

[www.elboomeran.com](http://www.elboomeran.com)

## LA TRAICIÓN DE LOS EDITORES



LA  
TRAICIÓN  
DE LOS  
EDITORES

*Thierry Discepolo*

Traducción de  
*Gabriela Torregrosa*

**Trama editorial**

Esta obra ha recibido una ayuda a la edición  
del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte



Título original:

*La trahison des éditeurs*

© Éditions Agone, Marseille, France, 2011

**DE ESTA EDICIÓN**

© 2013, Trama editorial

Blanca de Navarra, 6

28010 Madrid

Tel.: 91 702 41 54

trama@tramaeditorial.es

www.tramaeditorial.es

**DE LA TRADUCCIÓN**

© Gabriela Torregrosa, 2013

**DISEÑO GRÁFICO**

Miguel San José Romano

ISBN 978-84-92755-85-1

DEPÓSITO LEGAL M-4643-2013

Impreso en España - *Printed in Spain*

## ÍNDICE

### A LOS EFECTOS OPORTUNOS

Prefacio a la edición española ..... 9

INTRODUCCIÓN ..... 21

### CAPÍTULO I

Los espejismos de la independencia editorial  
y el «círculo virtuoso» de la gran distribución;  
donde se habla del señor Gallimard,  
pero también de algunos otros ..... 31

### CAPÍTULO II

El gran grupo multimedia vs. el pequeño  
editor de provincias; donde se trata  
de Hachette-Lagardère y de Actes Sud-Nyssen,  
pero también de algunos otros ..... 59

### CAPÍTULO III

La diversificación de la oferta anticapitalista;  
donde se trata de Le Seuil-La Martinière-Chanel  
y de La Découverte-Editis-Planeta,  
pero también de algunas otras ..... 97

CAPÍTULO IV

La edición, entre el universo mediático y el académico;  
donde se trata de libros exigentes, de distribución  
y de lo que podemos esperar de todo ello  
como autores, editores, librerías o lectores,  
pero también de algunas otras cosas ..... 127

CONCLUSIÓN ..... 155

ANEXOS

- Cronología 1826-2012 de las creaciones, fusiones  
y compras de las editoriales y distribuidores citados ..... 161
- Principales grupos editoriales ..... 173
- Principales grupos de comercialización-distribución ..... 176

NOTAS BIBLIOGRÁFICAS ..... 179

AGRADECIMIENTOS ..... 197

«Si los cito, creen entonces que he falsificado el texto»

KARL KRAUS

«Que se tenga una razón objetiva para descubrir una verdad,  
no quiere decir que esa verdad no exista»

PIERRE BOURDIEU



## A LOS EFECTOS OPORTUNOS

### PREFACIO A LA EDICIÓN ESPAÑOLA

«**U**na sumisión secular a los designios del poder.» Definida más o menos en estos términos por el historiador Jean-Yves Mollier, sería razonable pensar que esta tendencia dominante de la edición francesa no es del todo ajena al resto de tradiciones nacionales de un sector desde hace mucho tiempo ya multinacional<sup>1</sup>. Antes de demostrar cómo los editores franceses más importantes mantuvieron esta postura moral y política bajo Vichy y durante la Ocupación alemana, Mollier nos recuerda que «la delegación voluntaria de notables de la industria parisina», encabezada especialmente por honrados editores, había acudido «al Elíseo, el 19 de diciembre de 1851, para demostrar a [Napoleón III], el autor del golpe de Estado perpetrado diecisiete días antes, “su agradecimiento por haber garantizado la defensa del orden, de la familia y de la propiedad”»<sup>2</sup>. Volveremos a encontrarnos, «casi idéntico, en el verano de 1940, el símbolo de esta abúlica actitud», precisa el historiador. Entre tanto, «bajo la Comuna y durante la Primera Guerra Mundial, la profesión [tampoco] brilló por su voluntad de dar la palabra a aquellos que expresaban opiniones heterodoxas».

Pero esto ya pertenece al pasado. Las cosas han cambiado de arriba abajo: la censura no es más que un mal recuerdo; la incitación al desorden, al amor libre y a la revuelta son objeto de un co-

mercio muy en boga entre los grandes editores, que ordenan estos temas, como otros, por colecciones (asociándolos eventualmente a sus antidotos); y la *independencia* (económica, moral y política) es algo tan sagrado que, en su nombre, el mundo editorial ha quedado dividido en dos bandos irreconciliables. Del lado del ‘vicio’, nos encontramos con dos o tres «grandes grupos» de intenciones tan dudosas como su capital (extranjero, vinculado a fondos de pensiones y relacionado con la industria mediática, entre otras); sus editores han sido reducidos al papel de máquinas de generar beneficios, propaganda y diversión. Del lado de la ‘virtud’, cientos de pequeñas editoriales, respaldadas por un puñado de «grandes editores independientes» (capital familiar, centro de negocio editorial, etc.), garantizan los valores sagrados del oficio, el pluralismo y, por supuesto, *nuestra* libertad de expresión, asegurando la transmisión del saber y la perennidad del patrimonio cultural.

Un asunto reciente de no poco dinero y de transferencia de bienes ofrece una idea bastante clara de algunas de las facetas de este cuento de la «independencia editorial», al servicio del modelo de democracia en el que nos vemos obligados a vivir.

