

NEOLIBERALISMO Y EDICIÓN

Américo Cristófalo

Américo Cristófalo es docente e investigador de la Facultad de Filosofía y Letras; profesor de Literatura del Siglo XIX de la carrera de Letras, y actual vicedecano de la Facultad.

El grupo Bertelsmann, la corporación editorial, de medios y técnicas de la información más poderosa del mercado, ilustra cabalmente la hipótesis de Michel Foucault acerca de la génesis contemporánea del neoliberalismo, del poder soberano de la mercancía y el capital financiero. Fundada en Alemania en 1835, dedicada especialmente a la edición de teología protestante, y restablecida en el período inmediatamente posterior a la Segunda Guerra Mundial en el contexto del llamado milagro alemán (no hubo otro modo de llamar el fortalecimiento que se le ofreció a Alemania después del terror: milagro.) Bertelsmann dio comienzo desde entonces a un creciente proceso de concentración y expansión de negocios. En los cursos del College de France, entre 1977 y 1979, Foucault sostuvo que en la Alemania de posguerra se había engendrado el escenario propicio para una lógica económica, correlativa con el fin de la ocupación y el desarrollo del Plan Marshall, cuyo programa tuvo por objeto una rápida reconstrucción y crecimiento de mercado, desligado de limitaciones y formas de ley, puestas después a su servicio para reorganizar la ruina del Estado culpable y arrasado por la guerra. No demoró mucho la compañía Bertelsmann en advertir que el obstáculo natural que se imponía como límite al programa editorial era la propia lengua, el alemán, el número de hablantes y lectores de alemán. Ningún otro criterio acerca del alemán de guerra y de posguerra, sólo la razón del número en ecuaciones de rentabilidad. ¿Y obedeciendo a qué ley una empresa de mercado habría de detenerse en otra consideración? Es antiguo el saber acerca del papel de la lengua en situaciones de expansión territorial, de dominio y sometimiento imperial, pero en estos años la alianza entre las corporaciones y el mundo financiero propone relevar a los estados de la administración de estrategias y políticas lingüísticas.

Hacia los años '60, mientras Boris Spivacow construía sentidos posibles del libro argentino, orientándolo al acceso de mayorías a literaturas clásicas, de compleja calidad y alcance, Bertelsmann ponía en funcionamiento El Círculo de Lectores en España. Dos proyectos, dos modalidades enfrentadas de entender la experiencia de lectura. Dos estrategias: difusión masiva a bajo costo, en el caso del Centro Editor de América Latina, e incorporación de la compra a crédito, figura inicial de la expansión financiera en el mundo del libro. Ya en los años '80, Bertelsmann se adueña de Plaza&Janés de Barcelona, en la que sería su primera gran "fusión" editorial. Este dato de la industria es contemporáneo del furor europeísta de España tras los años oscuros del Estado franquista, de la entrada de España en los dispositivos contemporáneos del neoliberalismo, traducción real del mito de la transición y de los pactos de la Moncloa. El socialismo español, *El País*, y un discurso social generalizado, pedían modernización. La misma palabra que identifica en general los síntomas de reconversión del "viejo capitalismo" en capitalismo global.

El primer movimiento de Bertelsmann en Plaza&Janés fue un Lexicón para España y el mercado hispanoamericano, una enciclopedia que había dado buen rendimiento en lengua alemana. La nueva gerencia tomó la decisión de traducirla al español. Ya avanzada la tarea de los traductores, un poeta boliviano, Pedro Shimose, comprobó que faltaban nombres relevantes de la literatura latinoamericana, que se había traducido una enorme cantidad de entradas que narraban

sucintamente la vida y obra de periodistas austriacos, de poetas suizos, ignorados en España, en Perú, México o Argentina. Lo mismo ocurría con ríos, poblaciones, sucesos históricos: una falla evidente del ideal enciclopédico de totalización y ordenamiento. Bertelsmann había errado con la lengua, no había tenido en cuenta palabras y nombres de públicos españoles e hispanoamericanos. Cancelaron la traducción y la Enciclopedia se rehizo. Años más tarde, en auge de la convertibilidad, *Clarín* la reeditó en tirada fascicular.

El instrumento que en la región idiomática enuncian los grandes grupos editoriales para resolver los escollos lingüísticos de la expansión global, lo que llaman *español neutro*, es el modo con que nombran un empobrecimiento, un ideal de lengua única panhispánica, que pueda presentarse sin dificultades y garantice la mayor apertura posible del número de lectores. No son ya el esplendor y pureza del presunto genio de la lengua lo que está en juego, se trata ahora más bien de una ideología de totalización de mercado. Y de esa ideología son tributarias las instituciones españolas de la lengua, la Real Academia, el Instituto Cervantes, ocupadas también en estimaciones estadísticas acerca de la cantidad de hablantes de español esperable hacia el año 2050, en el posicionamiento del español en la web o en la generalización de la enseñanza de la lengua en países como Estados Unidos, China y Brasil, atentas a grandes expectativas de negocios. Instituciones que definen políticas particulares de regulación, encubiertas en buenas intenciones de voluntad panhispánica, y destinadas a mantener posiciones dominantes en el mercado y la industria cultural.

