

colección
canejos carbor

EN LOS márgenes DEL canon

Aproximaciones a la literatura popular
y de masas escrita en español
✻ siglos 20 y 21 ✻

ANA CABELLO * MIGUEL CARRERA * MALVINA GUARAGLIA
FEDERICO LÓPEZ-TERRA * CRISTINA MARTÍNEZ-GÁLVEZ
✻ EDITORES ✻

 CSIC



ANEJOS ARBOR

DIRECTOR

ALBERTO SÁNCHEZ ÁLVAREZ-INSÚA (CSIC)

DIRECTOR ADJUNTO

JESÚS SEBASTIÁN AUDINA (CSIC)

SECRETARIA DE REDACCIÓN Y ADJUNTA A LA DIRECCIÓN

JULIA MARÍA LABRADOR BEN (UCM)

CONSEJO DE REDACCIÓN

ROSA BASANTE POL (UCM)

ÁNGELA ENA BORDONADA (UCM)

FRANCISCO PORTELA SANDOVAL (UCM)

JESÚS ANTONIO MARTÍNEZ MARTÍN (UCM)

JAVIER ECHEVARRÍA EZPONDA (CSIC-UPV)

ALEJANDRO RUBIO SAN ROMÁN (UCM)

MANUEL ALVAR EZQUERRA (UCM)

JAVIER MUGUERZA CARPINTIER (UNED)

ANTONIO FERNÁNDEZ GARCÍA (UCM)

GERMÁN VEGA GARCÍA-LUENGOS (UNIVERSIDAD DE VALLADOLID)

AMELINA CORREA RAMÓN (UNIVERSIDAD DE GRANADA)

PILAR GOYA LAZA (CSIC)

MARTA PALENQUE (UNIVERSIDAD DE SEVILLA)

JULIA MARÍA LABRADOR BEN (UCM)

CATÁLOGO GENERAL DE PUBLICACIONES OFICIALES

[HTTP://PUBLICACIONESOFICIALES.BOE.ES/](http://publicacionesoficiales.boe.es/)



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE CIENCIA
E INNOVACIÓN



CSIC

CONSEJO SUPERIOR DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS

INSTITUTO
NACIONAL
DE ESTADÍSTICA

arbor

DISEÑO DE CUBIERTA: ESTUDIO JOAQUÍN GALLEGO

© DE LOS TEXTOS, SUS AUTORES, 2011

© CSIC, ARBOR, 2011

© LOS LIBROS DE LA CATARATA, 2011

FUENCARRAL, 70

28004 MADRID

TEL. 91 532 05 04

FAX. 91 532 43 34

WWW.CATARATA.ORG

EN LOS MÁRGENES DEL CANON.

APROXIMACIONES A LA LITERATURA POPULAR

Y DE MASAS ESCRITA EN ESPAÑOL (SIGLOS XX Y XXI)

ISBN (CSIC): 978-84-00-09388-4

ISBN (CATARATA): 978-84-8319-632-8

NIPO: 472-11-179-6

DEPÓSITO LEGAL: M-40.135-2011

ESTE LIBRO HA SIDO EDITADO PARA SER DISTRIBUIDO. LA INTENCIÓN DE LOS EDITORES ES QUE SEA UTILIZADO LO MÁS AMPLIAMENTE POSIBLE, QUE SEAN ADQUIRIDOS ORIGINALES PARA PERMITIR LA EDICIÓN DE OTROS TÍTULOS Y QUE, DE REPRODUCIR PARTES, SE HAGA CONSTAR EL TÍTULO Y LA AUTORÍA.

CONSEJO ASESOR

MIGUEL ALONSO BAQUER (MINISTERIO DE DEFENSA)

FRANCISCO J. AYALA (UNIVERSITY OF CALIFORNIA) †

LUIS ALBERTO DE CUENCA (CSIC)

GABRIEL FERRATÉ PASCUAL (UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA)

ANTONIO GARCÍA-BELLIDO (R. A. DE CIENCIAS EXACTAS, FÍSICAS Y NATURALES)

RAMÓN GONZÁLEZ DE AMEZÚA (R. A. DE BELLAS ARTES DE SAN FERNANDO)

M^a CARMEN IGLESIAS CANO (RAE)

EMILIO MUÑOZ RUIZ (CSIC)

GREGORIO PECES-BARBA (R. A. DE CIENCIAS MORALES Y POLÍTICAS. UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID)

ALFREDO PÉREZ RUBALCABA (UCM)

ALBERTO PORTERA SÁNCHEZ (R. A. DE MEDICINA)

MIGUEL ÁNGEL QUINTANILLA FISAC (UNIVERSIDAD DE SALAMANCA)

EDUARDO ROCA ROCA (UNIVERSIDAD DE GRANADA)

JOSÉ MANUEL SÁNCHEZ RON (UAM-RAE)

AMADOR SCHÜLLER PÉREZ (R. A. DE MEDICINA)

JULIO RODRÍGUEZ VILLANUEVA (R. A. DE FARMACIA)

REDACCIÓN, ADMINISTRACIÓN E INTERCAMBIO

Vitruvio, 8. 28006 Madrid

T.: +34 915 680 009

F.: +34 915 680 011

director.arbor@csic.es

«LAS OPINIONES Y HECHOS CONSIGNADOS EN CADA ARTÍCULO SON DE EXCLUSIVA RESPONSABILIDAD DE LOS AUTORES. EL CONSEJO SUPERIOR DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS NO SE HACE RESPONSABLE, EN NINGÚN CASO, DE LA CREDIBILIDAD Y AUTENTICIDAD DE LOS TRABAJOS. LOS ORIGINALES DE LA REVISTA ARBOR, PUBLICADOS EN PAPEL Y EN VERSIÓN ELECTRÓNICA, SON PROPIEDAD DEL CONSEJO SUPERIOR DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS, SIENDO NECESARIO CITAR LA PROCEDENCIA EN CUALQUIER REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL».

LA ELABORACIÓN DE ESTE LIBRO SE HA REALIZADO EN EL MARCO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN «GONZALO TORRENTE BALLESTER», FINANCIADO POR EL MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN (FFI2008-01615) Y LA CONSEJERÍA DE ECONOMÍA E INDUSTRIA, SECRETARÍA XERAL DE INVESTIGACIÓN DE LA XUNTA DE GALICIA (PGIDIT07PXIB302142PR).

CIENCIA
PENSAMIENTO
Y CULTURA

arbor

ANEJOS 7

**EN LOS MÁRGENES DEL CANON.
APROXIMACIONES A LA LITERATURA
POPULAR Y DE MASAS ESCRITA EN
ESPAÑOL (SIGLOS XX Y XXI)**

JEAN-FRANÇOIS BOTREL • LUIS PABLO NÚÑEZ • BLANCA RIPOLL SINTES •
MAARTEN STEENMEIJER • ALBERTO SÁNCHEZ ÁLVAREZ-INSÚA • JAVIER
SÁNCHEZ ZAPATERO • ÀLEX MARTÍN ESCRIBÀ • BASILIO PUJANTE CASCALES
• ISABEL CLÚA GINÉS • SERGE SALAÛN • DIEGO SANTOS SÁNCHEZ • ENRIQUE
ENCABO • LUCA SALVI • MARÍA SÁNCHEZ PÉREZ • LUIS DÍAZ VIANA • DELICIA
CEBRIÁN LÓPEZ • GUILLERMO GÓMEZ SÁNCHEZ-FERRER • JULIA MARÍA
LABRADOR BEN • APANCHANIT VIRANUVAT • SONIA RODRÍGUEZ LLAMAS

Ana Cabello, Miguel Carrera,
Malvina Guaraglia, Federico López-Terra
y Cristina Martínez-Gálvez (eds.)

