



Las editoriales independientes: una resistencia cultural

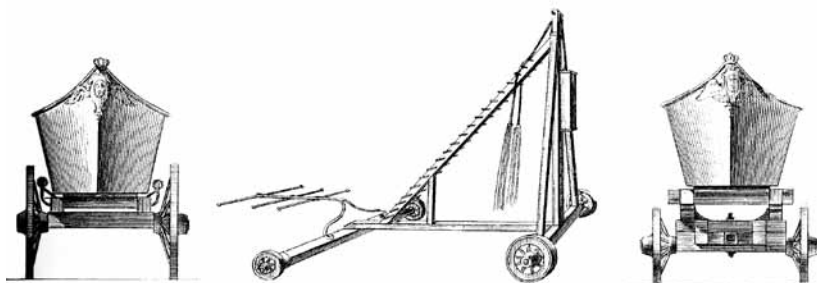
José María Espinasa



grandes consorcios editoriales pueden darse ese lujo, la mayoría de las veces con saldos, para los editores independientes es un esfuerzo muy costoso, dado sus bajos tirajes y sus políticas contra el remate.

LA SITUACIÓN DEL LIBRO INDEPENDIENTE es hoy a la vez floreciente en creatividad, capacidad y propuestas, y angustiosamente agónica, como si lo primero fuera el canto del cisne de una muerte no sólo anunciada sino deseada por diversos aparatos sociales. Este panorama les sonará apocalíptico, pero es muy difícil que la cosa pueda ser peor. Los programas “Para leer de boleto en el metro” o los de adopte un libro, y todas sus variaciones, son en realidad gestos desesperados de aquellos que creen que en la lectura debe hallarse una diversidad que garantice la libertad de elección. Pero nadie quiere gastar dinero en comprar un libro, hasta los organismos oficiales los piden donados, recuérdese el descaro de la Fundación Fox pidiendo libros regalados, después de bloquear la Ley del libro, sin darse cuenta que si

En todos lados se expresan buenas intenciones y se hace muy poco. Entre otras razones porque lo que se hace, a veces —no siempre— bien pensado, se estrella contra una situación de facto muy complicada, la de una necesidad política de que el libro independiente desaparezca. La causa: es un terreno de libertad en el cual circulan ideas más difíciles de controlar y manipular y no sujetas a negociaciones entre los diferentes grupos de poder. Los grandes consorcios editoriales, más allá de utilizar a las pequeñas casas editoras como laboratorios gratuitos, preferirían que no hubiera este tipo de sellos, les incomodan, los exhiben y los ponen en evidencia al mostrar la estulticia de sus políticas editoriales (incluida la distribución). A los gobiernos les sucede lo mismo, por eso podemos encontrarnos ante políticas de promoción de la lectura



que se someten a las políticas fiscales, y una pequeña editorial que recibe una beca del Fonca, o coedita con la UNAM o algún otro organismo público, después enfrenta inverosímiles leyes hacendarias y fiscales que terminan llevándola a la quiebra.

