

Del libro impreso al documento digital. Fin de un ciclo histórico para la edición contemporánea

Jean-Yves Mollier*

Fue en mayo del 2000, durante el 26° Congreso de la Unión Internacional de Editores en Buenos Aires, cuando Dick Brass, vicepresidente de Microsoft, anunció la desaparición del último diario y del último libro impresos sobre papel para el 2018. En ese momento reinó un silencio de muerte entre los setecientos profesionales presentes repentinamente consternados. Una persona ajena al medio profesional venía a romper el encanto y a proclamar la muerte del codex en estas reuniones donde, hace más de un siglo, los editores de todo el mundo intentan celebrar el inexorable crecimiento del libro y, en general, el de la economía editorial.

El cuaderno, que se componía de algunos folios, apareció en Occidente en el siglo I o II después de Cristo adoptándose inmediatamente como el mejor formato para leer textos largos, hasta que conoció su evolución decisiva cuando Gutenberg y compañía pusieron a punto la imprenta de tipos metálicos móviles alrededor de 1455, en Maguncia. La imprenta, base de la revolución de la comunicación¹ y pilar fundamental para el desarrollo de las lenguas vernáculas que remplazaron de a poco al latín, se desarrolló de manera excepcional a principios del siglo XVI, extendiéndose por el mundo a la velocidad de los barcos de vela o de las mulas que la transportaban. La Iglesia católica se preocupó realmente ya que la reconocía como la causa esencial del progreso de la Reforma protestante. Además, no podía tolerar el adagio humanista del Renacimiento: *Ut librisintliberi* (allí donde hay libros los hombres son libres), que ponía de manifiesto las consecuencias de una revolución con prácticas culturales. Y todavía no había visto el surgimiento de la ilustración y su símbolo, la **Enciclopedia** de Diderot y d'Alembert que cruzará el océano Atlántico proponiéndole al mundo entero un nuevo culto, el de la Razón, juez supremo de todas las cosas, incluso de la teología.

Precisamente, por el éxito extraordinario que tuvo la colección de libros —24 000 series en todo tipo de formatos comercializadas entre 1750 y 1980, escribirá Robert Darnton—² nació la edición, fruto de una nueva evolución en el seno de los oficios del libro. Como se había vuelto imposible e impensable continuar trabajando como lo hacían los libreros de antaño, Charles-Joseph Panckoucke, el segundo editor de la **Enciclopedia**, con el objetivo de buscar nuevos compradores, substituyó la lógica de la oferta por la de la demanda, sistematizó la publicidad, descentralizó la impresión de volúmenes, transformándose en algunos años en el “ministro extraoficial de Información” de su país.³ Como había comprado todos los diarios disponibles en el mercado, era a la vez el hombre más temido y el más buscado del reino de Francia, un editor *avant la lettre* o el arquetipo de los británicos Longman, Macmillan, Routledge y Smith, los alemanes Brockhaus y Reclam y los franceses Louis Hachette, Jules Hetzel y Pierre Larousse.⁴ El siglo XIX vio surgir, un poco por todas partes, a estos editores *self-made men* en sintonía con su época, sin demasiados escrúpulos, verdaderos aventureros del libro y del diario, en definitiva, emprendedores de la imprenta. El siglo XIX, considerado con justeza como “el siglo de los editores”, contribuyó a

* Centre d'Histoire Culturelle des Sociétés Contemporaines / Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines.

1 Elizabeth E. Eisenstein, **The Printing Revolution in Early Modern Europe**, Cambridge (Mas.), Cambridge University Press, 1983.

2 Robert Darnton, **The business of Enlightenment. A Publishing History of the Encyclopédie. 1775-1800**, Cambridge (Mas.), The Belknap Press and Harvard University Press, 1987.

3 Suzanne Tucoo-Chala, **Charles-Joseph Panckoucke et la librairie française. 1736-1798**, Pau, Marrimpoueyjeune/Paris, Jean Touzot, 1977.

4 J.Y. Mollier y Marie-Françoise Cachin, “A Continent of Texts : Europe 1800-1890”, **A Companion to The History of the Book**, ed. de S. Eliot and J. Rose, London and New York, Blackwell Publishing, 2007, p. 303-314.

levantar poderosas dinastías, montando un imperio en un campo preciso —un “nicho” dirían los economistas—: el escolar que fue primer mercado prometedor, el jurídico, la medicina, la vulgarización y naturalmente, la ficción o *novel*. El triunfo de la novela permitió a los autores franceses y británicos —Alexandre Dumas, Charles Dickens, Victor Hugo y Jules Verne en primer lugar— universalizarse y estimular a millones de hombres y mujeres a leer las aventuras más o menos melodramáticas que habían imaginado.⁵

En el siglo siguiente, el XX, desaparecieron los grandes linajes de editores en beneficio de las empresas de edición, sociedades anónimas que manipulaban millones de francos, libras o dólares. Entre los años 1980-2000, los gigantes de la comunicación se enfrentaron para quedarse con el mercado editorial en las lenguas más rentables, inglés, español, francés, alemán y portugués. La batalla se desató entre Pearson, líder mundial de origen británico, Bertelsmann, de origen alemán y reciente dueño de la norteamericana Random House, Hachette, número uno en Francia, Gran Bretaña y Australia, y Reed Elsevier, Wolters Kluwer y Thomson Reuters. En mayo del 2000, cuando el patrón de Microsoft tomó la palabra en Buenos Aires, todavía estábamos muy lejos de temerle al poder de GAFAM (Google, Amazon, Facebook y Apple) o de GAFAM (si agregamos Microsoft), estos cuatro o cinco caballeros del Apocalipsis moderno de los cuales algunos todavía no habían nacido.⁶ De hecho, en los pasillos del 26° Congreso de la Unión Internacional de Editores se hablaba de la *performance* de AOL Time Warner, grupo constituido en 1998 y disuelto en 2006, o de los riesgos que corrían los editores frente a la amenaza de las todopoderosas cadenas de librerías, Barnes and Noble o Borders.⁷ Por lo tanto, nadie imaginaba las perturbaciones que el libro electrónico de manera tímida en 2000-2002, las *tablets* y los *smartphones* a partir de 2006-2007, engendraban en el estable universo de la edición que se había logrado mantener durante casi dos siglos.⁸

