

Estrategias de los grandes grupos editoriales: desaparición de *Círculo de Lectores* y la *Edición sí*

Strategies of the large publishing groups: Disappearance of *Círculo de Lectores* and the *Yes edition*

José-Antonio Córdón-García; María Muñoz-Rico

Córdón-García, José-Antonio; Muñoz-Rico, María (2019). "Estrategias de los grandes grupos editoriales: desaparición de *Círculo de Lectores* y la *Edición sí*". *Anuario ThinkEPI*, v. 13, e13c02.

<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2019.e13c02>

Publicado en *IweTel* el 11 de diciembre de 2019

José-Antonio Córdón-García

<https://orcid.org/0000-0002-8569-9417>

Universidad de Salamanca

Grupo E-Lectra

Facultad de Traducción y Documentación

Francisco de Vitoria, 6-16. 37008, Salamanca, España

jcordon@usal.es

María Muñoz-Rico

<https://orcid.org/0000-0002-7333-4832>

Universidad de Salamanca

Grupo E-Lectra

Facultad de Traducción y Documentación

Francisco de Vitoria, 6-16. 37008, Salamanca, España

ricom@usal.es



Resumen: Desde hace años, los grandes grupos de edición vienen enarbolando, una estrategia de crecimiento basada en su expansión territorial y lingüística. Para ello han recurrido a la absorción de todo tipo de empresas, vinculadas o no con su área principal de negocio, y a la eliminación de las divisiones menos rentables económicamente. La desaparición de *Círculo de Lectores*, perteneciente al *Grupo Planeta*, se inscribe en estas estrategias. Víctima de la falta de adaptación al nuevo contexto digital, adolecía de un sistema basado en un modelo obsoleto, pensado para el entorno papel y altamente efectivo en el mismo, pero incompatible con las nuevas prácticas de una sociedad profundamente digitalizada en los consumos culturales. También su vertiente editorial, plasmada en el sello

Galaxia Gutenberg, y en la excelencia de colecciones como la de *Obras Completas*, se ha visto afectada por estos movimientos, alejados de lo que Giulio Einaudi consideraba como la *Edición sí*, esto es, aquella que buscaba la excelencia, la calidad y la innovación, y no necesariamente la rentabilidad. En este artículo se hace un balance de los fundamentos de *Círculo de Lectores* y un análisis de las circunstancias de su desaparición al hilo de las estrategias desarrolladas por los grandes grupos de edición.

Palabras clave: *Círculo de Lectores*; *Grupo Planeta*; Industria editorial; *Einaudi*; Calidad editorial; Entorno digital.

Abstract: For years, the large publishing groups have been raising a growth strategy based on their territorial and linguistic expansion. For this they have resorted to the absorption of all types of companies, linked or not with their main business area, and the elimination of those less economically profitable divisions. The disappearance of *Círculo de Lectores*, belonging to the *Planet Group*, is part of these strategies. Victim of the lack of adaptation to the new digital context, he suffered from a system based on an obsolete model, designed for the paper environment and highly effective in it, but incompatible with the new practices of a society deeply digitized in cultural consumption. Also its editorial side, embodied in the *Galaxia Gutenberg* seal, and in the excellence of collections such as the one of Complete Works, has been affected by these movements, far from what Einaudi

considered as the *Yes edition*: this is, the one that sought excellence, quality and innovation, and not necessarily profitability. This article discusses the fundamentals of *Círculo de Lectores* and carries out an analysis of the circumstances of their disappearance in line with the strategies developed by the large publishing groups.

Keywords: *Círculo de Lectores*; *Planeta Group*; Publishing industry; *Einaudi*; Publishing quality; Digital environment.

1. Introducción

Las grandes firmas editoriales han adoptado la lógica expansiva desde hace muchos años. Para *Random House*, *Hachette*, *Planeta* o, en el ámbito digital, *Amazon*, *Google*, *Apple*, la necesidad de encontrar los medios de afirmar su presencia internacionalmente se siente como un imperativo inmediato. Por otra parte, tan importante como la implantación de carácter geográfico es el control de las principales bases lingüísticas que hoy día permiten cubrir el planeta. Esta voluntad expansiva reviste unas consecuencias inmediatas en las políticas editoriales, la planificación de los lanzamientos y el peso específico de la literatura de calidad frente a las obras comerciales (**Schiffrin**, 2011). De hecho, como señala **Discépolo** (2013) toda la maquinaria de marketing editorial se pone al servicio de una planificación centrada en pocas obras, pero muy rentables.

Calasso (2014) dividía a las editoriales entre un extremo que iba desde lo demasiado comercial (asociado a la vulgaridad, decía), y lo demasiado literario (asociado a la somnolencia, también en palabras del autor), aunque el verdadero editor, sostenía, no razona en términos de comercial o literario, sino, en todo caso, de bueno y de malo. Bourdieu, por su parte, hablaba de empresas de ciclos de producción corto, para referirse a aquellas cuya finalidad principal era los resultados comerciales, y empresas de ciclos de producción largo, para significar a aquellas otras cuya pretensión es la calidad y la innovación (**Bourdieu**, 2018). Los grandes grupos se ubican en la primera categoría, y para ello despliegan todo tipo de maniobras, entre las que sobresale la de la absorción de empresas, con objeto de adquirir más peso en el mercado, una visibilidad omnipresente y unos beneficios derivados no solo de la rama estrictamente editorial, sino de todas las manifestaciones mediáticas de la misma, gracias al desarrollo de multiproductos que intervienen en los diferentes sectores de las industrias culturales.

“Los grandes grupos editoriales, independientemente de la rama o sector que ocupen, se han ido decantando hacia la ocupación de posiciones fuertes en el ámbito lingüístico, territorial y especializado, desarrollando estrategias que priman la expansión mediante la absorción de empresas independientes”

No se trata de un fenómeno nuevo. Ya en la década de los 80 del siglo pasado, Besterlmann adquirió *Plaza y Janes*, o *Mondadori* el grupo editorial *Grijalbo*. Un poco después *Akal* compró *Siglo XXI*; *Edhasa* adquirió *De Vecchi*, fundada en 1969; *Tusquets* se incorporó a *Planeta* y *Anagrama* al grupo *Feltrinelli*.

