

EMILIE BICKERTON

IMPERIOS DE PAPEL*

Buscar libros en Francia todavía encierra la promesa del hallazgo en las tres mil librerías independientes del país, el triple de las que se encuentran en Gran Bretaña. Un amplio abanico de libros se vende al precio marcado en la contraportada, en contraste con las montañas de títulos rebajados que llenan las cadenas predominantes en Estados Unidos y Gran Bretaña. Las pequeñas editoriales, así como los mercados que con mayor probabilidad lean y recomienden sus listas, se mantienen a flote por la *exception culturelle* y el *prix unique du livre*, mientras que el resto del sector está impulsado por la rapidez y los márgenes de beneficio, no por la originalidad y el rigor de contenido. Pero el modelo francés está alineándose progresivamente con el sistema orientado hacia el mercado, que funciona en todas partes, donde los libros nuevos tienden a estar catalogados con meses de antelación o bien son rellenos para espacios vacíos, comprados ya escritos –normalmente por un célebre chef o deportista metido a escritor fantasma– y producidos a toda prisa para cumplir los objetivos del año fiscal. Como las lavadoras y los coches, el propósito es que tengan la menor duración posible.

La Trabison des éditeurs, de Thierry Discepolo, acaba con cualquier idea que pueda quedar de que Francia es un bastión editorial independiente. Sostiene que eso es un mito, un mito que no beneficia: cuanto más tiempo se mantenga, más se destruyen los ideales que contiene. *La Trabison* afirma lo que debería ser evidente pero es sistemáticamente negado u ocultado: el mundo editorial en Francia está sumándose a los modelos de Estados Unidos y Gran Bretaña, y el proceso se ha intensificado desde la década de 1980, cuando las recompras y las fusiones se sucedieron rápidamente una tras otra y el sector se movió hacia un alarmante estado de concentración. En 2002, con la fusión Hachette-Vivendi, el empresario, fabricante de armas y antiguo *chou-chou* de Nicolas Sarkozy, Arnaud Lagardère y sus empresas afiliadas controlaban el 98 por 100 de los diccionarios franceses, el 82 por 100 de los libros de texto, más del 50 por 100 del popular formato de bolsillo, el 45 por 100 de la literatura en general y el 65 por 100 de la

* Thierry Discepolo, *La Trabison des éditeurs*, Marsella, Agone, 2011, 205 pp. [ed. cast.: *La traición de los editores*, Madrid, Trama, en prensa].

distribución en el país; es un monopolio sin rival. Afirmar que Francia ofrece una alternativa es equivocado y peligroso. Alienta la complacencia sobre una ilusión, y para todos aquellos francófonos que se permiten semejante romanticismo, el libro de Discepolo es una ducha de agua fría. ¿Por qué, pregunta, iba a responder Francia de forma diferente a los mismos cambios que se han producido en todas partes?

¿Iban a ser realmente los propietarios de las editoriales francesas los únicos que comprarán negocios para permitir a los viejos patronos, que se han convertido en sus empleados, prosperar en sus carreras, protegiéndoles de las cargas de la gestión y la rentabilidad? ¿Serían ellos los únicos que nunca se iban a preocupar de las elecciones de sus empleados y de la utilización de los recursos? ¿Iban a ser los nuevos empleados los únicos que no asimilaban y anticipaban las reglas y órdenes de sus nuevos dirigentes? Lo que es ley en todas partes –el poder del capital– ¿no se iba a aplicar aquí?