Puesto que la edición nació en Europa entre 1770 y 1830 y que no existe ejemplo de ningún *artefacto* humano que perdure más de cierto tiempo, es legítimo preguntarse si la edición no está quedándose sin aliento, amenazada por el surgimiento de un *Alien* un poco más preocupante del que imaginó Stanley Kubrick en **2001, Odisea en el espacio**. Es cierto que las Casandras que anuncian cada tanto la muerte del libro o la desaparición de la lectura siempre se han equivocado, porque lo confunden con el formato que no es más que un simple vehículo. Pero más allá de esto, el peso que adquirieron Amazon en la distribución del libro, Google con la posesión de una biblioteca digital inmensa o incluso Facebook con la promoción de *bestsellers*, amerita que nos interroguemos sobre el futuro de la edición tal como la conocemos. La pulseada entre Amazon y Hachette Book Group, que tuvo lugar en Estados Unidos en 2014, por la renegociación del contrato que los vinculaba para difundir volúmenes en papel y documentos digitales del grupo Hachette, demostró la gran capacidad de perjuicio que tiene un gigante (Amazon) con 90 mil millones de dólares de ganancias en 2015, frente a un enano (Hachette) cuyos 2 mil millones de dólares de ganancias que de repente parecen ridículos para poder resistir a un Gulliver listo a devorarse todo y asentar su dominio en el “*e-commerce*”.⁹ Ya lo hemos visto, en quince años los principales problemas en materia de evolución de la edición se renovaron completamente. La financiarización de este universo ya no es lo que problematiza a los espíritus, ni las fusiones y absorciones que alimentan las crónicas periodísticas, como ocurrió cuando se vendió Vivendi Universal Publishing a Hachette Livre o el Grupo Planeta se quedó con Editis, Rizzoli Corriere della Sera con Flammarion y Bertelsmann con Random House. En 2014-2015 un libro autoeditado en internet, **Fifty Shades of Grey**, obtuvo éxito mundial luego de haberle llamado la atención a un club de internautas y se imprimiera en papel por un editor tradicional que generó el *buzz*. Lo que anuncia, tal vez a tiempo, la desaparición de una forma de mediación entre el autor y los lectores: la edición, tal como la hemos visto vivir y crecer durante casi doscientos años.

5 Peter Brooks, **L'imagination mélodramatique** [1976], reed. París, Classiques Garnier, 2011.

6 J.Y. Mollier, **Une autre histoire de l'édition française**, París, La fabrique éditions, 2015.

7 J.Y. Mollier, **Édition, presse et pouvoir en France au XXe siècle**, París, Fayard, 2008.

8 Frédéric Martel, **Smart. Enquête sur les Internets**, París, Stock, 2014.

9 J.Y. Mollier, **Hachette, le géant aux ailes brisées**, París, Editions de L'Atelier, 2015.

La revolución de la imprenta

Hoy lo sabemos mejor que cuando se publicó el libro de Elisabeth Eisenstein en 1983, la aparición de la imprenta en Occidente provocó una revolución, por más que por un largo tiempo se siguió usando el manuscrito, principalmente, en Oriente ya que los calígrafos, encargados de cuidar la difusión del **Corán**, hicieron lo imposible por impedir o retrasar la instalación de la misma.¹⁰ En otros lugares, los *scriptorias* instalados en las abadías tuvieron que adaptarse y muchas órdenes religiosas aceptaron con entusiasmo las prensas de madera, fáciles para transportar a Asia, donde los jesuitas las utilizaban, o más tarde a África, donde los Padres Blancos las pusieron al servicio de las misiones de evangelización. Las millones de **Biblias** o de fragmentos del libro sagrado diseminados en el universo por las incontables misiones católicas, calvinistas, luteranas, presbiterianas, metodistas o anglicanas durante el siglo XIX, son la prueba de la capacidad de las Iglesias cristianas para transformar un instrumento creado por el demonio —primer análisis de la Santa Sede— en una herramienta puesta al servicio de su visión de mundo.¹¹ Del mismo modo, el Islam retomó desde fines del siglo XX su carrera misionaria multiplicando la impresión del **Corán** destinado al mundo entero. Del lado de los libres pensadores, ya lo hemos dicho, no se advirtieron los mismos miedos y se celebró sin reservas el invento de Gutenberg, reproduciéndose a escala industrial la **Enciclopedia**, las obras de Voltaire y Rousseau, **El manifiesto del partido comunista**, de Marx y Engels o “el pequeño libro rojo” de Mao Zedong, con el objetivo de llegar a los públicos más diversos.¹²