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN | 11 |
| Los editores | |
| INVENCION Y CULTIVO DE UN OBJETO CIENTÍFICO: LA CULTURA DEL PUEBLO | 15 |
| <i>INVENTION AND DEVELOPMENT OF A SCIENTIFIC OBJECT: THE CULTURE OF THE PEOPLE</i> | |
| Jean-François Botrel | |
| LOS GRUPOS EDITORIALES ESPAÑOLES Y SU INFLUENCIA EN LA CREACIÓN DE LOS CÁNONES LITERARIOS ACTUALES | 31 |
| <i>THE SPANISH PUBLISHING GROUPS AND THEIR INFLUENCE IN THE CREATION OF CURRENT LITERARY CANONS</i> | |
| Luis Pablo Núñez | |
| LA 'LUMINOSA LITERATURA'. APROXIMACIÓN DESDE LA REVISTA BARCELONESA 'DESTINO' | 51 |
| <i>'LUMINOSA LITERATURA'. AN APPROACH FROM THE BARCELONA WEEKLY MAGAZINE 'DESTINO'</i> | |
| Blanca Ripoll Sintés | |
| ¿MIEDO DE TOCAR? LOS CRÍTICOS FRENTE AL 'BEST-SELLER' ESPAÑOL | 67 |
| <i>FEAR OF TOUCH? REVIEWERS BEFORE THE SPANISH BEST-SELLER</i> | |
| Maarten Steenmeijer | |

| | |
|--|-----|
| DE LA NOVELA ROSA A LA 'CHICK LIT' | 85 |
| <i>FROM ROMANTIC NOVEL TO CHICK LIT</i> | |
| Alberto Sánchez Álvarez-Insúa | |
| | |
| DEL QUIOSCO AL 'BEST-SELLER': LA NOVELA POLICÍACA EN ESPAÑA | 93 |
| <i>FROM NEWSSTANDS TO BEST-SELLER: DETECTIVE STORIES IN SPAIN</i> | |
| Javier Sánchez Zapatero y Àlex Martín Escribà | |
| | |
| VIGENCIA DE LA NOVELA DEL OESTE EN EL SIGLO XXI | 109 |
| <i>VALIDITY OF THE WESTERN NOVEL IN THE 21ST CENTURY</i> | |
| Basilio Pujante Cascales | |
| | |
| ¿DAMAS, BRUJAS Y GUERRERAS? ESPECULACIONES DE GÉNERO EN LA FANTASÍA ESPAÑOLA CONTEMPORÁNEA | 123 |
| <i>LADIES, WITCHES AND WARRIORS? GENDER SPECULATIONS IN CONTEMPORARY SPANISH FANTASY</i> | |
| Isabel Clúa Ginés | |
| | |
| EL PÚBLICO DE LOS ESPECTÁCULOS (MAL LLAMADOS) MENORES (1875, 1936) | 139 |
| <i>THE AUDIENCE OF (UNJUSTIFIABLY CALLED) 'MINOR' SHOWS (1875, 1936)</i> | |
| Serge Salaün | |
| | |
| EL TEATRO DE MASAS DURANTE EL FRANQUISMO: LA REVISTA TEATRAL FRENTE A LA CENSURA | 159 |
| <i>POPULAR THEATRE DURING FRANCOISM: THE REVISTA AND CENSORSHIP</i> | |
| Diego Santos Sánchez | |
| | |
| LA POESÍA FESTIVA: APROXIMACIÓN A UN GÉNERO | 175 |
| <i>FESTIVE POETRY: APPROACH TO A GENRE</i> | |
| Enrique Encabo | |
| | |
| LA IMPROVISACIÓN POÉTICA HOY: EL REPENTISMO CUBANO ENTRE TRADICIÓN, ACADEMIA Y CONTEMPORANEIDAD | 193 |
| <i>TODAY'S POETIC IMPROVISATION: CUBAN REPENTISM BETWEEN TRADITION, ACADEMY AND CONTEMPORANEITY</i> | |
| Luca Salvi | |

| | |
|--|-----|
| <p>LA TRANSMISIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS CASOS HORRIBLES Y ESPANTOSOS DESDE SUS ORÍGENES HASTA EL SIGLO XXI</p> <p><i>TRANSFERENCE AND SPREADING OF HORRIBLE AND APPALLING CASES FROM THEIR ORIGINS UNTIL THE 21ST CENTURY</i></p> <p>María Sánchez Pérez</p> | 205 |
| <p>¿NARRATIVAS DE AHORA O DE SIEMPRE? MEMORIA, TIEMPO Y LUGAR EN LAS LEYENDAS URBANAS O CONTEMPORÁNEAS</p> <p><i>TALES OF THE PRESENT OR OF THE PAST? MEMORY, TIME AND SPACE IN URBAN OR CONTEMPORARY LEGENDS</i></p> <p>Luis Díaz Viana</p> | 219 |
| <p>'CAMP' EN LA NOVELA DE SEVERO SARDUY 'DE DONDE SON LOS CANTANTES'. UNA ESTRATEGIA ESTÉTICA ENTRE ALTA Y BAJA CULTURA</p> <p><i>'CAMP' IN SEVERO SARDUY'S NOVEL 'DE DONDE SON LOS CANTANTES'. AN AESTHETIC STRATEGY BETWEEN HIGH AND LOW CULTURE</i></p> <p>Delicia Cebrián López</p> | 237 |
| <p>SIGLO DE ORO, NOVELA DE AVENTURAS Y CÓMIC: NUEVOS MODOS DE HACER CÓMIC EN EL SIGLO XXI</p> <p><i>SPANISH GOLDEN AGE, ADVENTURE NOVEL AND COMIC: NEW WAYS OF MAKING COMICS IN THE 21ST CENTURY</i></p> <p>Guillermo Gómez Sánchez-Ferrer</p> | 257 |
| <p>'AMA ROSA' DE GUILLERMO SAUTIER CASASECA Y RAFAEL BARÓN, DESDE LAS ONDAS RADIOFÓNICAS A LA PANTALLA</p> <p><i>GUILLERMO SAUTIER CASASECA Y RAFAEL BARÓN'S AMA ROSA, FROM RADIO WAVES TO THE SCREEN</i></p> <p>Julia María Labrador Ben</p> | 271 |
| <p>DE LITERATURA A CULTURA DE MASAS: LA ADAPTACIÓN TELEVISIVA DE LA NOVELA 'FUNCIONARIO PÚBLICO', DE DOLORES MEDIO, EN LOS AÑOS SESENTA</p> <p><i>FROM LITERATURE TO MASS CULTURE: TELEVISION ADAPTATION OF DOLORES MEDIO'S NOVEL PUBLIC SERVANT (FUNCIONARIO PÚBLICO)</i></p> <p>Apanchanit Viranuvat</p> | 285 |

| | |
|---|-----|
| EL 'BLOG' LITERARIO. PERSPECTIVAS DE UN NUEVO GÉNERO POPULAR | 301 |
| <i>THE LITERARY BLOG. PERSPECTIVES OF A NEW POPULAR GENRE</i> Sonia Rodríguez Llamas | |

| | |
|---------------|-----|
| AUTORES | 317 |
|---------------|-----|

LOS GRUPOS EDITORIALES ESPAÑOLES Y SU INFLUENCIA EN LA CREACIÓN
DE LOS CÁNONES LITERARIOS ACTUALES

*THE SPANISH PUBLISHING GROUPS AND THEIR INFLUENCE IN THE
CREATION OF CURRENT LITERARY CANONS*

LUIS PABLO NÚÑEZ

CSIC

RESUMEN

Este estudio parte de la concentración editorial producida en España y su influencia en las tendencias literarias promovidas en la literatura de ficción publicada entre 2007 y el primer semestre de 2010. Mediante la descripción de aspectos tales como las estrategias de promoción de autores consagrados, el aumento de las tiradas y la vigencia de ciertos títulos en las listas de libros más vendidos, se analiza cómo la industria de los grandes grupos condiciona en nuestros días una cada vez mayor homogeneización de los hábitos lectores.

Palabras clave: concentración editorial - grupos editoriales - mercado del libro - canon literario - hábitos de lectura - *best-seller*

ABSTRACT

This article studies the trends in fiction published between 2007 and 2010 after the publishing concentration produced in Spain. By describing aspects such as marketing promotion, print runs and best-seller lists, we analyze how the publishing groups determine an increasing homogenization on reading habits.