La fusión de las editoriales *Random House* y *Penguin* (*Besterlmann* y *Pearson* como empresas matrices) en 2013, representó el control del negocio editorial de libros físicos y digitales, de ficción y no ficción, para adultos y niños, gracias a la presencia de:

- *Penguin* y *Random House* en Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Australia, India y Nueva Zelanda;
- *Penguin* en Asia y Sudáfrica;
- *Dorling Kindersley* en todo el mundo;
- *Random House* en España, México, Argentina, Uruguay, Colombia y Chile.

Rüdiger Wischenbart publica anualmente un informe sobre la industria editorial mundial. En el correspondiente a 2019 ofrece datos de los cinco mayores grupos editoriales donde se puede apreciar los altos niveles de rentabilidad que ostentan en los últimos años, en los que han tenido lugar los principales movimientos de absorción (**Wischenbart**, 2019).

Tabla 1: facturación y la rentabilidad de los cinco grandes grupos editoriales mundiales: 2013-2018. Fuente: **Wis-chenbart** (2019)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<i>Penguin Random House</i>	mEUR	mEUR	mEUR	mEUR	mEUR	mEUR
Ingresos	2654	3324	3717	3361	3359	3424
EBITDA (beneficios antes de impuestos)	309	452	557	537	521	528
EBITDA in % de facturación	12%	14%	15%	16%	16%	15%
Crecimiento interanual		25%	12%	-10%	0%	2%
<i>Hachette Livre</i>	mEUR	mEUR	mEUR	mEUR	mEUR	mEUR
Ingresos	2066	2004	2206	2264	2289	2252
EBITDA	223	197	198	208	210	190
EBITDA en % de facturación	11%	10%	9%	9%	11%	8%
Crecimiento interanual		-3%	10%	3%	1%	-2%
<i>HarperCollins</i>	mUSD	mUSD	mUSD	mUSD	mUSD	mUSD
Ingresos	1369	1434	1667	1646	1636	1758
EBITDA	142	197	221	185	199	244
EBITDA en % de facturación	10%	14%	13%	11%	12%	14%
Crecimiento interanual		5%	16%	-1%	-1%	7%
<i>Scholastic</i>	mUSD	mUSD	mUSD	mUSD	mUSD	mUSD
Ingresos	1550	1562	1636	1673	1742	1628
Ingresos de explotación (acumulado de resultados división)	129	131	155	175	213	158
Ingresos de explotación en %	8%	8%	9%	10%	12%	10%
Crecimiento interanual		1%	5%	2%	4%	-7%
<i>Simon & Schuster</i>	mUSD	mUSD	mUSD	mUSD	mUSD	mUSD
Ingresos	809	778	780	767	830	825
Ingresos de explotación	106	101	114	119	136	144
Ingresos de explotación en %	13%	13%	15%	16%	16%	16%
Crecimiento interanual		-4%	0%	-2%	8%	-1%

Penguin Random House ostenta la primera posición mundial en ingresos y rendimientos. Además de liderar la industria editorial de entretenimiento, interesa especialmente porque en 2018 absorbió una de las editoriales independientes más emblemáticas de España, *Salamandra*. Para dar una idea del grado de implantación y de la capacidad operativa de estas empresas es preciso señalar que entre *Penguin Random House* y *Planeta* dominan el 50% de la edición en nuestro país. La consecuencia de ello es que apenas quedan ya editoriales independientes de estatura media, sellos que publican en torno a los 100 libros al año, habida cuenta que algunas de las más prestigiosas forman parte de algún grupo, como la mencionada *Salamandra*, en *Penguin Random House*, *Anaya* que se integró en la francesa *Hachette*, y *Anagrama* que está controlada en un 99% por la italiana *Feltrinelli*, por poner algunos ejemplos. Además, todo el proceso se enmarca en un paulatino desarrollo del entorno digital que ha sido asumido por la industria editorial, no solo como un cambio en los procesos de producción, sino como un modelo de actuación que afecta a todos los componentes de la misma, instau-

rando movimientos intra y extra sectoriales de dimensiones globales (**Cordón-García, 2019; Rodríguez-López, 2019**). En virtud de estos se desarrollan movimientos que, parafraseando a Habermas, responderían más a la racionalidad instrumental que la comunicativa (**Habermas, 2018**), en el sentido de que priman la eficiencia en el despliegue de sus recursos, los resultados inmediatos. Todo ello en el marco de unos parámetros de rentabilidad optimizada y de adelgazamiento estructural con respecto a aquellas secciones o filiales que no responden a esta filosofía. Es en este contexto en el que se enmarca la desaparición del *Círculo de Lectores*, perteneciente al grupo *Planeta*.

2. El *Círculo de Lectores*

Círculo de Lectores fue una de las mayores redes de socialización de la lectura en España. Creado en 1962, a imitación de otras iniciativas similares que funcionaban en otros países, contribuyó poderosamente a que el libro estuviera presente en gran parte de los hogares españoles (**Sánchez-Sánchez, 2005; Jimeno-Revilla, 2014**). Precisamente su finalidad era facilitar la compra de libros a personas que no frecuentaban las librerías, por imposibilidad de hacerlo, como en las zonas rurales, o por falta de voluntad. La fórmula para ello era triple:

- los miembros pagaban una cuota periódica, en lugar de hacer un desembolso por cada compra de libro;
- los socios recibían una propuesta de compra seleccionada por *Círculo de Lectores*, que podían adquirir o no, pero que les facilitaba la elección, pues casi siempre se trataba de obras de actualidad, éxitos de ventas, etc.;
- la revista con todo el catálogo de libros y discos, llegaba directamente al hogar gracias a un agente que facilitaba todo el proceso, al tratarse muchas veces de una persona próxima al entorno de los socios, como un vecino, un maestro de la escuela, etc.

