinoamericanos y harían posible el interés de los lectores del mundo por la literatura de esta región. Valga también recordar que Colombia se negó a esta posibilidad, la de tener grandes casas editoras, al cerrar sus puertos a la diáspora española. Colombia los expulsó, a los exiliados, en tiempos de Laureano Gómez, un derechista que pretendía imponer en el país una dictadura teocrática de inspiración franquista.

Dime con quién bebes

El éxito de *Cien años de soledad* empezó desde antes de ser publicado el 5 de junio de 1967 en Buenos Aires por la editorial Sudamericana. ¿Cómo es posible que un libro sea famoso antes de ser publicado? La fama de algo depende siempre de otro, más que del autor o del objeto de culto. La ponderación es ajena y externa y se da a manos de curadores, peritos y de autoridades en la materia. Por otro lado, lo que describe el poder en el mundo son las relaciones que alguien tiene. Con quiénes trabaja. A quién tiene de amigo (ver Facebook del hijo del presidente de la república y compararlo con los contactos propios). Las vanguardias más influyentes que ha tenido Latinoamérica (el modernismo de Rubén Darío a la cabeza) se dio con una fórmula mágica que sigue invariable hoy: escritores que son periodistas y que hacen migraciones culturales para cubrir eventos e informar de ellos en sus países, o encuentros generacionales que surgen por exilios forzosos. Estos escritores se encuentran con pares en ciudades capitales donde se llevan a cabo festivales o encuentros, y regresan a sus países a propagar lo que se está haciendo en otros lugares, en crónicas, declaraciones públicas, y a planificar nuevos eventos en los que el grupo generacional se configura y multiplica. Pasó con Rubén Darío. Pasó con Martí. Pasó con Barba Jacob. Pasó con Alfonso Reyes. Pasó con Vargas Llosa, pasó con Carlos Fuentes y pasó con García Márquez, que había llegado a México en 1961 a trabajar en la industria cinematográfica, después de un trasiego por el periodismo bogotano, una breve estancia como corresponsal en Francia, una incursión

en el periodismo de modas venezolano, el periodismo político cubano y una breve estadía en Nueva York como corresponsal de la agencia Prensa Latina. En cada uno de estos viajes se dio el encuentro con personas clave del mundo de la cultura y de la literatura y del periodismo. Estos contactos adoptarían una función de multiplicadores, peritos, curadores y multiplicadores para cuando *Cien años de soledad* estuviese escrita en 1966. Entre esa red de contactos influyentes estaba la familia Cano, dueña de *El Espectador* (*El Espectador* publicaría un capítulo anticipado de *Cien años de soledad* antes de que el libro fuese lanzado), Plinio Apuleyo que lo llevó a Venezuela y luego lo contactó con los fundadores de la agencia de noticias Prensa Latina (la cercanía con los periodistas de la revolución cubana sería determinante para una simpatía que aún hoy perdura entre García Márquez y Cuba), Álvaro Mutis (alto funcionario de una petrolera con contactos establecidos en México y España) quien lo contactó con el mundo de la cinematografía y la literatura mexicana. Carlos Fuentes, con quien empezó a trabajar como guionista y quien lo situó como autor promesa frente a Luis Harss (argentino de origen, crítico, periodista y profesor norteamericano que haría el primer mapa de escritores continentales en *Los Nuestrós*, editado por Sudamericana, y donde se incluía a García Márquez junto a Cortázar, Fuentes, Llosa, Carpentier, como los autores renovadores de la literatura en español), Sergio Galindo (por recomendación de Mutis publicó *Los funerales de la mamá Grande*, primera obra que leyó de García Márquez la agente literaria Carmen Balcells por recomendación de Luis Harss), Cortázar y Vargas Llosa, autores de obras exitosas y ganadores de premios que les daba autoridad y tribuna y que publicaban ensayos en simultánea en los principales diarios y revistas de élite en América, España y Francia.