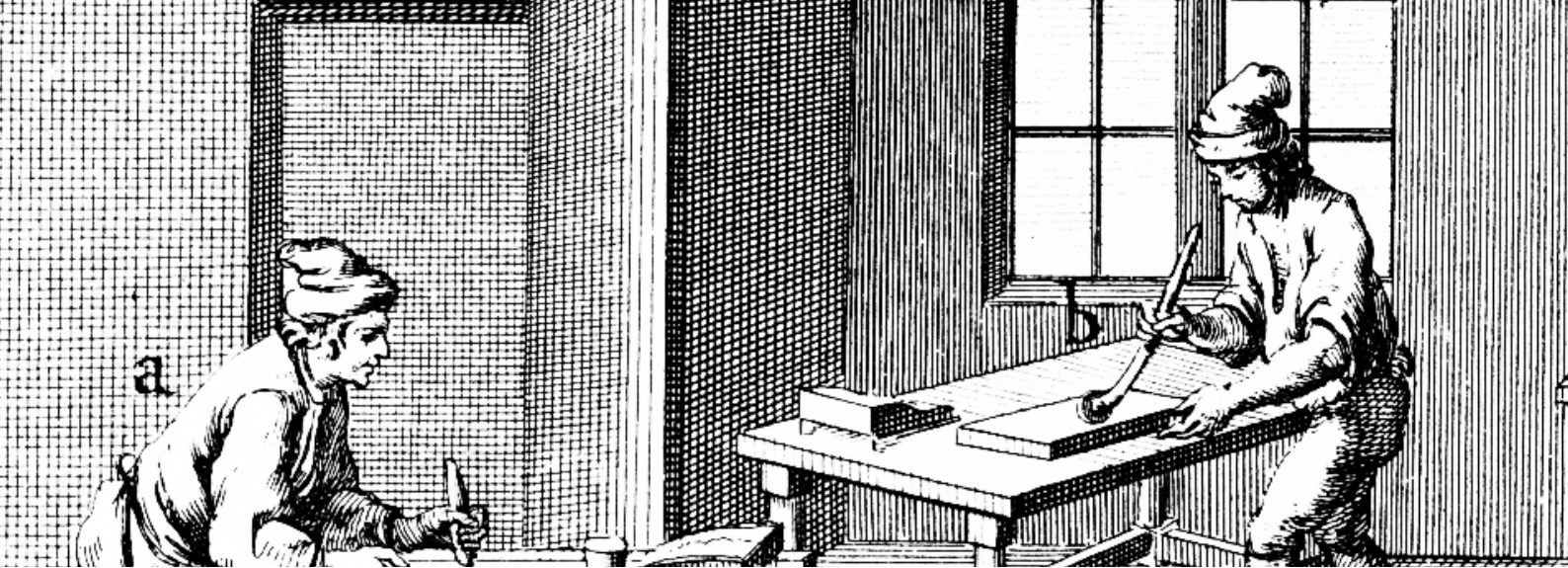
Se obsequian libros porque es más rentable regalarlos que venderlos. El editor tiene no sólo que aislarse del mercado sino enfrentarse a él con lo único que le duele: lo gratuito. Sólo que a él todo le cuesta: imprimir, encuadernar, formar, corregir, y con precios bastante elevados. Pero si vende, le cuesta más montar el aparato de distribución o dar la comisión a quien se lo haga, enfrentar el rechazo de las librerías y la falta de promoción y atención en los medios. El libro independiente es una zona de desastre floreciente, como en esas películas de ciencia ficción en las cuales el campo radiactivo de pronto se cubre de flores.

Ningún empresario arriesga su dinero en ese negocio porque sabe que no es rentable, y porque el estado —que debería tener la responsabilidad de ayudarlo— lo combate desde su raíz económica mediante una persecución fiscal. Antes se perseguía la disidencia, la diferencia, mediante los aparatos de represión política y se quería cooptar las iniciativas para legitimar al Estado (fue el modelo priísta), ahora simplemente se les ignora y se les hunde con dificultades insuperables. Lo curioso e inquietante es que esta actitud empieza a escapar a cualquier matización política. El modelo de empresario es el gerente de la Coca Cola mientras que el supuesto apoyo a la pequeña empresa no hace sino insistir en el modelo que se supone combate: resígnese, su destino es ser un empleado en el mejor de los casos; en el peor, desempleado o vendedor ambulante. ¿No hubo en aquel programa de la SEP, hace ya unos veinte

años, llamado “Con la frente en alto”, una premonición de lo que esperaba al editor independiente?