Keywords: publishing concentration - publishing groups - book trade - literary canon - reading habits - best-seller

Señalaba Stieg Larsson, el autor de la saga *Millennium*, en una entrevista que le fue realizada unos meses antes de morir, que «escribir historias de detectives es escribir literatura ligera, puro entretenimiento. No es como escribir propaganda política o literatura clásica. El género negro, ya se sabe, es una de las formas más populares de entretenimiento que existen. Si además intentas decir algo con ello... Bueno, yo lo he intentado, por supuesto»¹. Por otro lado, Katherine Neville, en otra entrevista aparecida con motivo de la publicación en Plaza & Janés de *El juego*, continuación de *El ocho*, indicaba que «en EE UU hay dos categorías en las librerías: literatura y *best-sellers*. Mi libro, *El ocho*, no era una cosa ni otra. [...] Entre la gran literatura y la literatura más popular [...] mis libros no encajan ni en una categoría ni en la otra» (Val, 2009, 44). De la misma opinión son otros autores como Ken Follett, Stephen King o John Grisham, el primero de los cuales afirmaba ya en 1994²: «Yo escribo novelas de entretenimiento porque me senté un buen día y dije: *Quiero entretener*. Eso no se puede cambiar» (Viñas, 2009, 131-132).

La significativa distinción entre una literatura clásica o culta y otra ligera o de entretenimiento, nos da pie a analizar la situación de la literatura de ficción y los *best-sellers* en España. Para ello, realizamos una serie de reflexiones sobre títulos aparecidos entre 2007 y el primer semestre de 2010, tomando como culmen representativo de los movimientos de fusión el nacimiento de Libranda. El seguimiento de las estrategias de los grandes grupos permite describir, sin olvidar la perspectiva filológica, algunos puntos que, si bien generalmente son ajenos al texto literario propiamente dicho, lo influyen y condicionan, y en algunos casos determinan incluso el lanzamiento de nuevos autores.

Frente a las historias de la literatura tradicionales, que estudian las obras atendiendo al autor y al contexto histórico, o a los diversos puntos de vista posibles en la interpretación de los textos —lo que

-
1. Entrevista realizada por Lasse Winkler el 27 de octubre de 2004, publicada en el número 18/04 del *Svensk Bokhandel*. La traducción se toma de la página electrónica oficial de Destino, <http://www.serielarsson.com/>. La reseña de Rafael Narbona sobre *Milleniun 3 [sic]* en *El Cultural* del 19/06/2009 retoma la cita, pero con la variante «No es como la propaganda política o la literatura» y la supresión de la frase siguiente.
 2. Entrevista realizada por Koro Castellano, «Ken Follett. La máquina registradora», *El País Semanal*, 13 de febrero de 1994, pp. 19-20.

deja de lado a impresores, editores y libreros en esa historia—, tomamos el libro como objeto físico y material que se fabrica, se distribuye y se vende, con un lugar para su venta y un público comprador dentro de un mercado. Nuestra perspectiva será, en definitiva, la del productor del libro. Esta, junto con la del receptor, ya sea este lector o crítico, dará una visión complementaria del libro como industria y elemento cultural en la sociedad de hoy.

Algunas observaciones sobre tiradas y reimpressiones de unos títulos concretos y el análisis de las listas de libros más vendidos entre los años 2007 y 2010 nos muestran cómo algunos factores que homogeneizan la industria del libro repercuten en la homogeneización de los hábitos de lectura e influyen en la conformación de los cánones literarios actuales.

FIGURA I. LA INDUSTRIA Y LA HOMOGENEIZACIÓN DE LOS HÁBITOS LECTORES

| FACTORES PARA LA HOMOGENEIZACIÓN DE LA INDUSTRIA DEL LIBRO → | FACTORES PARA LA HOMOGENEIZACIÓN DE LOS HÁBITOS LECTORES |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Concentración editorial - Expansión (filiales) - Ventajas para la compra de derechos / títulos comunes | <ul style="list-style-type: none"> - Estrategias comerciales de difusión (acceso al lector a través de más medios) - Librerías dependientes de grupos - Listados de libros más vendidos |

La descripción de los aspectos señalados en el cuadro y de algunas estrategias de mercadotecnia, venta y publicidad nos permitirán comprender esta homogeneización lectora a través de la aparición de ciertos géneros como modas. Para ello, este estudio tratará en diferentes apartados puntos como: a) la concentración editorial; b) el circuito de distribución; c) las listas de libros más vendidos; d) los géneros como modas; e) las tiradas; f) el papel de internet.

LA CONCENTRACIÓN EDITORIAL

En España se ha producido el mismo proceso de concentración editorial que ha ocurrido en otros países capitalistas con una industria editorial fuerte. El mercado editorial español, por volumen de títulos

publicados al año —unos 68.000, de los cuales algo menos de la mitad novedades—, era en 2007 el cuarto más importante del mundo, solo tras el anglosajón (Reino Unido y Estados Unidos) y el alemán. Tras la compra de Editis, el Grupo Planeta pasó en 2009 a estar entre los ocho primeros del mundo; el Grupo Santillana, entre los treinta.

FIGURA 2. RANQUIN MUNDIAL DE EDITORES (2009)³

| RANQUIN 2008 | RANQUIN 2007 | NOMBRE COMPAÑÍA | EMPRESA MATRIZ | NACIONALIDAD | INGRESOS | | |
|-----------------|-----------------|---------------------------------|---|----------------------|--------------|--------------|--------------|
| | | | | | 2008 (€m) | 2007 (€m) | 2006 (€m) |
| 1 | 2 | Pearson | Pearson | UK | 5.044 | 4.812 | 5.616 |
| 2 | 4 | Reed Elsevier | Reed Elsevier | UK/NL/US | 4.586 | 4.217 | 5.851 |
| 3 | 1 | Thomson Reuters | The Woodbridge Company Ltd | Canadá | 3.485 | 4.998 | - |
| 4 | 5 | Woltes Kluwer | Wolters Kluwer | NI | 1.374 | 3.413 | 3.693 |
| 5 | 3 | Bertelsmann | Bertelsmann | Alemania | 2.980 | 4.392 | 4.612 |
| 6 | 6 | Hachette Livre | Lagardere | Francia | 2.159 | 2.130 | 1.975 |
| 7 | 7 | McGraw-Hill Education | McGraw-Hill | US | 1.794 | 1.853 | - |
| 8 | 13 | Grupo Planeta | Grupo Planeta | España | 1.760 | 1.000 | 1.015 |
| 9 | 10 | De Agostini Editore | Gruppo De Agostini | Italia | - | - | 1.668 |
| 10 | 11 | Scholastic | Sholastic Corp | US | 1.499 | 1.493 | - |
| 11 | 9 | Houghton Mifflin Harcourt | Education Media and Publishing Group | US/Cayman islands | 1.712 | - | - |
| 12 | 12 | Holtzbrinck | Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck | Alemania | - | - | 1.324 |

3. Fuente: <http://publishingperspectives.com/?p=981> [consulta: 17/02/2010]. El ranquin mundial de editores en 2008 estaba liderado por Thomson-Reuters (Canadá), Pearson (Reino Unido) y Reed Elsevier (Reino Unido/Holanda), seguido de Hachette Livre, McGraw-Hill, HarperCollins, John Wiley & Sons, Oxford University o Mondadori. Cf. *Delibros*, 224 (2008), pp. 16-17.

| RANQUIN 2008 | RANQUIN 2007 | NOMBRE COMPAÑÍA | EMPRESA MATRIZ | NACIONALIDAD | INGRESOS | | |
|-----------------|-----------------|--|--------------------------------|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| | | | | | 2008 (€m) | 2007 (€m) | 2006 (€m) |
| 13 | 15 | Cengage Learning | Apax Partners <i>et al.</i> | UK | 1.172 | 968 | - |
| 14 | 21 | Wiley | John Wiley & Sona | US | 1.139 | 846 | - |
| 15 | 14 | Informa | Informa | UK | 1.028 | 997 | 978 |
| 16 | 16 | HarperCollina | News Corp | US/AUS | 944 | 923 | - |
| 17 | 18 | Shogakukan | Shogakukan | Japón | 927 | 901 | - |
| 18 | 20 | Shueisha | Shueisha | Japón | 902 | 852 | - |
| 19 | 19 | Kodansha | Kodansha | Japón | 886 | 885 | 908 |
| 20 | 17 | Springer Science and Business Media | Cinven and Candover | UL/Alemania/ Italia/Francia | 880 | 906 | 924 |

Estos grupos tienen como característica común que aúnan un gran número de empresas, a veces muy diversas entre sí, pero fundamentalmente medios del ámbito audiovisual, incluyendo aquí la prensa, la radio y la televisión y, en lo que nos interesa, el medio editorial (tanto producción de libros como distribución)⁴.