Las obras escogidas eran entregadas también en el domicilio. El sistema fue creciendo paulatinamente ampliando la oferta y publicando numerosas obras en régimen de coedición con algunas empresas editoriales, pasando, posteriormente, a publicar sus propias obras bajo el sello de *Galaxia Gutenberg*. Al final lo que una empresa como *Círculo de Lectores* consiguió fue la incorporación de un gran contingente de compradores al mercado, compradores que lo eran casi exclusivamente de *Círculo de Lectores*, pues muy improbablemente compraban por

PRESENTAMOS
EL NUEVO
SELLO
DIGITAL DE
CÍRCULO
DE LECTORES

- eBooks exclusivos**
Nuestros títulos exclusivos, por fin disponibles en formato eBook.
- Todas las plataformas**
Disponibles en todas las tiendas y plataformas on line de todo el mundo.
- Para todos los públicos**
No exclusivo para socios de *Círculo de Lectores*.
- Nuevos formatos**
Ofrecemos eBooks con entrega en serie y eBooks enriquecidos.
- Nuevas colecciones**
Shots: relatos cortos
eBook PLUS: con contenidos adicionales
En serie: entrega en serie
- 150 eBooks/año**
Empezamos con 50 títulos en honor al aniversario de *Círculo de Lectores*.
- Precios de 0,99 a 9,99€**
Precios accesibles para todos los lectores digitales.
- Sin DRM**
eBooks sin DRM, siempre y cuando el contrato nos lo permita.

Círculo

Figura 1. Presentación del *Círculo de Lectores Digital*

otro canal. Como señala Millán:

“Para los autores, *Círculo* podía significar una segunda vida para sus títulos: cuando el libro ya había cumplido su siempre demasiado breve ciclo en librerías, y cuando se veía reducido (en el mejor de los casos) a un goteo constante, ahí aparecía *Círculo* con una nueva edición, en muchos casos mejorada. Pondré un bonito ejemplo personal: en 1993 apareció en *Siruela* mi libro C. El pequeño libro que aún no tenía nombre, ilustrado en blanco y negro por Perico Pastor. En 1998, *Círculo* sacó una edición en tapa dura con ilustraciones a color, y también una traducción de Quim Monzó al catalán (desde 1989 existía *Cercle de Lectors*). Estas ediciones tuvieron incluso presentaciones a la prensa, con lo que la obra se puso de nuevo en el circuito. Por fin, en el 2003 la editorial *Empuries* publicó la edición catalana que había hecho *Círculo* en el mercado librero” (Millán, 2019).

“Priman la eficiencia en el despliegue de sus recursos, los resultados inmediatos. Todo ello en el marco de unos parámetros de rentabilidad optimizada y de adelgazamiento estructural con respecto a aquellas secciones o filiales que no responden a esta filosofía”

Pero la progresiva digitalización de la oferta y la aparición de plataformas de suscripción muy competitivas, que ofrecían un modelo similar con mejores prestaciones, fue minando su presencia y viabilidad como empresa casi exclusiva en régimen de club de lectores. La accesibilidad domiciliaria a un fondo editorial y discográfico diversificado y de calidad se fue diluyendo como valor añadido de una época propia de los movimientos de átomos, frente al nuevo entorno de bits, por emplear los términos que acuñara Negroponte en un ensayo premonitorio (**Negroponte**, 1995). Y lo que constituyó una ventaja competitiva indudable, que permitió alcanzar espacios domésticos infranqueables sin la extensa infraestructura de *Círculo de Lectores*, y por lo tanto vetados a otras iniciativas similares, se transformó en una rémora anacrónica e insostenible con los parámetros de la nueva economía editorial. A pesar de iniciativas como la creación de un sello digital propio, *arrobabooks*, o de la entrada de *Planeta* en su accionariado en 2010, la influencia de *Círculo de Lectores* fue en declive y dejó de ser el referente para la compra de libros en los hogares españoles.

En noviembre de 2019 *Planeta* cerró la división definitivamente, desapareciendo tras más de 50 años de existencia. No había podido superar a una competencia como *Amazon*, *Fnac*, *Casa del Libro*, etc. que operaban con una entrega inmediata de las obras, con un catálogo permanente siempre disponible y sin plazos de demora para la selección. Su ascendente alemán *Berterlsmann Bunchclub*, que había llegado a contar con varios millones de miembros, había cerrado también no solo en Alemania, sino en sus filiales de Suiza y Austria, en el año 2015. En el burofax enviado a sus empleados de calle con contrato mercantil, puede leerse el argumento que constata el cambio de modelo, pues apelaba a la fuerte implantación de las nuevas tecnologías como causa de la desarticulación de la red comercial. En realidad, durante los años precedentes se había producido en *Círculo* un declive de las ventas y un incremento de la deuda. En 2013 el negocio principal, centrado en la venta de libros, CD y DVD originó un agujero de 5,9 millones de euros, de ellos la mitad destinados a pagar las indemnizaciones por despido de 92 personas. Ante esto *Planeta* cambia de estrategia y amplía la oferta en las revistas bimestrales del *Círculo de Lectores*, incorporando complementos de hogar, artículos de ocio, cosmética, etc., pero las pérdidas siguieron creciendo y en 2016 sumaron 2,3 millones de euros. La deuda acumulada a finales de 2017 era de cinco millones de euros. Aunque *Planeta* intentó un cambio de modelo, con la conversión digital a la que se ha aludido anteriormente, y una mayor especialización en la oferta, los resultados fueron negativos, abocando al grupo al cierre definitivo. Un cierre abonado, además, por la existencia dentro del grupo *Planeta* de un modelo de suscripción propio, *Nubico*, creado en 2013, que apostaba por el suministro ilimitado de contenidos, mediante tarifa mensual plana, y que fue ampliando la oferta de títulos con el paso de los años, contando en la actualidad con 55.000 libros, cerca de 4.000 revistas y de 2.000 guías de viaje.