El factor publicitario

El factor de público cautivo es determinante para una obra que fue anunciada en los principales medios del continente como una obra absoluta, maestra, genial y obligante en las revistas de influencia social y política del continente. Meses antes de que la Editorial Sudamericana se arriesgara con 8000 ejemplares de primera edición, una tercera parte del libro había sido

publicada por avances en la *Revista Mito* (Bogotá, un capítulo), en *La cultura en México* (fragmento y ensayo laudatorio de Carlos Fuentes en que la llamaba “Biblia y Quijote de América”), en *Mundo Nuevo* (dirigida por Emir Rodríguez Monegal en París, con difusión en todas las capitales de América Latina, entrevista a Fuentes) en *Primera Plana* (Argentina, reportaje a fondo y capítulo por Ernesto Sábato y nota exegética de Vargas Llosa, premio Seix Barral donde la declaraba obra maestra y “Amadís de América”) en *El Espectador* (Colombia, un capítulo), en *El Clarín* y *La Nación* (principales periódicos de Argentina, donde se reseñaba al autor en antologías de cuento y crítica junto a los principales nombres de la literatura del siglo). Publicaciones todas firmadas por autoridades y dirigidas tanto a intelectuales y periódicos de cobertura nacional y continental.

Todos los periódicos, a través de esa red de amigos que lo comunicaban a otros amigos, proclamaban la grandeza de una obra que acababan de leer en borradores o por fragmentos. Esta anticipación colectiva, y el tema del libro que era propugnado como un espejo en que todos los latinoamericanos podían ver reflejada la historia y paradoja de sus propios países, provocaron un ambiente propicio a la publicación que exaltó la curiosidad de tantos e hizo desaparecer la primera edición (8000 ejemplares) en 20 días, situó el libro en el ranking de los más vendidos en los periódicos y provocó la petición de ejemplares en librerías fuera de Argentina.

La distribución de *Sudamericana* también fue ejemplar: el sistema de ventas en Quiosco (casetas en las que se vendían cigarrillos, dulces, periódicos y libros, de las que en Buenos Aires había más de cien, a razón de 3 por cuadra), además de la entrega en 1972 del premio Rómulo Gallegos (el presidente del jurado era el primer ganador del galardón, Vargas Llosa), la traducción inmediata a lenguas con grandes audiencias lectoras (francés, inglés), mantuvo un público cautivo, ávido, subyugado e inquietado por tal despliegue.

Vale aclarar que ese despliegue mediático no fue premeditado, sino una red de coincidencias detonadas por la vida, por la época y sobre todo por calidad de la obra.

Efecto dominó

Todas las variables armonizaron: tenemos a una sociedad ávida de entender sus destinos sociales, a unos escritores que propugnan la autodeterminación y la emancipación cultural de América en tribunas públicas, un García Márquez ejemplar que se arruina en México mientras escribe una obra de día y en la noche acude a fiestas y francachelas con la élite cultural mexicana (la misma que más adelante provocará la algazara de anticipación antes de ser publicada.) Tenemos la variable de los críticos extranjeros, que sigue aún vigente porque las obras nunca serían ponderadas de la misma forma por los connacionales de un autor hasta cuando un crítico extranjero les descubre una miopía, fieles al precepto de que sólo es importante lo que es reconocido afuera: los críticos como Luis Harss y Monegal y Ángel Rama son aquí fundamentales para proclamar cánones, inventarse vanguardias y asentar las bases de una tradición. Tenemos el surgimiento del agente literario como regulador y promotor entre editores y escritores y de las fronteras explotables de la edición: barreras de lengua, de términos de contratos, de derechos por tiraje y por idioma surgen con Carmen Balcells. Tenemos el poder de la prensa y de los medios escritos que se elevaría, justo por los años 60s, casi al mismo nivel del poder político y militar entre la opinión pública: la prensa capaz hacerle pasar la renuncia a un presidente de Estados Unidos, sería capaz de prestigiar o pulverizar cualquier fama y prestigio. Y tenemos esa larga cadena de editores de oficio que hicieron de la edición en América en el siglo XX un milagro: Antonio López (fundador Sudamericana) Francisco Porrúa (Editor Sudamericana), Victoria Ocampo (Fundadora Sur) Carlos Barral (editor y fundador de Seix Barral), Daniel Divinsky (fundador editor Ediciones de la flor), Mario Muchnik (Muchnik editores), Espresate, Rojo y Azorín (cofundadores de ediciones ERA), Alberto Aguirre (Fundador Aguirre Editor, Colombia), Juan José Arreola (Escritor y editor, fundador de Los presentes, embrión del Fondo de Cultura Económica), Sergio Galindo (fundador Editorial Universidad Veracruzana), Gonzalo Losada, Pedro Henríquez Ureña (Fundadores de Editorial Losada), Ángel Rama (fundador de Biblioteca Ayacucho) Arnaldo Orfila (Fundador Editorial Siglo XXI), Simon Alberto Consalvi y Benito Milla (cofundadores de Monte Ávila Editores),

ávidos lectores que aún cumplían la función de rastrear talentos, leer las obras, acompañar la fijación de los textos y procurar que llegaran al mayor número de la población a precios coherentes con la sociedad a la que se pretendía impactar.