No es necesario hacer notar que la presencia de estos grupos en los tiempos actuales de globalización es cada vez mayor y que, por ello, tienen filiales en multitud de países (Bertelsmann tiene en 50, Lagardère en 36, Thomson en 143). Debido a esta expansión, su principal objetivo no es solo ofrecer información en forma de libros, periódicos o radios, sino gestionarla y distribuirla. Así, la parte fundamental que sustenta los más importantes grupos —Thomson, Elsevier, Pearson, Wolters-Kluwer o Springer Science-Business Media— es la comunicación y la suscripción digital a sus servicios, ya sean agencias de noticias o bases de datos para la educación e investigación. En lo que se refiere al mundo del libro, la globalización también ha añadido una nueva figura, la de los *scouts*, rastreadores de autores o títulos para grupos o medianas editoriales en los grandes centros de edición, como Londres, París o Nueva York.

4. Aquellos grupos enfocados al ámbito de medios de comunicación, como Vocento o Recoletos, no los consideramos aquí, salvo que tengan relación con el mundo editorial (como Prisa, con Santillana).

En España, a vista de pájaro, podemos distinguir grandes grupos como Planeta, el Grupo Santillana, el Grupo Anaya, el Grupo Random House Mondadori, el Grupo RBA, el Grupo SM y el Grupo Z⁵. Cada uno de estos grupos puede englobar varias editoriales o incluso subgrupos (como Grup 62 y Editis, en Planeta) o, del mismo modo, el grupo editorial puede ser parte de un grupo mediático mayor. Así, el Grupo Prisa, además de la veintena de periódicos regionales y nacionales —como *El País*, *As*, *Cinco Días*— y de las revistas *Cinemanía*, *Rolling Stone*, *Claves*, es propietario del Grupo Santillana, formado por Alfabeta, Aguilar, El País-Aguilar, Taurus y otros sellos. El Grupo Planeta, a su vez, engloba Ediciones Destino y Seix Barral, Martínez Roca, Espasa Calpe, Editorial Crítica, Planeta DeAgostini... El Grupo Random House Mondadori a su vez está formado por Collins, Debate, Grijalbo, Lumen, Mondadori, Plaza & Janés, Sudamericana, etcétera.

El Grupo Anaya —propiedad de Hachette Livres, y este de Lagardère—, engloba, entre otros, Anaya, Alianza, Vox, Tecnos, Pirámide, Cátedra, Spes. El Grupo Z es un grupo fundamentalmente de comunicación, formado por un conjunto de diarios regionales (*El Periódico de Aragón*, *El Periódico de Catalunya*, *La Voz de Asturias*, etc.), prensa deportiva, revistas (*Interviú*, *Woman*, etc.), pero también por editoriales como Ediciones B, especializada en cómics, Bruguera, Vergara, Byblos o Zeta.

En cuanto al Grupo RBA, que tiene como su objetivo prioritario la prensa, desde 1998 abarca también varios sellos de libros, en una iniciativa que comenzó con la compra de Integral (libros sobre salud natural y desarrollo personal) y la comercialización en librerías de las obras editadas por la Sociedad National Geographic, de las que

5. Nos centramos solo en aquellos editores de obra de ficción que operan en España, ya sean de capital nacional o extranjero. No se tienen en cuenta las editoriales dependientes de organismos estatales o regionales (ministerios, diputaciones, etc.) ni las universitarias, públicas o privadas. Tampoco grupos como Océano, o grandes editoriales como Gedisa, Susaeta, que tienen un gran número de delegaciones en Hispanoamérica o Europa, pero no publican ficción o no les supone su línea fundamental. Otros grupos, como el Grupo Editorial Norma (Colombia), que engloba Parramón Ediciones, Granica, Belacqva, Farben y la cuidadosa apuesta «Verticales de bolsillo», supone un caso inverso, el de los grupos que operan fundamentalmente en América Latina y han desembarcado en España. Para la historia de la concentración española y la llegada de los grupos Bertelsmann y Mondadori, véanse los capítulos 6 y 7 de Vila-Sanjuán (2003, 216-248).

tiene los derechos de explotación y distribución en España. En pocos años, RBA Libros se ha expandido buscando diferentes áreas con las que cubrir su programa editorial (ficción, literatura infantil y juvenil: Serres, Molino, etc.): la última adquisición, en marzo de 2006, de la editorial Gredos, cubrió el hueco de la no ficción.

Esta suma de sellos persigue, más allá de la acumulación de capital, la eliminación de competidores: como señalaba José Manuel Lara Bosch al recordar la adquisición de Seix Barral en 1982, «gracias a Seix Barral, en Planeta constatamos que una interesante vía de crecimiento consistía en comprar editoriales. Así aumentábamos catálogo y aumentábamos venta» (Vila-Sanjuán, 2003, 222). De la misma manera que una pequeña editorial puede tener colecciones para obras de temática distinta, los grandes grupos compran editoriales más pequeñas para cubrir aquellos huecos del mercado que no poseen. La diversificación editorial persigue que cada sello cubra un área de especialidad: por ejemplo, en Random House, Collins publica los diccionarios bilingües; Debate, el ensayo; Grijalbo, la novela histórica y los libros de autoayuda; Lumen, la poesía.

El Grupo SM, de la Fundación Santa María, es el único gran grupo, de los vistos hasta aquí, independiente. Al provenir de una ideología religiosa surgida en los años cuarenta de un grupo de profesores marianistas, es lógico que la educación haya sido y sea su primer y principal campo de batalla: así, es reconocida por su señera y entrañable colección infantil y juvenil «Barco de Vapor» y, desde hace una quincena de años, por sus diccionarios y manuales gramaticales para escolares.

En cualquiera de los casos, los grandes grupos intentan englobar ciertas ramas específicas económicamente relevantes: por un lado, la de literatura infantil y juvenil; por otro, cuando es posible, la de libro de texto educativo; finalmente, el libro de bolsillo. La edición en catalán es también destacable, pues buena parte de los grupos tienen sede u origen en Barcelona.

FIGURA 3. DISTRIBUCIÓN DE LOS SELLOS MÁS REPRESENTATIVOS ENGLOBALADOS EN CADA GRUPO (2010)

| GRUPO PLANETA | GRUPO SANTILLANA | GRUPO ANAYA | RANDOM HOUSE MONDADORI | GRUPO RBA | GRUPO SM | GRUPO Z |
|---|-------------------------------|-------------------------------|---------------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| - Editorial Planeta | - Alfaguara | - Anaya | - Areté | - RBA Libros | - Ediciones SM | - Ediciones B |
| - Espasa | - Aguilar | - Algaida | - Beascoa | - RBA Bolsillo | - Cruilla (inf. cat.) | - Bruguera |
| | - Altea | - Alianza Ed. | - Debate | - Gredos | | - Vergara |
| - Destino | - El País-Aguilar | - Barcanova | - Collins | - Magrana (cat) | - Acento | - Byblos (bolsillo) |
| - Seix Barral | - Taurus | - Cátedra | - Electa | - Integral | - PPC (rel./ distr.) | - Zeta (bolsillo) |
| - Crítica | - Salamandra | - Larousse, Vox | - Grijalbo | - National Geographic | | |
| - Ariel | - Suma de Letras | - Pirámide | - Lumen | | | |
| - Paidós | - Richmond (educ.) | - Tecnos | - Mondadori | - Molino (juv) | | |
| - Lunweg | - Objetiva (Bras) | - Xerais | - Plaza & Janés | - Serres (infant) | | |
| - Eds. del Bronce | - Punto de lectura (bolsillo) | - Bruño (infantil) | - Rosa dels Vents | | | |
| - Emecé | | - Edelsa (ELE) | - Sudamericana | | | |
| - MR | | - Salvat (colecc.) | - DeBolsillo | | | |
| - Temas de Hoy | | - Ediciones del Prado (fasc.) | | | | |
| - Minotauro | | | | | | |
| - Timun Mas | | | | | | |
| - Geoplaneta | | | | | | |
| - Booket (bolsillo) | | | | | | |
| - Quinteto (bolsillo) | | | | | | |
| - Grup 62 | | | | | | |
| - Editis (incluye: Clé International, Nathan, Bordas, Le Robert, Pocket...) | | | | | | |
| - Planeta DeAgostini | | | | | | |
| - Altaya (coleccionables) | | | | | | |

EL CIRCUITO DE DISTRIBUCIÓN

El gran número de sellos incluidos en estos grupos hace que su importancia para la edición sea fundamental, pues controlan la mayor parte de los títulos que se publican: en el año 2000, cinco empresas controlaban el 80 por ciento del mercado editorial en Estados Unidos, y en Francia el grupo Hachette-Vivendi producía en 2002 «el 98 por ciento de los diccionarios, el 82 por ciento de los textos escolares, el 52 por ciento de los libros de bolsillo y el 45 por ciento de la literatura» (Sánchez Vigil, 2009, 144-145). No es de extrañar, por tanto, que esa gran concentración de editoriales bajo unas mismas directrices pueda repercutir en los procesos de producción del libro: filtro de qué se publica y qué no, qué obras se traducen, qué autores se promocionarán, hasta condicionar la aparición de corrientes y de géneros⁶.

