

LA LIBRE CIRCULACIÓN DEL LIBRO (*)

Alejandro Katz

Presidente de Katz Editores

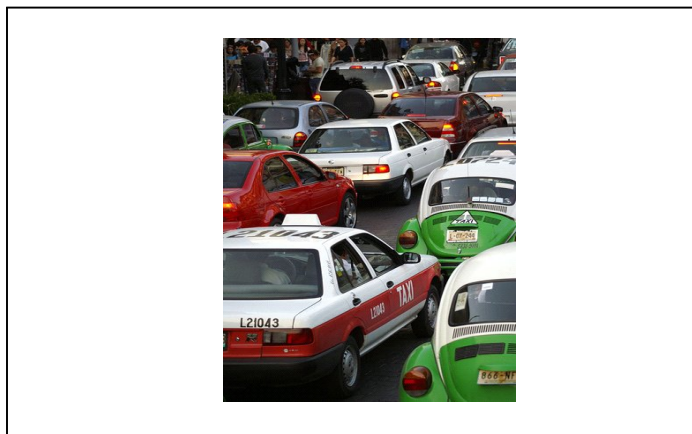
Argentina

Si bien, el título de esta ponencia hace referencia al tratado de Florencia y a su protocolo de Nairobi, los problemas relacionados con la circulación del libro en español no derivan principalmente de la falta de cumplimiento de dichos acuerdos internacionales, ni por parte de los países de nuestro idioma ni de aquellos que son o pueden ser mercado objeto de los libros editados en español.

La construcción de una matriz DAFO con los retos a que se enfrenta la circulación de los libros en español exige, a mi entender, precisar algunos conceptos.

Dado que la idea misma de circulación de los libros hace referencia al movimiento deberemos analizar, por una parte, la situación de ese movimiento entre los países que comparten el idioma y, por otra parte, la situación de los libros editados en nuestro idioma en su relación con otras áreas idiomáticas.

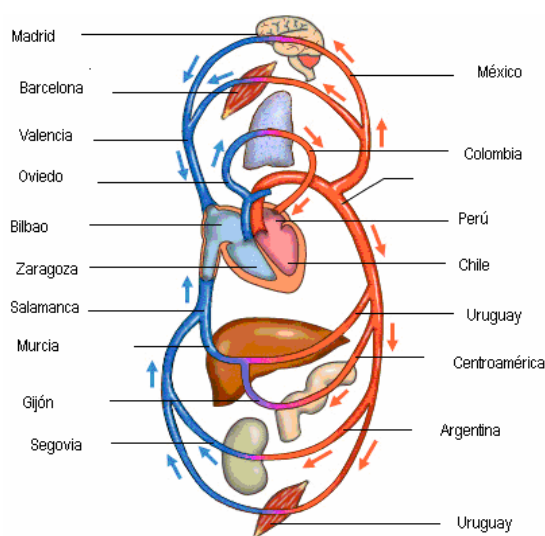
Dejaremos por tanto de lado, la problemática asociada con los mercados internos, es decir, con aquellos espacios en los que la identidad nacional e idiomática del editor y del consumidor son coincidentes, y en los que la circulación parece tener cada vez más características como las de esta imagen:



NOTA: Cuando señalo que la identidad nacional e idiomática del editor y del consumidor son coincidentes, hago caso omiso – por tratarse de una problemática que tampoco está bajo el alcance de esta presentación- de las particularidades peninsulares: asumo, por ello, que en el caso español nos preocupan los libros editados en idioma español por editores cuya ciudadanía es española, independientemente de la identidad lingüística que ellos asumen en actividades que no sean la edición de libros.

Modelo

Uno de los modelos que deberemos analizar es parte, por decirlo de algún modo, de un mismo sistema circulatorio, definido por la identidad lingüística entre el productor, el producto y el usuario. En este modelo hay un principal órgano motor (el idioma) que impulsa un solo tipo de contenido idiomático por un sistema relativamente interconectado.



Se trata de un sistema único, aun si existen importantes diferencias entre uno y otro “hemisferio” (las partes izquierda y derecha del sistema), por decirlo de un modo, a la vez figurado y literal.

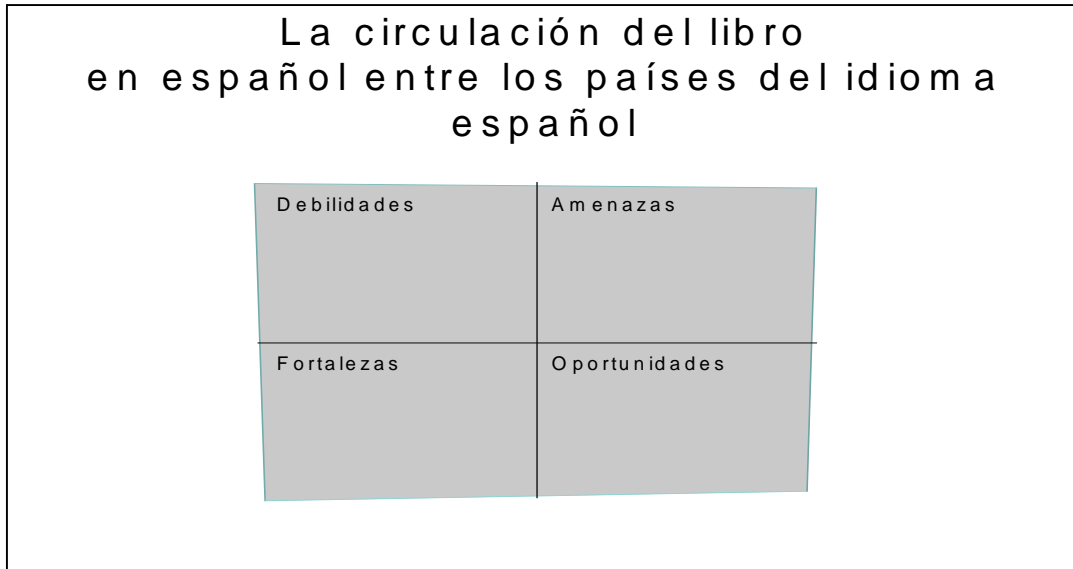
Y en uno de los hemisferios, continuando con la metáfora organicista, entre los diferentes órganos, nos encontramos con un modelo circulatorio de este tipo: es decir, con la posibilidad (o no) de conectar sistemas lingüísticamente distantes.



