

Un mundo que se estrecha

Antonio Ramírez

Librería La Central

A estas alturas, después de una década y media de expansión geométrica del medio digital, cuesta atreverse a lanzar opiniones sobre el futuro de las librerías; después de todo lo que hemos escuchado durante estos años, sería más interesante formular la pregunta inversa: ¿cómo es que aún se siguen imprimiendo libros y cómo es que aún seguimos vendiéndolos en las librerías?

Durante el mismo período, otros sectores como la venta de música grabada han claudicado de manera irreversible y hoy parece a punto de caer también la prensa escrita. Nadie niega que el libro impreso ha cedido ya su lugar preferente; no obstante, la producción editorial y la circulación y difusión de los libros a través de las librerías, por el momento, en nuestro país pervive: muy afectado por la gravísima crisis financiera, sufriendo por sus cuatro costados las embestidas crecientes de lo digital y recluso tras unas defensas muy frágiles, aún así, el comercio de libros impresos sobre papel se mantiene en pie.

Incluso si esta resistencia no nos sorprenda del todo, quizá valga la pena tratar de distinguir sobre qué pilares se asienta. Habitualmente se aborda la discusión sobre el futuro del libro siguiendo dos vías de argumentación recurrentes: por un lado, la relación afectiva que muchos lectores mantienen con el libro de papel, y por el otro, la defensa del principio del *copyright*. Pero, entre medio, podemos distinguir también otros caminos menos transitados; aquí nos fijaremos en dos de ellos que tienen que ver con lo que ocurre antes de que el libro llegue a manos del lector.

El primero está relacionado con el modelo económico clásico. A pesar de la progresiva concentración editorial y del poder inmenso de los grandes grupos de comunicación, una buena parte de la oferta editorial sigue descansando sobre una pléyade de pequeñas y medianas empresas que funcionan de ma-

nera autónoma e independiente. La explicación de este fenómeno tiene que ver sin duda con las mínimas barreras de entrada que exige el sector; es decir, con el hecho de que para poner en marcha una nueva editorial o abrir una nueva librería, se requiere una inversión relativamente modesta y unos conocimientos técnicos que no precisan un aprendizaje excesivamente complejo. Con voluntad, astucia, capacidad de sacrificio y sobre todo mucha suerte, es posible salir adelante; durante esta pasada década muchos lo han conseguido y algunos de manera brillante, huelgan los ejemplos.

Al sistema del libro muchas veces le hemos llamado injusto o ciego; pero debemos subrayar que, a pesar de sus innumerables defectos y disfunciones, se corresponde más que muchos otros con la definición de mercado libre propuesta por Adam Smith, es decir, un mecanismo cuyo funcionamiento es resultado de la intervención de múltiples agentes desconectados entre sí, sin que ninguno de ellos tenga la fuerza suficiente para dominar a los demás. Los hechos son conocidos: autores que surgiendo de la nada consiguen miles de lectores con su primera novela, pequeños editores que aciertan con una novedad tras otra, lectores que se mantienen fieles a las recomendaciones de su librero de cabecera, etc....

Las virtudes que no podemos dejar de reconocer al mercado del libro son responsables de una apertura siempre impredecible e ingobernable; el sistema analógico del libro admite y propicia una creatividad elegante y perdurable con una relativa modestia de medios. Alguien puede dedicarse a publicar unas cuantas novelas clásicas al año, vender varios cientos o algunos miles de cada una, y vivir de ello, incluso pasándose bien.

Para muchos profesionales del libro, la Red no ofrece un espacio claro al que pueda trasladarse su actividad sin sacrificar una cierta manera de ejercer su oficio. Por el contrario y a pesar de la retórica de los profetas de las nuevas tecnologías, el modelo de negocio para la difusión de contenidos digitales en Internet sigue siendo cuanto menos incierto y confuso. Sabido es que quienes están logrando beneficios, y astronómicos, son apenas un puñado de grandes corporaciones y lo paradójico es que lo consiguen, no con la venta de composiciones de ceros y unos, sino con algo bien tangible y material: dispositivos de lectura de obsolescencia acelerada, acceso a un ancho de banda siempre escaso, potencia de los microprocesadores de datos, etc.

En cualquier caso, si en Europa, y en particular en España, no existe, como en América, una presión tan fuerte para transferir de forma urgente la actividad editorial al medio digital, quizá sea hora ya de no ver en ello un atraso, una especie de rémora evolutiva, sino más bien un apego voluntario y más o menos consciente a las formas clásicas propias del libro de papel; no vemos suficientes argumentos para renunciar a ellas.