La Trahison des éditeurs –un título que evoca a *Trahison des clercs*, de Julien Benda, aunque Discepolo nunca lo menciona directamente– completa un cuarteto de intervenciones críticas sobre los medios de comunicación que fue iniciado por Pierre Bourdieu en 1996 con *Sur la télévision*. Un año más tarde prosiguió con el ataque de Serge Halimi al periodismo francés y su colusión con la elite política, *Les Nouveaux chiens de garde*, y en 2007 con la arremetida contra la publicidad de Marie Bénilde en *On achète bien les cerveaux*. Los cuatro comparten el mismo proyecto centrado en Francia: exponer las industrias clave dedicadas a controlar las mentes y paralizar el debate. Cada uno de ellos está planeado para estallar como un disparo: breve, agudo, al corazón de la materia y, en el caso de Discepolo y Halimi, son, asimismo, textos ingeniosos. Los dos últimos están próximos en cuanto a estilo y formato, con bochornosas citas tomadas de los propios principales inculpados y, en cuanto a sus cualidades quirúrgicas, con extractos al final del capítulo que desmenuzan con detalle casos concretos. Sin embargo, el tono de Discepolo es más oscuro y satírico; reparte sus puñetazos mediante cuestiones retóricas o sarcásticas notas al margen. Tomados en conjunto, el retrato de la cultura intelectual francesa que pinta el cuarteto es deprimente y alarmante: pueriles programas de televisión rebosantes de cortes publicitarios, serviles presentadores de noticias y periodistas igualmente obedientes cantando todos la partitura de *la pensée unique*.

Nacido en 1962 de padres italianos emigrantes, Discepolo creció en el sur de Francia. Empezó, pero nunca finalizó, dos tesis, una sobre neurobiología y la otra sobre filosofía. Aunque nunca ha sido miembro de ninguna organización política, estuvo vinculado con la extrema izquierda francesa. En 1990 creó la revista *Agone* y ocho años después fundó la editorial del mismo nombre, con base en Marsella, que a finales de 2012 ha empezado a producir una versión francesa de la *NLR*. El catálogo de *Agone* refleja las afiliaciones e influencias intelectuales de Discepolo, siendo la más importante Bourdieu, al que se encontró por primera vez en 1997 y cuya caracterización del campo editorial sirve de molde para su propia crítica. Otras incluyen a Paul

Nizan, Karl Kraus, Jacques Bouveresse, y del otro lado del Atlántico a Noam Chomsky y Howard Zinn. *La Trahison* es el primer libro de Discepolo, un libro evidentemente escrito a partir de una necesidad sentida por un editor en funciones, no por la ardiente ambición de ser un autor.

Discepolo concentra su ataque en cuatro actores clave de la escena francesa –Gallimard, Actes Sud, Hachette y La Découverte– y saca a relucir tres cuestiones principales. En primer lugar, el mito perpetuado por los grandes editores independientes que quedan de que ellos se diferencian de los conglomerados de comunicaciones. Ahora la brecha entre Gallimard o Actes Sud y Hachette apenas es perceptible, aunque sus patronos a menudo afirman lo contrario. Discepolo pasa después a reventar el así llamado renovado compromiso editorial con el anticapitalismo, que se revela más como la atención que prestan los grandes editores a un tema candente y como un interés personal por estampar su autoridad sobre el escenario que como un resurgir de la izquierda en el corazón del sector. Finalmente apunta a los escritores, especialmente a los académicos supuestamente comprometidos que eligen a los grandes editores para que publiquen sus críticas mientras que, simultáneamente, lamentan su ascenso. Cualesquiera que sean sus afirmaciones de que hacen eso «por la gente», Discepolo lo llama hipocresía.

La Trahison des éditeurs no ofrece un completo relato histórico de las editoriales francesas sino que toma un enfoque más idiosincrático y se centra en un puñado de figuras clave, utilizando para exponer sus pretensiones las aduladoras descripciones de periodistas o, incluso peor, las palabras de los propios editores. Discepolo acompaña cada una de las elevadas afirmaciones morales con un diabólico detalle contradictorio. No obstante, de los retratos parciales de cada capítulo y del resumen cronológico de las páginas finales surge un sólido cuadro de la transformación del sector. Se pueden distinguir tres fases diferentes. La primera va desde 1800 hasta la década de 1920, cuando la edición se encaminó desde los pequeños negocios familiares personificados por las editoriales creadas por editores-libreros como Louis Hachette (1826), Ernest Flammarion (1876), Albin Michel (1903), Bernard Grasset (1907) y Gaston Gallimard (1911), a un modelo más grande, casi industrial a finales de la Primera Guerra Mundial. La segunda fase, desde la década de 1920 a la de 1980 fue inicialmente muy animada, con la fundación en esa época de un cierto número de distinguidas editoriales, incluyendo a La Pléiade (1922), Seuil (1935), José Corti (1938), Éditions de Minuit (1941), Presses de la Cité (1943), L'Arche (1948) y Éditions Maspero (1959), rematadas por la tardía Actes Sud (1978). En este periodo comenzó una importante fase de absorciones: Gallimard adquirió Denoël en 1951; Hachette se hizo con Grasse tres años después y siguió con Fayard en 1958 y Stock en 1961; Presses de la Cité adquirió a Rocher y a Juillard en 1965. Pero nada de esto desestabilizó lo que era todavía una industria relativamente protegida. En la tercera fase, que comienza alrededor de 1980, es cuando se han producido los mayores cambios a medida que el mundo editorial francés ha pasado a estar cada vez más controlado por los «seis grandes»: Hachette Livre-Lagardère, Albin