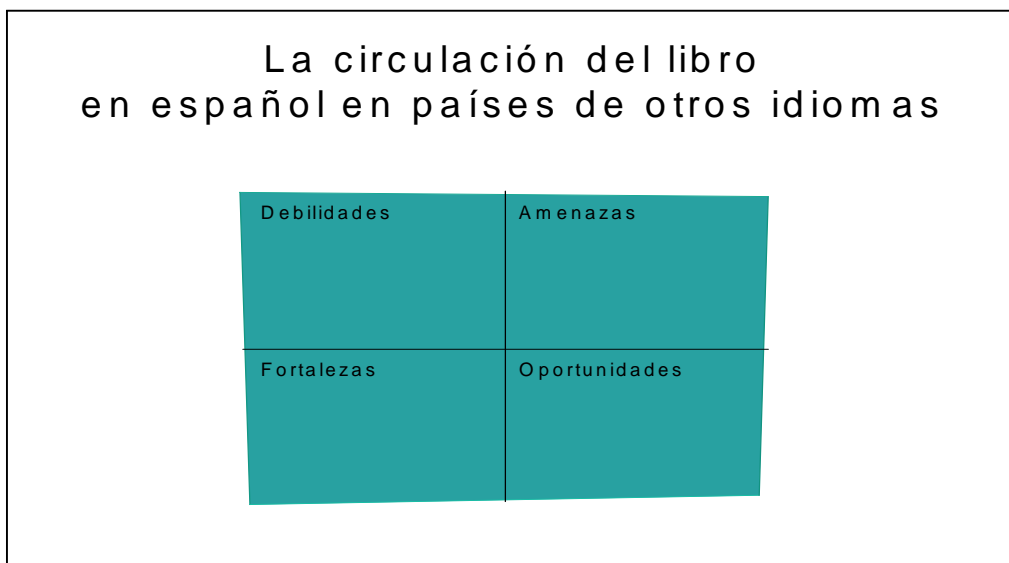
Aunque se debe aclarar que la conectividad de los sistemas no siempre tiene esta forma, es decir, no siempre es sencillo el proceso que consiste en sacar algo de un sitio y ponerlo en otro.



Ya que en ocasiones no se trata de conectar sólo dos puntos por medio de una mecanismo lineal. Habitualmente, habrá desvíos, destinos diferentes, confusión de caminos y, sobre todo, muchos competidores transitando por el sistema.



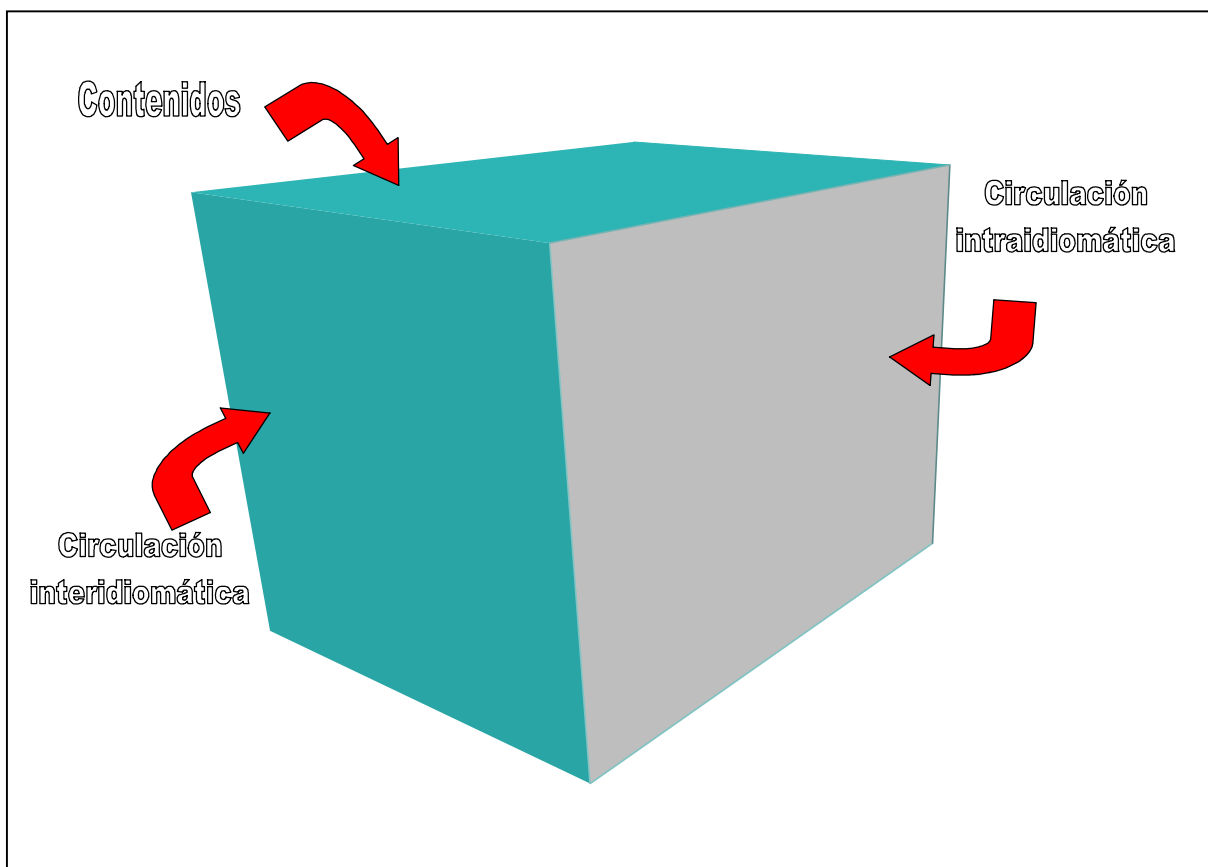
Podríamos, por tanto, proponer dos matrices DAFO. La primera para analizar la circulación del libro en español entre los países del idioma español.