Ustedes se preguntarán por qué si la situación es tan terrible hay sin embargo un buen número de editores independientes. Les contestaría, con un dejo de ironía, que no saben lo que hacen. En la frase hay bastante miga: hace unos años los editores independientes aceptamos las exigencias de profesionalización que la industria quiso imponer, incluso en terrenos vedados para nosotros, como la distribución y la venta. Como algunos de nosotros veníamos de trabajar en consorcios editoriales o en la producción universitaria, y sí sabíamos lo que haríamos, no fue difícil. Por ejemplo, en un tiempo las editoriales independientes fueron mares idóneos para la piratería, pero ahora somos mucho más respetuosos del derecho de autor que los grandes consorcios o las editoriales del Estado. Es decir: nuestra responsabilidad nos mediatizó.

Ante eso, como ya no podían reprochárnoslo, cambiaron las reglas: se nos niega el acceso al punto de venta —una triste política librera—, se nos prohíbe, por costos, la posibilidad de acceder a la publicidad, se nos deja de lado en la prensa especializada, se elevan los derechos de traducción a sumas exorbitantes y en el mejor de los casos se nos quita autores a fuerza de chequera. Se crea tal vacío alrededor nuestro que esto se traduce en una forma de la clandestinidad que no puede siquiera legitimarse por razones políticas. Pero no se establece una esfera aparte, donde nosotros, los independientes, podamos estar al arbitrio de nosotros mismos, sino que se busca desaparecer esa misma esfera de diferencias. Insisto: les resultamos incómodos a todos. Hay algunas instancias —notablemente el Fondo de Cultura Económica, y las ferias de Guadalajara y el Zócalo— que han aceptado



y promovido nuestra presencia, en parte conscientes de que somos el piso donde se energiza el edificio, en parte como un gesto de autodefensa indirecta.

¿Por qué provoca tanto rechazo la edición independiente? Justo porque no aspira a una condición industrial, al contrario, defiende el margen en donde hacer libros es no sólo artesanía sino una voluntad específica de editar determinando tipo de textos. Eso es inaceptable para el sistema. Así, libreros, distribuidores, impresores miran con franco disgusto la existencia de esas empresas, precisamente porque no entran —no pueden entrar, aunque quieran— a sus reglas de juego del mercado. Es como el niño al que no se deja estar ni en la banca de los partidos de fútbol.

Y uno les repite una y otra vez: no se preocupen, no somos competencia, no queremos ser como ustedes, queremos seguir siendo como somos, nuestro tamañazo nos permite hacer los libros que queremos. Pero la reacción es cortar las pocas fuentes de contacto con el lector que aún nos quedan. El financiamiento —privado, público, incluso el personal— corre el mismo peligro: la idea es que el libro se imprima pero no se lea. Más allá de que los dineros son importantes, no es una cuestión económica. Lo que ocurre con el editor independiente es que concentra a los autores que no quieren las otras editoriales, sea por la razón que sea. Una, desde luego, es que lo consideran sin calidad. Otra: que no se vende. Están a la espera de que el autor, ya sea mediante colaboraciones en revistas y periódicos, ediciones de autor o gubernamentales, se haga un nombre que lo vuelva atractivo.

Pero como el atractivo se vuelve un gusto estandarizado por las modas impuestas desde los medios masivos —la tele sobre todo—, lo de afuera es lo que no se vuelve lugar común. Al grado de que ciertos autores se llegan a aceptar como históricamente importantes, cualitativamente notables, pero se deja su publicación a los editores independientes. No es, sin embargo, una concesión, muchas veces estos autores prefieren publicar con nosotros. No sólo se hacen mejor y más cuidados sus libros, sino que responden a una relación mucho más cercana entre autor y editor. La causa es obvia: muchos de los editores independientes son también escritores.

Las ferias, tanto de Guadalajara como del Zócalo (Minería también, pero es muy cara y de muy poca venta para nuestros libros), hicieron un esfuerzo importante por darnos un espacio adecuado a las expectativas que parecía haber despertado la edición independiente. Sigue existiendo, empero, una clara política de ninguno respecto a lo que se hace, no tanto más allá de su importancia cualitativa, sino justamente por ella.