Para el caso de *Cien años de soledad* otra flauta habría sonado si hubiera sido publicada por una editorial distinta a la orientada por Francisco Porrúa. Sudamericana tenía por la época un plan editorial que incluía la edición de un libro diario en tirajes de bolsillo, al alcance del asalariado argentino (*Cien años de soledad* costó 650 pesos argentinos, 15 pesos colombianos, 2 dólares época, que son 12 dólares de hoy). Un libro valía entonces lo que cinco periódicos (hoy un libro de Alfaguara en Colombia vale lo que doce periódicos dominicales) y entre el ranking de más vendidos podía contarse *La bastarda* de Violet Leduc, *Bestiario* de Cortázar, *Las Cosmicómicas* de Calvino, *El retorno de los brujos* de Bergier-Pauwels, *Sobre héroes y tumbas* de Sábato y *Cien años de soledad*. Hoy la lista de los más vendidos en Colombia tiene la biografía de un político, uno de Pablo Cohelo, cuatro mil páginas de vírgenes vampíricas, mil ochocientas de escenas eróticas y el libro de adultos de la escritora de *Harry Potter*.

El truco de *Cien años de soledad*, para sintetizar, fue el siguiente: a la estrategia de distribución y publicidad de Suramericana (en quioscos populares y con costo accesible), hay que sumar las conexiones de autor y el hecho de ser comentado y advertido en medios influyentes de países distintos que lo catalogaron como obra maestra irrefutable, y la eminente calidad de la obra. Como motores concretos hay que destacar a los críticos, a los amigos influyentes, a la agente literaria y a la rápida traducción. En resumen, a García Márquez le ayudó tanto la inclusión de su nombre entre autores pares de Latinoamérica (la antología que organiza el mapa de la literatura en español, *Los Nuestros*, de Luis Harss), como la naturaleza familiar y fundacional del texto, como el sistema de referencias personales (por recomendación de Fuentes, Luis Harss jamás lo habría incluido para una antología de escritores latinoamericanos cuyas características es que tenían notables exploraciones formales en sus obras y que estaban empeñados en

hacer novelas que fueran retratos absolutos de sus países; novelas que recogieran toda la complejidad, y toda la riqueza cultural de sus sociedades; novelas como las de William Faulkner y Virginia Woolf, pero también como Pedro Páramo, Macunaíma, Gran Sertón Veredas, Adán Buenos Aires o Memorias póstumas de Blas Cubas que empezaron a ser reivindicadas por los autores del boom). También le ayudó a dar el salto a los primeros reglones de ventas la buena recepción crítica y la gestión de una agencia literaria (a través de Luis Harss, Carmen Balcells se interesará por conseguir la obra de García Márquez para completar su imperio de derechos de autor y consolidarlo) casi tanto como el empuje de los espaldarazos públicos (antes de que saliera a la venta *Cien años de soledad* Carlos Fuentes publicaría esos dos elogios en medios de cobertura continental y Cortázar haría lo mismo tras leer un capítulo y la crítica de Fuentes, acaso empujado por el entusiasmo del primero y Vargas Llosa, joven aún, pero coronado con dos premios internacionales consecutivos, Seix Barral y Rómulo Gallegos haría lo propio en los medios a su alcance y más adelante le dedicaría su tesis doctoral en la Complutense de Madrid y un voto para premiarla en el Rómulo Gallegos en 1972). Hay que destacar el papel de Ángel Rama como crítico en la academia norteamericana, y las traducciones gestionadas por Carmen Balcells que llevaron la obra a ser éxito en Estados Unidos (Columbia University le otorga un doctorado honoris causa a García Márquez, al cual no puede asistir porque le niegan la Visa). Hay que añadir cada uno de los eventos posteriores que lograron un consenso ante la calidad de la obra y el eco de los actos políticos con la figura del autor que se canalizó en ventas: la defensa férrea de la revolución cubana a dos voces, con Cortázar, aun cuando Fuentes y Vargas Llosa se bajaban de la barca, o la ruptura convertida en puesta en escena por Vargas Llosa al darle un puñetazo en el Palacio de Bellas Artes de México, la fundación de la revista radical Alternativa en los tiempos del esplendor guerrillero y de la agitación profesional en Colombia, la defensa de los presos políticos, su trabajo constante en el periodismo, las investigaciones adelantadas por un ejército de especialistas internacionales, los epígonos que quisieron repetir el fenómeno imitando su estilo y el Premio Nobel de literatura 1982.