Y la segunda para analizar la circulación de nuestros libros en otras áreas idiomáticas.

Creo, no obstante, que el análisis seguiría siendo insuficiente si nos limitamos a estos dos aspectos, pues hay por lo menos un factor más que debe ser considerado para mejorar nuestra comprensión del problema.

Las dos primeras matrices hacen referencia al libro como objeto, al libro en su materialidad. Pero la circulación no se ve sólo favorecida u obstruida por el modo en que los bienes de cambio atraviesan las fronteras, sino también, y de una manera no menos importante, por el modo en que viajan los contenidos, independientemente de su inscripción material. Lo cual nos obliga a agregar una nueva matriz a nuestro modelo, que de este modo se convertirá en tridimensional, sumando, a los problemas de la circulación material el de la circulación de los contenidos.



Comencemos, pues, a construir la primera matriz: el análisis de la circulación del libro entre los países de nuestro idioma. Y lo hacemos partiendo de las **debilidades**.

La circulación del libro en español entre los países del idioma español

- ✓ **Debilidades**
 - ✓ **En la circulación de la información**
 - ✓ Inexistencia de un sistema único para el conocimiento de la oferta
 - ✓ Ausencia de un sistema único de intercambio de documentos comerciales
 - ✓ **En la circulación de las mercancías**
 - ✓ Desproporción entre la oferta y la demanda
 - ✓ Persistencia de disposiciones arancelarias y paraarancelarias en varios países
 - ✓ Inexistencia de un acuerdo iberoamericano de tarifas de transporte
 - ✓ Falta de leyes de precio único en numerosos países de la región

Distinguiremos, para este como para otros aspectos, diversos niveles de análisis:

1. Debilidades en la circulación de la información.
 1. Ausencia de un sistema único e interconectado para el conocimiento de la oferta editorial idiomática: no hay una base de datos única para el ISBN en el idioma. Se ha dado primacía a la información nacional sobre la idiomática.
 2. Falta de un sistema único de intercambio de documentación comercial. El modelo español SINLI no cubre el resto del territorio idiomático.
2. Debilidades en la circulación de las mercancías.
 1. Desproporción entre la oferta y la demanda (aun si, personalmente, creo que más que “desproporción” se trata de “desajuste” y falta de capacidades de vincular eficientemente oferta y demanda.

2. Persistencia de disposiciones arancelarias (Perú) y paraarancelarias (Chile) que dificultan la circulación
3. Falta de un acuerdo iberoamericano de tarifas para el transporte de libros
4. Falta de leyes o acuerdos de precio único de venta al público en numerosos países de la región

La circulación del libro en español entre los países del idioma español

- ✓ **Debilidades (continuación)**
 - ✓ En la estructura empresarial
 - ✓ Atomización del sector distribución y minifundismo empresarial
 - ✓ Baja rentabilidad de los actores de la cadena comercial

1. Debilidades en la estructura empresarial, a causa de
 1. Atomización y minifundismo
 2. Baja rentabilidad de numerosos actores de la cadena comercial