Más allá del libro propiamente dicho que fue el que mejor se conservó en las grandes bibliotecas públicas o privadas, otros impresos como las *ephemera*, principalmente, la literatura de cordel, los *folhetim* y otros pliegos sueltos, las canciones, las caricaturas reproducidas con litografías groseras, las imágenes más diversas religiosas o profanas, se desparramaron por el planeta, inundándolo con un río de papel que nada parecía poder detener. Las canciones y otros impresos pequeños, despreciados completamente por los bibliotecarios y destinados, como ya se decía en la víspera de la Revolución francesa, a “terminar sobre el mostrador del carnicero”, recibieron los favores del pueblo dando cuenta, a su manera, del carácter revolucionario del invento de Gutenberg. De repente, la humanidad pasó de un universo donde la lectura era exclusiva de algunos segmentos acomodados del pueblo, a otro donde leer se aprende en la escuela, casi siempre gratuita y obligatoria, a veces laica pero siempre abierta a todos. Surgieron editores de todas las formas y tamaños como respuesta a las necesidades que desató la reforma de la instrucción universal, desde los más poderosos que acompañaron a la Revolución, Hachette, Thomas Nelson, Noah Webster, Fritz Payot y consortes, a los más pequeños, miserables dueños de una pequeña prensa de pedales útil sólo para confeccionar los pliegos sueltos destinados a los lectores debutantes o sin dinero. Todos se transformaron en editores, es decir, en mediadores encargados de reclutar autores, sean humoristas famélicos o periodistas desempleados para destinarlos a un público de lectores cada vez más amplio.¹³

Sin embargo, tuvieron que pasar tres siglos para que los impresores y los libreros que se habían apropiado de esta nueva tecnología se transformaran en auténticos editores. En efecto, en una Europa con los ánimos irritados y las familias destrozadas por las guerras de religión, a menudo sangrientas, muchos impresores pagaron este compromiso con sus vidas. Desde este punto, podemos pensar en los destinos de Etienne Dolet, quemado vivo en París en 1546, Michel Servet, en Ginebra en 1553 o ¡Giordano Bruno, en Roma en 1600! En los tres casos, el martirio que sufrieron anuncia un rasgo que caracterizará al editor moderno: la participación en los debates intelectuales del momento, se trate de temas religiosos, filosóficos, políticos o literarios. Sin embargo, manteniéndose en la tarea de impresores y por lo tanto, sujetos a la estricta disciplina del taller, no podían dedicarse exclusivamente a buscar autores y menos aún escritores, lo que será la tarea principal de sus sucesores. Junto a los impresores, los libreros también fueron responsables de la difusión del libro en una Europa donde Alemania cedería su lugar a las Provincias Unidas —la Holanda moderna— que dominaban el universo editorial en el siglo XVII y ésta a Inglaterra, al ser Londres la capital indiscutida del libro en 1800.¹⁴ Ya se habían votado leyes que protegían el derecho de autor, o mejor dicho el de los vendedores, los libreros-editores. Se puso en marcha un movimiento que sacó del limbo a la profesión de *editeur* francés, *publisher* británico, *verleger* alemán o del editor español como por

10 Cherif Majdalani y Frank Mermier, (dir.), **Regards sur l'édition dans le monde arabe**, París, Khartala, 2016.

11 Cherif Majdalani et Frank Mermier, *op. cit.* Leslie Hawsam, **Cheap Bibles. Nineteenth-Century Publishing and the British and Foreign Bible Society**, Cambridge, Cambridge University Press, 2002, e Isabel Hofmeyr, **The Portable Bunyan : A Transnational History of Pilgrim's Progress**, Princeton, Princeton University Press, 2003.

12 Claude Hauser (dir.), **La diplomatie par le livre. Réseaux et circulation internationale de l'imprimé de 1880 à nos jours**, Nouveau Monde éditions, 2011.

13 Hans-Jürgen Lüsebrink (dir.), **Les lectures du peuple en Europe et dans les Amériques (XVIIe-XXe siècle)**, Bruselas, Complexe, 2003.

14 **A Companion to the history of the Book**, *op. cit.*

ejemplo, el Estatuto de la Reina Anna, adoptado en 1710 o las leyes francesas sobre la propiedad intelectual de 1777.¹⁵ Sin embargo, el editor sigue dependiendo del taller o del negocio, lo que le impide dedicarse a la que será su verdadera y única profesión: la mediación entre el autor y el lector.

La revolución de la imprenta de mediados del siglo XV conmocionó las costumbres y no podríamos pasar por alto las consecuencias que trajo este sismo en la edición futura, cuando los metalúrgicos, apurados por ganar dinero, pusieron a punto los tipos móviles de plomo. La decisión de imprimir una magnífica Biblia conocida como "de 42 líneas", denota la avidez y el deseo de hacer rentable, lo más rápido posible, la inversión para poder pagarle al financista que puso el dinero en primer lugar y desembarazarse de la tutela. Más allá de estas peripecias que conciernen a Gutenberg y sus más cercanos, una competencia feroz opondrá a los grandes impresores del siglo XVI en todo el continente europeo. Uno de los más brillantes, el veneciano Aldo Manuzio, se revelará al mismo tiempo como un gran capitalista de primera línea y un humanista que dialogaba de igual a igual con Erasmo y ponía al alcance de los intelectuales de la época los grandes textos de la Antigüedad griega.¹⁶ Allí también podemos ver que se anticipan muchos rasgos que tendrán los grandes editores del siglo XIX, como Louis Hachette, admitido en tercer lugar en la Escuela Normal Superior de París, latinista, helenista y anglicista reconocido y rodeado de un sinnúmero de profesores reconocidos, dota a su casa editorial, abierta en 1826, de un prestigioso catálogo de libros escolares y universitarios.¹⁷