Es por ejemplo obvio que es más sencilla la promoción y comercialización de un título nuevo si periódicos importantes de tirada nacional, con suplementos culturales donde podría aparecer una reseña del libro, están cobijados bajo el mismo grupo de la editorial que lo ha publicado. Y del mismo modo resultaría lógico pensar que si un grupo abraza entre sus empresas varias editoriales y cadenas de librerías, este canal facilite mucho la distribución y ventas, las posibles devoluciones y el tiempo de exposición de las novedades. Por lo tanto, no sería sorprendente que el Grupo Planeta promocionara con preferencia sus títulos o los de sus afiliados en las librerías de la Casa del Libro, que le pertenecen⁷, o que el Grupo Bertelsmann hiciera lo mismo en las librerías Bertrand portuguesas que compró en 2006 o en las proyectadas para España⁸.

6. En épocas de crisis, por ejemplo, los editores arriesgan menos: «La crisis ha agravado este mercado polarizado; hoy aún es más suicida tener los almacenes llenos, por eso se filtra mucho más y salen los nombres que salen», indicaba la editora Elena Ramírez (Seix Barral) a *El País*, 2 de agosto 2009, *Revista de verano*, p. 54.

7. La memoria 2009 del Grupo Planeta indicaba que la cadena Casa del Libro, «con 23 tiendas, aumenta su línea de productos y continúa líder de la venta *on line* en castellano». Disponible en: <http://www.planeta.es/memoriaplaneta/es/librerias-5443.htm> [consulta: 22/02/2010].

8. «Bertelsmann abrirá en España 30 nuevas librerías de la cadena Bertrand en los próximos cinco años». Disponible en: <http://www.economista.es/> [consulta: 26/04/2007]. En marzo de 2010 eran nueve, fundamentalmente dentro de centros

Del mismo modo, la expansión por varios países explica que un nuevo título pueda aparecer a la par en un país y en otro, si ambos están publicados por editoriales pertenecientes a un mismo grupo, o por editoriales entre las que existe algún pacto de publicación, difusión o distribución.

VENTA. LIBROS MÁS VENDIDOS

Las repercusiones de la concentración editorial en la venta son también notorias. Si los grandes grupos poseen un mayor número de editoriales, disponen de más medios económicos para hacer publicidad y llegan a más lugares por una distribución más eficiente, lo lógico es que sus libros sean también los más vendidos. En el año 2005, las editoriales que más ingresos facturaron fueron Planeta, Círculo de Lectores (de Bertelsmann), RBA coleccionables, Planeta DeAgostini (de Planeta), Ediciones SM, Santillana (Grupo Prisa), Plaza & Janés (Bertelsmann), Anaya y Espasa Calpe, fundamentalmente. Una comparación: si Anagrama vendió libros por un valor de casi 7 millones de euros, y Visor por 2 millones, Planeta vendió por un total de 207, y Espasa Calpe por 70.

Observando de forma más concreta, esto tiene repercusiones claras en las listas de libros más vendidos (las cuales, si bien no dan una fiabilidad total, sí permiten una estimación). Así, por ejemplo, en la semana del 1 de julio de 2007, de los 12 libros de ficción más vendidos, 4 eran de Random House, 6 de Planeta, 1 de Santillana y otro de la independiente Tusquets⁹:

comerciales. Los acuerdos del Círculo de Lectores y Planeta en abril de 2010 relativos a Casa del Libro limitan esta expansión.

9. Fuente: BookScan de Nielsen, <http://www.bookscan.com/>. Los datos, obtenidos de la fuente citada, fueron presentados por Riccardo Cavallero, de Random House, en su presentación en el XXIII Encuentro sobre la edición de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP, Santander, 2007).

FIGURA 4. LIBROS MÁS VENDIDOS (SEMANA DEL 1 DE JULIO DE 2007)

| GRUPO EDITORIAL | SELLO | TÍTULO | AUTOR | EJEMPLARES VENDIDOS |
|-----------------|---------------|------------------------------------|----------------------|---------------------|
| Random | Grijalbo | <i>La catedral del mar</i> | Ildefonso Falcones | 4.297 |
| Random | Plaza & Janés | <i>La sangre de los inocentes</i> | Julia Navarro | 3.305 |
| Random | Lumen | <i>El cuento número trece</i> | Diane Setterfield | 2.975 |
| ----- | Tusquets | <i>El corazón helado</i> | Almudena Grandes | 2.520 |
| Planeta | Ed. Planeta | <i>El pedestal de las estatuas</i> | Antonio Gala | 2.415 |
| Planeta | Ed. Planeta | <i>La sombra del viento</i> | Carlos Ruiz Zafón | 2.088 |
| Planeta | Ed. Planeta | <i>El alma de la ciudad</i> | Jesús Sánchez Adalid | 2.060 |
| Santillana | Alfaguara | <i>Mira si yo te querré</i> | Luis Leante | 1.896 |
| Planeta | Ed. Planeta | <i>La cultura</i> | César Vidal | 1.883 |
| Planeta | Marcos Roca | <i>La reina oculta</i> | Jorge Molist | 1.824 |
| Random | Grijalbo | <i>El apóstol número 13</i> | Michel Benoît | 1.551 |
| Planeta | Temas de Hoy | <i>Un burka por amor</i> | Reyes Monforte | 1.540 |

Si atendemos a las listas de 2008 o 2009 aparecidas en *El Cultural* o *Delibros*, los títulos cambian, pero no así la proporción de los grandes grupos:

FIGURA 5. LIBROS MÁS VENDIDOS (SEMANA DEL 19 DE JUNIO DE 2009)

| GRUPO EDITORIAL | SELLO | TÍTULO | AUTOR |
|-----------------|----------------|---|----------------------------------|
| Planeta | Destino | <i>Millennium 1</i> | Stieg Larsson |
| Planeta | Destino | <i>Millennium 2</i> | Stieg Larsson |
| Random | Plaza & Janés | <i>El nombre del viento</i> | Patrick Rothfuss |
| ----- | Salamandra | <i>La soledad de los números primos</i> | Paolo Giordano |
| Santillana | Alfaguara | <i>Luna nueva</i> | Stephanie Meyer |
| Santillana | Suma de Letras | <i>Nocturna</i> | Guillermo del Toro y Chuck Hogan |
| ----- | Maeva | <i>Las hijas del frío</i> | Camilla Lackberg |
| Planeta | Seix Barral | <i>Aurora boreal</i> | Asa Larsson |
| Santillana | Suma de Letras | <i>The host</i> | Stephanie Meyer |
| Random | Grijalbo | <i>La casa de los siete pecados</i> | Mari Pau Domínguez |

La irrupción de los *best-sellers* no solo acapara los primeros puestos de forma inmediata, sino que perdura durante cada vez un mayor número de semanas¹⁰. Si en la siguiente tabla trazamos una línea para cada uno de los títulos, veremos su evolución, mantenimiento o caída a lo largo de un trimestre (enero-marzo de 2008):

