

Indicadores de cultura

Lectura, mercado y vida pública

GERARDO OCHOA SANDY

⑥ Fernando Escalante Gonzalbo ofrece, en *A la sombra de los libros. Lectura, mercado y vida pública* (El Colegio de México, México, 2007), acaso la más completa radiografía de la evolución en las últimas décadas de la industria editorial y sus resonancias en el mercado, la lectura y la vida pública de México.

El libro, plantea el investigador del COLMEX, forma parte ya de la industria del espectáculo. La mayor parte del mercado global pertenece a unos

cuantos consorcios que a la vez tienen periódicos, revistas, productoras de películas y discos y cadenas de radio y televisión. Las editoriales mantienen sus nombres originales y continúan en parte con las políticas de publicación que las han definido en el pasado, pero también se ajustan a la lógica del monopolio. Estos cambios modifican los hábitos de la lectura, el mercado y la vida pública como los hemos practicado

hasta la fecha. Las políticas públicas asociadas al libro y la industria editorial enfrentan entonces un desafío cuyas dimensiones y peculiaridades no han sido comprendidas todavía.

Sorprende que el más reciente libro de Escalante Gonzalbo no haya ameritado más atención por parte de quienes han participado en el debate de este prioritario asunto cultural en México. Dedicémosle una glosa para contribuir en algo a su difusión. El volumen de ventas total, plantea la investigación, asciende a 600 millones de dólares, y equivale al 20% del mercado español, que asciende a 3 mil

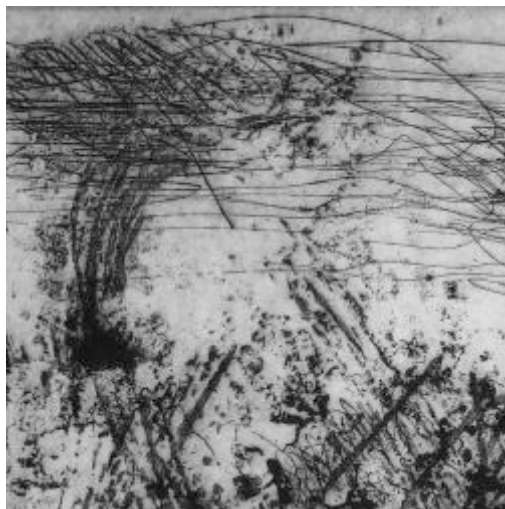
millones de dólares, y al 2% del estadounidense, que alcanza los 30 mil millones. Los libros importados, básicamente por las filiales españolas con sede en México, equivalen a la cuarta parte del total. De los libros que se exportan, el 33% son ediciones propias y el 67% fueron importados con anterioridad, no estaban destinados al mercado local y sólo hicieron escala en México antes de dirigirse a Estados Unidos, Centro y Sudamérica. De los libros que sí se venden en México, casi el 50% son libros de texto, un 20% libros técnicos y científicos y sólo uno de cada cuatro

libros está dirigido al lector en general. Desde otra perspectiva: el 78% de los libros en México son para la educación básica y media básica y el 10% para la educación superior. El principal comprador es el gobierno: 34%. De los libros coeditados, casi la mitad son coediciones con el gobierno. La conclusión: el mercado del libro en México es pequeño, periférico, básicamente escolar y subsidiado.

Para colmo, el mercado de México no es de México. Es de cinco empresas dedicadas a los libros de texto —Macmillan/Castillo, McGraw-Hill, Pearson, Limusa y Trillas— y cuatro

grandes consorcios españoles —Grupo Planeta, Grupo Anaya (Lagardère/Hachette), Random House (Bertelsmann) y Santillana—, que controlan el 72% de las ventas, el 87% de los libros de texto impresos en México, el 99% de los libros de texto importados, el 71% de las importaciones, el 65% de las coediciones y entre el 35 y el 40% de las adquisiciones directas del gobierno.

Grupo Planeta, que controla casi la tercera parte del mercado, está integrado por 27 editoriales —Ariel, Diana, Emecé, Espasa Calpe, Joaquín Mortiz, Paidós y Seix-Barral, entre otras—, el diario *La Razón* y la cadena de radiodifusoras Onda Cero, y es accionista de Antena 3TV. Grupo Santillana, división editorial del grupo PRISA, cuenta con 14 editoriales —entre las