A principios de 2012, cuando en Francia nos preparábamos para vivir a ritmo de encuesta electoral hasta la primavera siguiente, el mundillo editorial destapaba un folletín de suspense que iba a ocupar todas las conversaciones, atrapadas en la monotonía verborreica de las *rentrées* literarias. «Reunido el jueves 19 de enero en Milán, el comité ejecutivo del RCS Mediagroup ha admitido [...] que está reconsiderando el “perímetro del grupo” y [...] estudiando la conveniencia de conservar algunos sectores, que no forman parte de sus actividades principales, entre ellos, su filial francesa, [...] o algunos que no son estratégicos»<sup>3</sup>. En otras palabras, antes de volver a centrarse en los negocios (más lucrativos) y que mejor conocen los patronos (banca, seguros, construcción), y para cancelar su deuda, el grupo italiano pone en venta Flammarion, el grupo del que posee el 100% del capital, adquirido en el 2000 de los últimos descendientes del fundador epónimo. La noticia de *Livres Hebdo* precisaba que un mes antes

dichos «rumores» habían sido «desmentidos» por la dirección de Flammarion, pero terminaba diciendo que, a pesar de todo, se habrían lanzado «dos ofertas de compra», una de ellas de Antoine Gallimard. A pesar de haber hecho una primera oferta de compra a los italianos «en dificultades» seis meses antes<sup>4</sup>, de todos modos el interesado desmentía este último rumor. (Las prácticas de los grandes en este mundillo se parecen a veces a los secretitos de parvulario.)

En esta fase semipública de la información sobre el destino de las editoriales, y como en un viejo juego de sociedad abierto solo a un puñado de jugadores, todavía no se habla de «letras», solo de «cifras». A mediados de los noventa, Flammarion colocó una parte de su capital en bolsa y más tarde adquirió varias editoriales, entre ellas Casterman, y se hizo con participaciones en el capital de Presses Universitaires de France y de Actes Sud, pasando en aquel momento del cuarto al tercer puesto en la clasificación en cuanto a volumen de negocio de los grupos editoriales franceses. La augusta editorial estaba ya lista para ser vendida a RCS Mediagroup –que acababa de intentar adquirir, sin éxito, una participación en Gallimard–. Y así fue como, doce años después de este (lucrativo) negocio y un mes después del desmentido del rumor, contra todo pronóstico, «Gallimard se dispone a hacer una oferta al italiano RCS por la compra de su filial. [... Y] si bien el director general del grupo epónimo declara que no desea comunicar el monto de la oferta [...], niega la cifra de 198 millones de euros que se avanzó en la prensa para la transacción»<sup>5</sup>.

Como parece que la cosa va en serio, es el momento de que el «Pravda» del sector se haga eco de los nobles motivos que mueven a Antoine Gallimard: en primer lugar «sitúa, entre las razones que lo llevan a interesarse por Flammarion, el “aprecio” que siente por “la gente que trabaja allí”». (Para los que se sorprendan del aprecio de un jefe por sus empleados, hay que puntualizar que se está refiriendo a Teresa Cremisi, vicepresidenta desde 2010 de la rama

---

<sup>4</sup> Se refiere a *Livres Hebdo*, el magazine de «propaganda oficial» del sector. (N. de la T.)

editorial de RCS Mediagroup y directora general de Flammarion desde 2005, tras haber sido durante dieciséis años directora editorial de Gallimard –lo que no deja de tener sus ventajas para el negocio entre manos–.) Más abajo: si bien la compra de Flammarion es para el propietario de Gallimard una «buena oportunidad», propia de un empresario interesado por su desarrollo», no deja de demostrar cierta valentía «en un contexto difícil como el que atraviesa hoy día el libro». (Entre paréntesis, sin embargo, el semanario recuerda que esta compra haría pasar al grupo Gallimard del octavo al tercer puesto de editoriales francesas, detrás de Hachette y de Editis.) Para terminar, obviamente el comprador potencial asegura, como siempre en esta fase de las negociaciones, que no va a cambiar nada, que «desea mantener la autonomía de ambas estructuras», etc.

En el momento de la aparición de la edición francesa de *La traición de los editores*, a finales del verano de 2011, todavía podíamos preguntarnos cuánto tiempo tardarían en quedar obsoletas la organización de los grupos editoriales. La respuesta es nueve semanas. Lo que tardó Actes Sud y la familia Nyssen en comprar Hélium (una editorial creada tres años antes, el mismo año en que Editis fue vendida por el fondo de inversión Wendel al grupo español Planeta). Algo que convirtió al «pequeño editor arlesiano», después de Hachette y de Editis, en el tercer grupo editorial francés por número de editoriales absorbidas. Ajustándose al típico guión de cualquier operación de compra, el absorbido proclama su felicidad: «Me uno a una familia con la que comparto los valores de respeto y amor por el libro»<sup>6</sup>; en cuanto al comprador, éste declina el vocabulario del superdepredador americano Walmart: «La rama juvenil de Actes Sud cuenta a partir de ahora con un cuarto editor *asociado*»<sup>\*</sup>.

En el caso de Actes Sud, se trata, no obstante, de una continuación de la estrategia que lleva adoptando desde 1987 y que alcanzó su velocidad de crucero en 2000. Al lanzar su propia oferta de compra por Flammarion, por el contrario, el «pequeño editor re-

---

<sup>\*</sup> La cursiva es nuestra. En Walt-Mart, a los empleados se les llama «asociados».