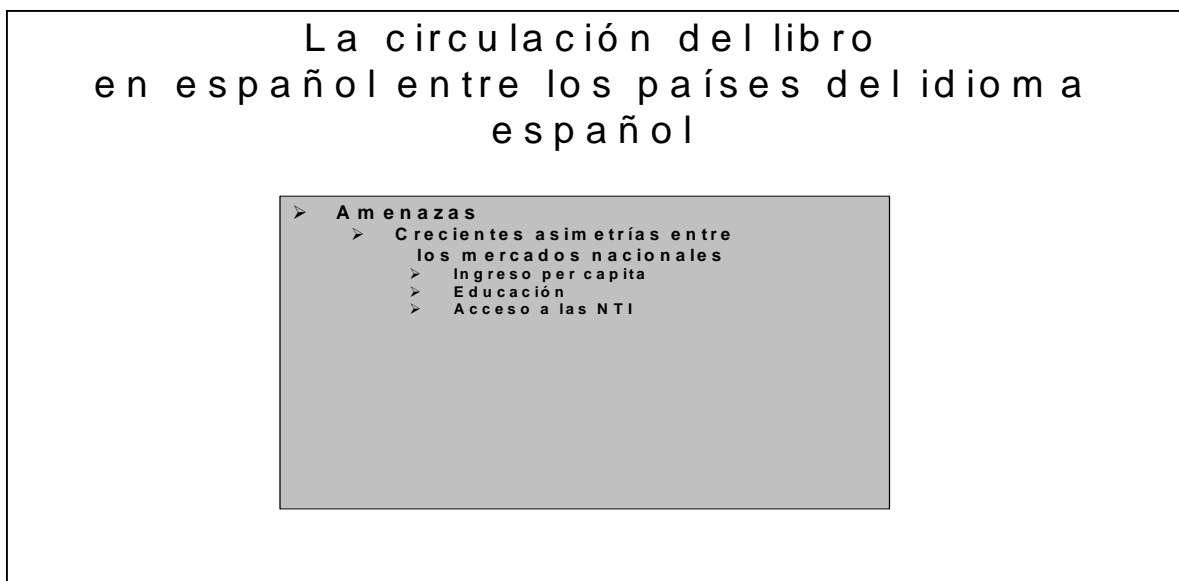
Análisis

Antes de concluir este apartado, quisiera hacer una breve reflexión: en mi opinión, la industria editorial en español se ha construido siguiendo (por razones históricas fácilmente explicables) el modelo francés, en el cual idioma y territorio son básicamente idénticos (los territorios francófonos no franceses son poco relevantes en términos relativos). Con muy pocas excepciones, las empresas que operan en nuestro ámbito idiomático son empresas nacionales que, eventualmente, exportan a otros países, o empresas multilocales.

Si es evidente que existe un solo espacio idiomático, no lo es tanto que exista un solo espacio editorial. Las debilidades mencionadas para la circulación de la información y

para la circulación de las mercancías, que son causa a la vez de la debilidad en la estructura empresarial, podrían comenzar a subsanarse, como veremos al analizar las oportunidades, realizando las acciones necesarias para que el espacio idiomático y el espacio editorial sean efectivamente el mismo

Toca el turno ahora al análisis de las **amenazas**, siempre en la primera matriz. Es decir, las amenazas a la circulación del libro entre los países de nuestro idioma.



1. Crecientes asimetrías entre los mercados nacionales

El espacio idiomático es un espacio de velocidades dispares, tanto entre países como en el interior de cada país. Se trata de asimetrías de diversa naturaleza, entre las cuales destacan las asimetrías

- a. En el poder adquisitivo
- b. En los niveles (y la calidad) de la educación
- c. En el acceso a la información (particularmente, por medio de la utilización de nuevas tecnologías y acceso a Internet)

La circulación del libro en español entre los países del idioma español

- **Amenazas**
 - **Crecientes asimetrías entre las capacidades de los actores**
 - **Uso de la tecnología**
 - **Calificación profesional**
 - **Tasas de rentabilidad**

1. Crecientes asimetrías entre las capacidades de los actores de la profesión
Superpuestas a las asimetrías antes mencionadas, los actores del mundo del libro en nuestro idioma también tienen distancias cada vez mayores en función de diversos factores:

- a. El país de acción
- b. La distancia respecto del centro económico y político de su propio país
- c. La dimensión de su unidad de negocios.

Dichas asimetrías se expresan en:

- a) Grados sumamente dispares de utilización de la tecnología
- b) Niveles crecientemente diferentes de calificación profesional
- c) Distancias mayores entre las tasas de rentabilidad de unidades económicas equivalentes por su posición relativa en la cadena.

La circulación del libro en español entre los países del idioma español

- **Amenazas**
 - **Presencia creciente de los Estados como editores**
 - **Erráticas y poco transparentes políticas de compras públicas**
 - **Insuficiente inversión en educación**
 - **Insuficiente inversión en formación de lectores**

1. Por último, creo importante señalar las amenazas surgidas del sector público, en numerosos países del espacio idiomático.
 1. Creciente presencia del estado editor
 2. Escasa transparencia en las compras públicas
 3. Bajas inversiones en la creación de bibliotecas
 4. Bajas inversiones en la formación de lectores
 5. Bajas inversiones en educación.

Intentemos hacer funcionar una vez más los engranajes neuronales:

Nos hemos propuesto detectar cierto tipo de amenazas: aquellas que no sean locales (nuestro marco general es “el idioma español”), aquellas que no sean particulares de uno de los eslabones de la cadena del libro (nuestro tema es “la industria editorial”).

He intentado señalar aquellos factores que constituyen amenazas sistémicas: para el conjunto de la industria en el total del espacio idiomático. Por tanto, los factores amenazantes son aquellos “futuribles” que pueden provocar que el futuro sea peor que el presente, para la industria editorial en idioma español.