Sería mucho más difícil justificar este apego si nos estuviéramos refiriendo al sector editorial anglosajón; una mirada a su evolución reciente –o la lectura del muy serio y preciso libro de John B. Thompson, *Merchants of Culture*–, nos permite distinguir unas marcas de contraste cada vez mayor: allí, el dominio de las cadenas, el peso de Amazon, la guerra de descuentos entre los supermercados, el imperio de los agentes, la presión de los grandes grupos, etc.; aquí, la importancia de la ley de precio fijo, la diversidad de pequeños y medianos editores, la importancia de la red de librerías independientes, la ausencia por el momento de Amazon.es, entre otras. Decimos todo ello para advertir que, cuando pensemos en el futuro, no deberíamos mirar lo que ocurre en América como si fuésemos un pterodáctilo que se dedicara a contemplar los murciélagos y las gaviotas para tratar de adivinar qué le depara el porvenir.

El segundo pilar de resistencia tiene que ver con cierto equívoco o lugar común muy propio del discurso que avala la superioridad de los nuevos medios digitales: la referencia al papel como un mero soporte, una base mecánica sobre la que se asienta la obra, la creación del espíritu, lo verdaderamente importante; en una secuencia de progreso muy simple, se habla de la sustitución de una tecnología obsoleta, el papel, por otra más avanzada, los medios digitales.

Pero tal vez no resulte tan simple si pensamos en el libro de papel no tan sólo como un soporte sino más bien como un complejo sistema de mediaciones; sistema que opera en dos niveles diferenciables.

En primer lugar, como un engranaje de selección y jerarquización. Al convertir un texto privado en un texto público bajo una forma material precisa, el sistema-libro pone en funcionamiento una compleja cadena de transformaciones. En cada umbral que atraviesa un texto se le añaden capas de valor; pero el trayecto tiene la peculiaridad de que no todos corren con la misma suerte. Como mecanismo de selección y jerarquización, con todos sus defectos y distorsiones, el sistema-libro permite que algunos textos destaquen sobre los demás y se conviertan en lecturas en común, en costumbres y valores compartidos, mientras otros muchos son condenados al olvido como mera pasta de papel. Como mecanismo de selección y jerarquización, tiene muchos defectos. Sin duda. Pero también ha demostrado ser tremendamente eficaz y productivo. No parece fácil de sustituir: sobre sus carencias y virtudes se han construido los momentos más memorables de la literatura del pasado siglo XX.

El libro clásico entendido como sistema de mediaciones posee, además, otra peculiaridad, muy vinculada a su condición física, a la función de su forma: una insólita capacidad para incorporar en su propia materialidad los mecanismos de una especie de «marketing» intrínseco, por llamarlo así. Gracias a las

posibilidades de su apariencia física, el libro es capaz de venderse a sí mismo, ser su propio alcahuete.

A diferencia de lo que ocurre con las grandes estrategias del marketing, donde se trata de lograr que el consumidor tome la decisión de comprar tal o cual producto mucho antes de haberlo tenido en sus manos, incluso antes de haber entrado en el establecimiento en el que podrá comprarlo, el libro, o al menos cierto tipo de libros, basan sus posibilidades de éxito en los escasos segundos que el lector les dedica en la librería, mientras pasea despreocupado sin saber apenas nada de ellos. Para convencerle de que bien puede ser su próxima lectura, cuentan tan sólo con un conjunto de dispositivos que deben estar debidamente ordenados sobre su superficie exterior. La tipografía, los formatos, las ilustraciones, los colores y los símbolos editoriales, las colecciones, las fajas y las frases de la solapa, las peculiaridades de la forma del libro constituyen un lenguaje particular que permite a los editores desplegar su elocuencia y sus armas de seducción, y a los lectores orientarse, recoger los indicios necesarios para su decisión.

Hablamos del libro como complejo sistema de mediaciones; queremos decir con ello que cuando un libro llega a manos del lector nunca es la misma obra que salió de la «pluma» del autor; no sólo porque con cada etapa del proceso editorial se ha ido transformando sino también por las particularidades que ha ido adoptando su forma material. Pero además, nunca llega al mundo solo ni lo hace en abstracto. Un libro existe en un catálogo, llega rodeado de amigos y vecinos, y entra a un escenario cargado de memoria: que aparezca junto a otros en una misma colección, presentándose de pronto como emparentado con una serie de obras y de autores ya consagrados, que la ilustración de la portada recuerde tal o cual género y que la tipografía evoque una cierta tradición o, por el contrario, un deseo de renovar y transformar, o que las notas de la contraportada o las frases en las fajas de promoción citen a otros autores que el lector conoce, son todos gestos que transforman el libro, son como capas de valor añadidas tras cada paso recorrido, ropajes de símbolos que distinguen a un libro de otro y gracias a los cuales el lector encuentra al libro que buscaba sin saberlo.