FIGURA 6. PERIODO DE VIGENCIA DE LOS TÍTULOS EN EL MERCADO. LIBROS MÁS VENDIDOS (PRIMER TRIMESTRE DE 2008)

| 3 DE ENERO 2008 | 31 DE ENERO 2008 | 21 DE FEBRERO 2008 | 28 DE FEBRERO 2008 | 13 DE MARZO 2008 | 27 DE MARZO 2008 |
|---|---|---|---|--|--|
| <i>El niño con el pijama de rayas</i> John Boyne Salamandra | Un mundo sin fin Ken Follet Plaza & Janés | Un mundo sin fin Ken Follet Plaza & Janés | <i>Harry Potter y las reliquias de la muerte</i> J. K. Rowling Salamandra | <i>Harry Potter y las reliquias de la muerte</i> J. K. Rowling. Salamandra | <i>Harry Potter y las reliquias de la muerte</i> J. K. Rowling. Salamandra |
| Un día de cólera Reverte Alfaguara | <i>El niño con el pijama de rayas</i> John Boyne Salamandra | <i>El niño con el pijama de rayas</i> John Boyne Salamandra | <i>El niño con el pijama de rayas</i> John Boyne Salamandra | <i>El niño con el pijama de rayas</i> John Boyne Salamandra | <i>El niño con el pijama de rayas</i> John Boyne Salamandra |
| <i>La bodega</i> Noah Gordon Roca | Un día de cólera Pérez Reverte Alfaguara | <i>Sauce ciego, mujer dormida</i> Haruki Murakami Tusquets | Un mundo sin fin Ken Follet Plaza & Janés | Un mundo sin fin Ken Follet Plaza & Janés | Un mundo sin fin Ken Follet Plaza & Janés |
| Villa diamante Boris Izaguirre Planeta | <i>Tierra firme</i> Matilde Asensi Planeta | <i>La bodega</i> Noah Gordon Roca | <i>Sauce ciego, mujer dormida</i> Haruki Murakami Tusquets | <i>Sauce ciego, mujer dormida</i> Haruki Murakami Tusquets | <i>Perdona si te llamo amor</i> Federico Moccia Planeta |
| <i>El mundo</i> Juan José Millás Planeta | <i>La bodega</i> Noah Gordon Roca | Un día de cólera Pérez Reverte Alfaguara | <i>La bodega</i> Noah Gordon Roca | Un día de cólera Pérez Reverte Alfaguara | <i>Saber perder</i> David Trueba Anagrama |

10. Desde su aparición en junio de 2008 hasta diciembre de 2009 ha estado *Millennium 1* en la lista de los diez más vendidos, según *El Cultural*. Aunque posteriormente sus ventas disminuyeron y dejó de estar entre los diez primeros, su presencia siguió acaparando el mercado en buena medida. Su puesto fue ocupado por la publicación de *Millennium 3, La reina en el palacio de las corrientes de aire*.

| 3 DE ENERO 2008 | 31 DE ENERO 2008 | 21 DE FEBRERO 2008 | 28 DE FEBRERO 2008 | 13 DE MARZO 2008 | 27 DE MARZO 2008 |
|--|--|---|--|---|--|
| <i>Tierra firme</i> Matilde Asensi Planeta | <i>Los crímenes de Oxford</i> Guillermo Martínez Destino | <i>Vivir adrede</i> Mario Benedetti Alfaguara | <i>Un día de cólera</i> Pérez Reverte Alfaguara | <i>Sale el espectro</i> Phillip Roth Mondadori | <i>Un día de cólera</i> Pérez Reverte Alfaguara |
| <i>La emperatriz de los etéreos</i> Laura Gallego Alfaguara | <i>Habíamos ganado la guerra</i> Esther Tusquets Bruguera | <i>Villa diamante Boris Izaguirre</i> Planeta | <i>Perdona si te llamo amor</i> Federico Moccia Planeta | <i>Perdona si te llamo amor</i> Federico Moccia Planeta | <i>Chesil Beach</i> Ian McEwan Anagrama |
| <i>La elegancia del erizo</i> Muriel Barbery Seix Barral | <i>Villa diamante Boris Izaguirre</i> Planeta | <i>Sin tetas no hay paraíso</i> Gustavo Bolívar Moreno El Tercer Nombre | <i>Lo que los hombres no saben</i> Lucía Etxebarria Martínez Roca | <i>La casa de los encuentros</i> Martin Amis Anagrama | <i>Sauce ciego, mujer dormida</i> Haruki Murakami Tusquets |
| <i>Eclipse</i> Stephanie Meyer Alfaguara | <i>El mundo</i> Juan José Millás Planeta | <i>Vida y destino</i> Vasili Grossman Galaxia Gutenberg | <i>Vida y destino</i> Vasili Grossman Galaxia Gutenberg | <i>La bodega</i> Noah Gordon Roca | <i>La casa de los encuentros</i> Martin Amis Anagrama |
| <i>La princesa de hielo</i> Camilla Läckberg Maeva | <i>Vida y destino</i> Vasili Grossman Galaxia Gutenberg | <i>Perdona si te llamo amor</i> Federico Moccia Planeta | <i>Villa diamante Boris Izaguirre</i> Planeta | <i>Vivir adrede</i> Mario Benedetti Alfaguara | <i>Sale el espectro</i> Phillip Roth Mondadori |

GÉNEROS COMO MODAS

(H)ojear los libros más vendidos durante 2007, 2008, 2009 y parte de 2010 nos lleva a una serie de pocos títulos y autores: *El niño del pijama de rayas* de John Boyne, Salamandra (Santillana), 2007; *La catedral del mar* (2006) y *La mano de Fátima* (2009) de Ildefonso Falcones (Grijalbo, Random); las novelas de Julia Navarro (*La hermandad de la sábana santa*, 2004; *La biblia de barro*, 2005; *La Sangre de los inocentes*, 2007, *Dime quién soy*, 2010), publicadas por Plaza & Janés (Random); la saga de seis títulos de Harry Potter, y Ken Follet, Dan Brown, Katherine Neville, Stephanie Meyer o Carlos Ruiz Zafón, entre otros.

El éxito de ventas aplastante está muy ligado a campañas publicitarias en medios. Este éxito ha supuesto varias repercusiones: la

primera, el aumento de las tiradas (por ejemplo, Ruiz Zafón, con sus 8 millones en 2007 y 10 millones en junio de 2008, con 100 ediciones en 2010 sumando varios formatos); la segunda, la creación de sagas, series o continuaciones de segundas o terceras partes (trilogías) con los mismos personajes, o nuevas aventuras; la tercera, la publicación de textos relacionados que contornean la temática del que consiguió el éxito; la cuarta, la publicación de títulos semejantes por otros autores o la recuperación de obras previas del autor de éxito (como *Ángeles y demonios* de Dan Brown o las reediciones de *Marina* (1999) y *El Príncipe de la Niebla* (1993, 2002) de Carlos Ruiz Zafón tras el éxito de *La sombra del viento*).

La suma de estos aspectos ha conformado así varias líneas, géneros o modas que los grupos editoriales se han encargado de amplificar:

- a) Novela histórica y ficción novelada de hechos históricos. Tras el éxito de Dan Brown con *El código Da Vinci* (Random, 2003), el mercado incrementó el número de títulos de novela histórica y enigmas: «tramas históricas llenas de emoción y aventuras», obras de «intrigas, asesinatos, y el genio de Leonardo», «*thriller* bien documentado», argumentos donde el suspense se sustenta en la búsqueda de algún secreto o enigma milenario. No se trata ya, en definitiva, de aquella novela histórica vigente décadas atrás, al estilo de *Sonnica la cortesana* de Vicente Blasco Ibáñez, sino de reelaboraciones que se asemejan más a *Los pilares de la tierra* de Ken Follet (primera edición, recordemos, en 1989) o a *El ocho* de Katherine Neville (1988), los cuales siguen manteniendo hoy sus ventas y se han convertido en *long-sellers*.
- b) Novela negra. El éxito de Stieg Larsson con la trilogía *Millennium* ha abierto las puertas a otros autores de novela negra, a la reedición de títulos escritos hace años o la importación de autores nórdicos y anglosajones, como Asa Larsson, Henning Mankell, Philip Kerr y otros. El éxito no es, sin embargo, repentino. Las enormes ventas provocaron la compra de derechos y las tendencias han circulado de un país a otro cercano. Así, las tres partes de la obra de Larsson se publicaron en los países nórdicos en 2004, 2005 y 2006, póstumamente. El éxito en Reino Unido y Francia provocó la aparición en España

(las traducciones de los títulos derivan precisamente de los adoptados en Francia, y no de la lengua sueca original). Las editoriales han creado a su vez colecciones donde albergar estos títulos de novela negra, criminal o policíaca en la estela de Larsson y la «moda nórdica» (RBA: Serie Negra; Destino: todonovelanegra.com; Alianza, Maeva, Emecé, Seix Barral, Tusquets, etc.); se han creado premios y desde 2005 se realizan congresos (el sexto en Salamanca, en abril de 2010).

