

José Luis de Diego,
La otra cara de Jano. Una mirada crítica sobre el libro y la edición,
Buenos Aires, Ampersand, 2015, 351 páginas

La otra cara de Jano. Una mirada crítica sobre el libro y la edición, de José Luis de Diego, es el octavo título de la colección “Scripta Manent” de la editorial Ampersand, dirigida por Antonio Castillo Gómez y dedicada a los estudios sobre el libro y la edición. En su título, De Diego alude a la figura del dios Jano mencionada por Pierre Bourdieu en su ensayo “Una revolución conservadora en la edición”,¹ quien comparó a la figura del editor con la de Jano por considerarlo un personaje doble: aquel que es capaz de conciliar el arte y el dinero, la cultura y la empresa comercial. Y lo hace para circunscribir el principal objetivo de su libro: no se trata de una historia del libro en términos económicos ni tampoco de un estudio sobre las empresas editoriales sino de una historia cultural del libro y la edición que ilumina esa otra cara de Jano, olvidada y también deteriorada en nuestros globalizados y transnacionales tiempos modernos.

Desde hace ya muchos años, José Luis de Diego dedica sus trabajos a la historia de la edición de libros en la Argentina. En 2006, dirigió el imprescindible *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*, una historia de la industria editorial

argentina desde su constitución, a fines del siglo XIX, hasta los comienzos del siglo XXI, en la que se estudia el impacto cultural de las políticas editoriales en relación con el libro de autor argentino. El volumen, realizado por investigadores de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de La Plata, fue reeditado en 2014 en una edición aumentada y actualizada hasta el 2010; en él se articulan los indicadores económicos de la industria editorial argentina con las políticas culturales (y su incidencia en la difusión de ciertos libros), la consolidación de algunas tendencias de lectura y la canonización de los autores nacionales. Demuestra de este modo que, si bien los ciclos económicos permiten realizar una primera periodización de la industria editorial en la Argentina, estos ciclos no coinciden necesariamente con los movimientos de expansión y retracción de la literatura argentina.

La otra cara de Jano avanza un paso más pues amplía los márgenes de un área de estudio que suele ser pensada en términos nacionales para realizar un panorama de la edición de literatura en castellano. Por eso, el corpus de trabajo se expande; atraviesa las fronteras nacionales e incorpora en su estudio al mundo editorial

español y latinoamericano. Al hacerlo, otros dos rostros de Jano reaparecen. Porque si Jano, como dice De Diego en el prólogo, es el dios romano guardián de las puertas que, como tenía dos caras, podía vigilar las entradas y las salidas, los principios y los finales, el este y el oeste, en este libro se estudian otros dos rostros de la edición en nuestra lengua: el que muestra la edición en España, por un lado, y el que se sumerge en las redes editoriales en América Latina, por otro. Se trata entonces de navegar siempre entre dos aguas: la edición en la Argentina y las redes editoriales latinoamericanas; la edición en América Latina y las editoriales españolas; los libros argentinos y España —a la que se podría considerar, usando una frase poco feliz de los años veinte del siglo pasado, como el meridiano editorial en lengua española—. Esta propuesta implica un gran desafío metodológico, histórico, cultural, que los diferentes capítulos que componen el libro abordan con gran eficacia y con perspectivas de análisis diversas.

En sus tres partes, el libro presenta, por un lado, grandes panoramas sobre la emergencia de los editores en la Argentina de los años veinte; sobre los editores y las políticas editoriales en América Latina; sobre la historia del mercado editorial de literatura en la

¹ Pierre Bourdieu, *Intelectuales, política y poder*, Buenos Aires, Eudeba, 1999.

Argentina; sobre la historia misma de la disciplina que hoy llamamos “historia de la lectura”. Por otro lado, estudios de caso como, por ejemplo, Julio Cortázar, para pensar los difíciles y cambiantes vínculos entre editores y escritores; Gonzalo Losada, para reflexionar, a partir de un caso concreto, sobre la edición de la literatura española y latinoamericana en la Argentina; el *boom* latinoamericano para estudiar las políticas editoriales de grandes sellos latinoamericanos y su articulación transnacional. A su vez, el libro propone otro modo de abordaje, más ensayístico, sobre nociones centrales para una historia de la edición y la lectura: las nociones de canon, mercado y valor; las representaciones del libro y la biblioteca en la literatura; los vínculos entre las editoriales y la política; los premios literarios y los circuitos de legitimación de escritores y libros.

Dos rasgos notables merecen subrayarse de *La otra cara de Jano*. El primero es la perspectiva histórica para pensar los procesos culturales, junto con la precisión del dato como base ineludible tanto para una historia de la edición y sus momentos de viraje, como para la reflexión sobre lo que implican esos momentos de cambio. De Diego exhibe sus fuentes, muestra sus fichas de trabajo, arma cronologías, sistematiza la información. El segundo, que deja sus marcas en el modo en que De Diego escribe, es su inmensa capacidad de hacer preguntas antes de ensayar las respuestas. De hecho, todo el libro parte de una pregunta, enunciada en el