Los impresores del siglo XVI primero se distinguieron en la fabricación y luego en la difusión de cientos de miles de **Biblias** en lenguas vulgares. Por ejemplo, que Henri VIII Tudor y sus sucesores impusieran la lectura de la **Biblia** en inglés los domingos prueba lo importante que fue poner a disposición de los fieles el texto sagrado para la expansión de las religiones reformadas siendo la religión anglicana la más rápida en difundirse en todo el país. En Alemania, Bohemia, Moravia y Suiza ocurrió lo mismo y la progresión de Lutero fue fulminante antes de que Calvino y sus discípulos propusieran otras lecturas a sus seguidores. La paz de Augsburgo de 1555 y el famoso principio jurídico *cujus regio ejus religio* (tal príncipe, tal religión) ilustran la capacidad de expansión de las religiones, que se detenían sólo por razones diplomáticas y establecían una línea de demarcación entre Estados católicos y Estados protestantes sin consultar a los sujetos. De hecho, ocurría todo lo contrario se los invitaba a respetar las creencias de sus soberanos. Sin la imprenta, estas nuevas religiones jamás habrían alcanzado un público tan vasto.¹⁸ Por más que la historia de las religiones provenientes del cristianismo diga que no esperaron el advenimiento de la imprenta para expandirse —¿podríamos pensar en Arrio o en la cantidad de cismas que amenazaron regularmente a la unidad de la Iglesia!— el nuevo invento multiplicó la facultad para que visionarios, profetas e intérpretes de lo divino conocieran los escritos.

Como los viajes de circunnavegación tuvieron lugar durante el mismo periodo, siglo XV y XVI, las Órdenes religiosas utilizaron las prensas para evangelizar a los pueblos de América y de Asia. Las **Biblias** en iroqués o tupí-guaraní fueron confeccionadas por sacerdotes y éstos inventaron algunas de las funciones que ocuparían los editores posteriormente. Consideraban que el libro no era solamente una mercancía sino también un fermento y que era necesario transformarlo en un arma al servicio de la misión. A la vez mercancía y fermento, escribiría más tarde Henri-Jean Martin retomando el esquema propuesto por su maestro, Lucien Febvre que le había demarcado el plan de lo que debería ser **L'Apparition du livre**¹⁹ en 1958, el fruto del invento de Gutenberg había sido a veces uno y a veces lo otro antes de reunir, bajo la batuta de verdaderos editores, las dos funciones. De todas maneras, y es lo que aquí nos ocupa, fue porque los impresores y libreros europeos del siglo XV y XVIII experimentaron las dos funciones del libro que éste inspiró, hacia 1770-1880, a los ambiciosos negociantes que inventarán realmente la edición moderna y se dedicarán a lo que hoy llamamos "el corazón del oficio": la búsqueda y reclutamiento de nuevos autores capaces de conmocionar el paisaje intelectual de la época.

15 J.Y. Mollier, "Publishing", **The Palgrave Dictionary of Transnational History**, ed. de A. Irye y P.Y. Saunier, New York, Basingstoke, Palgrave/Macmillan, 2008, p. 858-863.

16 Martin Lowry, **The World of Aldo Manuzio. Business and Scholarship in Renaissance Venice**, Basil Blackwell publishers, Oxford, 1979.

17 J.Y. Mollier, **Louis Hachette (1800-1864). Le fondateur d'un empire**, París, Hachette, 1999

18 Jean-François Gilmont (dir.), **La Réforme et le livre : l'Europe de l'imprimé (1517-v. 1570)**, París, Editions du Cerf, 1990.

19 L. Febvre y H.J. Martin, **L'Apparition du livre**, París, Albin Michel, 1958.

El tiempo de los editores

Por supuesto, la generalización de la profesión del editor depende, para cada país, de múltiples factores —alfabetización, reforma de la instrucción universal, mercado de masas, etc.— y que las temporalidades no coincidan entre sí. Primero, Francia, Inglaterra, Alemania, luego la costa Este de Estados Unidos fueron los pioneros del movimiento; Italia, España y Portugal tuvieron un retraso mayor o menor relacionado con el analfabetismo que fue una realidad hasta el siglo XX en el sur de Europa. De todas maneras, en la mayoría de estos países, el *éditeur*, *publisher*, *verleger* editor es cada vez menos impresor librero y cada vez más un verdadero intermediario entre el autor y el público. Lejos de esperar a que los autores célebres vengan a tocarle la puerta, como lo hizo Lucien Rubempré cuando se dirigió a lo de Dauriat en el Palais Royal en **Las ilusiones perdidas**, el editor se pasa el día corriendo detrás de los escritores, al estilo Michel Lévy, que rescató un manuscrito de Balzac en los escalones de un teatro parisino y en otra ocasión fue en diligencia hasta Nohant, ubicado a 300 kilómetros de la capital francesa, para recuperar otro de George Sand.²⁰ El editor moderno obedece a la lógica de la oferta y busca innovarse permanentemente. Como si fuera un emprendedor del siglo XX descrito por el economista Joseph Schumpeter, trabaja sin cesar y no separa vida privada de vida profesional, recibe en su mesa o en el palco del Opéra a los autores de moda o a aquellos en los que vieron alumbrarse un destello del fuego sagrado. Es un hombre doble, un pie del lado de la mercadería y el otro del fermento, maneja mucho dinero en pérdidas y ganancias, pero se levanta y construye una editorial sólida, siempre y cuando no se convierta en la presa de un predador más fuerte o más ingenioso que él.