Michel, Gallimard, Actes Sud, Editis-Planeta y La Martinière-Chanel. Como resultado, Francia se parece cada vez más al modelo de Estados Unidos, donde las cinco mayores compañías editoriales son responsables del 80 por 100 de los libros que hay en el mercado estadounidense.

El cuento de hadas de Gallimard es quizá el más duradero y dañino de los mitos que ocultan las brutales realidades del mundo editorial francés. Gaston Gallimard (1881-1975) era un joven *dandy* que se mezcló con las figuras literarias de la Belle Époque. En 1908 se unió a André Gide para lanzar la rompedora *Nouvelle Revue Française*. Tres años después el mismo equipo creó una extensión de la NRF—Éditions de la Nouvelle Revue Française—con la modesta ambición de publicar unas cuantas de las obras de colaboradores de la revista. Gaston dirigió esta nueva actividad y rápidamente las Éditions se convirtieron en Librairie Gallimard y finalmente se establecieron como Éditions Gallimard. Una de las primeras y más conocidas decisiones editoriales fue rechazar el primer volumen de *À la Recherche du temps perdu* de Proust —«está lleno de duques» se quejaba Gide, «no es para nosotros»— una decisión que fue rectificada dos años después con profusas disculpas. Gallimard se estableció como la editorial más prestigiosa de Francia: Benda, Bloch, Valéry, Giraudoux, Martin du Gard, Breton, Éluard, Aragon, Mauriac, Malraux, Céline, Cocteau, Sartre, Beauvoir, Bataille, Blanchot, Camus, Weil, Yourcenar, Duras... El año pasado, Francia celebró el centenario de Gallimard, una ocasión para inundar de panegíricos los medios sobre el brillante e intrépido Gaston, una «leyenda del siglo» cuya colaboración con la ocupación nazi —Drieu la Rochelle nombrado director, editores y escritores judíos purgados— se describía con mucho tacto como un «periodo oscuro». El nieto de Gaston, Antoine Gallimard, apareció en todas partes; un atildado caballero describiendo cómo valientemente proseguía hoy con la misma batalla; un editor batallador pero con principios resistiendo a Goliats como Hachette. Sin embargo, como señala Discepolo, el propio Gallimard se ha expandido para convertirse en un conglomerado de tamaño industrial mediante múltiples compras de competidores independientes y el lanzamiento de su propia compañía distribuidora: Sodis. Este verano consolidó su posición como la tercera editorial francesa y concentró aún más el sector cuando compró Flammarion por 250 millones de euros. Su oferta intelectual ha sido correspondientemente diluida: Claude Lanzmann, François Jullien, Philippe Sollers, Pierre Nora.

El contraste que más le gusta remarcar a Gallimard es con su gigante rival, Hachette. La pedagogía fue el trampolín de Louis Hachette (1800-1864). Educado en el liceo Louis Le Grand, donde su madre era lavandera, y después en la ENS, a la edad de 26 años abrió su primera librería cerca de la Sorbona y creó un periódico, *Le Lycée*, al que invitó a los profesores para que colaboraran. En 1833 era el único librero en posición de producir el millón de libros de texto exigidos por la reforma educativa de Guizot. Con buenos contactos en el gobierno, Hachette aspiraba a una posición hegemónica en la industria editorial, considerada como un negocio más que un esfuerzo intelectual. Se centró en la distribución, establecien-

do un monopolio sobre los quioscos de las estaciones de trenes desde 1852. Las protestas de otros editores fueron acalladas gracias al apoyo político que tenía y a su promesa de no vender libros que pudieran cuestionar el tejido moral francés y arriesgar una vuelta a la atmósfera de 1848. Cuando Louis falleció, sus hijos continuaron con el mismo molde: la comercialización del libro frente a su desarrollo. A principios del siglo xx, Hachette era un importante editor de revistas; la década de 1950 le vio lanzarse al programa de adquisiciones señalado anteriormente y en la década de 1980 se había convertido en una multinacional.

