

La trastienda del sector editorial

POR GLORIA GÓMEZ-ESCALONILLA

El libro en un libro. La edición, primer medio de comunicación de masas

Editorial Ediciones de la Torre. Manuel Alonso Erasquin.
Madrid, 2004

Para conocer el contenido de este libro sólo hay que leer su título. Efectivamente, *El libro en un libro* da cuenta de lo que implica el trabajo editorial. Y es que el libro es algo más que un conjunto de hojas formando un volumen, tal como lo define el diccionario de la Real Academia. Más bien es el resultado de un complejo y largo proceso en el que están implicados numerosos agentes: los autores que lo escriben, los editores que lo seleccionan y lo preparan para su acceso al mercado, los impresores que se encargan de su producción material y de repetirlo cuantas veces sea necesario. Pero también están los distribuidores que se ocupan de llevarlo allí donde pueda ser comprado, los librereros que orientan su venta y los lectores, quienes cierran el círculo cumpliendo con el principal cometido del libro: ser leído.

De todos estos procesos, y de todos estos agentes, Manuel Alonso Erasquin da perfecta cuenta de una manera ordenada y exhaustiva adentrándose en las problemáticas que acechan a los distintos agentes, porque no es fácil hacer un libro. No es fácil ser autor, no tanto por el esfuerzo que supone escribir sino por las barreras que encuentran muchos noveles escritores a la hora de editar su obra, sobre todo en los últimos tiempos cuando las editoriales privilegian a los autores ya conocidos. Y lleno de obstáculos también está el trabajo del sector editorial, y de los subsectores que engloba: impresión, distribución o librerías, por el riesgo que supone el apostar por una obra y los esfuerzos para promocionarla, por gestionar la sobreproducción de títulos sin que unos libros devoren a otros, por agilizar la logística y garantizar la presencia del título en los puntos de venta a pesar de lo cotizado que está el espacio de exposición, en definitiva, por coordinar los procesos y asegurar que la maquinaria funcione y el libro pueda encontrar un lector. Aunque tampoco es fácil encontrar ese lector teniendo unos índices de lectura, para el caso español, que no llegan ni a la mitad de la población.



Aun con estos y otros problemas, el mundo de la edición funciona, y funciona bien. Esa es una de las principales conclusiones del libro, y es destacable este esfuerzo por profundizar en el funcionamiento del mundo de la edición, desvelar sus procedimientos, sus dinámicas y sus trabajos cotidianos, porque sobre estos aspectos pesa un gran desconocimiento por parte de la población y es escasa la literatura al respecto. Y es importante también este esfuerzo teniendo en cuenta que se realiza desde una colección enfocada a servir de herramienta para la enseñanza, contribuyendo, pues, a generar un foro de reflexión entre las jóvenes generaciones sobre el papel, importante pero invisible, de la edición, pues es quien decide lo que se publica y, en consecuencia, lo que se lee.

Una edición de calidad

De *El libro en un libro* se destaca, también, el optimismo con que enfoca el mundo editorial. Y es que a pesar de los titulares que viene protagonizando la edición hoy: plagios, «negros», premios negociados, literatura «barata» y demás secretos que el autor desvela, estos problemas sólo representan una parte minoritaria de una realidad que sigue sonando a calidad.

Es la edición de hoy la que publica de todo, hay libros malos, pero también está lo mejor. Desde el punto de vista de la producción material, la edición actual ha logrado conjugar altas cuotas de calidad y rapidez sin incrementar costes. De hecho este libro ofrece un exhaustivo análisis de lo que implica la impresión, ventajas o desventajas de utilizar determinada familia tipográfica o determinado gramaje de papel, haciendo un recorrido por los avances tecnológicos que han conseguido simplificar lo que sucede en los talleres, aspecto injustificadamente olvidado cuando se habla de edición.

También en el campo de la distribución, mayorista o minorista, ha habido avances, aunque sigue siendo, y el autor así lo reconoce, uno de los campos donde los problemas parecen hacerse crónicos. A pesar de ello, cualquier usuario que busque un libro lo puede encontrar, aunque le cueste más o menos trabajo o tarde más, y lo encuentra al mismo precio en cualquier lugar; por eso es importante apostar, como también hace el autor, por la defensa del precio fijo, para facilitar el acceso al libro. Por lo que respecta a los lectores, cierto es que son pocos, pero nunca tuvimos en España unos índices mejores.

Y es que ese optimismo que desprende el libro de Alonso Erasquin descansa sobre todo en el análisis histórico, pues llega a la actual situación del sector desde sus orígenes más remotos (y es cierto que desde Gutenberg hemos avanzado mucho). Pero ese optimismo también se basa ¿y esa es una confianza que merece todos los aplausos? en la profesionalidad de los agentes y en un «saber hacer» que ha conseguido hasta ahora combinar la tradición de un oficio con la idiosincrasia industrial, velando por cumplir su principal función: transmitir y distribuir la cultura. Pero a la edición de hoy se le plantean nuevos retos y toca adaptarse al nuevo escenario donde la mercantilización de la cultura, la competencia de los medios audiovisuales, la globalización de la economía o la presencia en las nuevas redes imponen nuevas reglas de juego, y en ese análisis prospectivo, escaso en esta obra, puede que el optimismo desaparezca.

Comunicación «versus» cultura

Alonso Erasquin también propone como nota diferencial de su acercamiento al sector editorial un planteamiento que difiere de la consideración que este sector merecía hasta ahora, al tratar de definir y encuadrar la edición de libros dentro de los medios de comunicación de masas, tal como se desprende del subtítulo del libro y profundiza en el interior.

Aunque este planteamiento tiene cierta coherencia, porque obviamente el libro comunica al autor con su lector difundiendo su mensaje, existen razones suficientes que aconsejan su diferenciación. Sobre todo porque la base de su negocio es diferente: la industria editorial se basa en la explotación de un prototipo que se produce en serie mientras que los medios basan su trabajo y negocio en un flujo de información que varía continuamente. No es baladí esta distinción porque implica diferencias a la hora de organizar el trabajo, presentar el producto, venderlo y consumirlo. Pero sobre todo implica diferencias en el producto: frente al presentismo, lo permanente; frente a la rapidez, la elaboración; frente al entretenimiento, el deleite; frente a la información, el conocimiento; en definitiva, frente a la comunicación, el libro representa la cultura, la alta cultura, y no hay ventajas, sólo inconvenientes, en reducir este prestigio ganado a pulso durante siglos. Mejor sería, y es la propuesta en la que trabajamos desde la comunicación, que la producción mediática se acerque cada vez más a eso que llamamos cultura.

Al margen de esta puntualización sobre el encuadramiento del sector editorial que funciona a un nivel más teórico que real, esta obra representa una oportunidad nada desdeñable de recordar la importancia que el mundo de los libros ha tenido y tiene más allá incluso del terreno cultural. Contaba Luis Landero en el periódico *El País* (11-5-04) que cuando «se tiene dieciséis años, has pasado la tarde leyendo a Bécquer y a Neruda y sales luego a la calle, atufado de versos y hambriento de vida, te enamoras de la primera muchacha que el azar ha puesto en tu camino y a lo mejor ese amor dura ya para siempre»; y es verdad que a veces los libros marcan nuestra vida; por eso interesa conocer la trastienda de la edición, saber cómo han llegado esos libros a nuestras manos y por qué no pueden nunca dejar de llegar.