primer capítulo, que encierra la gran complejidad metodológica que implica el estudio del mundo del libro: “¿cómo aislar a ese objeto, el libro y la edición en Argentina, cada vez más integrado a un mercado mundial?” (p. 20). Y a lo largo de los capítulos del libro, además de certezas, las preguntas se multiplican: “¿qué efectos produce la concentración sobre el mercado del libro?” (p. 66); “¿no asistiremos en breve a la implosión de los grandes consorcios debido a la incapacidad de administrar eficazmente las empresas que compran?”; “el recambio generacional en el censo de editores ¿implica necesariamente un cambio de perfil del editor tradicional?”; “¿no se han transformado los agentes literarios en los nuevos manipuladores del texto para transformarlo en un objeto que mejore sus ventas?” (p. 290); y la gran pregunta que se reitera buscando, tal vez, una respuesta: “¿hasta qué punto la presencia de un editor determina la política editorial de una empresa, o hasta qué punto es la empresa la que determina o condiciona las decisiones de ese editor?” (pp. 22, 35 y 290). Preguntas todas, grandes preguntas, que el libro responde a veces con seguridad y otras con hipótesis que, con sabiduría, incorporan al lector en la pregunta.

Y porque hay preguntas, hay investigación. Y porque hay investigación *La otra cara de Jano* resulta tanto un aporte fundamental a la historia de la edición del libro de literatura en castellano, como también una revisión de los reiterados y usualmente desacertados

lugares comunes de la historia de la industria editorial tanto argentina como española y de otros países de América Latina. En este sentido, De Diego cuestiona la centralidad de España y los editores españoles en la historia de la edición del libro en la Argentina y en América Latina, en uno de los movimientos más enérgicos con respecto a los saberes ya consolidados por la bibliografía. En primer lugar, matiza el vínculo entre el nacimiento de las principales editoriales argentinas y el exilio republicano al demostrar que Gonzalo Losada (fundador de la editorial Losada) no era un exiliado político porque llegó a la Argentina en 1928; que Manuel Olarra (de Espasa Calpe) y Antonio López Llausás (de Sudamericana) no fueron exiliados del franquismo, sino todo lo contrario ya que huyeron de España durante la Segunda República ante los excesos de los *rojos* en las comisiones obreras. Y en segundo lugar, discute la centralidad de España –más precisamente, la de Barcelona– en el fenómeno del *boom* latinoamericano. A través del seguimiento de las trayectorias editoriales de sus principales escritores (Gabriel García Márquez, Julio Cortázar, Mario Vargas Llosa y Carlos Fuentes), De Diego demuestra que los inicios y la consagración de tres de estos escritores se realizó a través de editoriales americanas; que sus libros fueron traducidos en los Estados Unidos y en Europa antes de su llegada a España; que recién entonces se publicaron y fueron reconocidos en España.

A su vez, en sus tan diversos abordajes de la historia de la edición del libro literario, *La otra cara de Jano* ilumina la emergencia, consolidación y crisis de los grandes protagonistas de esta historia: los libreros, los editores y los agentes literarios, en una relación siempre cambiante tanto con las empresas editoriales para las que trabajan como, y sobre todo, con los escritores.

En una aguafuerte de enero de 1929, Roberto Arlt decía: “Hubo una época feliz y dulzona en que cada semana se fundaba una ‘sociedad de escritores’ en algún café del centro o de extramuros. Entonces no había editores. Los mismos escritores editaban sus libros y sólo eran víctimas de la rapacidad de los libreros; aunque éstos han sido siempre demasiado ‘fiacunes’ para ser rapaces. Cuando en la fauna literaria apareció el nuevo ‘specimen’ del editor, fue necesario ponerse en guardia. Los libros se venderían más pero rendirían menos ganancias; habría más promesas pero menos realidades. Y fue así que

los escritores comenzaron a temar con la idea de proteger sus intereses en contra del editor”.² Sin proponérselo directamente, De Diego narra también la continuación de esta historia que Arlt esbozaba hace casi un siglo: la historia del librero como editor, del librero como mediador entre el libro y el lector y la desaparición de la figura del librero; la historia del pasaje entre el editor como dueño de una editorial al editor como empleado de una editorial –y a su vez, el pasaje de ser editor en una editorial nacional a serlo en una multinacional–; la historia del editor como enemigo necesario del escritor –como decía Arlt y como muestra De Diego para el caso de Cortázar– y el fin de esa historia con la crisis de la figura del editor y la aparición de un mundo de ediciones sin editores, como titula André Schiffrin a su libro. “¿Cómo se

han defendido los escritores ante esta realidad hostil?” (p. 67) –se pregunta De Diego–. La respuesta es simple: con los agentes literarios. Los testimonios mencionados por De Diego indican que en la edición en lengua española existe un antes y un después de la aparición de Carmen Balcells, “la agente más codiciada por los escritores y más odiada por los editores” (p. 278). Balcells fue quien incorporó dos grandes cambios en los contratos entre editores y escritores: acabó con los contratos indefinidos e impuso los adelantos de dinero por la edición de los libros.

La otra cara de Jano de José Luis de Diego demuestra con solidez y gran rigor intelectual la consolidación de un campo de estudio fundamental para entender de qué hablamos cuando hablamos de libros, de lectores y de industrial editorial.

Sylvia Sáitta
UBA / CONICET

² Roberto Arlt, “Un poco más sobre la Sociedad de Escritores”, *El Mundo*, 14 de enero de 1929.