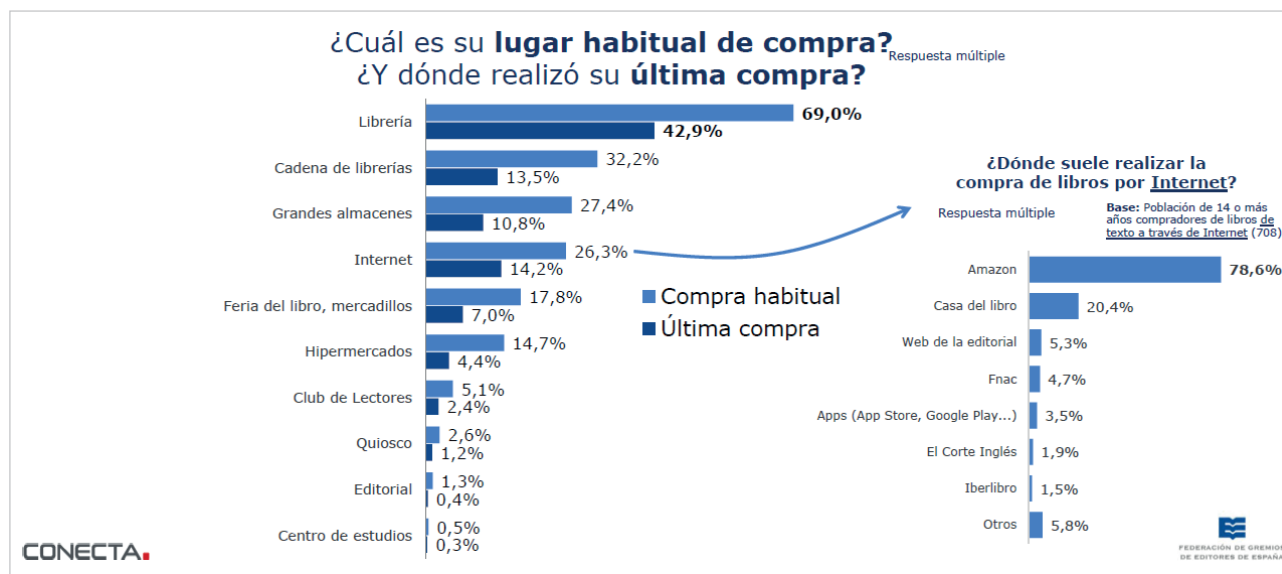


Figura 2. Lugares preferidos de compra de libros no de texto. Fuente: *Hábitos de lectura y compra de libros 2018*

Este desplazamiento ya se podía observar en los datos aportados por los informes de *Hábitos de lectura y compra de libros* publicados por el *Ministerio de Cultura* y la *Federación de Gremios de Editores (FGEE, 2000-2013)*. Una de las cuestiones que es posible analizar en los informes anuales es la relativa a los lugares de compra. Se trata de una información interesante para conocer cómo se articulan las estrategias de marketing editorial, por un lado, y cuáles son los referentes, físicos o no, de los lectores en la elección de sus obras. Pues bien, como se puede apreciar en la tabla 2, los clubs de libros, categoría referida casi exclusivamente al *Círculo de Lectores*, que aparece expresamente citado como tal en alguno de los informes, ocupa una posición importante durante los primeros años de la recogida de datos, hasta perder una considerable cuota de mercado, 7 puntos, al final de esta primera fase de la publicación del informe, que deja de realizarse en el año 2012, y se reanuda en 2017.

Tabla 2. Lugares preferentes de compra de libros. Fuente: *Hábitos de lectura y compra de libros 2001-2012 (%)*

	2001	2002	2003	2004 ¹	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Librería	51	54	55	71	74	73	70	68	70	73	69	66
Club	18	15	13	19	16	14	15	15	15	13	12	11
Grandes almacenes	6	7	8	15	16	17	15	18	22	22	24	20
Cadenas de librerías	6	5	7	11	12	12	12	15	16	16	22	23
Hiper	5	4	5	14	17	20	10	13	15	16	17	12
Internet		0,3	0,3	0,6	1	1	2	3	4	5	5	5
Editorial				0,9	1	1	1	1	1	1	1	1

Con la reaparición del estudio, en el año 2018, después de la primera ola de la revolución digital, el club de libros pasa a tener una presencia aún más reducida, hasta el punto de que en el informe correspondiente al año 2018 (*FGEE, 2019*), su cuota de mercado se ha reducido al 5,1% como lugar habitual de compra, pero solo al 2,4% como lugar en donde se ha efectuado la última adquisición, solo por delante de quioscos, editoriales y centros de estudios, y por detrás de librerías, cadenas de librerías, grandes almacenes, internet, ferias de libro, mercadillos e hipermercados.

3. La colección de *Obras Completas*

No fue la única intervención del grupo sobre su filial, pues también en noviembre de 2019, se conoce que *Planeta* ha decidido liquidar la

"Círculo de Lectores fue una de las mayores redes de socialización de la lectura en España"

