

Las causas de un fenómeno editorial

¿QUEREMOS SABER?

El auge de los libros de divulgación básica, ¿indica un mayor interés por la cultura o una caída del nivel?

JUSTO BARRANCO
Barcelona

A rt déco, art nouveau, gótico, racionalismo, Bauhaus, Renacimiento, arquitectura industrial y otros 43 capítulos más que recorren la historia de la arquitectura en sólo 218 páginas. La cábala, el metodismo, el Espíritu Santo, los sunies y los chiíes, el hinduismo, el anglicanismo, Buda, los sijs, el jainismo y bastantes religiones y conceptos religiosos más, hasta completar también 50 capítulos, en un número de páginas similar. Y lo mismo con la genética, el management, la religión, la filosofía... Se trata de la colección *50 cosas que hay que saber sobre...* y la publica Ariel. Sin duda, es un buen ejemplo –también por su éxito, con más de 50.000 ejemplares vendidos– del actual auge de las colecciones dedicadas a la divulgación más básica. Editoriales como Ariel, Paidós, Catarata, Taurus –con los breves cuadernos para adultos *Todo lo que hay que saber*, de cultura, arte o filosofía–, Espasa o Planeta lanzan colecciones y libros que intentan poner al alcance de todos temas más o menos complicados, las más de las veces obras con muchos breves capítulos, casi en píldoras, normalmente escritos por expertos, no pocas veces con ilustraciones a cargo de famosos dibujantes –de Forges a Gallardo– y en algunos casos con humor. El grupo Planeta incluso posee la editorial *Para dummies* (literalmente, para bobos) que lo mismo lanza *Budismo para dummies* que *Economía para dummies*. Pero, ¿queremos saber más, como señalan algunos, o simplemente, como se lamentan otros, el nivel de lo que queremos saber ha descendido y estos libros están sustituyendo a los ensayos de largo recorrido?

Cultura despiezada. La propia editorial Ariel está lanzando en su colección *Claves* libros como *La historia del mundo sin los trozos aburridos* –su libro más vendido ahora–, *Historia de la ciencia sin los trozos aburridos* o *¿Por qué no se queda la araña pegada a la tela? y otros misterios mundanos de la ciencia* –de Robert Matthews, Ig-Nobel de Física–, y dada la buena recepción planea sacar al mercado dos nuevas colecciones. Para su editor, Francisco Martínez Soria, este tipo de divulgación es desde hace tiempo un fenómeno en los países anglosajones y en Alemania. “Aquí obras como *Vitaminas matemáticas*, de Claudi Alsina, han funcionado muy bien, al nivel de los best sellers de ficción. Son

libros atractivos por fuera, pero el interior es mucho más serio, aunque toca las materias de forma comprensible. Creo que este fenómeno responde a la nueva forma de leer, más narrativa que reflexiva. Y tiene que ver también con la forma de leer en internet, a través de píldoras. La idea es que puedes saber de una cosa en poco tiempo, y como los escriben expertos, sirven para el bachillerato y la universidad. Desde luego, hay un público que los demanda, no ha habido problemas para colocarlos en las grandes cadenas”, opina Martínez Soria.

Ensayo light. El editor señala además que nombres como los de Alsina en matemáticas, Carlos Goñi en filosofía –*Las narices de los filósofos* cuenta la materia a través de 50 pensadores– o Fernando García de Cortázar en historia –ha escrito una *Historia de España para dummies* o una *Pequeña historia del mundo* (Espasa) con ilustraciones y para un público a partir de 9 años– muestran que “el ensayo está

La nueva divulgación, explican los editores, responde a un público con poco tiempo y marcado por los medios audiovisuales e internet