Es ahora el turno de analizar as **fortalezas** con las que contamos:

La circulación del libro en español entre los países del idioma español

- **Fortalezas**
- **Historia**
- **Madurez de la industria**
- **Recursos humanos**

Las fortalezas existentes son inmensas, por su naturaleza y calidad. Intentaré, por tanto, detectar las principales, sin pretensión de ser exhaustivo.

Entre éstas, destaco en primer lugar las fortalezas existentes desde el lado de la oferta:

1. **Historia.** Existen, en muchos países, tanto en la edición como en la librería, compañías de muchas décadas de existencia, algunas de más de un siglo
2. **Una industria madura,** en muchos de los espacios nacionales
3. **Recursos humanos de alto valor** para todos los procesos exigidos por la industria en todos sus eslabones

La circulación del libro en español entre los países del idioma español

- **Fortalezas (continuación)**
 - **Diversidad y pluralidad**
 - Dimensiones empresarias
 - Origen de los capitales y estructuras societarias
 - Subsectores de la edición
 - Contenidos
 - Precios

1. Diversidad y pluralidad

1. De dimensiones empresarias: grandes, medianas y pequeñas editoriales. Librerías independientes, redes asociativas y cadenas de librerías
2. De origen de los capitales. Empresas de capital local, empresas de capital idiomático, empresas de capital trasnacional. Empresas unipersonales y otras que cotizan en bolsa.
3. Diversidad en los subsectores de la edición: prácticamente todos están cubiertos con altos niveles de eficacia: del STM al jurídico, del texto al libro general, del infantil al práctico o el religioso
4. De contenidos: lo local, lo regional, lo nacional y lo global están atendidos desde la oferta.
5. De calidades industriales
6. De precios

La circulación del libro en español entre los países del idioma español

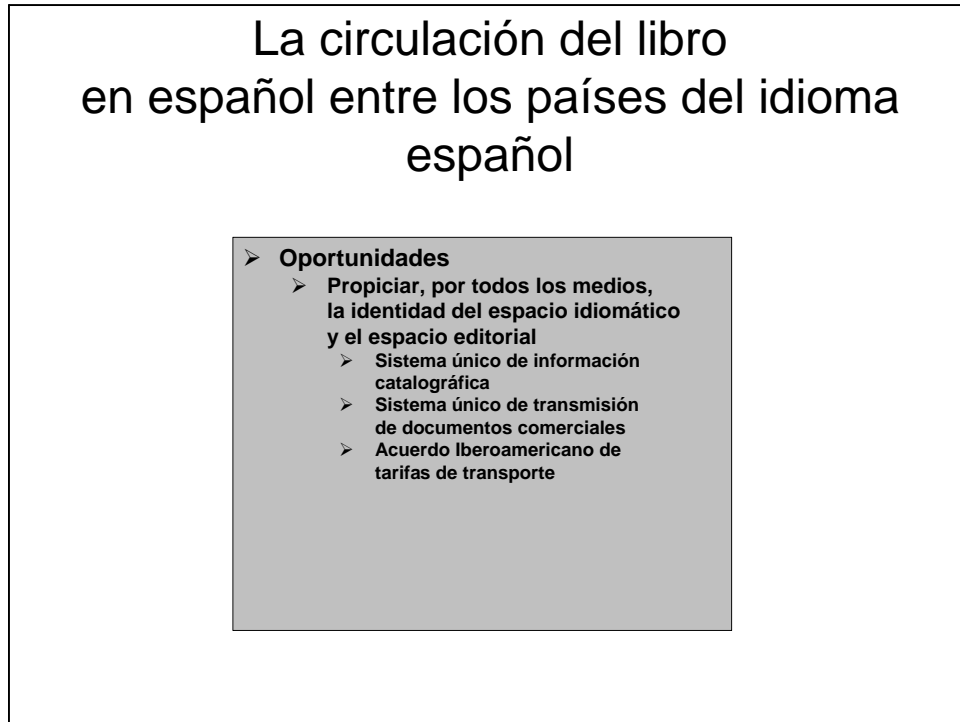
- **Fortalezas (continuación)**
 - **Dimensión del mercado total**
 - **Favorable mix etario**
 - **Crecimiento de la educación**
 - **Tanto en la base del sistema**
 - **Como en los niveles más altos**

1. Desde el lado de la demanda
 - a. Dimensión total de la población hablante del idioma
 - b. Adecuado *mix etario* de la población total (compensación entre poblaciones crecientemente envejecidas en algunos países y fuertemente jóvenes en otros)
 - c. Crecimiento sostenido de los niveles educativos, tanto en la base (individuos incorporados a la educación formal) como en altura (individuos que llegan a la educación universitaria y a los posgrados)

Es evidente que la industria editorial en español es sumamente poderosa. Aunque está liderada por la industria española, esa fortaleza es aun mayor si se considera a la industria a nivel idiomático, tanto desde el lado de la oferta como desde el lado de la demanda.

Debe subrayarse que, a diferencia de lo que ocurre en otros ámbitos lingüísticos, la diversidad de territorios es un reaseguro contra las variaciones macroeconómicas a nivel nacional y regional. De ese modo, se quita volatilidad al ambiente de negocios a escala idiomática.

Queda, por fin, la tarea de detectar las **oportunidades** que se presentan, a partir de las debilidades, amenazas y fortalezas analizadas.