Así, las absorciones y fusiones de las empresas forman parte de la historia inicial de la edición, presentes ya desde los primeros años del siglo XIX. Louis Hachette, para el segundo *take off* en 1853, le debe mucho a la compra de una casa editorial especializada en guías de viaje y otra especializada en novedades. La guía de viaje y la novela del día conformarían junto al libro escolar, responsable del primer despegue 25 años antes, lo que fue la base de las colecciones reunidas en la "Bibliothèques des chemins de fer"²¹ encargada de asegurar la difusión de la marca Hachette en todas las vías de trenes. Vemos que el editor del estilo Hachette no es reacio a ganar dinero —Hachette, hombre de negocios, poseerá dos castillos y un portafolio de acciones industriales bastante lleno— como tampoco el impresor del Renacimiento del tipo Aldo Manuzio, pero éste se ha liberado de la obligación de invertir una parte de sus fondos en la fabricación de los volúmenes que vende, lo que aumenta sus beneficios considerablemente. De igual modo, el editor moderno es cada vez menos librero minorista por más que Louis Hachette desmienta la tendencia. Por ejemplo los hermanos Garnier, dueños de la *Librairie Garnier Frères* en la calle Lille y de la casa editorial Garnier Hermanos, conocida en América Latina gracias a sus filiales en Buenos Aires y México y a su sucursal brasilera *Livraria Garnier Irmaos* que después de la guerra franco-mexicana la americanizaron *Livraria B.L. Garnier* para evitar cualquier reflejo anti francés que pudiera suscitar la expedición de Napoleón III en América Latina.²²

Los ejemplos de las editoriales Hachette y Garnier que se transformaron insensiblemente en difusoras más que editoras, son interesantes porque anticipan los movimientos que observaremos a gran escala en el siglo XX, cuando las editoriales ganarán mucho más dinero difundiendo y distribuyendo los libros de sus colegas que editando sus propios catálogos. Si observamos que en 1929 en la víspera de la Segunda Guerra Mundial, la librería Hachette ganó 1, 4 mil millones de francos en un año (6 millones de euros actuales) y que la mitad provenía de la distribución de prensa y libros, remarcamos la evolución o dirección natural de una enorme empresa de edición cuyos objetivos se transforman según su crecimiento.²³ Podemos agregar que actualmente la editorial Gallimard, que acaba de comprar Flammarion a Rizzoli Corriere della Sera, y que presenta ganancias anuales de casi 5 millones de euros en 2015, realiza lo esencial de sus márgenes beneficiarios por intermedio de sus sociedades de difusión y distribución de los libros de sus competidores SODIS y CDE.²⁴

La mayoría de las grandes firmas mundiales se transformaron de la misma manera y a principios del siglo XXI, sea Bertelsmann o de Pearson, el Grupo Planeta o Mondadori la edición propiamente dicha sólo representa una

20 J.Y. Mollier, **Michel et Calmann Lévy ou la naissance de l'édition moderne (1836-1891)**, París, Calmann-Lévy, 1984.

21 Biblioteca de las vías del tren. (N.de T.)

22 J.Y. Mollier, "La maison Garnier frères de Paris: une entreprise tournée vers le nouveau monde", en M. Abreu (dir), **A Circulação Transatlântica dos Impressos. Ideias et Pessoas**, Campinas, en prensa.

23 J.Y. Mollier, **Hachette, le géant aux ailes brisées**, *op. cit.*

24 J.Y. Mollier, **Une autre histoire de l'édition française**, *op. cit.*

fracción de las ganancias de la totalidad de la edición mundial. Pero si estos distribuidores y difusores continúan editando, poseyendo y comprando marcas que tienen un fuerte capital simbólico, quiere decir que esta función todavía conserva una buena parte de su poder de atracción. Sin la “Biblioteca de la *Pléiade*”, la colección “Blanca”, que anhela a los mejores escritores y la colección “Folio”, el Roll Royce o la Ferrari de los libros de bolsillo, Gallimard perdería una gran parte de su valor simbólico pero también partiendo de la capacidad que tiene para drenar hacia sus filiales especializadas en la difusión de libros y su distribución física, perdería millones de libros provenientes de cientos de editores franceses.

Parece cómodo separar cronológicamente un “tiempo de editores” —el siglo XIX— y un “tiempo de empresas editoriales” —el XX—,²⁵ pero este esquema intelectual no es más que un modelo teórico útil e indispensable para comprender las líneas más importantes del movimiento centenario —el *trend*, como dirían los economistas anglosajones. Al igual que el modelo teórico justo tiende a resaltar la especialidad del editor y el abandono de las funciones de impresor y de librero, hay múltiples contraejemplos que se le oponen. De todos modos, hay que saber diferenciar una tendencia fuerte de una excepción. Según los países y las épocas, el editor estrella puede seguir siendo impresor —como el caso de Portugal— o librero —como fue en Francia durante el siglo XIX y avanzado el XX—, pero no deja de ser un editor auténtico por querer ligar su nombre a una marca y conservar en su editorial y en sus catálogos a los autores más prestigiosos de su campo —escritores, profesores, médicos o abogados según cada caso— para superar a sus rivales. El editor de literatura general no renuncia a la posesión de bienes materiales importantes —Michel Lévy, cuando murió en 1875, acababa de terminar su casa particular en *Champs Elysées* y tenía un viñedo bordelés—y tiene plena conciencia de existir, en el sentido fuerte del término, cuando logra que Charles Baudelaire, Alexis Tocqueville, Ernest Renan y Gustave Flaubert firmen los contratos que los vincule con su editorial.²⁶