- c) Del mismo modo se podría decir con la literatura juvenil vampírica, derivada de la trilogía de Stephanie Meyer, sustituta del éxito de Harry Potter.

TIRADAS

En cuanto a las tiradas, la más numerosa sin duda ha sido la de Harry Potter, como se indica en la página específicamente creada por la editorial para sus fans:

La publicación, en julio de 2007, de *Harry Potter and the Deathly Hallows*, probablemente uno de los libros más esperados de la historia moderna de la edición, volvió a batir numerosos récords, entre ellos el del libro que más rápido se ha vendido. En las primeras 24 horas se vendieron 8,3 millones de ejemplares en Estados Unidos, 2,6 millones en Inglaterra y 398.271 ejemplares en Alemania (de la edición en inglés). En Francia, cuando se publicó la edición traducida al francés, se vendieron 1,15 millones de ejemplares en las primeras 48 horas. La librería virtual Amazon.com recibió un millón de pedidos antes de la salida del libro; y la tirada inicial de la editorial estadounidense Scholastic fue de 12 millones de ejemplares, superando el récord anterior (su edición de *Harry Potter y el misterio del príncipe*) en más de un millón de ejemplares.¹¹

Dan Brown, con su novela *El símbolo perdido* (2009), vendió en dos días 300.000 ejemplares en España. «En Estados Unidos, de la

11. Tomado de: <http://www.salamandra.info/harry/f06.htm> [consulta: 20/02/2010].

tirada inicial de cinco millones, el primer día se vendió un millón»¹². Otras tiradas de vértigo sin movernos de casa son los aproximadamente 700.000 ejemplares vendidos de media por cada título del premio Planeta¹³ o el millón para la novela de Ruiz Zafón, *El juego del ángel*, lanzada el 23 de abril: según la editorial, desde el lanzamiento, el 17 de abril, hasta Sant Jordi, se vendieron 580.000 ejemplares de la novela, 250.000 en Cataluña. De forma paralela, *La catedral del mar*, «la novela de Falcones, ya ha vendido dos millones de copias en lengua castellana desde que salió en 2006»¹⁴. La publicación en bolsillo de la obra supuso una tirada de 230.000 ejemplares, de los cuales 30.000 en catalán. Si bien las cantidades aportadas en solapas y fajillas no han de verse ocasionalmente más que como reclamos publicitarios, y no son siempre fiables, pueden servir de estimación cautelosa.

PROMOCIÓN TRADICIONAL E INTERNET

Las nuevas formas de promoción han invadido también el sector editorial. Ya no solo hay que contar con las tradicionales presentaciones con el autor y las reseñas en suplementos culturales, o el empuje de los premios literarios (en ocasiones concedidos con cierta polémica pública, lo que también es promoción: la revista francesa *Lire* del mes de octubre de 2007 dedicó unas pocas páginas a la similar situación en Francia); con el nuevo milenio las nuevas tecnologías se han convertido en un medio barato y directo para llegar al lector/comprador potencial. En definitiva, como señalaba Inge Feltrinelli: «Todo se ha mercantilizado en extremo; todo es *marketing* cultural»¹⁵.

Internet es, por su falta de fronteras y por su gran impacto publicitario con una inversión mínima, el medio al que se está prestando más atención para promocionar los libros. En el caso de las novedades, la promoción comienza por hacer una página web sobre un autor o una

12. «Dan Brown y los demás», *El País*, 8 de noviembre de 2009, p. 30.

13. La cifra proviene de *ADN*, 15 de octubre 2007, p. 25. Sobre el premio Planeta, véase Vila-Sanjuán, 2003, 401-430 y González-Ariza, 2008.

14. *Delibros*, nº 221, 2008, p. 14.

15. Entrevista publicada en el periódico *El País*, 19 de diciembre de 2006, página final.

obra, como se ha hecho para Pérez Reverte y su serie Alatraste¹⁶, para Harry Potter¹⁷ o para la serie Larsson¹⁸. Otras posibilidades son la inserción de cuñas publicitarias y *widjets*, vídeos y *postcasts*, o la vista de unas páginas (*browse inside*) o descargas de primeros capítulos. Otro uso creciente es el de las redes sociales y *blogs*, pero esto ha provocado la irrupción del lector como crítico, con la consiguiente pérdida del crítico especializado y la popularización de lo banal.

Asociar un libro con películas es también rentable para la venta de ejemplares: las películas de la saga de *Harry Potter*, *El Señor de los anillos*, *Alatraste*, *La carta esférica*, *El código Da Vinci* o *Millennium* favorecen recíprocamente el acercamiento al libro (guiones o reediciones de títulos que se vuelven a poner de moda tras causar euforia en el cine, como las obras de Tolkien). En ocasiones, las editoriales modifican las cubiertas de los libros y se sirven de imágenes de la película, como en la reedición en Punto de Bolsillo del *Ensayo sobre la ceguera* de Saramago, «la novela que ha dado origen a la película *A ciegas*», o *El perfume*, de Patrick Süskind, en Seix Barral y luego Booket.

Frente al negocio de la música, que ha conseguido frenar la venta de discos físicos por la llegada del mp3, los libros electrónicos no han tenido aún el éxito esperado, salvo, quizá, en las enciclopedias, diccionarios y material didáctico para la enseñanza de lenguas, cada vez más acompañados de complementos multimedia. Con todo, la batalla sigue librándose. La digitalización total o parcial avanza progresivamente, si bien faltan aún acuerdos que solucionen los problemas de copia, los estándares de formatos y el respeto a los derechos de autor. La salida de libros devueltos o descatalogados es otro potencial del uso de la red, pero las cifras son aún poco significativas. La impresión digital bajo demanda resulta otra de las opciones para títulos de corta tirada.

Puede concluirse que, a pesar de ser cada día más utilizado, internet no es, hasta el momento, más que un escaparate con el que dar a conocer el libro impreso que luego compraremos en librerías o

16. La página <http://www.capitanalatraste.com/> [consulta: 15/02/2010] publicada por Alfaguara, Grupo Prisa, contiene enlaces a los títulos del autor publicados también en Punto de Lectura (el 10 de septiembre de 2007 se creó la «Biblioteca Pérez Reverte»).

17. Disponible en: <http://www.salamandra.info/harry/h.htm> [consulta: 22/02/2010].

18. Disponible en: <http://www.serielarsson.com/> [consulta: 22/02/2010].

encargaremos para que nos llegue a casa. Con intención de transformar paulatinamente esa situación se ha creado en julio de 2010, no obstante, la plataforma Libranda¹⁹, sociedad para la promoción y comercialización de las obras de los grupos Planeta, Random House Mondadori, Santillana, Roca Editorial, Grup62, SM y Wolters Kluwer. A los integrantes se han sumado además sellos como Anagrama, Maeva, Siruela o Acantilado, entre otros. Libranda remite a librerías colaboradoras para la compra de ejemplares, pero supone el primer esfuerzo de peso por crear en España un mercado de libro electrónico paralelo al del libro impreso, y un paso hacia la expansión en mercados de telefonía móvil u otros distribuidores de contenidos digitales.

CONCLUSIONES

Lo visto hasta aquí, aun con muchos otros datos dejados fuera del panorama expuesto, podría resumirse en la siguiente cita de Juan Goytisolo con motivo de la feria del libro de Madrid: «Debemos evocar con claridad la distinción entre el texto literario y el producto editorial. Ambos son necesarios para el buen funcionamiento de la industria del libro, pero, con creciente intensidad, el primero es arrinconado por el segundo hasta ser suplantado por él»²⁰.

Los grupos editoriales controlan gran parte de los títulos publicados mediante sus sellos y, como industria, son capaces de imponer títulos similares y con ello reformular las tendencias literarias a corto plazo: disponen de los medios y de los mecanismos necesarios. La sobreproducción, los *mega-sellers*, los *autores-marca* y la «concentración de ventas muy altas en muy pocos títulos y, en general, en tiempo corto»²¹ muestran una tendencia a un mercado polarizado, como señalaba Katherine Neville, donde unos pocos títulos se venden mucho, otros poco.

Si desde el punto de vista comercial es cierto que, de la misma manera que es respetable un cine de entretenimiento, puede coexistir

19. <http://www.libranda.com/> [consulta: 15/07/2010].

20. *El País*, sábado 7 de junio de 2003, *Babelia*, pp. 12-13.