1. Como comprenderán, la primera oportunidad que quiero señalar consiste en realizar las acciones necesarias para que el espacio idiomático y el espacio editorial sean idénticos. Ello implica trabajar simultáneamente sobre:
 1. Sistemas de información sobre títulos (unificar el acceso a los ISBN, o cualquier otra alternativa tecnológicamente adecuada). Debe tenderse a que cualquier actor del sistema –desde un librero a un bibliotecario o un consumidor- pueda ver, en una sola base de datos, el conjunto de la oferta
 2. Sistemas de información comercial. Habría que extender el SINLI a todo el espacio idiomático
 3. Negociar, a nivel intergubernamental (tarea del CERLALC y del GIE) un acuerdo iberoamericano de transporte de libros.

La circulación del libro en español entre los países del idioma español

- **Oportunidades**
 - **Tratados internacionales**
 - **Leyes de precio único**
 - **Mecanismos compensatorios para los lectores desfavorecidos**
 - **Programas de formación profesional**

1. Naturalmente, continuar realizando los esfuerzos necesarios para obtener la adhesión total al Acuerdo de Florencia y su protocolo de Nairobi
2. Estimular la sanción de leyes de precio fijo allí donde no existen, para favorecer el desarrollo y solidez de la cadena comercial
3. Establecer mecanismos compensatorios para el acceso al libro y disminuir así las asimetrías antes mencionadas entre los potenciales utilizadores (bajo un modelo semejante al utilizado en la UE para reducir las asimetrías entre países miembros)
4. Mantener los programas existentes (y aumentarlos en lo posible) orientados a la formación profesional, para reducir las asimetrías entre los actores

La circulación del libro en español entre los países del idioma español

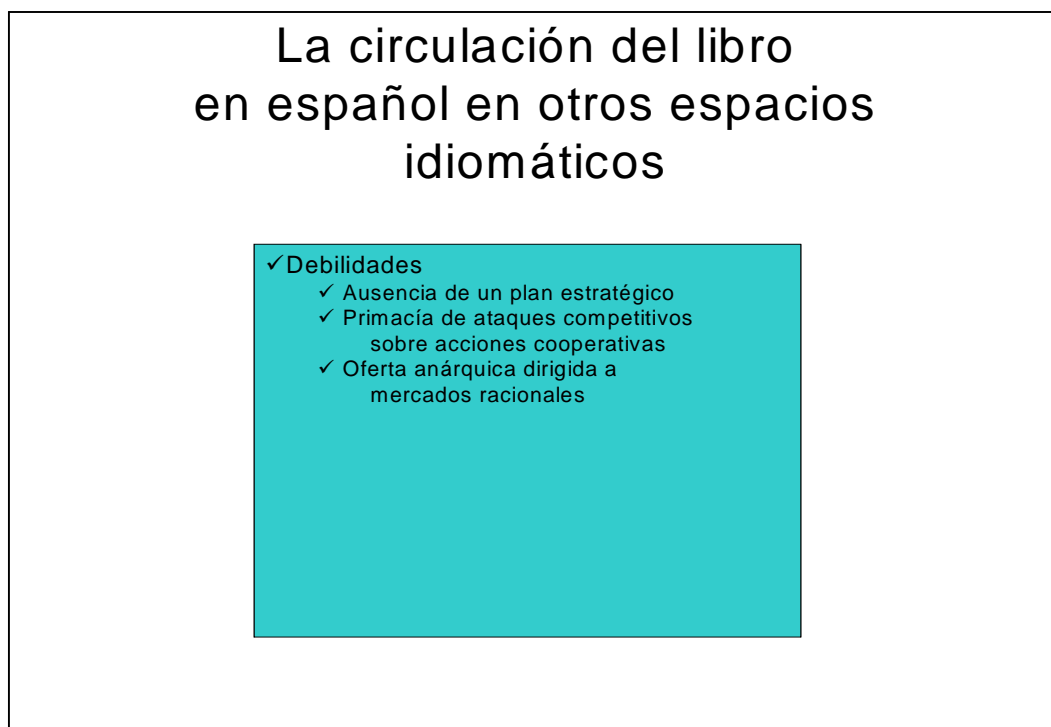
- Oportunidades
- Incorporar al mercado a los lectores potenciales y a los no lectores

1. Pero, por supuesto, la gran oportunidad consiste en incorporar al mercado del libro a quienes hoy son lectores potenciales o directamente no lectores, y que se cuentan, literalmente, por millones

La circulación del libro en español en otros espacios idiomáticos

| | |
|-------------|---------------|
| Debilidades | Amenazas |
| Fortalezas | Oportunidades |

Comencemos, pues, a construir la primera matriz: el análisis de la circulación del libro entre los países de nuestro idioma.