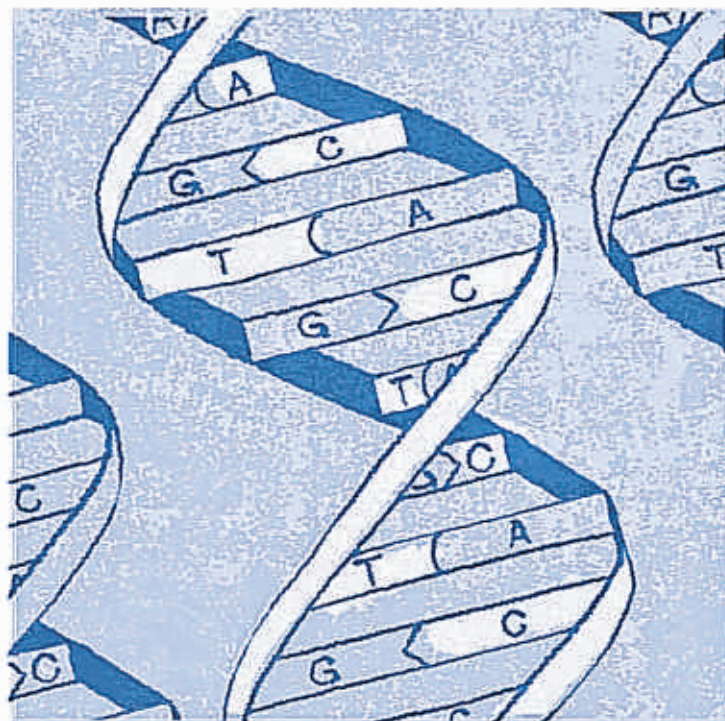
transformándose, intentando expresarse de forma más light, lo que quizá corresponde a los tiempos, a la forma de acercarse al conocimiento, con pineladas, como si fuera un libro de la red pero a cargo de especialistas. Siempre han existido estos libros, pero ahora más. Quizá la gente es más cómoda y también se ha acostumbrado más a los medios audiovisuales, así que los libros tienen que recoger esa forma de narrar. Pero no son libros superficiales, dan la base para un conocimiento posterior. Son una semilla”.

Del CSIC a la calle. Que la divulgación puede ser rigurosa lo demuestra la colección *¿Qué sabemos de?*, de Catarata. Pía Paraja, su editora, pensó hace dos años que había un hueco para la divulgación científica y contactó con el Centro Superior de Investigaciones Científicas para buscar a investigadores comprometidos con la divulgación. “La idea fue muy bien acogida y a los autores les encantó”, cuenta. Ahora llevan 18 libros que van desde *El Alzheimer* a *Cómo se comunican las neuronas*, *La nanotecnología*, *Los*

neandertales, *Los números* o *El dolor*. La colección recuerda al antiguo *Que sais-je?* y la editora cuenta que “el libro sobre el LHC (el acelerador de partículas) va por la segunda edición. “La idea es que fueran breves. Creo que hay ganas de saber. En una sociedad en la que todo es más complejo, la gente quiere orientarse. Pero tienen poco tiempo, y hay que evitar que dé miedo acceder a estos temas, aunque sin bajar el nivel, porque falta mucha cultura científica en España. Se trata de hacer temas complejos más atractivos, y si la gente los lee y los entiende, les motiva a leer más”.

La caída de los libros capitales. En esa línea incide Carme Castells, directora editorial de Paidós, pero no es tan optimista sobre los motivos de este auge. Paidós publica la colección *Para todos*, colección de guías gráficas que repasa temas en cien imágenes, materias que van de las matemáticas a la filosofía, los estudios culturales, la Ilustración o la psicología. Además, mantienen una línea de libros con títulos como *Occidente explicado a todo el mundo*, de Roger-Pol Droit, o *El budismo explicado a mis hijos*, de Dennis Gira, escritos en forma de diálogo para ayudar a los padres a hablar con sus hijos. “Nuestras colecciones son una invitación a profundizar más. Son textos actualizados e imágenes que sintetizan las aportaciones de cada disciplina. Van dirigidas a un público joven y se venden bien. Quizá soy ingenua, pero espero que funcionen como una escalera”. Porque, afirma Castells, “veo que disminuye el público dispuesto a enfrentarse a obras de mayor enjundia. Los nuevos planes universitarios son muy distintos de antes, cuando había menos asignaturas, y se nota el descenso del público lector con voluntad de esforzarse. Todo se quiere muy inmediato. Ahorrar tiempo es legítimo y estos libros ayudan, pero no deberían sustituir a los otros. Antes no proliferaban tanto, pero sí publicábamos obras capitales que se vendían. Ahora mucho menos. Algunos pensadores ya no tienen quien les lea, aunque su obra pase a la historia del pensamiento”.