Esta tecnología de la lengua resultó conveniente, también a partir de la entrada de España en Europa y de la deuda que contrajo con la Comunidad, para la imposición de modos de traducir, de narrar, de voces y estilos que resguardaran y vigilaran el principio de una *buena literatura*, correcta, cómoda, con estándares aceptables de entretenimiento y venta, paradigma de la comunicación global. Instituciones y empresas subordinadas a técnicas de captura. Lógicas que, proyectadas sobre la figura del lector, ya no responden a formas clásicas de gobierno democrático, sino a lo que en esos Seminarios de 1977-79 Foucault llamó gobierno de disciplinamiento de la vida, y que Margaret Thatcher sintetizó bajo la fórmula: “La economía es un método, nuestro objetivo es cambiar el alma”. El alma del lector, esa frágil y permeable construcción de subjetividad, la vida del lector –en el sentido más amplio de la palabra lector– pasó a concebirse como objeto codiciado, producido y domesticado por los medios. Las literaturas de autoayuda, explícitas o encubiertas, las que ven en el lector un potencial de “emprendedurismo”, son casos extremos de un programa que apunta al dominio completo del mercado, pero que piensa el mercado como totalidad de la vida.

Los procesos de concentración editorial se inician en Argentina en los años '90, contemporáneos de las privatizaciones características de la década. Aun a pesar de la generalización y extensión de esos procesos, que comprometieron sellos relevantes, quizá el caso más emblemático, junto con el de Emecé, haya sido el de Sudamericana. Una casa de larga tradición en el medio local, con un catálogo que abarcaba grandes firmas de la literatura nacional en todos sus géneros, que contó entre sus directores a figuras como Francisco Porrúa y Enrique Pezzoni, que introdujo acontecimientos subrayables en las literaturas latinoamericanas, y cuya política de traducción, entre las décadas de los '40 y de los '80, produjo un enorme impacto en el ámbito del idioma. Pasó primero a integrar el grupo Random House–Mondadori, entre cuyos ceos figura el nombre del actual ministro de Cultura, Pablo Avelluto, y forma parte ahora del propio grupo Bertelsmann.

Son innumerables los efectos de la concentración editorial: efectos en el campo de la producción, de la comercialización y distribución, de dominio de las grandes superficies de venta, de subordinación a las casas matrices, de empobrecimiento y destrucción de grandes catálogos, de desplazamiento de la figura del editor crítico por la del gerente de negocios, de inserción del mundo editorial en el campo de los negocios financieros, de la ya mencionada presión para definir estándares de escritura y construcción de lineamientos poéticos, de uniformización de las variantes de traducción, de hegemonía en porciones altísimas de los mercados literarios, etc. En relación con la región idiomática, el neoliberalismo editorial obstruyó la circulación, intercambio y conocimiento de las literaturas hispanoamericanas. Son las sedes centrales las que toman decisiones acerca de qué autores y títulos distribuir en los circuitos locales y fuera de ellos. Se impuso a su vez el mito de que un lector del DF no lee bien la variante idiomática rioplatense o que a un lector de Madrid le incomodan las variantes de Colombia, de Ecuador o Paraguay.

Las recientes políticas de reapertura de la importación en Argentina, la liquidación de los programas de subsidios y compras del Estado a editoriales nacionales (especialmente las compras que se impulsaron desde el Ministerio de Educación y la Conabip -Comisión Nacional de Bibliotecas Populares-, como parte de políticas de difusión de la lectura), los desajustes relativos a los costos de producción, la caída brusca del consumo, el plan general del gobierno de Cambiemos, han vuelto a poner en crisis el ciclo del libro. En los últimos años la edición argentina había recobrado posiciones, consolidado pequeñas y medianas editoriales que reconstruyeron catálogos de calidad, fortalecieron la traducción local, la edición universitaria y de instituciones relevantes como la Biblioteca Nacional y recuperaron prácticas de cuidado artesanal. El escenario se encamina fatalmente hacia las mismas condiciones que se extendieron en la década de las privatizaciones y de la subordinación de la industria del libro a las grandes corporaciones editoriales y de medios.

Dos últimos episodios significativos en relación con la crónica del grupo Bertelsmann. En marzo de 2014, Penguin Random House, que representa la división editorial del Grupo, formalizó la compra de Alfaguara, Taurus, Aguilar, Altea, y otros sellos que pertenecían al grupo Prisa (el más fuerte en España), convirtiéndose según informa la prensa sin ironía en “amo y señor de la literatura española y latinoamericana”. En diciembre del mismo año, el rey Felipe VI, visitó la sede central de Bertelsmann en Alemania. No deja de ser notable que la vieja monarquía española, encargada de los asuntos de la Real Academia de la Lengua, rinda pleitesía al amo y señor contemporáneo, mientras él, amo y señor, agradece los buenos servicios de España en América Latina, y como responsable del Consejo Empresarial Hispano Alemán, promete que Bertelsmann hará esfuerzos para ofrecer trabajo a los desocupados españoles.

Agosto de 2017