Quisiera que esto se entienda en toda su gravedad. No hay, no parece haber, un interés en que crezca la industria mexicana mediante un crecimiento en su oferta autoral propia ni que se propongan nuevas tendencias y géneros. Son bien recibidos los sellos editoriales que, con más o menos buena fortuna, proponen el mismo modelo hispánico de sujeción a una tabla de valores ya instituida y que según ellos hay que mover lo menos posible. El puente con el lector, que en un determinado lapso significó el librero, se ha perdido casi en su



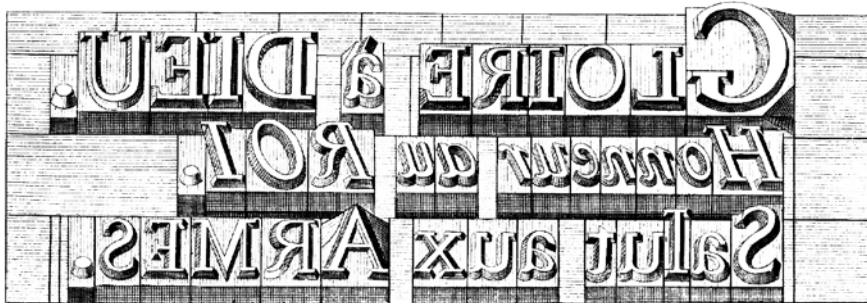
totalidad (entre otras cosas por los bajos salarios que se pagan en este rubro). Para que las aguas no se muevan hay que aislar y, si se puede, desaparecer a los que las agitan. El problema es de tal gravedad que las editoriales independientes ya no están pensando en cómo vender sus libros sino en regalar los que ya hicieron y dedicarse a otra cosa, incluso en los casos de los más convencidos e insistentes editores.

Me interesa señalar que varias de las editoriales independientes han configurado un catálogo importante y coherente, en el que se expresa un gusto y una elección estética. No es cosa fácil, ya que las circunstancias antes descritas suelen provocar que las pequeñas editoriales tengan un periodo de vida muy pequeño, sean como hongos, de temporada, y que el mercado no les dé tiempo de establecer su opción ante el lector. Pero esto ya no es válido en proyectos que tienen veinte, quince, diez años de existencia. Ante ello hay que apostar por el lector, por lo menos en dos sentidos. Uno, en que su papel de comprador tiene que ser más activo, no sólo encontrarse con el libro equis o zeta, sino también buscarlo. Y uno segundo, no menos importante, su inserción en la opinión pública. Hay que hacer entender a los gobiernos, sean del signo que sean, que el libro no es sólo motivo de demagogia, sino también necesario para fortalecer a esa pretendida democracia. Las leyes fiscales deben contemplar al libro como una mercancía, sí, pero como una mercancía de excepción y en unas condiciones tan catastróficas que requiere un marco específico que contemple su contexto. De no ser así ningún proyecto

independiente sobrevivirá lo suficiente como para permear el gusto circundante.

En los últimos años el nacimiento y consolidación de dos proyectos independientes, pero con proyección en el mercado, Almadía y Sexto piso, provocan un poco de optimismo. Desde un punto de vista estrictamente operativo es evidente que el cuello de botella de la bibliodiversidad está en la relación del libro con el lector. Se ha roto la cadena de transmisión por el eslabón más débil: la librería. Con el argumento de la dificultad de venta no se exhibe un alto porcentaje de los títulos publicados por año, y la exhibición, cuando la hay, suele ser mala y peor ideada. Es cierto, se lee poco, pero también se pierden muchas ventas y por tanto lectores. Cuando una librería pierde una venta por no tener el libro solicitado, y lo pierde muchas veces por no interesarse siquiera en surtir libros que sí le piden, olvídense ya de los que no, nunca se recupera. Las pocas veces que alguien rompe ese círculo vicioso los resultados son sorprendentes (como en el caso del FCE en su Feria del Libro Independiente, anual, misma que se debería volver ya una exhibición permanente de esas editoriales).