Que no se sepa que no sabes. Y en ese fenómeno incide Antonio Ramírez, director de las librerías La Central: “Las nuevas colecciones de divulgación básica buscan un público que sustituya al derrumbe que se da desde hace un par de años de las compras por parte de los universitarios, que cada vez necesitan menos libros. La universidad da la espalda al libro”, asegura. Y explica que quizás parte



Para Antonio Ramírez, de las librerías La Central, el auge de la divulgación más básica es el reverso del hundimiento de ventas de libros a los universitarios. “La universidad da la espalda al libro”, denuncia

LOS EXPERTOS TAMBIÉN CULTIVAN LA DIVULGACIÓN**Claudi Alsina**

El catedrático de la UPC ha publicado **Vitaminas matemáticas** y **Asesinatos matemáticos** (Ariel)

Fernando Savater

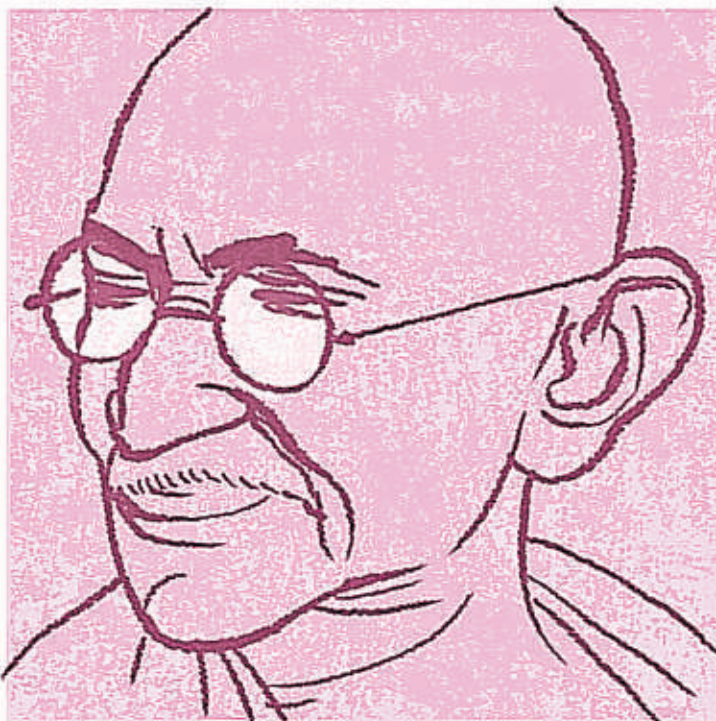
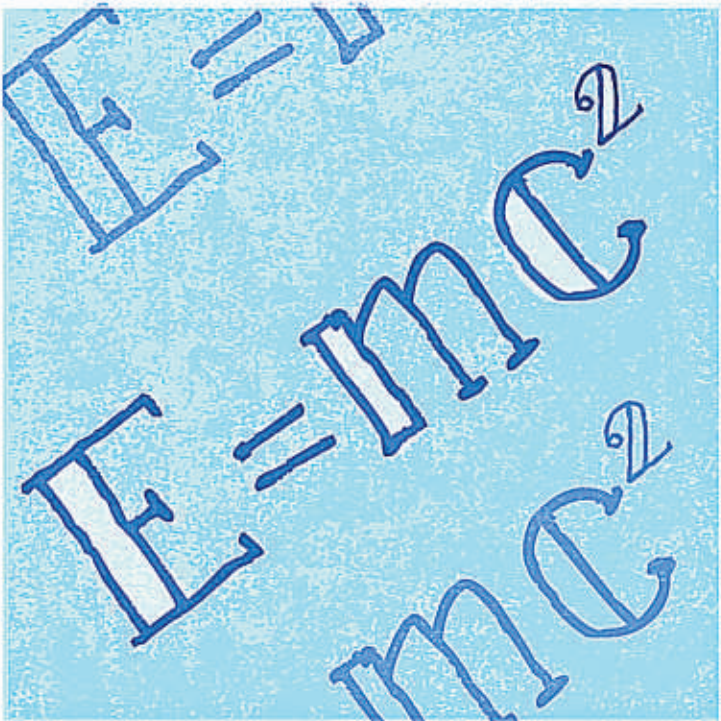
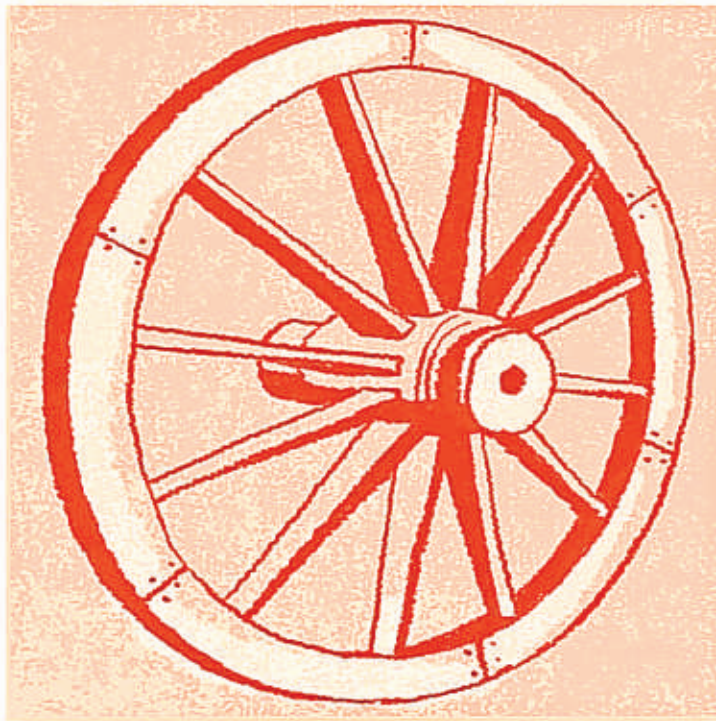
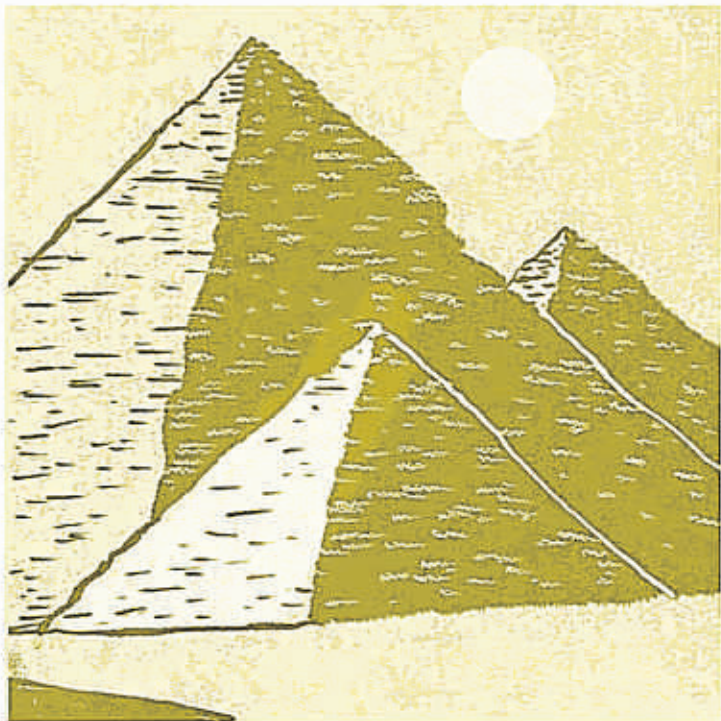
Para jóvenes y no tanto publicó **Historia de la filosofía sin temor ni temblor** (Espasa)