De modo que la edición de un clásico moderno y un larga duración de ventas surge con *Cien años de soledad* como un aparato mediático trasnacional nunca antes aplicado a la obra de un autor latinoamericano. *Cien años de soledad* revoluciona la forma de promocionar y vender libros. La aparición de los agentes editoriales que deciden la editorial territorialidad y las traducciones y el tiempo de concesión de derechos, nace con Carmen Balcells cuyo poder deriva del éxito inicial de obras como esa. Dijo García Márquez en otra entrevista concedida a Plinio Apuleyo Mendoza que antes de Carmen Balcells los escritores firmaban contratos de concesión de derechos para la eternidad. La visión de una edición supranacional, ideologizada, industrializada, obliga también a Sudamericana a implementar una distribución organizada: las casetas (quioscos) usadas de punto de venta y aproximación a las clases populares que no necesariamente son lectoras de tiempo completo surte efecto al descentralizar los libros de las librerías. El tiempo del boom es el tiempo de los periódicos combativos, de las universidades enardecidas, del sueño socialista, de los tirajes masivos: en solo el centro de Buenos Aires hay un centenar de quioscos. El solo surtido de los mismos hace desaparecer la primera edición de *Cien años de soledad*. Recordaba Tomás Eloy Martínez que empezó a creer de veras que esa novela estaba en la pirámide de los más vendidos cuando vio el libro metido en un canasto de mercado, entre las verduras y los tomates de un ama de casa. *Cien años de soledad* es así el paradigma de la edición en español, el libro que todos hubieran querido descubrir y editar, el libro que infla la ambición de generaciones de escritores venideros, el libro que debió pesar a Carlos Barral por no haber leído cuando fue propuesto a Seix Barral, la prueba de que la literatura servía para ganarse la vida e influir en la sociedad. Es, en últimas, el libro que tantos soñarían escribir, en un gremio con más ambición que disciplina: un libro aceptado por unanimidad como obra maestra.

¿Es posible que el boom se repita?

Siempre es posible que todo se repita, hasta la vida. Se requeriría una crisis colectiva, una revitalización de la lectura (¿a causa de internet?) y un

reconocimiento de la literatura entre países que hablan la misma lengua y comparten tragedias y destinos parecidos. Pero la pregunta es: ¿debemos esperar algo de los mercaderes de la literatura o de los autores de la literatura? ¿Para qué un nuevo boom mientras la aspiración sea la emisión masiva de libros y el nivel de ventas antes que el sentido profundo de una literatura relacionada con el espíritu de las sociedades, con sus tragedias y su memoria y con la altura del idioma?

Hoy, cuando el poder de la prensa se ha envilecido por la pobreza de las redacciones y por la pérdida de hegemonía de los medios tradicionales (a la par de la ausencia de la cultura en la prensa informativa), la edición y la literatura no cuenta con sus viejos aliados. Pese a que Latinoamérica tiene hoy con una mayoría de población rejuvenecida y se ha acelerado la proliferación de la vida urbana, hoy los conflictos sociales siguen siendo los mismos, pero multiplicados por trescientos cincuenta millones de hablantes y la sociedad ya no clama por revolución sino por revaluación. La realidad nos dice que el papel crítico de los escritores comprometidos se ha fosilizado en esa defensa del liberalismo bancario en que lo convirtió Vargas Llosa (secundado por Fuentes antes de morir), pero que a las generaciones de escritores actuales no les interesa tomar como bandera ninguna postura política, ni una dimensión humanística ni una corriente filosófica; que la influencia real de los intelectuales se reduce al candidato por el que la gente debe o no debe votar, que el último gran intelectual capaz de interpretar toda la complejidad de la sociedad y sintetizarla en los párrafos de un ensayo murió con Monsiváis. Basta leer lo que se edita y se premia y se difunde hoy como grandes obras de promesas literarias para comprobar que la edición se convirtió en una nueva búsqueda de El Dorado y que en ese camino un éxito editorial (eso creen los mercaderes de la cultura) lo mismo puede provocarse apuntando baterías y editando lo que exalta a la sociedad: el Fútbol (durante los mundiales), las conspiraciones políticas (durante las elecciones), las drogas (persecución y submundo de consumos, durante las coyunturas violentas) o tendencias de género que provienen de éxitos en otras lenguas (sagas vampíricas, sagas eróticas, thrillers de toda clase).