Hemos intentado describir dos «pilares de resistencia» del libro de papel: un modelo económico creativo y abierto, siempre permeable para la entrada de agentes renovadores, un sistema de mediaciones que actúa como filtro de selección y jerarquización al convertir los textos privados en públicos y que se vale de las formas del libro para cargarlo con capas de sentido adicionales, capas que son cruciales cuando el lector se enfrenta a los nuevos libros por leer. Estos pilares, como las columnas de Hércules, separan dos mundos; más allá,

comienza un océano del todo diferente. Pero, no nos engañemos, no elogiamos su firmeza: en realidad retroceden hacia nosotros de tal manera que el mundo «a este lado» se va estrechando cada vez un poco más. Aunque su solidez no sea tal, identificarlas nos permite marcar un punto de inflexión, detectar un umbral, un mojón que señala una frontera móvil, o una especie de coche-escoba que, conforme avanza en la ruta, nos señala que detrás suyo ya no viene nadie.

¿Cómo percibimos este desplazamiento? La columna-umbral que representa el modelo económico, por su parte, se mueve en dos direcciones: reduciendo su libertad, cediendo terreno a la concentración y, en consecuencia, creando dificultades para la renovación creativa –como sucede en los países anglosajones–; por otro, en Internet se exploran modelos económicos de difusión de los textos, que más tarde o más pronto pueden acabar imponiendo un nuevo estándar de consumo; tal como Amazon se impuso en la venta *online* de productos físicos durante la pasada década, las opciones de comercialización de textos por sistemas de *streaming* o la difusión gratuita a cambio de publicidad, cuentan con respaldo financiero suficiente que les permite adoptar con éxito tácticas de *dumping*: para imponerse, primero hace falta destruir. Ambos movimientos pueden confluír de tal forma que la edición en papel de cierto tipo de libros deje de ser viable y la difusión virtual pase a ser la única alternativa.

El sistema de mediaciones se desplaza igualmente conforme se consolidan nuevas maneras de leer en las que los conceptos de unidad y estabilidad propios del libro dejan de ser centrales. Para un número de lectores cada vez mayor, los valores simbólicos inscritos en la forma material del libro dejan de tener significado. Para ellos se ha roto un vínculo crucial al que nunca se le dará la suficiente importancia: el discurrir en paralelo de su formación como lectores y de la construcción de su propia biblioteca personal; es una ruptura profunda entre la lectura como construcción de sí mismo y la biblioteca como marco de la memoria. Prescindiendo de este universo de objetos que envejecían a su lado y, en palabras de Benjamin, conformaban el «escenario de su destino», el nuevo lector ha dejado de ser un «coleccionista»; para él, la materialidad del libro ya sólo significa pesadez, polvo, atadura y privación.

Ruptura que implica una mutación radical en la manera como el lector accede a los textos y elige sus nuevas lecturas: aquí la mediación a través de las formas pierde todo su sentido. Y también conlleva la sustitución de los dispositivos de selección y jerarquización propios de la edición en papel, por otros, ahora en fase embrionaria, donde se imponen valores bien diversos: de la difusión de textos fijos y estables, «cocidos», a la circulación de textos fluidos, fragmentarios, «crudos», un cambio de consecuencias irreversibles.

Nuestro mundo analógico empequeñece: del otro lado han caído ya la edición técnica y científica; una buena parte de la edición universitaria en ciencias sociales está ahora mismo deslizándose por la pendiente. Bien porque la edición en papel ya no es rentable, bien porque los estudiantes ya no saben leer de otra manera más que saltando de fragmento en fragmento, de resumen en resumen, el caso es que hoy una buena parte de la universidad ha dado definitivamente la espalda al libro.

En síntesis, la pregunta que debemos formularnos tal vez sea si realmente podemos estar seguros de que la mutación y la pérdida de centralidad del modelo económico y del sistema de mediaciones propio del libro de papel, no alterarán radicalmente tanto las condiciones para la creación y la difusión de la literatura y el ensayo humanístico como para la formación de fuertes lectores. Quizá no sea posible formular una respuesta sin prestar a las particularidades de este sistema de mediaciones construido tras siglos de edición y difusión de libros de papel toda la atención que merecen.