Por otro lado, así como hubo un enorme desarrollo tecnológico, que ha cambiado los esquemas tradicionales de producción, no ha ocurrido lo mismo en el terreno de la distribución, y ni la red ni el *instant book* han solucionado, salvo en unos nichos muy pequeños y específicos —libro de consulta, libro académico—, el problema de la relación con el lector. Tal vez ustedes recuerden cuando, hace unos veinte años, la populariza-



Los grabados de este número, salvo donde se indica, pertenecen a los libros *A Diderot Pictorial Encyclopedia of trades and Industry*, introducción y notas de Charles C. Gillespie, volúmenes I y II, Nueva York, Dover Publications Inc., 1959

ción del video hizo soñar a los cinéfilos con las mieles de una diversidad al alcance de su mano, los cineclubes desaparecieron porque para eso estaba el video. La segunda parte de la frase no fue cierta, el video nunca estuvo allí, el video como el libro siempre estuvo en otra parte. Y hoy día no sólo la oferta cinematográfica comercial es más pobre, no hay circuitos alternativos y la oferta en dvd es selectiva y limitante.

La red nos hizo pensar que todo lo escrito estaría a nuestro alcance. Qué ingenuidad. Nos derrotó la abundancia, incluso antes de disfrutarla. Esa parte —la del contacto con el lector— nos hace falta pensarla a fondo. La reacción ha sido regalar libros —no voy a recordar aquí experiencias recientes más bien fallidas, como la de abandonar un libro para que encuentre su lector— en las que se suele desatender la responsabilidad de llegar a puerto por parte del editor. Si en un tiempo de efervescencia cultural o incluso de represión, se pensó que aquello que no se leía tenía un valor en sí —lo prohibido como incitación— ahora la regla imaginaria ha cambiado: lo que no se lee no vale la pena leerlo, curiosa tautología que es casi un pórtico para el infierno. Nunca como ahora la letra impresa es más abundante (en números) pero nunca ha estado más vacía de contenido. Expresado de otra manera: la diferencia nos iguala, pero no nos democratiza, nos aplana. Por eso regalar no resuelve el problema, el regalo lo elige quien regala no quien lo recibe, salvo en esas atroces listas de regalos de boda, aquí no se puede decir “el lector residirá en el extranjero” (siempre ha estado allí) y no permite la elección. Ya lo dice el refrán: un regalo no se puede rehusar pero sí se puede dejar de leer.

No quisiera, sin embargo, terminar con un tinte melodramático. Y no lo quisiera hacer porque no me

interesa ni siquiera como estrategia. Lo que hasta ahora he dicho no es —no debe ser oído— como una queja más, sino como un diagnóstico. Trataré de resumirlo en cinco puntos sucintos:

- 1) La distribución y venta. Es necesario que las librerías entiendan la nueva situación del libro de cara al mercado, la competencia por servicios y no por descuentos, la necesidad de adquirir personalidad propia y no articular su política de compras como una carrera de obstáculos encaminada a desalentar al editor.
- 2) Las políticas fiscales. No se trata de pedir al Estado ventajas o concesiones sino de volver racional el proceso de administración recaudatoria. El Estado mismo debía, sin que se lo pida nadie, articular una política de apoyo fiscal a la industria editorial en su conjunto y a las pequeñas editoriales en particular.
- 3) Formación de lectores. Hacer eficientes los programas de fomento a la lectura y no reducirlos a compras que funcionen como subsidio disimulado a dicha industria, como las Bibliotecas de Aula y similares.
- 4) Apoyo mediático. Comprometer en la búsqueda de lectores a participantes indirectos en la cadena editorial, como la prensa escrita, en especial a los suplementos y revistas, y a la radio y la televisión. Cada que se lanza una campaña, como por ejemplo ahora la de “lea veinte minutos diarios”, da una enorme tristeza y mucha pena ajena.
- 5) Confiar en el lector. Ante buenas propuestas editoriales, imaginativas y actuales, el lector reacciona y se acerca de nuevo a la lectura. En buena medida, de él depende defender ese espacio de la bibliodiversidad. 