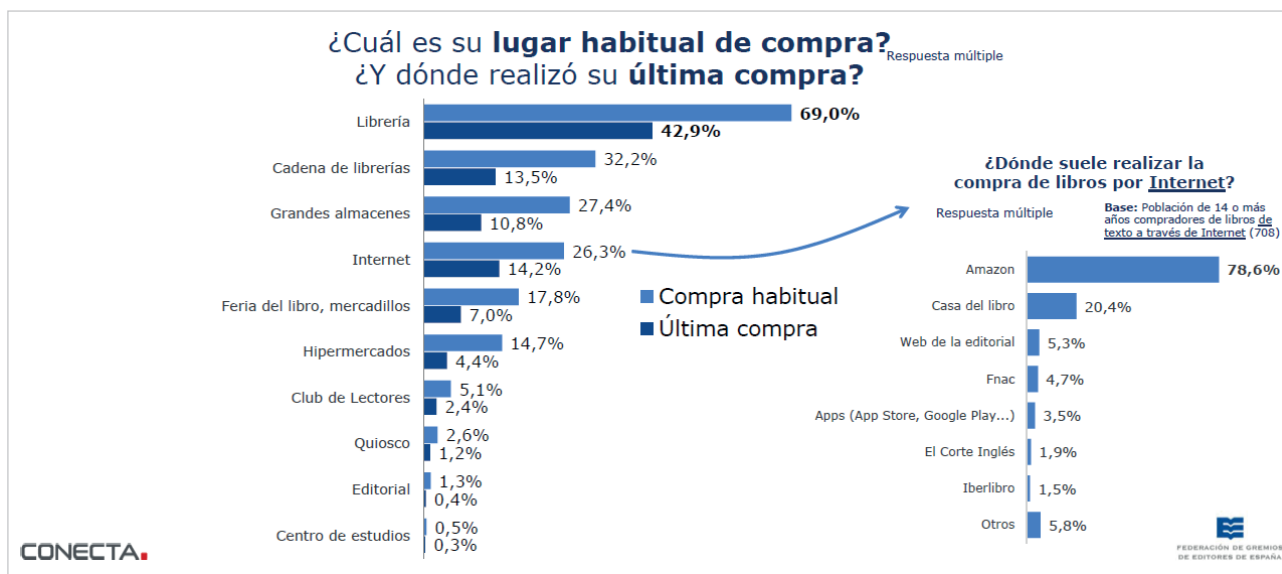


Figura 2. Lugares preferidos de compra de libros no de texto. Fuente: *Hábitos de lectura y compra de libros 2018*

colección *Obras Completas*, uno de los productos estrella de *Galaxia Gutenberg*, el sello editorial vinculado con *Círculo de Lectores*. La colección surgió como un intento de emular en España colecciones míticas como las de la *Pléiade francesa*², y de hecho su diseño era muy parecido.

Se creó bajo la dirección del editor Hasn Meinke, bajo el amparo de *Círculo de Lectores-Galaxia Gutenberg* cuando *Circulo* formaba parte del grupo *Berterlsmann*, en los años 90. Pero cuando ambas firmas se separan en 2011, *Circulo* quedó como propiedad del grupo *Planeta* y *Galaxia Gutenberg* se convirtió en un sello independiente a cargo de Joan Tarrida. Los derechos de las obras completas se dividieron igualmente. De tal manera que Tarrida continuó con la colección, incorporando nuevos autores³, reservándose *Planeta* los derechos sobre algunos de ellos⁴. Y es de esos autores de quienes se puso en marcha un proceso de destrucción parcial de los ejemplares existentes en los almacenes, de lo que fueron informados los autores o sus herederos mediante carta en la que se les notificaba que, de no reclamar, serían convertidos en pasta de papel⁵. La editorial negó este extremo, aduciendo que, de cualquier modo, gran parte de la colección se hallaba descatalogada, no quedando más que algunos ejemplares de la Obras de Francisco Ayala, Juan Goytisolo, Carmen Martín Gaité, Mario Vargas Llosa y Manuel Vázquez Montalbán.

La decisión constituye una muestra más de la capacidad de los grandes grupos por orientar las políticas editoriales solo hacia proyectos rentables (la colección vendía una media de 1.200 ejemplares por título, habida cuenta de que se trataba de ediciones cuidadas y a un elevado precio), descuidando los aspectos estrictamente editoriales o de continuidad de las obras. Un ejemplo de ello es lo ocurrido con Martín Gaité, autora de la colección, cuyas obras completas

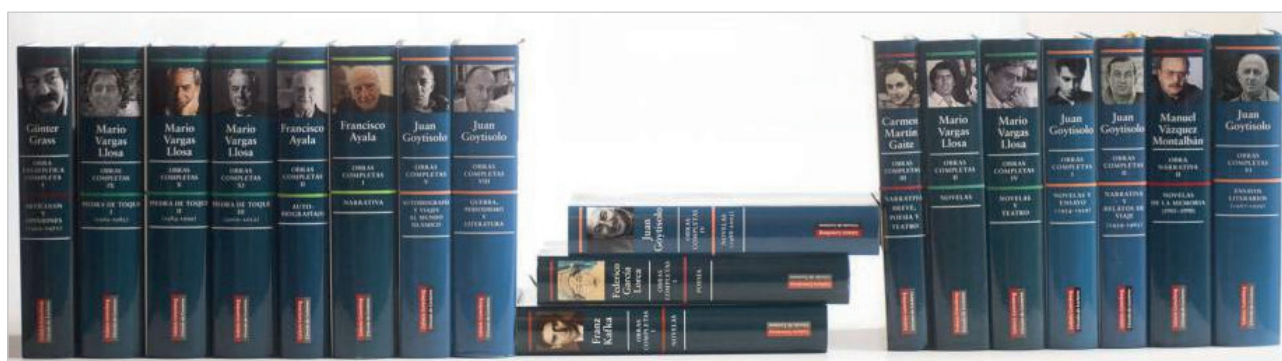


Figura 4. Colección *Obras Completas* del *Círculo de Lectores*

comienzan a publicarse por *Galaxia Gutenberg* en 2008, con el primer volumen dedicado a *Novelas I (1975-1978)*, prosiguen con la publicación en 2009 del volumen II: *Novelas II (1979-2000)*, y siguen con el volumen III publicado en 2010: *Narrativa breve, poesía y teatro*. A estos le siguieron tres volúmenes de ensayos que representaron los volúmenes IV, V y VI, el primero dedicado a los ensayos históricos, el segundo a los literarios y el tercero dedicado a artículos conferencias y ensayos breves. Al ser uno de los autores que, tras la división de los derechos, se había quedado *Planeta*, las obras aparecen ya publicadas por el sello *Espasa/Círculo de Lectores*.

“La autopublicación y la edición predatora son dos manifestaciones del afán o de la necesidad de publicar que, valiéndose de la tecnología, arbitran canales carentes de control alguno de calidad”

El último volumen de las obras completas fue publicado en junio de 2019 con los cuadernos y cartas de la autora, por lo que parece un contrasentido deshacerse de los ejemplares antiguos de las obras completas y lanzar uno nuevo, con lo que esto entraña de ruptura del principio de identidad y coherencia que ha de adornar cualquier catálogo editorial.

