

INTRODUCCIÓN

Cuando un libro choca con una cabeza y suena a hueco,
¿se debe sólo al libro?

G. CH. LICHTENBERG, *Aforismos D-396*.

El texto que el lector tiene en sus manos es producto de las reflexiones que dos profesionales del libro vienen compartiendo desde hace más de diez años. Nuestras respectivas trayectorias profesionales dentro del sector del libro español, a lo largo de este tiempo, nos han permitido tomar una perspectiva de conjunto del mismo, lo que nos ha animado a plantearnos una serie de interrogantes y a intentar, si no darles respuesta, al menos abrir suficiente espacio para el diálogo y el debate. Este libro es una primera descripción de las líneas que limitan ese campo de reflexión.

El futuro no es un término absoluto: “te llaman porvenir porque no vienes nunca”¹. Lo que para unos es pasado para otros es presente o futuro, y, contra todo el optimismo ilustrado en el progreso, el futuro no siempre es lo mejor. Todo apunta a que, si los hábitos de consumo han cambiado, si las tecnologías cambian a velocidad vertiginosa, si el cliente ha cambiado, el sector del libro parece estar abocado a cambiar.

No deja de ser curioso que en un sector tan potente como el de la industria editorial española, con 70.000 títulos anuales de producción, aparezcan cada año tan pocos títulos en los que se

¹ Ángel González, *A todo amor. Antología personal*. Madrid, Visor, 1997.

reflexione sobre el propio sector, desde manuales de gestión hasta ensayos y memorias de editores², libreros y demás profesionales relacionados con el mundo del libro. Se trata de una laguna editorial de difícil explicación; es más, hay que recurrir a editores latinoamericanos³, que sí están publicando este tipo de libros, para poder estar al día sobre la problemática del mundo del libro. Parece hacerse bueno el dicho “en casa del herrero, cuchillo de palo”. Hablamos de un significativo vacío editorial que repercute muy negativamente sobre todos los profesionales del sector, y que dificulta la serena y atenta reflexión sobre lo que está sucediendo actualmente en el mundo del libro, así como su evolución a medio y largo plazo. Confiemos en que esto cambie sustancialmente en breve, ya que la necesidad es evidente.

La tesis que desarrollamos a lo largo de las siguientes páginas es que el sector del libro está viviendo un profundo cambio de paradigma. Los cambios de paradigma, en la línea de argumentación de Thomas S. Kuhn, tienen dos elementos en común: a priori, la dificultad inicial de intuirlos; a posteriori, la facilidad de entenderlos una vez puestos en marcha. Pues bien, el tradicional paradigma de edición, distribución y comercialización del libro ha proporcionado hasta ahora un modelo operativo para cierta resolución de problemas. Pero la aparición de ciertas “anomalías” o violaciones a aquello que es esperado ha propiciado el surgimiento de la crisis, debida al fracaso repetido del intento de resolver la anomalía utilizando los recursos del paradigma al uso.

Desde hace años asistimos a un debate abierto y no resuelto sobre la crisis que el sector del libro español está atravesando.

² Llamamos la atención, por su aportación muy valiosa a la historia de la edición española, dos publicaciones relativamente recientes: *Conversaciones con editores. En primera persona* (Madrid, Siruela, 2007) y *Un viaje de ida y vuelta: La edición española e iberoamericana. 1936-1975* (Madrid, Siruela, 2006).

³ La labor que está realizando Tomás Granados Salinas, de la editorial mexicana Libros sobre Libros, en coedición con FCE, nos parece, en ese sentido, digna de elogio.

Pero, “para que una anomalía provoque crisis, debe ser algo más que una simple anomalía”⁴. La reiterada aparición de anomalías en el sector del libro nos ha llevado a rechazar la tesis de que estamos ante una simple crisis sectorial, y a analizarlas, en cambio, como manifestación de un cambio profundo real, no teórico, que está propiciando la incipiente aparición de un nuevo paradigma en las relaciones entre los tres actores del sector del libro implicados, editores, distribuidores y librereros.

El análisis de estas relaciones se va a realizar en este estudio desde un enfoque integrador: el cambio al que estamos asistiendo es macroestructural y afecta, por tanto, a los tres protagonistas del sector y a las relaciones establecidas entre ellos, en un mercado cambiante.

El objeto de este estudio no es el libro, su definición o el diagnóstico de sus constantes vitales, sino el mercado del libro español. La doble condición que ostenta el libro, en tanto que valor cultural y objeto de consumo, por un lado enriquece y por otro dificulta su tratamiento y análisis. Los autores de este estudio, no obstante, somos de la creencia del valor insustituible del libro-cultura, pero no renunciamos a abordar el análisis de ciertas perspectivas del mercado editorial contando con esa otra dimensión insoslayable del libro-producto o libro-mercancía. Ambas dimensiones son inseparables, cual las dos caras de Jano, en el actual mercado del siglo XXI, y separarlas o enfrentarlas en una falsa cruzada de “fenicios” contra “divinos”, o de “mercaderes” contra “cultos”, nos parece que responde más bien a una mentalidad maniquea y tendenciosa. Nuestro estudio se centra, por tanto, en el mercado del libro, y nuestras herramientas serán las propias de la sociología, del estudio de mercados, del marketing y del estudio de tendencias y diseño de escenarios.

Dicho análisis va a partir de un estudio previo de las tendencias globales que inciden de manera directa en el sector del libro:

⁴ Thomas Kuhn, *La estructura de las revoluciones científicas*. México, FCE, 1990, p. 135.

- En primer lugar, a nivel social, con la descripción de los cambios más significativos demográficos y culturales que está sufriendo la sociedad del siglo XXI.
- En segundo lugar, a nivel de mercado, con la detección de los nuevos hábitos de consumo y la aparición de la tendencia al “bajo-coste”. Esto implica la descripción de los procesos de segmentación y de hiperfragmentación del mercado, así como de las economías *long-tail*.

Se nos plantea la necesidad, por tanto, de recurrir a un “nuevo punto de enfoque”⁵.

A continuación daremos cuenta de las consecuencias que la aparición del nuevo paradigma está teniendo en la práctica diaria de los tres actores principales del sector del libro, editores, distribuidores y librerías.

Finalmente, apuntaremos algunas reflexiones sobre el estado de la cuestión del precio fijo, con el ánimo no de generar un falso debate, sino de esclarecer las implicaciones, consecuencias, coherencias e incoherencias de cada uno de los argumentos esgrimidos.

Las conclusiones pretenden, en fin, un “suma y sigue” y abrir un debate interprofesional y una reflexión dinámica dentro y fuera del sector.

⁵ Th. Kuhn, *op. cit.*, p. 136.