La aspiración legítima de los editores y de los escritores es desear que se repita un momento de esplendor del arte, y no la cadena de dividendos económicos que provoca un conjunto de libros en tiradas masivas. Pero hay problemas de fondo que se oponen a la repetición de cualquiera de las dos caras del boom cultural y del boom comercial hoy: el abismo que media entre lectura y educación, y la frontera invisible entre cultura y diversión. La especulación bursátil volvió a la edición una parte ínfima de grandes conglomerados empresariales que acaparan todos los sellos y que sacrifican la calidad literaria por las perspectivas de ventas. A causa de la pauperización de la literatura (a manos de shows culturales y escritores de cuarta pasados como grandes intelectuales cuando solo son impostores que acuden a festivales de vedettes a posar de liberales y ventilar las curadurías de los próximos premios, y premiar a sus amigos), parece que lo único que retomaron las generaciones actuales del boom fue la herencia mafiosa. La pregunta sobre la posibilidad de otro boom, imaginado como el retorno de una época de oro de la literatura latinoamericana, debería cuestionar antes si es posible reunir de nuevo una generación de escritores con oficio constante y visión crítica, con exploraciones formales que renueven la visión de la vida, la estética literaria y el pensamiento; autores que se arriesguen a señalar los lastres de la sociedad en que viven y a develar las categorías e ideas que conciernen a esta época.

VII

Edición en Colombia: peso, para no desvanecerse en el futuro

Colombia es un país sin industria. Ni petrolera (los extranjeros se llevan el crudo y el gobierno importa luego la gasolina), ni cafetera (dos dólares la libra en Nueva York y cinco la de pasilla en un supermercado nacional), ni editorial. No puede serlo en términos editoriales por volúmenes de edición (España en crisis produce 76.000 títulos al año en tirajes de 2000 ejemplares, multipliquen ustedes para obtener el número de ejemplares disponibles), ni por compras, ni por índices de lectura, ni por perspectivas de crecimiento: se requeriría un aumento en la escolaridad y una cobertura universitaria universal para que la formación impacte la lectura como motor del conocimiento y de la industria editora, y un incremento del salario en los sectores más poblados de la sociedad (que son los más pobres) para que, entre celulares y televisores y otros oropeles asciendan de clase comprando algunos libros.

Lo que tenemos es un país con una vocación de apertura comercial en el que se han ido instalando editoriales extranjeras con sus maquilas. El hecho de que ese país tenga salida por dos mares y una línea recta que conduce a China juega hoy un papel determinante en la atracción de capital extranjero, porque la producción China abarató los costos de manufactura de libros y las mayores casas de edición mandan a imprimir allá lo que compramos en el supermercado aquí: Alfaguara, Planeta, Random House, Panamericana, la desaparecida casa editorial Norma (de capital canadiense, para los que se tragaron el cuento de que con su cierre se acababa una gran editora nacional). En este mundo controlado por finanzas, la industria editorial se mueve en la esfera de la especulación bursátil y de las asociaciones estratégicas (esta semana Random House y Penguin, las dos editoriales de capital más grande del mundo unieron capital financiero para constituir una nueva empresa y enfrentar el empuje de Google, Amazon, Apple y los grandes pulpos tecnológicos). Mientras tanto, cada una sigue adquiriendo sellos pequeños (Random House compró hace dos meses a editorial Tusquets de España) para unificar el monopolio en todos los países donde

tienen intereses.

La industria editorial se mueve por caminos divergentes del interés cultural. Si un editor de una gran casa comercial advierte que un libro no agotó el tiraje en un año, ordenará pasarlo a la lista de los que serán convertidos en pulpa para papel ordinario por más méritos literarios que pueda tener. Un libro que corra tal suerte seguirá prácticamente siendo apócrifo. Esto es un efecto natural de la producción en masa del capitalismo contemporáneo: la obsolescencia caduca. Se produce en masa para inundar, y se deshecha para inundar de nuevo los mercados con otra cosa que capte el interés de la clase ociosa. Un libro, como un yogurt, como una cuchilla de afeitar, contrae fecha de vencimiento una vez llega al canal del mercado y esto ocurre para que la industria no desacelere ni descompense el surtido de novedades. Si un editor define a su oficio como el de alguien que dice NO, es porque no es editor sino el representante comercial de una firma que produce libros. Si los editores de hoy aspiran a convertir en industria su sello, simplemente están perdidos como editores. El sueño de todo editor (legítimo) solía ser: encontrar una obra que haya alcanzado las alturas del idioma y que se dejara leer por grandes y por chicos, por ignaros y por lectores calificados, que no produjera vergüenza el haber editado y que se vendiera tanto como Cien años de soledad. Un noble sueño, pero no un noble objetivo. Al menos hoy ya no lo es. La labor del editor se aleja cada vez más de la búsqueda estética de la biblioteca utópica que debe tener un lector en su cabeza. Su oficio, tal y como ha sido replanteado por el capitalismo, no consiste en descubrir, seleccionar, acompañar y proponer una obra del pensamiento al mundo, sino en imaginar el deseo del mundo (o crearlo) para vender un "contenido". Los libros ocupan una gaveta más en la oferta de embelecocos que se venden para la distracción de la humanidad. Una editorial que aspire a producciones industriales, es una utopía que viste de rosado una armazón de hierro que no descansa, porque si descansa, pierde dinero y si pierde dinero no debe existir.