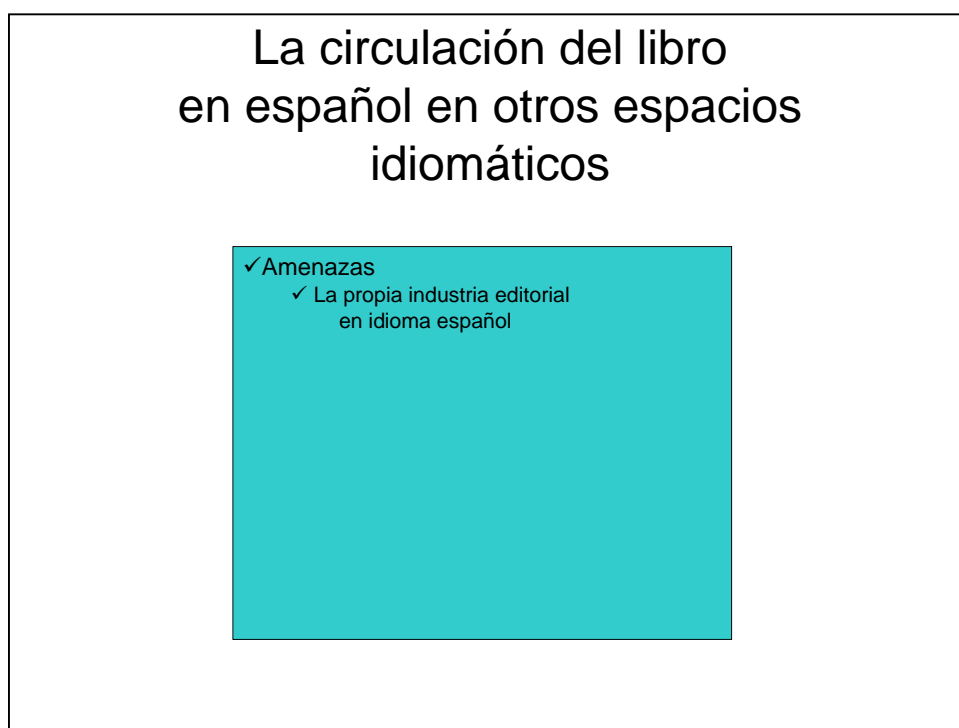
Entre las principales **debilidades** detectadas señalaremos las siguientes:

- La ausencia de un plan estratégico, que provoca que alternativamente diversos mercados parezcan el mercado objetivo principal (sea la UE, los EEUU, Brasil o, incluso, China). Que provoca, igualmente, que diversos subsectores de la industria parezcan los privilegiados para el ingreso en dichos mercados: la literatura general, la literatura infantil, los libros académicos, los libros de enseñanza del español como segunda lengua, etcétera.

- Concomitante con la falta de un plan estratégico, se ha observado una fuerte tendencia de los líderes de la industria a buscar oportunidades en mercados extradiomáticos sin concertar acciones sectoriales. Cada corporación piensa que su modo de intervención será el modelo de éxito, y exhibe poca disposición a compartir recursos, conocimiento y estrategia para construir una “cabeza de playa” sólida a partir de la cual desarrollar las acciones específicas. No se comparte información, ni estructuras, ni conocimiento, ni logística..., y los fracasos, de mayor o menor

envergadura, son reiterados. Los líderes han actuado sobre los mercados extradiomáticos con la misma ideología de negocios (o cultura de negocios) con que han actuado sobre A. Latina.

- Se abordan los mercados extradiomáticos de modo irracional, trasladando al mercado de destino el costo de la falta de coordinación, experiencia y conocimiento de los generadores de la oferta. De ese modo, en los mercados de destino pocos saben quién ofrece qué, por qué canales, con que continuidad, etcétera.

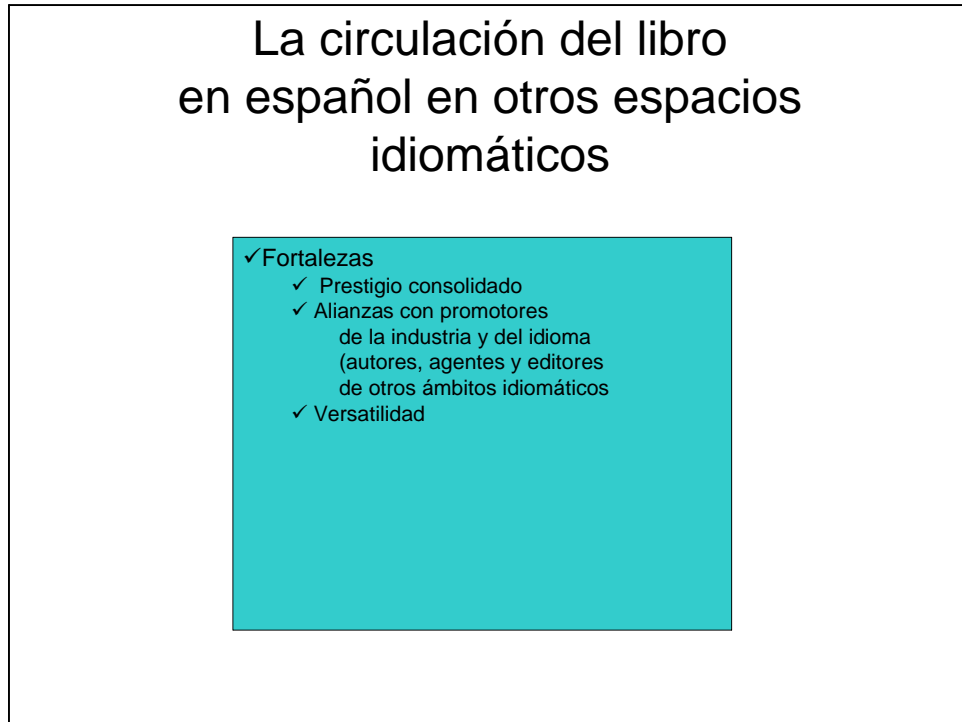


No es sencillo apuntar las **amenazas**, dado que éstas suponen que existen actores que están en capacidad de deteriorar posiciones ya ganadas por otros actores. En este caso, ¿sobre qué recaería la amenaza?