André Schiffrin no ha dejado de repetir ni de escribir, desde su conferencia de prensa en Nueva York —que realizó por haber abandonado sus funciones en Pantheon Books en 1991— hasta la publicación de su libro **La edición sin editores**²⁷ en 1999, traducido en todas las lenguas del planeta: lo que hace al editor no es principalmente su instinto comercial sino la capacidad para detectar de entre la masa de manuscritos que le llegan aquél o aquéllos que aportarán algo importante a los lectores. En cualquier circunstancia, que el editor se satisfaga traduciendo al inglés **El Doctor Zhivago** de Boris Pasternak, las obras de Sartre o Foucault, en el caso de Schiffrin, o editando **Las Benévolas** en el caso de Antoine Gallimard, entendió que se encontraba frente a libros mayores y desplegó toda su energía para que lleguen al mayor público posible. Y si gana dinero con estas obras, mejor, porque le permitirá dar una oportunidad a debutantes o desconocidos y perder dinero. La ley de hierro de la edición que nombra Denis Diderot en **Carta sobre el comercio de libros** en 1764, sigue siendo actual ¡doscientos cincuenta años más tarde! De lo diez libros que el editor ponga en venta, cinco nunca le darán ganancia, cuatro cubrirán los gastos y uno solo le dará un importante beneficio. Si bien esta ley sufre incontables excepciones, no cambia en nada lo que supone, la obligación del editor auténtico para tomar riesgos y no seguir la demanda o sólo publicar los libros que reclama el público. En este sentido, esta norma implícita de la profesión permite separar a los editores de los simples comerciantes, hábiles para sacar algún provecho pero incapaces de dedicarse a la búsqueda de autores que triunfarán en un futuro.

Al mismo tiempo, ya lo hemos visto, a partir de la llegada de los grandes editores europeos y norteamericanos, otros profesionales alteraron o modificaron profundamente la naturaleza de la edición transformándola en un simple negocio encargado de rentabilizar lo más rápido posible los capitales invertidos para el lanzamiento de la empresa. Por ello, reina la confusión cuando se habla de edición y se confunde bajo el mismo vocablo a Michel Lévy que publicó la mayor parte de escritores románticos y realistas —de Balzac a Stendhal pasando por Baudelaire, Nerval, Gautier y Flaubert— con Ernest Flammarion cuya colección emblemática “Autores Célebres” traiciona la estrategia puesta en marcha: privilegiar la reedición de escritores conocidos para no arriesgar los capitales y publicarlos en una colección con muchísima difusión con el objetivo de aumentar las ganancias potenciales.²⁸ Por más que a los dos se los considere empresarios editores, no concebían al oficio del mismo modo. El segundo soñaba cómo hacerse una fortuna y comprarse bellos inmuebles en sillería mientras que el primero quería ser

25 R. Chartier, H. J. Martin y J. P. Vivet (dir.), **Histoire de l'édition française**, París, Promodis/Cercle de la Librairie, 1983-1986, 4 Vol., T. 3 et 4.

26 J.Y. Mollier, **Michel et Calmann Lévy ou la naissance de l'édition moderne...**, *op. cit.*

27 A. Schiffrin, **L'édition sans éditeurs**, París, La fabrique éditions, 1999.

28 Elisabeth Parinet, **La librairie Flammarion. 1875-1914**, París, IMEC Editions, 1992.

actor de teatro y se volvió librero editor para publicar el repertorio de su arte predilecto.²⁹ De todas maneras, como Flammarion también publicó a algunos escritores sin mucha notoriedad en otras colecciones, logró hacerse un nombre y transmitirlo a sus descendientes que hasta 1998 conservaron la marca en el seno familiar.

Todavía más lejos de los editores descubridores de talentos, se encuentran los editores del siglo XX que se conforman publicando memorias de estrellas del cine o de políticos conocidos porque piensan que esa notoriedad será suficiente para asegurar las ventas del volumen. Tal fue el caso en Francia, en 2014, para el editor de **Gracias por este momento**, el libro de la antigua y efímera pareja del presidente de la República, François Hollande. Antes de publicar esta bomba, impreso en el extranjero en absoluto secreto, el editor —Arènes— conocido hasta ese momento por su profesionalismo y ética, había firmado un contrato de difusión con el grupo Hachette, pasando del estatus de editor independiente y respetado al de un gancho para los negocios al servicio del número uno de la edición francesa, golpeando duramente su capital simbólico. Este ejemplo, como el del editor norteamericano de las **Memorias** de Monica Lewinski, musa completamente olvidada del ex presidente Bill Clinton, justifica bastante bien el análisis de André Schiffrin para quien la financiarización de la edición ha modificado profundamente la naturaleza de la profesión. De hecho, cuando los editores del pasado se mostraban oportunistas y publicaban un libro con olor a escándalo, éste no era el blanco de su estrategia y se conformaban con un “buen golpe” de publicidad. Por el contrario, los sucesores, dependientes de fondos de pensión norteamericanos o de fondos de inversión de cualquier origen, se encuentran obligados por sus propietarios a privilegiar la búsqueda sistemática de *bestsellers* por sobre la de autores que triunfarán a largo plazo. En Francia, se comprobó ampliamente en el 2004 cuando los fondos Wendel Investissement, dirigidos por el jefe de los jefes, el barón Ernest-Antoine Seillière le compró Editis a Jean-Luc Lagardère juró conservar la compra. Cuatro años más tarde renunciaba al pacto sin mostrar el más mínimo remordimiento y revendió Editis al español Grupo Planeta, sacando de la transferencia una buena plusvalía, muy comentada en ese entonces por la prensa internacional.³⁰