Al hilo de las informaciones surgidas y de los movimientos en contra por parte de autores y gente de la cultura, la *Biblioteca Nacional* se interesó por el destino de los fondos y archivos del *Círculo de Lectores* proponiendo a *Planeta* su cesión, con la intención de que este fondo se incorporara a los que ya posee la *Biblioteca Nacional* de otros grandes editores, como de la editorial *Tusquets*, que Beatriz De Moura, su directora y propietaria donó en 2017. Entre la documentación del archivo de *Tusquets* se encontraba desde una amplia correspondencia con Milan Kundera, a mecanoscritos originales corregidos a mano de Gabriel García Márquez y Mario Vargas Llosa, o la colección completa de textos enviados, luego corregidos y finalmente publicados, de Almudena Grandes. Carmen Balcells, la agente literaria más importante que ha existido en España, con varios Premios Nobel en su cartera, también vendió sus archivos al *Ministerio de Cultura* en dos partes, una en 2010 y otra en 2016. Así que la cesión o venta de los fondos editoriales del *Círculo de Lectores* no sería algo insólito. El archivo del *Círculo* consta de unos 25.000 libros, pero también de una gran colección de vinilos, así como importante documentación, vinculada con su historia.

Muñoz Molina se hizo eco de esta noticia y en un sentido artículo (**Muñoz-Molina, 2019**) relata su experiencia con *Círculo de Lectores*, gracias al cual reconoce que pudo leer obras y conocer autores que, en los años 70, cuando todavía vivía en Úbeda, en una España con poca oferta editorial y sin una red de bibliotecas públicas que permitiera acceder a todo tipo de literatura, de otra manera hubieran permanecido invisibles para él.

“El *Círculo* revelaba su origen alemán en la belleza austera de las tipografías y en la solidez de las encuadernaciones, y sin duda también en la ambición de un catálogo que se extendía lo mismo a las obras maestras de gran envergadura que al teatro de vanguardia o que a la ficción reciente más aventurada. Cuando se habla del impacto de los escritores latinoamericanos sobre la literatura española suele olvidarse que la mayoría de nosotros los descubrimos en las ediciones del *Círculo*, que eran las únicas que podían llegar a lugares muy apartados de los circuitos principales de difusión. Yo aún conservo el primer ejemplar que leí de *Cien años de soledad*, con mi firma adolescente de 1970, gastado por el paso del tiempo y por las muchas lecturas, pero todavía intacto, bien encuadernado, con un papel que no amarillea. Fue en ediciones del *Círculo*, en una colección de narrativa con portadas de siluetas negras sobre fondo blanco, donde leí por primera vez *La casa verde* y *La ciudad y los perros*, y donde descubrí, por pura casualidad, porque no tenía a nadie que me aconsejara en mis elecciones lectoras, la novela contemporánea española que tuvo una influencia mayor sobre mí, *Últimas tardes con Teresa*, en la que al atractivo de lo literario se sumaba vagamente el de lo pecaminoso”.

Y abunda en la expectación que, en su caso, pero también en el de tantos lectores que cifraban su tiempo de ocio y recreación en la bien editada revista de la empresa, representaba la llegada del “hombre del *Círculo*”:

Yo lo leía todo, lo bueno y lo malo, lo que me parecía que iba a contener pasajes eróticos y lo que despertaba en mí el instinto descubridor de la vocación. El hombre del *Círculo* —después lo llamaron solo *Círculo*, por la manía publicitaria de suprimir el artículo— llegaba a casa cada tres meses con su revista bajo el brazo y traía consigo como un fantástico buhonero todas las posibilidades de la lectura. Personas que nunca iban a entrar en una librería, o que no tenían una cerca, compraban y leían libros de cuya existencia no se habrían enterado sin la labor un poco misional de aquellos vendedores. Los precios eran excelentes. Los pagos, a plazos. La revista alimentaba en mí una glotonería lectora que mis medios tan escasos nunca iban a permitirme satisfacer. No recuerdo si eran dos o tres el mínimo de los libros que podían comprarse al trimestre. Me gustaba hasta el brillo de las sobrecubiertas de plástico. La revista en sí misma ya era una alegría, con sus páginas satinadas y sus fotos en color de cubiertas tentadoras y de escritores, todos los cuales, muertos o vivos, me parecían legendarios. Cómo si no a través del *Círculo* habría podido yo comprar en Úbeda, a principios de los años setenta, *La metamorfosis* o *Esperando a Godot*, y solo un poco después, según avanzaban mis gustos, un tomo con la prosa completa de Borges y otro, más delgado, pero no menos decisivo en mi vida, con los cuentos de Juan Carlos Onetti.

“La desaparición de *Círculo de Lectores* constituye un ejemplo de inadaptación empresarial de un modelo pensado para el entorno analógico, pero incapaz de sobrevivir a las exigencias del modelo digital ”

Finalmente, la *Biblioteca Nacional* y el *Grupo Planeta* llegaron a un acuerdo el 11 de diciembre de 2019, mediante el cual la primera recibiría 2 ejemplares de cada título que no hubiera ingresado ya mediante el depósito legal, incluyendo ejemplares no solo en papel sino en otros formatos como CDs, varios miles de vinilos y libros electrónicos. Además, la donación contiene también otros documentos importantes como el archivo administrativo de *Círculo de Lectores*, que integra contratos de derechos con los autores, intercambios entre estos y la editorial, contactos con otras editoriales, etc. Se trata de un fondo importante para estudiar la evolución del sector editorial español en la segunda mitad del siglo XX.

4. La Edición sí

La tarea de divulgación y editorial del *Círculo* constituye un buen ejemplo de lo que Einaudi definió como *Edición sí*,

“la que, en vez de salir al encuentro del gusto del público, gusto que se asegura conocer y que a menudo se confunde con el propio, introduce en la cultura las nuevas tendencias de la investigación en todos los campos, literario, artístico, científico, histórico o social, y trabaja para que emerjan los intereses profundos, aunque vayan a contracorriente. En vez de suscitar el interés epidérmico, de secundar las expresiones más superficiales y efímeras del gusto, favorecer la formación duradera” (Cesare, 2009).