Actualmente Gallimard obtiene unos 300 millones de euros anuales; la caja anual de Hachette es de 2.000 millones, una proporción de siete a uno. Pero, como señala Discepolo, la cifra más baja todavía es significativa comparada con la de la mayoría de las pequeñas editoriales, que apenas obtienen unos cuantos millones de euros anuales. Gallimard también afirma que Hachette tiene un monopolio sobre la distribución, llevándose todo el escaparate de las librerías en las calles principales y especialmente en los principales puntos de venta de las estaciones. Después de la reglamentación de 1852 eso es hasta cierto punto verdad. Pero, ¿da pena Gallimard? Difícilmente. En los escaparates de Relay*, que despliegan grandes éxitos en las estaciones de París y Marsella desde 2009, siempre ha habido por lo menos un título de Gallimard. Hachette y Editis son las más representadas, pero Gallimard, La Martinière y Albin Michel no están muy lejos, seguidas por Flammarion y Actes Sud. Estos siete grupos representan más del 90 por 100 de los títulos expuestos en los centros comerciales de las estaciones de toda Francia.

Si la una vez orgullosamente selectiva y experimental Gallimard ha llegado a parecerse cada vez más a Hachette con su orientación hacia el beneficio, la trayectoria de Maspero-La Découverte se podría decir que ha seguido un recorrido análogo en el plano de la ideología. François Maspero abrió la famosa librería de la *Rive gauche*, La Joie de Lire, en 1955, a la edad de 23 años, que rápidamente se convirtió en un punto de encuentro para estudiantes e intelectuales radicales. Tres años después fundó Éditions Maspero, en el momento cumbre de la Guerra de la Independencia de Argelia. Durante los siguientes quince años fue un faro del pensamiento anticolonialista y del marxismo independiente, publicando *L'an V de la révolution algérienne* de Fanon y *Aden, Arabie* de Nizan, así como una serie de «dosieres africanos» que le acarrearón fuertes multas por «subversión». Althusser editó la colección «Théorie» para Maspero, Bettelheim una sobre economía y socialismo, y Godelier otra sobre antropología. La estrategia empresarial de la editorial reflejaba su política: no se permitía el enriquecimiento personal, ya que todos los beneficios se canalizaban directamente de vuelta al proceso de producir libros, Maspero hablaba de su «deseo muy artesanal de hacer algo más que vender libros, de hacerlos en

* Importante cadena de quioscos de prensa y librerías presente en toda Francia y en España en estaciones y aeropuertos. [N. del Ed.]

realidad yo mismo»; «me hubiera gustado que todas las partes de la cadena de producción pasaran por mí». La marea reaccionaria de mediados de la década de 1970 dejó a la editorial dividida por tensiones ideológicas, mientras que el propio Maspero estaba exhausto después de sucesivos roces con el Estado. En 1982 pasó todo el catálogo de la editorial a dos economistas que habían trabajado juntos en América Latina, François Gèze y Bruno Parmentier, que relanzaron la editorial como La Découverte.

La asociación Gèze-Parmentier «desmarxistizó la editorial», en palabras de su colaborador Thierry Pacquot, podando su catálogo de los títulos incendiarios para hacerla «ideológicamente neutral» —esto es parte del nuevo consenso— debido a que «los tiempos habían cambiado». La Découverte se concentró en proporcionar un «kit de herramientas» liberal para el mercado estudiantil. Los editores que se unieron a La Découverte, desde Hughes Jallon a Eric Vigne, estaban en el proceso de arrepentirse de su juventud radical y se unieron con la convicción de que debían hacer avanzar a la editorial desde los así llamados «años perdidos» de finales de los sesenta y comienzos de los setenta. Finalmente, la búsqueda de la eficacia económica y de la buena distribución la llevaron a los brazos de Vivendi Universal Publishing y después de Editis.