Aun muchos siguen creyendo que la edición sólo es posible con grandes inversiones, con grandes influencias y con grandes despliegues mediáticos. Para un novel editor que se precie de serlo, tal vez la pregunta esencial para

poder vivir tranquilo sea esta: ¿Es necesario llegar a una audiencia de millones? Y es una pregunta dirigida tanto a editores nuevos como a escritores nuevos, porque vamos a un mundo de escritores-editores. Con internet, que ha transformado las textualidades y los modos de acceso, las audiencias están fragmentadas. En ese sentido, no es necesario ni urgente llegar a la mayoría, sino a una comunidad lectora ideal. Y el plan del editor debe contemplar una estrategia de aproximación a las redes donde están sus pares espirituales. Aquí hay que desenmascarar otro mito tecnológico: los escritores que vienen tendrán internet para publicar sus textos y encontrarán sus lectores. Tal vez, pero no así de fácil: antes van a tener que resolver, como todo el mundo, el problema de la subsistencia con oficios distintos y trabajos a los que se les mitigue el tiempo que requiere la escritura para espesar. El usufructo de la literatura cambiará y depurará el oficio. En la era de internet, ganarse la vida con la literatura va a ser igual de difícil a los tiempos de Balzac. El asunto, que late de fondo, desde los tiempos de Balzac, sigue vigente aunque traten de maquillarlo: hacer gran literatura hoy es tan difícil como en el siglo XVIII. La forma de difundirla y la realidad textual de la palabra es lo que ha cambiado internet, y eso también habrá que aprenderlo. Por suerte, la literatura no se mide por la cantidad de lectores que tenga, o por los potenciales que pueda tener. De ser así, la señora que escribió Harry Potter sería más influyente en la literatura universal que Joyce y no lo es. Con cinco lectores cultos, clarividentes e influyentes, repartidos en línea por cada siglo, se puede llegar a quinientos años de distancia. O se podía. Ejemplo: Bolaño que leyó a Borges que leyó a Schwob, que leyó a Chesterton, que leyó a Blake, que leyó a Milton, que leyó a Swedemborg, que leyó a Dante, provocó el interés de muchos sobre alguna obra de sus precursores. Esa es la posteridad.

El tiempo de los derechos de autor sigue aumentando con los tratados de libre comercio con Estados Unidos (por exigencia de la industria del entretenimiento). En Estados Unidos no se puede cantar el Happy Birthday en un restaurante porque hay que pagar derechos a la empresa que patentó esa canción estúpida. En Estados Unidos la industria del entretenimiento amplía en diez años la liberación de derechos de autor cuando están por