Al parecer, no hay mucho para perder –porque no hay mucho ganado.

Sin embargo, la principal amenaza es endógena: en relación con la conquista de mercados extradiomáticos, la principal amenaza es de la industria misma, que está asumiendo un gran costo de oportunidad derivado de su incapacidad de encontrar los

modos de posicionamiento adecuados para penetrar exitosamente mercados extradiomáticos.



¿En qué cualidades podría apoyarse la industria editorial en idioma español para facilitar la circulación de sus libros en otros ámbitos idiomáticos?

- En su prestigio. No se trata de una industria percibida como exótica, ni incipiente, ni de baja calidad.
- Alianzas. La industria puede apoyarse en alianzas que existen, pero que no han sido explotadas: autores, editores y agentes de los otros ámbitos idiomáticos, que conocen y valoran la calidad de nuestra industria y podrían funcionar como aliados. Aunque no se hayan explotado, esos aliados existen y son una fortaleza del sector
- Diversificación, especialización y versatilidad. Capacidad de producir exactamente aquello que los mercados elegidos como mercados de destino necesitan, tanto en términos de contenidos, como industriales, como de precio.

La circulación del libro en español en otros espacios idiomáticos

- ✓ Oportunidades
 - ✓ Estímulo global a idiomas no nativos
 - ✓ Crecimiento de la población hispanoparlante en otras áreas idiomáticas
 - ✓ Mayor presencia y valoración del español en ámbitos institucionales (académicos, intergubernamentales e incluso empresariales)

Entre las **oportunidades** podríamos destacar las siguientes:

- Creciente tendencia, a nivel global, de la necesidad de favorecer el manejo fluido de idiomas no nativos (EEUU, Brasil, etc.).
- Creciente importancia de las poblaciones hispanoparlantes en mercados centrales, notablemente en EEUU.
- Creciente presencia del idioma español en ámbitos institucionales (universidades, UE, etcétera).

La circulación de los contenidos

- El español es un idioma valorado para la expresión de
 - La sensibilidad
 - Los afectos
 - Las emociones

Este es un punto crucial, y sobre él quisiera hacer una breve reflexión más que un modelo DAFO.

Asumamos, por un instante, que todas las condiciones para la penetración de mercados extradiomáticos están dadas. Es decir, sólo hay fortalezas y oportunidades, y ninguna debilidad. Mi hipótesis consiste en afirmar que, en ese escenario, existirían restricciones no originadas en propiedades específicas de la industria, sino del valor asignado a nuestro idioma en otros ámbitos idiomáticos.

Tengo para mí que el español es percibido, y valorado, como idioma de comunicación (sensibilidad, afectos, emociones), y de creación (literaria, poética), pero no es percibido ni valorado como idioma de saber y de conocimiento.

No se trata de poner en cuestión lo obvio: estadísticamente, más del noventa por ciento de los conocimientos nuevos se producen en inglés, y a este idioma le siguen, con porcentajes muy pequeños, obviamente, el alemán y luego el francés. El español no cuenta.

La circulación de los contenidos

- Pero está devaluado como idioma de construcción y transmisión de conocimientos
- No sólo por parte de los hablantes de otras lenguas
- Sino también por parte de los hispanoablantes

Si esta hipótesis es correcta, una parte muy importante de la producción editorial en idioma español está condenada a no poder circular en otros ámbitos idiomáticos, ni en español ni en traducciones. Y tengo para mí que la hipótesis es correcta.

Pero hay algo más grave: el español no está considerado como un idioma de conocimiento ni siquiera entre los hablantes del español. Ello significa un fuerte obstáculo para la circulación de contenidos de conocimiento en nuestro idioma entre los diversos mercados del área idiomática.

Las identidades nacionales siguen primando sobre la identidad idiomática, de modo tal que la conducta de cada comunidad nacional respecto de los productos del conocimiento generados por las otras comunidades nacionales es básicamente de indiferencia y desconfianza –cuando no lisa y llanamente de desdén o desprecio, más o menos explícito.

Creo que hay aquí un motivo serio de reflexión: si bien las restricciones a la circulación de los libros tienen que ver con una gran diversidad de causas, muchas de las cuales intenté poner de manifiesto en esta ponencia, las soluciones prácticas a los problemas

prácticos no podrán subsanar, en ningún caso, las restricciones surgidas del desinterés por los contenidos.

En mi opinión, ese desinterés, entre los países de nuestro idioma, no obedece a un juicio consistente, sino a causas ideológicas, históricas y culturales que, en tanto tales, es posible resolver. Pero lo que es seguro es que si unos no tenemos confianza en el interés que puede tener lo que producen los otros, las posibilidades de ser tomados en serio fuera de nuestro ámbito idiomático se reducen drásticamente.

Así como en otros aspectos es claro que el espacio idiomático no coincide con el espacio editorial, en este caso es evidente que el espacio intelectual tampoco coincide ni con el espacio idiomático ni, mucho menos, con el espacio editorial.

Creo que este es uno de los principales desafíos que debemos resolver en el corto plazo, si queremos lograr una mejor circulación de los libros en el espacio del idioma español, y de los libros en español en otras áreas idiomáticas.

(*) Alejandro Katz presentó esta ponencia en Power Point. Su contenido ha sido adaptado a esta página.