21. La cita es de José Manuel Lara Bosch, presidente de Planeta. *El País*, 2 de agosto de 2009, *Revista de verano*, p. 54.

con la culta una literatura comercial, el problema puede surgir cuando nuevos autores o nuevas propuestas son relegados a un posterior momento o, directamente, no publicados, debido a las altas ventas de esos títulos comerciales u otros similares, escritos bajo un mismo patrón. O cuando son considerados los autores de esas obras, que tienen un objetivo de mercado muy particular, como los auténticos genios de la literatura de nuestros días. En palabras de Germán Gullón, «los lectores, al aceptar la vigencia de las listas de los libros más vendidos, han hecho una concesión importante al comercialismo, cediendo a vendedores (que no libreros) y expertos el poder de decisión sobre un libro [...] Los autores, por su lado, aceptaron transformarse en marcas comerciales» (Gullón, 2004, 26-27).

La conversión de la literatura en parte de una industria más general del ocio, al igual que el cine, y la posibilidad de que sí, es lo único que se promociona, sea lo único que pueda llegar a publicarse, puede causar una perversa espiral de oferta y demanda en la que se irá anulando la cabida hacia otras opciones literarias. La lógica hace pensar que esto provocará una cada vez mayor homogeneidad en la lectura, donde la novela seguirá unas pautas cada vez más restrictivas (de la poesía o del ensayo no se ha tratado aquí, pues, aunque son literatura, tienen escaso mercado). Ante esta situación solo cabe desear que, al lado de modas, irruman también como reactivos alternativos de calidad en pequeñas o medianas editoriales: el galardón en 2008 del Premio Nacional a la Mejor Labor Editorial Cultural a las editoriales independientes Barataria, Global Rhythm, Impedimenta, Libros del Asteroide, Nórdica, Periférica y Sexto Piso, y el mantenimiento de otras como Funambulista, Nórdica, Abada o Acantilado (Quaderns Crema), muestra el intento de regulación dentro del propio medio editorial o, por qué no pensarlo, de compensación en los sellos más alternativos dentro de los grandes grupos.

BIBLIOGRAFÍA

- BORCHA, Marta (2008): «Tras la pista del éxito de la novela policíaca», *Delibros*, 220, 39-45.
- (2009): «Vampiros, romance y fantasía», *Delibros*, 230, 35-38.
- BROWN, Dan (2009): Entrevista en la revista *Sábado* (Portugal), 287, 48-56.

- Delibros*. Consulta de los números correspondientes a los años 2007, 2008, 2009 y 2010.
- El Cultural (El Mundo)*. Consulta de los números correspondientes a los años 2007, 2008, 2009 y 2010, especialmente de las listas de «Libros más vendidos».
- FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA (2008): *Hábitos de lectura y compra de libros en España: informe metodológico y de resultados*, Ministerio de Cultura, Dirección del Libro, Archivos y Bibliotecas. Disponible en: <http://www.mcu.es/libro/MC/CentroDoc/Informes/HabitosLectura.html> [consulta: 14/02/2010].
- GONZÁLEZ-ARIZA, Fernando (2008): *Premios Pláneta: historia y estrategias comerciales*, Madrid, SIAL.
- GULLÓN, Germán (2004): *Los mercaderes en el templo de la literatura*, Madrid, Caballo de Troya.
- HERRALDE, Jorge (2001): «Concentración editorial: paisaje durante la batalla», II Congreso Internacional de la lengua española (Valladolid, 16-19 de octubre). Disponible en: http://congresosdelalengua.es/valladolid/ponencias/activo_del_espanol/2_la_edicion_en_espanol/ [consulta: 12/04/2010].
- LÓPEZ DE ABIADA, José Manuel y PEÑATE RIVERO, Julio (eds.) (1997): *Éxito de ventas y calidad literaria: incursiones en las teorías y prácticas del best-seller*, Madrid, Verbum.
- PUERTA LEISSE, Gustavo (2008): «*Harry Potter y las reliquias de la muerte*», reseña en *El Cultural*, 21 de febrero, pp. 24-25.
- SÁNCHEZ VIGIL, Juan Miguel (2009): *La edición en España: industria cultural por excelencia*, Gijón, Trea.
- SCHIFFRIN, André (2000): *La edición sin editores*, trad. de Eduard Gonzalo, Barcelona, Destino.
- SJÓWALL, Maj (2010): «Sjowall, reina madre de la novela negra sueca», entrevista en *El Cultural*, 8 de enero, pp. 8-10.
- VAL, Tomás (2009): «Katherine Neville: la búsqueda continúa», entrevista en *Delibros*, 230, p. 44.
- VILA-SANJUÁN, Sergio (2003): *Pasando página: autores y editores en la España democrática*, Barcelona, Destino.
- VIÑAS PIQUER, David (2009): *El enigma best-seller: fenómenos extraños en el campo literario*. Barcelona, Ariel.

LUIS PABLO NÚÑEZ es doctor *europæus* en Filología, con premio extraordinario de licenciatura y de doctorado. Investigador visitante en el Centro de Estudios Hispánicos de la Universidad Católica de Lovaina (UCL, Bélgica) y en el Centre de recherches métalexico-graphiques et dictionnairiques francophones Métadif (CNRS) de la Universidad de Cergy-Pontoise (París), ha trabajado en la Unidad de Hispanismo del Instituto Cervantes, en el Instituto de Estudios Documentales sobre Ciencia y Tecnología del CSIC y en el Dipartimento di Studi Interdisciplinari su Traduzione, Lingue e Culture de la Universidad de Bolonia. Actualmente es investigador postdoctoral contratado del Campus de Excelencia Internacional en la Universidad Complutense de Madrid (Campus CEI Moncloa UCM-UPM), dentro del Grupo LEETHI (Literaturas Españolas y Europeas del Texto al Hipertexto). Ha escrito cuarenta trabajos relativos a historiografía lingüística, literatura, terminología o historia del libro y es autor de los libros *Lexicografía hispano-francesa de los siglos XVI y XVII* (2008), *El arte de las palabras: Diccionarios e imprenta en el Siglo de Oro* (2010) y *La botánica y los comienzos de la lengua de la ciencia en español* (en prensa).

En los márgenes del canon

- Jean-François Botrel** Invención y cultivo de un objeto científico: la cultura del pueblo
- Luis Pablo Núñez** Los grupos editoriales españoles y su influencia en la creación de los cánones literarios actuales
- Blanca Ripoll Sintés** La 'luminosa literatura'. Aproximación desde la revista barcelonesa 'Destino'
- Maarten Steenmeijer** ¿Miedo de tocar? Los críticos frente al 'best-seller' español
- Alberto Sánchez Álvarez-Insúa** De la novela rosa a la 'chick lit'
- Javier Sánchez Zapatero y Àlex Martín Escribà** Del quiosco al 'best-seller': la novela policíaca en España
- Basilio Pujante Cascales** Vigencia de la novela del oeste en el siglo XXI
- Isabel Clúa Ginés** ¿Damas, brujas y guerreras? Especulaciones de género en la fantasía española contemporánea
- Serge Salaün** El público de los espectáculos (mal llamados) menores (1875, 1936)
- Diego Santos Sánchez** El teatro de masas durante el franquismo: la revista teatral frente a la censura
- Enrique Encabo** La poesía festiva: aproximación a un género
- Luca Salvi** La improvisación poética hoy: el repentismo cubano entre tradición, academia y contemporaneidad
- María Sánchez Pérez** La transmisión y difusión de los casos horribles y espantosos desde sus orígenes hasta el siglo XXI
- Luis Díaz Viana** ¿Narrativas de ahora o de siempre? Memoria, tiempo y lugar en las leyendas urbanas o contemporáneas
- Delicia Cebrián López** 'Camp' en la novela de Severo Sarduy 'De donde son los cantantes'. Una estrategia estética entre alta y baja cultura
- Guillermo Gómez Sánchez-Ferrer** Siglo de Oro, novela de aventuras y cómic: nuevos modos de hacer cómic en el siglo XXI
- Julia María Labrador Ben** 'Ama rosa' de Guillermo Sautier Casaseca y Rafael Barón, desde las ondas radiofónicas a la pantalla
- Apanchanit Viranuvat** De literatura a cultura de masas: la adaptación televisiva de la novela 'Funcionario público', de Dolores Medio, en los años sesenta
- Sonia Rodríguez Llamas** El 'blog' literario. Perspectivas de un nuevo género popular