vencerse los derechos de Walt Disney (el dato de Robert Darnton). La exigencia de los editores y los autores y la lucha de los activistas del copyleft y las licencias de libre acceso que miran al futuro debe ir encaminada a la discusión y concertación de esos límites: ¿cuántos años deben pasar después de la muerte de un autor para que cualquiera pueda editarlo? ¿Setenta? ¿Cien como quiere Walt Disney INC? Eso llevará también a revisar los términos de los contratos editoriales con autores vivos y el papel de los agentes que representan autores: ¿Por qué un escritor debe firmar derechos a más de dos años a un editor que tiene el derecho a convertir en pulpa lo que no vende? Ante los cambios insospechados que acarrea internet, un autor no debe ceder los derechos de su obra por tiempos indefinidos ni por intervalos premediáticos. En diez años todo ha cambiado en la forma de transmitir información y conocimiento: Twitter, Facebook, Blogger, Tumblr no existían hace diez años. La realidad textual hoy es internet. Internet es el medio de medios: es la forma de comunicarse, de informarse, de divertirse; es la herramienta para estudiar. Editar en internet será tan válido y simple para las generaciones venideras como el cine visto en línea o el dibujo sobre pantallas. Un libro o un blog, o un texto con hipermedia en internet estará disponible universalmente. La barrera que impida acceder a él será la barrera del idioma, o de las censuras gubernamentales que bloqueen las páginas, o la exclusión de los motores de búsqueda por no tener indexación (esto van a tener que solucionarlo los motores, no los editores-autores), o las barreras para el pago. Por ahora, mientras la industria del papel siga activa, convivirán las dos formas: la digital y el libro físico. Y en ese espacio ambiguo es donde las ediciones limitadas no tienen riesgos económicos graves para un editor nuevo: contamos con impresoras rápidas, con variedades de papel económico, con herramientas para diseño al alcance de cualquiera. Las audiencias hiperfragmentadas pueden responder a ambas formas de edición articulando la edición de calidad en físico y digital a bajo costo con una estrategia de contactos en red: el poder de convocatoria de internet es extenso y el objeto libro aun requiere peso para no desvanecerse en el futuro. La última apretura para la edición digital será la entrada del dinero virtual al sistema de compras. En perspectiva, los aspectos que seguirán determinando a la labor editorial y que decidirán su devenir pueden

reducirse a estos: 1. El tiempo de los derechos y las barreras de difusión y libre acceso (idiomáticas, políticas, tecnológicas y de censura) ante internet. 2. La buena curaduría de los editores marcará la validez y calidad de su oficio. 3. Los cambios de textualidad.

Agradecimiento a: **Manuel Gil, Alberto Bejarano, Margarita Valencia, Marc Caellas, Erna von der Walde, María Paula Ronderos, Julio Paredes, Alberto Vélez, José Luis Falconi, Arturo Higa Taiga, Olga Lucía Lozano.**

Bibliografía esencial:

Los demasiados libros, Gabriel Zaid, Anagrama

El coloquio de los lectores, Robert Darnton, FCE

Las razones del libro, Robert Darnton, Trama [[Acerca de Darnton](#)][[Fragmento](#)]

Las dos culturas, Charles Percy Snow, BLAA [[Polémica](#)] [[Texto](#)]
[Teoría de la clase ociosa](#), Thorstein Veblen

Diario, Angel Rama, Trilce

[El boom en perspectiva](#), Angel Rama

[La ciudad letrada](#), Angel Rama

Fragmentos de Memoria, Giulio Einaudi, Edicions Alfons El Magnanim, Valencia, IVEI

El control de la palabra, Schiffrin, Anagrama

Confesiones de una vieja dama indigna, Esther Tusquets, Bruguera

Cien cartas a un desconocido, Calasso, Anagrama

Por orden alfabético, Jorge Herralde, Anagrama

Fueras de serie, Malcom Gladwell, Punto de lectura [[Aquí una reseña](#)]

Tras las claves de Melquíades, Eligio García Márquez, Norma

[Efímeros instantes](#), [blog Paradigma Libro](#) Manuel Gil, Trama

La pregunta por el texto en el siglo XX, Alberto Bejarano, conferencias Instituto Caro y Cuervo

[La noche de los proletarios](#), Jacques Ranciere

Otras fuentes:

I ¿Editar en Colombia?

Lista ampliada, Novela de la violencia en Colombia

Sobre Ediciones de Alberto Aguirre

Editorial Bedout cumple 100 años

La población y la calidad de vida en el siglo XX, Rafael Gómez Henao

Literatura colombiana: un fraude a la Nación, Gabriel García Márquez

Estadísticas del libro en Colombia 2010, Cámara colombiana del libro

II Índices de lectura en Colombia

*La odisea de publicar un libro; Téllez, Hernando, Textos no recogidos en libro 2, Instituto Colombiano de Cultura, 1979 [Pg 654]

Estas cifras de crecimiento de consumo de internet las hace el departamento de estadística (Dane), pero están desglosadas en colombiadigital.net

Encuesta Consumos culturales en Colombia, DANE 2010 [Ver tiempo libre: periódicos y libros]

¿Para qué se lee y se escribe en la universidad colombiana?