Stendhal sabía perfectamente que su novela **Rojo y Negro** de 1830 no tendría más de quinientos o seiscientos compradores y escribió en el prólogo que se dirigía a los *happy few* del futuro. De todas maneras, encontró un editor que si bien no hizo ningún esfuerzo por difundirlo al menos no le negó la publicación del libro en el formato más buscado de la época, in-octavo. Desde fines de 1990, se ha constatado un empeoramiento de la situación que describió André Schiffrin en su primer libro y en los siguientes, cada vez más pesimistas, sobre el devenir de la edición mundial.³¹ En efecto, la reciente fusión entre Penguin, filial de Pearson, y Random House, de Bertelsmann, que enseguida se transformó en la número uno de *tradebooks*, tiene como objetivo para la publicación de literatura general destinada a la venta en librerías comercializar en las lenguas más rentables del planeta las novelas que estén de moda y no las de vanguardia. La compra del grupo español Santillana en julio del 2014 le permitió al nuevo gigante, incrementar su presencia en América Latina y reforzar su dominio en el sector. Con ganancias de 3,5 mil millones de dólares en el 2014, vale más del doble que Hachette Livre, pero como Amazon obtuvo para ese año más de 75 mil millones, de los cuales cerca de un cuarto corresponde a difusión de libros, podemos ver hasta qué punto los intentos de redimensionar a los gigantes de la impresión para acomodarlos en orden de batalla frente a los amos de la nueva economía aparecen tarde, y en gran parte, ridículos, al haber tanta desproporción entre los medios de unos y de otros.

Los GAFAs embisten contra la edición

Hoy, cuando volvemos a leer la predicción de Dick Brass, dejando de lado la provocación, no podemos dejar de preguntarnos sobre el futuro de un actividad humana en plena mutación desde principios del tercer milenio. De hecho, en menos de diez años, el crecimiento de las *tablets*, los *readers* —las *liseuses*³² para los quebequenses— y la de los *smartphones* fue tal que la lectura en formato electrónico aumentó en proporciones considerables. Las principales editoriales mundiales buscan demostrar, para tranquilizarse, que la venta de libros electrónicos dejó de crecer en Estados Unidos y que incluso, en el 2015 la superó la venta de libros formato papel. Concluyen, con gusto, que el mercado del libro digital habría alcanzado sus límites y que ahora ambas partes deberán estabilizarse.

29 J.Y. Mollier, **L'Argent et les Lettres. Histoire du capitalisme d'édition**, París, Fayard, 1988.

30 J.Y. Mollier, **Edition, presse et pouvoir en France au XXe siècle**, *op. cit.*

31 André Schiffrin, **Le contrôle de la parole. L'édition sans éditeurs, suite**, trad. fr., París, La fabrique éditions, 2005, y **L'argent et les mots**, trad. fr., París, la fabrique éditions, 2010

32 Libro electrónico. (N. de T)

Lo que significa que han olvidado rápidamente que los editores hicieron un acuerdo para mantener un precio alto del libro electrónico —contra la voluntad de Amazon— y frenar su vertiginoso crecimiento. La barrera artificial que se opone a la progresión del nuevo formato de lectura no impedirá de ningún modo que siga creciendo y si le damos crédito a las encuestas realizadas en Francia, el consumo de libros electrónicos pasó del 5 % de la población en 2012 ¡al 18 % en el 2015!³³

A decir verdad, los editores franceses que festejan el crecimiento del libro en papel se parecen a los teólogos bizantinos cuando en mayo de 1453 la ciudad estaba por caer en manos de los otomanos y ellos seguían disertando hasta el infinito sobre el sexo de los ángeles...

Conviene entenderse para precisar cuál es la naturaleza de la supuesta recuperación del libro impreso en papel. Para ello y ante todo debemos verificar que tres de los diez principales de la edición mundial —Wolters Kluwer, Reed Elsevier que ahora es RELX Group y Thomson Reuters— obtienen más de dos tercios de sus ingresos de las revistas en línea, es decir, de lo electrónico. Luego, debemos tener en cuenta a los “pasajeros clandestinos” —utilizando una metáfora apreciada por los economistas— que no aparecen en los ingresos de los editores puesto que nunca compran nada pero consumen alegremente todo lo que esté a su alcance, ya sea por intercambio con amigos o porque leen en sitios gratuitos del tipo Gallica en Francia, piratean sitios accesibles o encuentran cualquier manera de satisfacer sus ganas de leer sin gastar un centavo de su presupuesto. De la misma manera que, hace diez años, las encuestas sobre el consumo de los franceses demostraron que la frecuentación de las mediatecas y las bibliotecas del país lejos de preocupar solamente el 17 o 18% de la población alcanzaría el 35% si se incluyeran a los usuarios invisibles que al no tener tarjeta de abono, como los *digital readers*, escapan a los estudios estadísticos y sobre todo a los balances contables de los editores. Lo que significa que para medir correctamente el mercado del libro y otros productos electrónicos dentro del campo de la lectura, es indispensable conocer las mutaciones de las prácticas culturales y apreciarlas en su valor razonable.

En Japón, los jóvenes se reconciliaron con la lectura, en parte, porque fueron inventados los *keisaishousetsu*, mangas escritos, difundidos y leídos exclusivamente en *smartphones*. Ya se ha comprobado la evolución que lleva a los usuarios de teléfonos portables a usar cada vez menos la función teléfono del aparato porque prefieren “tuitear”, enviar “SMS”, “MMS” o embarcarse en una lectura intensa de los mensajes recibidos de sus contactos. Inevitablemente, el campo de la edición se ve afectado y si el *streaming* de música todavía no ha emigrado realmente hacia el alquiler de capítulos de libros, nada impide pensar que una práctica similar o comparable se desarrollará en un futuro cercano.³⁴ Puesto que la “cultura del *zapping*” progresa a pasos agigantados, por qué el libro escaparía de ella, cerrarlo en el formato papel es un obstáculo que se supera fácilmente cuando se trata de libros electrónicos ya que es fácil pasar de un libro a otro, abrir múltiples ventanas en la pantalla plana y transformar un “stock” en un “flujo” permanente. Nada de esto impide constatar que durante ese mismo lapso, desde el 2006 al 2016, Amazon le arrebató a los principales grupos distribuidores de libros en el mundo cuotas de mercado muy importantes puesto que casi un cuarto de sus ganancias las obtiene de ese sector. Lejos de conformarse con esta ventaja, intentó en 2014 bajar drásticamente el precio del libro electrónico a 9,99 dólares quedando frente al mundo como el defensor de los derechos del público mientras que Hachette Book Group, Simon and Schuster y todos los que rechazaron la imposición, quedaron como unos conservadores atados a privilegios de otra época.

