

SCHIFFRIN, ANDRÉ, *El control de la palabra. Después de “La edición sin editores”*, Barcelona, Anagrama, 2006.

por: Héctor Guillermo Alfaro López

Los presagios apocalípticos que André Schiffrin anunciaba en su libro *La edición sin editores* han comenzado a cumplirse más rápido de lo que él mismo esperaba. De ahí que para dar cuenta de esa acelerada transformación haya retomado el tema de su anterior libro, el cual, dicho sea de paso, fue un revulsivo tanto en el medio editorial como cultural en sentido amplio y por lo mismo sembró la inquietud y la zozobra en ambos medios. En *La edición sin editores* Schiffrin explicaba la situación que se estaba dando en el mundo editorial anglosajón, donde la concentración monopolítica de grandes *trusts* y *holdings* está absorbiendo tanto a renombradas como a pequeñas editoriales. Pero lo alarmante de tal proceso es de que a esas editoriales se les impone el *dictum* mercantil de la rentabilidad. Lo que significa reconstituir a cada una de esas editoriales, desde sus equipos directivos hasta sus fondos editoriales, para que ambos sean rentables y que hagan de esas editoriales

un negocio rentable. Para ello se privilegió la fabricación de un producto hecho a la medida de ese requerimiento mercantil: el *best seller*, que es ariete de una cultura simplificada y simplificadora que se lanza contra los bastiones de la cultura de calidad y crítica.

En esta secuela que es su nuevo libro *El control de la palabra* Schiffrin se traslada ahora hacia Europa, en particular Francia (su país de nacimiento), donde se comienza a dar el proceso de concentración editorial que describía en Estados Unidos (su país de adopción). En Francia, donde el mundo editorial parecía inmutable y estable debido al equilibrio que existía a partir del esquema de dos grandes conglomerados editoriales, Hachette y Vivendi, y entre ellas editoriales independientes y de gran tradición como Gallimard, Seuil y Flammarion (así como otras menores) se vio roto cuando se quiso pretender la fusión de los dos conglomerados, lo que daría lugar a un monopolio sin precedentes, ni equivalente en ningún otro país. Esta pretendida fusión puso en evidencia toda la red de alianzas y complicidades de intereses que había en ello a nivel político, económico e intelectual. Todo comenzó cuando el nuevo presidente de Vivendi Jean-Marie Messier buscó “seguir el camino clásico hacia la formación de un conglomerado internacional” acumulando empresas. Pero por la ambición el presidente de Vivendi llevó a su conglomerado al borde de la quiebra (2002), y esta situación lo obligó a plantear su venta.

Así las cosas, su principal competidor, Hachette, buscó comprarla, lo cual fue favorecido por una pseudopolítica nacionalista, que no deseaba que Vivendi fuera adquirida por un consorcio extranjero. Los intereses económicos mostraron su rostro en este asunto al poner en evidencia la intervención de los bancos pero, más aún, la presencia de la industria armamentista. Ambos sectores se encuentran estrechamente relacionados con el manejo y aportación de capital para invertir en la compra de empresas y seguir ampliando los conglomerados empresariales.

Lo que muestra Schiffrin es también el conformismo del sector intelectual francés para entablar debate y buscar alternativas a esta tendencia hacia la concentración editorial, lo que finalmente afecta directamente a ese sector. Esto contraviene la imagen de la intelectualidad francesa como altamente crítica, “su silencio es ensordecedor”.

Para evitar semejante concentración la Comisión Europea en Bruselas decidió el despiece de Vivendi, pero la mayor parte fue concedida al conglomerado industrial Wendel, uno de cuyos sectores está enfocado hacia la producción armamentista. El otro golpe fue la compra de la venerable editorial Seuil, que se definía por su espléndido catálogo de cultura alternativa de vanguardia crítica, por una editorial (más pequeña que la propia Seuil) en expansión monopólica. En todos estos casos de monopolio editorial se emprende el camino ya seguido

en Estados Unidos: despido del personal editorial directivo que es sustituido por empresarios, reconstitución del catálogo, preponderancia en la publicación de best sellers, y todo en aras de una mayor rentabilidad.

El mismo patrón se reproduce en Gran Bretaña, complicidad de los políticos (incluyendo al presidente Tony Blair), y alianza de la industria y los bancos para comprar editoriales que pasan a ser una pieza más de los grandes conglomerados. En este proceso también los periódicos son absorbidos por los monopolios, incluyendo esta vorágine monopolista incluso cine y las cadenas de televisión. Esta gran maquinaria de los grandes conglomerados que absorben todos los medios de información y comunicación busca controlar la opinión pública suministrándole el tipo de información que no dice ni cuestiona nada, lo que da lugar a una población acrítica ante los acontecimientos que suceden a su alrededor. Esto redunda en que un conglomerado se convierta en una población preparada para el consumismo, como queda inigualablemente plasmado en esa perla maravillosa de opinión que expresó Patrick Le Lay, presidente de la cadena de televisión francesa TF1:

El oficio de TF1 consiste en ayudar a Coca Cola a vender su producto. Ahora bien, para que un mensaje publicitario sea percibido, es preciso que el cerebro del telespectador esté disponible. Nuestras emisiones tienen, por vocación, la tarea de hacerlo disponible. Lo

que vendemos a Coca Cola es tiempo de cerebro humano disponible.