Actes Sud es la más joven del cuarteto de Discepolo. La editorial levantada en 1978 por el fallecido Hubert Nyssen se definió en primer lugar por lo que no era: no estaba basada en París. Estar en la periferia —la ciudad francesa de Arles al sur del país— era su *raison d'être* y justificaba el tipo de autores que publicaba, en concreto, los que el centro pasaba por alto, especialmente en ficción extranjera. Algunos de los primeros escritores que formaron este catálogo fueron Paul Auster, Don DeLillo, Russell Banks, Pat Barker, W. G. Sebald e Imre Kertész. Nyssen procedía del entorno de la publicidad; Françoise, la hija que le ha sucedido, era química y planificadora urbana por formación. Pero el proyecto de Actes Sud es profundamente cultural y regional, beneficiándose, como la propia Agone, de subsidios del Estado para proyectos regionales. Actes Sud ahora no sólo tiene una librería en Arles, sino también un restaurante y tres pequeños cines. Organiza conciertos, obras de teatro, exposiciones y patrocina el festival anual de fotografía «Les Recontres d'Arles».

Actes Sud, La Découverte y también Gallimard expresan su solidaridad con las librerías independientes y los pequeños editores. Resaltan lo vitales que son para la salud y la variedad del sector, pero según Discepolo la defensa tiene un doble filo. Antoine Gallimard, por ejemplo, al mismo tiempo que celebra su existencia lamenta que los pequeños editores «abrumen las estanterías con sus libros». De hecho, Gallimard está mucho más interesado en acaparar el sector de los supermercados, soñando con «Aragon en La Pléiade expuesto en las secciones “culturales” de Leclerc o Carrefour». Sin embargo, para Discepolo las dos posturas no pueden ser complementarias: hacer un pacto con los supermercados es un acto contra los pequeños librereros y editores porque en cada coyuntura, desde la dis-

tribución a las devoluciones, son siempre los pequeños editores los que pagan la factura: «Los hipermercados no sólo almacenan cantidades masivas, también generan una enorme cantidad de desechos. Y tienes que ser capaz de afrontarlos». Los supermercados sólo están interesados en almacenar géneros concretos: libros para niños, comics, novelas rosas, libros de cocina y mediatizados éxitos de ventas.

Estos géneros tienen garantizada una corta vida útil, como la leche o los melones. Los lectores pierden tanto en este juego como los editores y los escritores. Todas las secciones de la industria editorial también se ven afectadas. En Estados Unidos y Gran Bretaña, los descuentos de los supermercados en los libros pueden rebajar el precio a la mitad, algunas veces más, lo que tiene un efecto en cadena sobre los distribuidores. En Gran Bretaña, algunas librerías independientes compraron sus pedidos del último libro de Harry Potter directamente de Tesco o Asda, ya que esa era la opción más barata. En Francia, la Ley Lang, que estipula que los libros deben ser vendidos a su precio de cubierta, evita estas prácticas, pero se calcula que dos terceras partes de todos los libros vendidos en el país se venden en tiendas de alguna cadena como FNAC y Virgin o en supermercados como Leclerc y Carrefour. Francia es actualmente el rey de la distribución de alimentos al por mayor, batiendo todos los records de monopolio en Europa. Con los libros está actuando con el mismo entusiasmo: un hipermercado Leclerc en las afueras de una ciudad de tamaño medio tiene más de tres mil títulos en oferta, cinco veces el volumen que se puede encontrar en uno de los grandes centros de Sainsbury en Gran Bretaña.

Discepolo sostiene que la construcción de mitos y la autodecepción sobre la «independencia» de los editores han sido contagiosos, infectando a muchas de las editoriales que han sido compradas en los últimos treinta años; una señal de lo asimilado que está el modelo liberal. «Vendí mi editorial para que pudiera sobrevivir y para manejarla mejor; me concentro en mis autores en vez de preocuparme por temas contables», decía una aliviada Anne-Marie Métaillié de Éditions Métaillié después de que La Martinière la «rescatara». Igualmente, Susanne Juul, de Gaïa, «explotó de entusiasmo» después de su absorción por Actes Sud. Y un sonriente François Gèze de La Découverte explica lo liberador que es formar parte del grupo Editis: «Ahora tengo la tranquilidad de ánimo para editar, gracias a las economías de escala de un grupo grande. Antes empleaba más tiempo trabajando con mi banquero que con mis autores». En este retorcido mundo la dependencia es libertad.