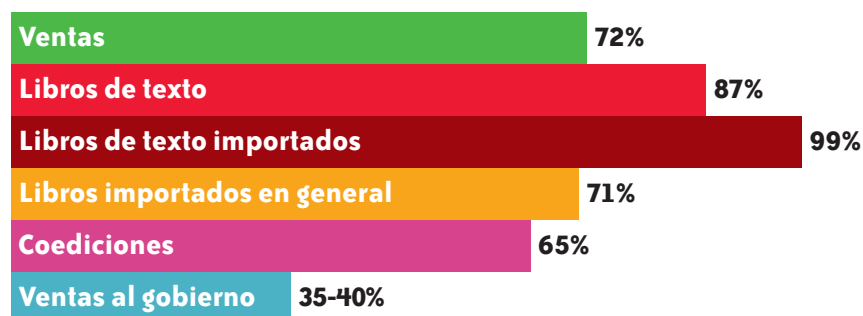
que figuran Aguilar, Alfaguara, Altea, Itaca, Richmond y Taurus—, el diario *El País*, las cadenas radiodifusoras Cadena Ser y Grupo Latino de Radiodifusión y la televisora Sogecable. Grupo Anaya, adquirido en 2004 por Lagardère/Hachette y propietario de la mayor cadena de revistas de España, incluye a Alianza Editorial, Anaya, Cátedra, Larousse, Salvat, la mitad de las acciones de Del Prado y casi la mitad de Siruela, entre otros sellos, para un total de dieciocho. Y Random House/Mondadori, filial española del consorcio alemán Bertelsmann, cuenta con 15, de las que destacan Areté, Círculo de Lectores, Debate, Grijalbo, Lumen y Plaza y Janés. Hasta este punto, parecería que nos enfrentamos a la crónica del fracaso de una política pública más que no supo enfrentar los cambios del sector a nivel internacional.

En una línea paralela, *A la sombra de los libros* aclara las repercusiones de los monopolios sobre el libro, la lectura y la vida pública, asuntos que han ocupado a Escalante Gonzalbo desde mucho tiempo atrás. Un aspecto central, entre varios más, es su análisis de las políticas públicas orientadas al fomento de la lectura. El investigador no cuestiona la validez de esta aspiración social, pero la aterriza al cotejarla con indicadores de lectura de diversos países, y construye con solidez una interrogante que no había sido formulada. Según la clasificación tradicional, existen los no lectores, los lectores ocasionales y los lectores habituales. El desinterés por la lectura varía según el desarrollo económico del país, pero no tanto como pensaríamos. Ejemplos de Europa: en Alemania el 31% de la población no lee nunca o casi nunca, en el Reino Unido el 28%, en Francia el 26 por ciento. El porcentaje de lectores habituales, que leen más de 20 ó 25 libros al año y definen el estatus de la vida pública de un país, tampoco varía mucho: en el Reino Unido poco más del 18%, en Alemania alrededor

Porcentaje del mercado editorial controlado por nueve grupos

(Macmillan/Castillo, McGraw-Hill, Pearson, Limusa,

Trillas, Grupo Planeta, Grupo Anaya, Random House y Santillana)



del 16%, en Francia el 14 por ciento. En México, en tanto, entre el 34 y el 39% no ha leído un libro durante el último año, cifra similar a la de los países europeos, pero el porcentaje de lectores habituales se desploma: sólo el 3 por ciento. La formación de este tipo de lector, plantea Escalante Gonzalbo, esencial para la discusión de los asuntos nacionales, debería ser el objetivo de las políticas públicas de fomento a la lectura, y no el llano y simple “que todos lean más”, ambiguo y que no ha arrojado resultados relevantes.

El inicio de los monopolios en la industria editorial se remonta a octubre de 1959, fecha en la cual se cotizó la primera emisión de acciones de Random House en la casa de bolsa de Nueva York, documenta el ensayista. El costo inicial de cada acción, 11.25 dólares, se triplicó en unos cuantos meses. La exigencia de rentabilidad de las editoriales pasó así del 4% al 20 o 25%, y en ocasiones al 40%, lo que redefinió el funcionamiento de la industria y la relación entre el libro y el lector, y repercutió también en la vida pública.

Un cambio notable: los consorcios propician un simulacro de debate cultural, es decir de vida pública, para la venta de sus libros. Sus editoriales encargan el libro, lo premian y lo publican, y sus medios de comunicación lo comentan, entrevistan al au-

tor, organizan conferencias. Este montaje modifica, a su vez, los intereses y comportamientos de escritores e intelectuales, que se vuelven parte del *star system* editorial. *A la sombra de los libros* documenta algunos episodios que, y es de lamentarse, no son la excepción. La autoridad moral e intelectual y la calidad literaria han sido desplazadas. Y la causa no es la veleidad individual. Es un cambio de fondo.

Escalante Gonzalbo se apega a información estadística y documental consistente y otorga la palabra a aquellos que dentro y fuera de México han escrito sobre el tema. Evita conclusiones categóricas, comentarios catastrofistas y generalizaciones frívolas y despliega, a cambio, una reflexión atenta donde somete a examen cada aspecto, construye sus certidumbres sin apresurarse y se mantiene atento a los matices. El lector advertirá también la declaración de fe de Escalante Gonzalbo, es decir, su elección intelectual por las tradiciones de lectura española y francesa, que ameritaría una reflexión aparte. Exhorta, pues, a un replanteamiento de la política cultural sobre la industria editorial y el fomento a la lectura para redefinirla en función de la salud de la vida pública del país y, desde la academia, nos ofrece una lección de verdadero periodismo cultural. ~