Análisis para qué se lee y se escribe en la Universidad Colombiana, Graciela Uribe Alvarez Universidad Javeriana

Debate, lectura en Colombia, El Tiempo

"La proporción de colombianos en edad de trabajar que afirman leer habitualmente cayó de 67,9% en 2000 a 65,9% en 2005. Este resultado debe ser evaluado con precaución, pues la expresión lectura habitual no cuenta con una definición en los manuales utilizados por los encuestadores en 2000 y 2005. De esta manera, la interpretación de este término depende de la subjetividad del encuestado, lo cual dificulta la interpretación de las estadísticas resultantes sobre lectura habitual. No obstante lo anterior, a continuación revisamos

respuestas derivadas de la pregunta “¿Qué lee habitualmente?”. Según esta indagación, el número de personas que manifestó no leer habitualmente aumentó de 28,6% a 31,1% de la PET. Entre tanto, los encuestados que indicaron la opción no sabe leer cayeron de 2,9% a 2,7% de la PET en el mismo lapso.”

III Los libreros y la sohotización de la literatura

*Censo de librerías en América Latina, Cerlalc

http://www.cerlalc.org/secciones/publicaciones/boletin_red_de_librerias/boletin_17/estadisticas.htm

Estadísticas del libro en Colombia 2010, Cámara colombiana del libro:

<http://licitaciones.camlibro.com.co/boletin/Estadisticas%202010/Estadisticas%202010.pdf>

Hábitos de lectura en Colombia, 2006

http://www.cerlalc.org/redplanes/boletin_redplanes2/imagenes/documentos/3_Habitos_lectura_Fedesarrollo.pdf

IV Edición digital: la invasión de los caracoles africanos

Ver información sobre cifras de libro digital en España:

* <http://antinomiaslibro.wordpress.com/2011/12/22/cuando-las-cifras-confunden/>

Cifras de libros en Iberoamérica, Cerlalc

http://www.cerlalc.org/files/tabinterno/7ad328_Libro_Cifras_Ago2012.pdf

Perspectivas del libro digital en España II:

http://www.mcu.es/libro/docs/MC/Observatorio/pdf/situacion_librodigital_2.pdf

Blog Enrique Vila-Matas:

<http://www.blogenriquevilamatas.com/>

V Editoriales independientes en Colombia

*Impuesto al Cómic derogado a comienzo de 2013.

Las nuevas editoriales independientes, Revista Cartel Urbano
<http://www.cartelurbano.com/content/las-nuevas-editoriales-independientes>

La ruta de la Independencia, nuevas editoriales colombianas, Revista Arcadia
<http://www.revistaarcadia.com/libros/articulo/la-union-hace-fuerza/29777>

La madriguera del conejo
<http://www.lamadrigueradelconejo.com>

El árbol de tinta
<http://arboldetintalibros.wordpress.com/2012/05/15/bogota-masacre-zombie-parte-1-de-5-juan-pablo-silva-elias-historia-dibujo-y-portada-goup-comics-ed-2012/>

La valija de fuego
<http://librerialavalijadefuego.blogspot.com/>

VI Cien años de soledad, ¿cómo ocurrió el Boom?

Tras las claves de Melquíades, Eligio García Márquez, Norma 2001

El boom en perspectiva, Angel Rama

Otras Fuentes en línea:

Editorial Era, historia

Video: Boom de la literatura latinoamericana

Primera edición legal de *Cien años de soledad* en China

Artículos relacionados:

Top de los más vendidos de todos los tiempos

Entrevista a Daniel Divinsky, Ediciones de la flor

La historia de Monte Ávila Editores en Argentina

Los presentes, ediciones de Juan Jose Arreola

Siglo XXI y las editoriales de izquierda

Mario Muchnik sobre el oficio de editar:

Obituario de Alberto Aguirre (Aguirre editor), por Héctor Abad Faciolince

Entrevista a Alberto Aguirre

Editorial Sudamericana, entrevista a Gloria Rodríguez, hija del fundador

Emecé, entrevista a Bel del Carril, hijo de Bonifacio del Carril, editor primera generación de la editorial

Losada

Entrevista a Jorge Laforgue, editor

VII Edición en Colombia: peso para no desvanecerse en el futuro

España en crisis produce 76.000 títulos al año en tirajes de 2000

<http://www.ine.es/prensa/np704.pdf>

Random House y Penguin, las dos editoriales de capital más grande del mundo unieron capital financiero para constituir una nueva empresa

[http://cultura.elpais.com/cultura/2012/10/29/actualidad/1351502178_282985.h
tml](http://cultura.elpais.com/cultura/2012/10/29/actualidad/1351502178_282985.html)