¿Cuál ha sido el impacto de estas tendencias monopolistas sobre el pensamiento crítico o disidente francés? A principios de la década de 2000 algunos asumieron un renovado compromiso con las ideas anticapitalistas, especialmente en Seuil —comprado por La Martinière-Chanel en 2004— y La Découverte. Destacados editores de estas dos casas declararon su apoyo a los libros que exploraran modelos alternativos al neoliberalismo. En el resumen de Discepolo esto equivalía a hablar sobre cambiar el mundo «de

la manera que se habla alrededor de una mesa después de una comida», después de que las negociaciones comerciales y los acuerdos se hubieran alcanzado. Discepolo hace un largo e implacable análisis del sello Éditions Zones, lanzado por La Découverte en 2007, al que caracteriza como el «activismo político controlado»; una dosis de rebelión «sin secuelas, garantizada». En su opinión, el sello sirve simultáneamente para expresar energías críticas y al mismo tiempo para darles forma, para dirigir las y controlarlas. *La Trahison des éditeurs* también arremete contra la traición de los escritores, que manifiestan estar preocupados por el deslizamiento de la industria pero no llevan sus argumentos a la práctica. Los profesores en ejercicio están entre los peores infractores: prácticamente todos han sido publicados por Fayard (propiedad de Hachette), Seuil (La Martinière-Chanel) y La Découverte (Grupo Editis-Planeta). Por extensión, esto también sugiere una traición de los lectores, que pueden estar de acuerdo con la posición de Discepolo pero que sin embargo compran su parte correspondiente de Penguins y Hachettes, y van a Amazon en vez de caminar hasta la librería independiente más cercana.

En su capítulo de cierre se despliegan las convicciones de Discepolo sobre el verdadero papel de los editores. Lo que importa no es sólo el hecho de publicar un libro que merece la pena; su modo de distribución también afectará a la naturaleza de su producción, si las preocupaciones por la comercialización o la necesidad de producir un *bestseller* por temporada restan importancia a las ideas en la *longue durée*. La práctica lo es todo; lo que haces refleja lo que crees, dando veracidad y forma a tus pensamientos y convicciones. «Realizar un trabajo ya es en sí mismo una actividad política», manifestaba Discepolo en un reciente debate. Bourdieu señaló que un libro es tanto una mercancía como un conjunto de significados; por ello, un editor está

condenado a la tarea de reconciliar el arte y el dinero, el amor por la literatura con la búsqueda del beneficio, y a utilizar estrategias que están en algún lugar entre dos extremos, por una parte la cínica sumisión a consideraciones comerciales, y por la otra la indiferencia heroica o estúpida hacia las necesidades de la economía.

Discepolo iría más lejos: el paradójico papel del editor nunca puede servir de justificación para la clase de compromisos que estamos viendo actualmente. Los editores independientes deberían esforzarse para mantener redes de distribución independientes y atender a las librerías locales independientes en vez de intentar «utilizar» a los distribuidores mayoristas que, de hecho, siempre acabarán por utilizarles a ellos determinando cada vez más sus planes de publicación, las cubiertas, el marketing y finalmente los propios títulos.

Si continúan las tendencias actuales, el futuro de los pequeños editores en Francia es desalentador. Discepolo no ofrece ninguna sugerencia práctica para poner fin al proceso, a diferencia, por ejemplo, de André Schiffrin —antiguo editor de Pantheon y fundador de The New Press—, cuyo padre