Schiffrin muestra que esta concepción que priva entre los magnates de la empresa televisiva tiene su equivalente en la industria editorial. Al uniformar la publicación en torno a los *best sellers* se crea una población de lectores consumista y acrítica, que sólo se guía en su elección de lecturas por los libros que son más vendidos o que tienen el respaldo de una película que los ha convertido en imágenes. Esto tiene su complemento con los periódicos que más que informar desinforman, haciendo que la opinión pública acepte las aventuras gubernamentales, como sucede por ejemplo con las guerras emprendidas por Bush o el apoyo de varios gobiernos a ellas, como en el caso de Blair y Aznar.

Toda esta oleada monopolista en torno a los medios de información tiene como una de sus consecuencias

“crear tiempo de cerebro humano disponible para el consumismo y la manipulación política”.

Schiffrin al mostrarnos en su breve libro este proceso que viven la industria editorial y los medios masivos de comunicación, deja entrever implícitamente la dinámica y tendencias que sigue en su conjunto el sistema capitalista en la actualidad. Un sistema que se encuentra liberado de toda barrera traduce una exacerbación de sus pulsiones mercantiles y esa orientación hace que

la concentración monopólica devore a sus propios agentes: "el pez grande devora al pez chico". Y el que ayer era un pez grande se convierte en pez chico, que será a su vez devorado por el pez que más ha crecido. Lo cual queda claramente ejemplificado con lo que nos explica Schiffrin: las librerías independientes son absorbidas o destruidas por las cadenas comerciales como la *FNAC* o *Virgin*, cuyas ventas masivas y abaratadas de *best sellers* acaban con la competencia. Las librerías independientes necesitan de la venta de *best sellers* para poder costear la venta de libros alternativos y críticos, de los que sólo se venden unos pocos ejemplares al año. Pero, asimismo, esas cadenas comerciales son ahora devoradas por los *discounters*

"que venden más barato que ellas y les están haciendo la misma jugada que las cadenas les hicieron en su día a los libreros independientes. Utilizan el libro como 'producto gancho' y no vacilan en venderlo por debajo del precio de costo (*loss leader*) para atraer al público a sus establecimientos".

Los hipermercados como Wal-Mart tienen en sus anaqueles sólo inmensas cantidades de los *best sellers* de temporada, de los cuales incluso ellos mismos se han convertido en editores. Así los *discounters* acaparan monopólicamente tanto la producción como la distribución de esa clase de libros, con lo que se convierten en la ballena que devora a todos los demás peces.

Ante un panorama tan desolador, nuevamente, al igual que en *La edición sin editores*, Schiffrin ofrece algunas alternativas que aunque reconoce como frágiles no dejan de ser viables, como por ejemplo, entregar las editoriales independientes a fundaciones o patronatos de carácter no lucrativo que las puedan financiar y que las repeten como proyectos sociales, lo que les permitiría conservar su independencia para publicar obras de auténtica calidad y de vanguardia. O, como en el ejemplo de Suecia donde un editor, *Ordfront*, ha podido conservar la independencia con éxito basándose en una cooperativa de lectores:

"Alrededor de 30,000 personas abonan hoy anualmente una módica cantidad, unos 20 euros, y reciben a cambio de ella una de las revistas más interesantes de Suecia. Si el 10% de esos suscriptores compran un determinado libro, *Ordfront* equilibra sus cuentas".

Como lo subraya Schiffrin, estas alternativas parecen inviables en una era de capitalismo globalizado orientado rígidamente por la derecha más conservadora y rapaz, pero como él mismo lo indica, la esperanza de la utopía nunca muere.

Mención aparte es el epílogo del libro *A París en nombre de mi padre*, en el que hace una breve semblanza autobiográfica en relación con su padre, el editor Jacques Schiffrin creador de la memorable y fundamental colección *La Pleïade* en Gallimard, y la ciudad

donde nació, París. En esta semblanza se ponen de manifiesto los motivos que lo llevaron a París y con ello a escribir *El control de la palabra*, lo cual entrañaba recuperar su propio pasado y su ciudad de origen desde la óptica del actual editor independiente:

“Sentir como si París volviera a ser de nuevo mío: que yo no era un simple

visitante que llegaba para pasar apresuradamente unos cuantos días, sino alguien que, aún sin dejar de ser estadounidense, vivía en París”.

Así, un libro que es una radiografía y crítica del aciago momento actual de la industria editorial termina en una declaración de amor, a la hermosa París, que nunca acaba.