Un tipo de edición al que numerosos editores dieron carta de naturaleza (Vila-SanJuan, 2004; Gracia, 2019), y que iba a encontrar su contraparte mas furibunda no tanto en lo que el propio Einaudi había denominado como *Edición No*, aquella que se movía en los ámbitos mas comerciales y esclerotizados culturalmente, sino en aquella otra que, gracias a los nuevos desarrollos tecnológicos, convertiría en prescindible la figura del editor, sometido a una suerte de injusticia epistémica y hermenéutica, por utilizar la palabra de Fricker, para referirse al descrédito de que puede gozar un emisor por los prejuicios o incomprensión de la audiencia (Fricker, 2017).

Una desaparición que se ha venido cifrando en el desarrollo de tendencias propensas a fagocitar los filtros inherentes a la función editorial, esto es, aquellos que facilitan la creación de un catálogo coherente y en sintonía con una planificación diseñada según criterios de calidad y oportunidad. La aparición de editoriales predatoras, por una parte, y el espíritu acrítico con el que se promueve y respalda la autopublicación, no han hecho mas que profundizar la

brecha entre estos tipos de edición, a veces amparándose en un argumento de ventas insostenible como criterio de calidad editorial. Que haya obras autopublicadas que vendan mucho, las menos, no las sanciona ni las justifica desde el punto de vista de la solvencia de sus contenidos. Ni la existencia de un título recuperable entre cientos de miles, justifica la calidad del resto.

La autopublicación constituye sin duda una de las actividades más interesantes del entorno digital, en tanto que ha permitido dar salida a un contingente de publicaciones que carecían de la calidad necesaria para introducirse en un circuito editorial ya colapsado por la hiperinflación publicística, e inundado de obras sujetas a controles excesivamente contemporizadores con el mercado o con las necesidades de financiación del propio editor. Su función no es editorial, sino canalizadora de escritos que, en otro tiempo habrían permanecido en un anonimato más férreo que el que, de todos modos, sufren en un contexto de millones de publicaciones acompañantes.

La edición digital ha articulado un sistema de alternativas tecnológicas a la voluntad de publicar, bien por necesidad (*publish or perish*), bien por capricho o querencia cultural. Se ha levantado un modelo de negocio fundamentado en uno de los dos principios, o añadido a las funciones que ya venían desempeñando algunas editoriales convencionales. Las empresas surgidas a la sombra de estos presupuestos son múltiples y las modalidades de funcionamiento adaptables a las circunstancias del aspirante con una flexibilidad que carece de excepciones. Se trata de intentos legítimos de cubrir un nicho de mercado desatendido por limitaciones inherentes al formato, el impreso, que al estar vinculado a unas necesidades estructurales complejas y onerosas, convierten cada lanzamiento en una inversión sujeta a la incertidumbre de los resultados, con unos costes fijos y variables insalvables si no es mediante la venta o la financiación sobrevenida del autor. La edición electrónica ha solventado estos problemas, pero ha generado otros imputables a la falta de los controles de calidad mínimos que garantizaban los editores convencionales, abriendo la espita a miles de letraheridos o de autores científicos que, gracias a los servicios de pago editoriales, a las plataformas de publicación libre, o a las empresas predatoras, han incorporado más ruido al ensordecedor universo de la edición, configurando un polo opuesto al de la denominada *Edición sí* que **Javier Pradera** (1990), en los años finales del pasado siglo, había caracterizado con una serie de rasgos plenamente vigentes hoy en día, y que siguen constituyendo un espejo en el que mirarse tanto para las empresas como para los autores que las eligen para publicar:

- Conocimiento de la demanda actual y futura de la sociedad.
- Posesión de imaginación e inventiva para encontrar el punto intermedio entre la oferta y la demanda.
- Capacidad empresarial para organizar y canalizar la vocación.
- Conocimiento de los mecanismos que hagan viable la empresa.
- Capacidad para organizar el conocimiento que se quiere transmitir.
- Estar en posesión de un proyecto cultural.
- Organizar un catálogo coherente y asociarlo a una imagen de marca.
- Apostar a corto, medio y largo plazo por la producción editorial.

5. Conclusiones

Los grandes grupos editoriales, independientemente de la rama o sector que ocupen, se han ido decantando hacia la ocupación de posiciones fuertes en el ámbito lingüístico, territorial y especializado, desarrollando estrategias que priman la expansión mediante la absorción de empresas independientes. Esto les permite ampliar su cuota de mercado y controlar un nicho del mismo, eliminando la competencia mediante el expediente de colonizar un sistema aplicando los nuevos patrones empresariales a marcas consolidadas, o mediante el empleo de técnicas de mercadotecnia agresiva que imponen un modelo y sus derivaciones digitales.

La necesidad de alcanzar rentabilidades mínimas en todos sus lanzamientos motiva que estos se dirijan hacia los productos de gran consumo, por una parte, y por otra que la eliminación de aquellos segmentos de mercado que no obedecen a esta lógica se haya convertido en uno de sus patrones de comportamiento.

La desaparición de *Círculo de Lectores* constituye un ejemplo de inadaptación empresarial de un modelo pensado para el entorno analógico, pero incapaz de sobrevivir a las exigencias del modelo digital que, por la inercia de sus funcionalidades, va introduciendo condiciones que organizan los comportamientos de consumo, erigiéndose en referentes autorizadas de cualquier iniciativa editorial.

Al mismo tiempo es igualmente una muestra de la depuración selectiva que se aplica por parte de las grandes empresas cuando un segmento de las mismas no alcanza las cuotas de eficacia o rentabilidad estipuladas.

Las condiciones de calidad y solvencia editorial están garantizadas siempre que existan los necesarios filtros que depuren el contenido y seleccionen aquellas obras adaptables a la naturaleza y filosofía de un catálogo, que es la expresión de las políticas editoriales desarrolladas por una empresa o un grupo.