fundó las ediciones La Pléiade, que fueron incorporadas sin compensación a Gallimard cuando Schiffrin padre fue mandado al exilio por los nazis. En *The Business of Books*, habla con aprobación de modelos no orientados hacia el beneficio, de cooperativas y de pequeños editores conectados con universidades para utilizar sus locales. En vez de ello, Discepolo habla con el ejemplo de su trabajo en Agone, y a lo largo del libro se refiere a esas editoriales que han permanecido fieles a sus principios fundadores, centradas en la literatura de vanguardia, la poesía, la filosofía o el surrealismo y que han perpetuado un modelo de producción artesano. A través de Éditions de Minuit, L'Arche, José Corti y editoriales similares vemos lo que Discepolo propone como alterativa: no la transformación sino, más bien, el regreso a los principios básicos y a sistemas más clásicos de pequeña escala, con listas cuidadosamente seleccionadas y tiempo dedicado a cada título, que puede venderse o no. En Agone dice que él estaría feliz de prescindir de toda la parafernalia de la comercialización –comunicados de prensa, presentaciones de libros, etc.–, si no estuviera reflejado en el habitual contrato con el autor. «Un libro se inscribe a sí mismo en una larga historia», dice, «la única herramienta eficiente es la lentitud». Es la única manera en que un editor íntegro puede funcionar.

Pero una editorial de izquierdas radical de calidad, ¿puede estar irremediablemente manchada si sus libros pasan por los grandes distribuidores? Después de todo Agone puede, hasta cierto punto, tener una actitud más noble hacia un libro intelectualmente valioso pero comercialmente deficitario porque se beneficia de subsidios del Estado, pero estos, se podría decir, son una forma de «actividad política», como lo sería un trato con un gran distribuidor. La imagen de Bourdieu de una «reconciliación» entre el arte y el dinero puede ser demasiado conservadora: una batalla, como la de un barco pequeño luchando contra vientos de tormenta y peligrosas olas, puede ser una metáfora mejor para una editorial expuesta a los embates del mercado global. En estas condiciones, lo que finalmente cuenta todavía es el valor de los propios libros y los que están a bordo adoptarán cualquier táctica con la que puedan contar para llevar a puerto la valiosa carga.

¿Qué papel desempeñará la edición digital en todo esto? *La Trahison* apenas menciona las implicaciones de los *e-books* y *e-readers*, y de la distribución *online*. En la tradicionalmente tecnófoba Francia, gran parte del debate alrededor de estos desarrollos es emotivo (una defensa del objeto amado), apocalíptico (*e-reading* equivale al analfabetismo), o comercial/burocrático (cómo dividir la tarta de los beneficios entre editores, autores y distribuidores). El silencio de Discepolo sobre estas cuestiones es quizá una señal de hostilidad hacia la tecnología digital *tout court*. En la página web de Agone un breve texto de Cédric Biagini y Guillaume Carnino, «Le livre dans la tourmente numérique», sostiene que la manera en que pensamos y actuamos en el mundo se transforma a peor por la cultura digital. Las cuestiones de aprendizaje no deberían reducirse a un acceso y a una acumulación sin estructurar; el avance del conocimiento requiere estructuras colectivas, an-

cladas en proyectos educativos y condiciones sociales que dan significado a la información. Esto es lo contrario de la visión liberal del individuo, sin ataduras, controlando sus elecciones culturales con una masa de información en la mano que es inútil memorizar porque siempre está disponible.

El libro físico, lineal y finito, material y presente, representa un espacio silencioso que deja al descubierto el culto a la velocidad y la pérdida de facultades críticas. El libro físico es un punto de anclaje, un objeto de inscripción para un modo de pensar coherente y articulado, fuera de la red y del incesante flujo de información y de invitaciones: el libro físico es uno de los últimos lugares de resistencia.

La tecnología digital no es lo que derribará a los editores independientes en Francia. Su supervivencia depende de que permanezcan o no dedicados a publicar libros importantes, más que centrarse en alcanzar el 10 por 100 de beneficio en cada título que el grupo principal pide. Aquí es donde se está produciendo la batalla real en la edición. *La Trahison des éditeurs* nos recuerda que la excepción francesa se vuelve cada vez menos excepcional. No es una fuente de consuelo pero tampoco está muerta. La *loi Lang* ha sido mantenida hasta ahora, a pesar del deseo del gobierno de Sarkozy de prescindir de ella. La red de librerías independientes del país, aunque esté amenazada, todavía está relativamente viva. No ser un romántico respecto a Francia es el primer paso para tratar de reanimar su ejemplo original y para detener el que la publicación de libros se convierta en una actividad comercial como cualquier otra, para los escritores y para los lectores.