También durante el 2014, creó premios de literatura en Francia y en muchos otros países y les propuso a los autores el 70 % de los derechos de venta de los libros electrónicos si se autoeditaban en la plataforma, atacando de esta manera al corazón del oficio de los editores, la búsqueda de autores. Algunos grupos que entendieron el asunto, como por ejemplo Fayard en Francia una filial de Hachette, van a los ferias de autores autoeditados en internet y les proponen enviarles las obras y, en algunos casos, editarlos en papel. De hecho así fue, como lo dijimos en la introducción, el destino de **Fifty Shades of Grey**, recuperado finalmente por Vintage Books —filial de Random House y por lo tanto de Bertelsmann, y ahora también de Penguin Random House—. Antes, la autora E. L. James lo publicó en línea y luego lo descubrieron y discutieron unos internautas y luego lo cargaron en el sitio The Writer’s Coffe Shop donde finalmente los “scouts” de Vintage Books lo identificaron. Para terminar con el análisis superficial de este caso ejemplar agregaremos que en Francia, fue la editorial Ramsay, filial cien por cien de Hachette, la que lo tradujo y editó como ya lo había hecho con **El Código Da Vinci** y otros *best sellers*

33 Cifras proporcionadas por la INSEE Instituto nacional de estadísticas y de estudios económicos.

34 F. Martel, **Smart. Enquête sur les Internet**, *op. cit.*

mundiales.³⁵ Se confirma, con estos ejemplos, el oportunismo demostrado por los grandes editores del *trade* y la capacidad para adaptarse a un medio económico nuevo y hasta peligroso. De todas maneras, nada nos asegura que la situación será siempre así y la propuesta de Amazon de subir del 10 % al 35 % o al 70 % los derechos de autor, según éste entregue un producto que todavía no esté preparado para ser publicado en el sitio comercial online, o uno listo para la venta, traerá consecuencias, sin duda, a corto plazo. Los editores más conscientes saben que deberán aumentar considerablemente la cuota de los autores difundidos digitalmente, y si alargan este momento es porque intentan mantener las ventajas, aún considerables, de la venta de libros en papel. Mientras que se producen estas mutaciones, otras, tal vez más amenazantes, debilitan las posiciones adquiridas por los editores hace dos siglos. En efecto, Google construyó con constancia una de las bibliotecas digitales más importantes del mundo. Y no hay duda de que este gigante de la Neteconomía la va utilizar tarde o temprano para rentabilizar la inversión inicial cuando escaneó los fondos de muchísimas bibliotecas universitarias norteamericanas, británicas, españolas, italianas o francesas. En cuanto a las redes sociales, sin duda el actor digital más ofensivo del sector, no tardaron en fabricar a escala industrial novelas redactadas por blogeras de moda como Zoella —o mejor Zoé Sugg—. Penguin Books no tardó en fijarse en la “youtuber” especialista en cosméticos y publicó **Girl On line** lanzado con muchísima publicidad y rápidamente clasificado en el “top 100” de *best sellers* en más de veinticuatro países entre 2014 y 2015. Si agregamos que **Fifty Shades of Grey** sobrepasó los cincuenta millones de ejemplares vendidos y que una buena parte de la opinión británica considera que **Girl On line** es la novela más importante de la literatura inglesa desde sus orígenes, habremos comprendido que es inútil tranquilizarse cuando observamos la tímida recuperación de la venta de libros en papel durante el 2015.

El mundo de la edición cambió en diez años y las estructuras íntimas están débiles, amenazadas de implosión, a tal punto que hace algunos meses Hachette Book Group pasó a la ofensiva negociando con Amazon y Google y comprando sociedades especializadas en juegos electrónicos, dotándose de puestos de vigilancia en un sector en el que las prácticas culturales evolucionan a toda velocidad. Esto no le impedirá a GAFAM librarse de los acuerdos si ya no le parecen necesarios, lo que promete batallas homéricas para el futuro. En cuanto a lo que nos respecta en este ensayo de análisis histórico del sistema editorial, insistiremos sobre el aumento de la autoedición, multiseccular pero rejuvenecida de repente, gracias a las infinitas posibilidades que ofrece la electrónica. Las redes sociales se quedaron con la función de la crítica, hasta este momento reservadas a las revistas, a la prensa y a la televisión con los programas de Bernard Pivot en Francia y de Oprah Winfrey en Estados Unidos. Cuando Youtube logra que una parte importante del público británico considere a **Girl On line** como el suceso literario más importante de toda la historia literaria del país y que **Gracias por este momento** tenga el récord de venta de libros en Francia en 2014, sólo podemos concluir que algo ocurrió y conmocionó completamente el mundo de la cultura y que los gigantes de internet tienen mucho que ver.

[Título original: “Du livre imprimé au fichier numérique, la fin d’un cycle historique pour l’édition contemporaine”.

Traducción del francés: María Virginia García]

35 J.Y. Mollier, **Hachette, le géant aux ailes brisées**, *op. cit.*