La autopublicación y la edición predatora son dos manifestaciones del afán o de la necesidad de publicar que, valiéndose de la tecnología, arbitran canales carentes de control alguno de calidad, con productos finales cuyo nivel depende más de la cultura y formación del autor que de la intervención de una instancia externa reguladora de los contenidos.

6. Notas

1. En la estadística del año 2004 se introduce un cambio en este ítem. Además de incluir el porcentaje relativo al lugar de compra del último libro, se introduce el de lugar habitual de compra de libros, que es el que se ha elegido a partir de aquí, por considerar que representa mejor los hábitos de consumo

2. Fue creada en 1921 por un joven editor independiente, Jacques Schiffrin. Su concepción es singular e innovadora: se trata de proponer, en formato de bolsillo, las obras completas de los autores clásicos, manteniendo al mismo tiempo una gran comodidad de lectura. De ahí el uso del papel biblia, el formato pequeño y la cubierta de cuero suave. Baudelaire, Racine, Voltaire, Poe, Laclous, Musset, Stendhal fueron los primeros autores de la colección. En la actualidad cuenta con más de 800 obras de aproximadamente 250 autores. Figurar en la misma se ha convertido en una suerte de consagración definitiva para los autores, pues representa una suerte de Panteón literario, donde solo figuran escrituras ilustres.

3. El sello que controló Joan Tarrida, asumió las colecciones de Julio Cortázar, Gérard de Nerval, Josep Palau i Fabre, Vladimir Nabokov, Eugenio de Montale, Joan Salvat-Papasseit, Juan Carlos Onetti, Eugenio Trías, Jaime Gil de Biedma, Philip Roth, Rubén Darío, María Zambrano, Guillermo Cabrera Infante, Tomás Garcés, la correspondencia de Kafka, José Ángel Valente y Fiodor Dostoievski.

4. El grupo se quedó con Elias Canetti, Federico García Lorca, Pablo Neruda, Ramón Gómez De la Serna, Juan Goytisolo, Franz Kafka, Nicanor Parra, Octavio Paz, Mario Vargas Llosa, Francisco Ayala, Carmen Martín Gaité y Manuel Vázquez Montalbán.

5. La destrucción de libros descatalogados es una práctica habitual en el sector editorial, debido al coste de mantenimiento en los almacenes. De hecho, en los contratos con los autores ya se concreta cuál puede ser su destino final. Hay autores que rechazan la venta de ejemplares que han quedado en los almacenes a terceras empresas para evitar que reaparezcan en el mercado como libros de segunda mano a precios reducidos e irrisorios en algunos casos. Prefieren su destrucción antes que ser vendidos a precios de saldo.

7. Referencias

Bourdieu, Pierre (2018). *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*. 6ª ed. Barcelona, Anagrama. ISBN: 978 84 339 1397 5

Calasso, Roberto (2014). *La marca del editor*. Barcelona, Anagrama. ISBN: 978 8433963680

Cesare, Severino (2009). *Conversaciones con Giulio Einaudi*. Madrid, Trama. ISBN: 978 84 92755 11 0

Cordón-García, José-Antonio (2018). "Combates por el libro: inconclusa dialéctica del modelo digital". *El profesional de la información*, v. 27, n. 3, pp. 467-481. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.may.02>

Discépolo, Thierry (2013). *La traición de los editores*. Madrid, Trama. ISBN: 978 84 92755 85 1

Fricker, Miranda (2017). *Injusticia epistémica*. Barcelona, Herder. ISBN: 978 8425439278

Gracia, Jordi (2019). *Javier Pradera o el poder de la izquierda: medio siglo de cultura democrática*. Barcelona, Anagrama. ISBN: 978 84 339 6439 7

FGEE (2000-2013). *Hábitos de lectura y compra de libros*. Madrid, Ministerio de Cultura y Deportes, Federación de Gremios de Editores.
<https://www.federacioneditores.org/documentos.php>

FGEE (2019). *Hábitos de lectura y compra de libros 2018*. Madrid, Ministerio de Cultura y Deportes, Federación de Gremios de Editores.

Habermas, Jürgen (2018). *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid, Trotta.

Jimeno-Revilla, Raquel (2014). "Los clubes del libro en la era digital: nuevas estrategias y aspectos sociales. El caso de *Círculo de Lectores* (1998-2012)". En: *Congreso Internacional de la Sociedad Internacional Humanidades Digitales Hispánicas: desafíos, logros y perspectivas de futuro*. Janus, Anexo 1, pp. 247-256.

<https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/13554>

Millán, José-Antonio (2019). "La cuadratura del Círculo". *El diario.es*, 7 noviembre.
https://www.eldiario.es/zonacritical/cuadratura-Circulo_6_961063903.html

Muñoz-Molina, Antonio (2019). "La visita de los libros". *El país*, 6 diciembre.
https://elpais.com/cultura/2019/12/05/babelia/1575564090_170802.html

Negroponte, Nicholas (1995). *Ser digital*. México, Océano. ISBN: 978 9500814737

Pradera, Javier (1990). "Apagones en la Galaxia Gutenberg". *Claves de razón práctica*, n. 8, pp. 75-80.

Rodríguez-López, Joaquín (2019). *Primitivos de una nueva era. Cómo nos hemos convertido en Homo Digitalis*. Barcelona, Tusquets. ISBN: 978 8490666593

Sánchez-Sánchez, Pedro (2005). *Los clubes del libro en el mundo editorial: el caso del Círculo de Lectores*. Memoria de grado, Universidad de Salamanca, Facultad de Traducción y Documentación.

Schiffrin, André (2011). *El dinero y las palabras*. Barcelona, Destino. ISBN: 978 8483078648

Vila-SanJuan, Sergio (2003). *Pasando página: autores y editores en la España democrática*. Barcelona, Destino. ISBN: 978 8423334759

Wischenbart, Rüdiger (2019). *Global 50 The world ranking of the publishing industry 2019: The ranking of the international publishing industry 2019*. París, Livres Hebdo.
<http://valordecambio.com/the-global-50-world-ranking-of-the-publishing-industry-2019/>

Cronología de la Documentación Española



<https://www.crodoc.es>