Juan Luis Arsuaga

El antropólogo acaba de publicar **Elemental, queridos humanos** (Temas de hoy), una historia de la biosfera con dibujos de Forges

**García de Cortázar**

El historiador ha publicado **Historia de España para dummies**



ORIOLE MALET

de ese público también opta ahora por obras más sintéticas y, a la vez, los editores buscan llegar a un público más disperso, menos identificable, interesado por la cultura general. "Gente que busca llenar vacíos, ponerse al día. Aunque sustituir el primer público, muy claro, por este otro, es complicado, no saben qué temas interesan. Es un público curioso pero que no se atreve a un libro con to-

dos los requisitos académicos. Un público que no sé si quiere saber, pero sí quiere llenar vacíos. En la incertidumbre que vivimos, hay una angustia por no saber, porque te pillen por no saber, que no haya problemas que no se sepa cómo abordar. No saber empieza a ser un desprestigio y lo vemos por los libros que ahora nos piden los padres para sus hijos, que antes no buscaban, muy preocu-

pados porque sigan leyendo", subraya. Y que no sepan que no sabes quizá no es un motivo desdeñable: ahí están *90 clásicos de la literatura para gente con prisas* (Ediciones B) o *Saber de libros sin leer* (Planeta), que facilita hablar de libros no leídos explicando qué sucede en el *Ulises* de Joyce, en dos "ilegibles" como *Don Quijote* y *La novela de Genji* o que aclara *¿De qué va realmente la Biblia?* ●

Recetas culturales

ANÁLISIS

José Enrique Ruiz-Domènec



La levedad del conocimiento es inherente a la vida actual. Gran parte de lo que se aspira a saber se reduce a las preguntas del Trivial: la obsesión por sobresalir en las minucias se convierte en el nuevo contrato social. El mercado demanda productos de consumo que garanticen ese estado de ánimo. Aquí aparecen los libros calificados de autoayuda: cien maneras de cocinar, cincuenta normas para alcanzar el éxito, las doscientas mejores poesías, y así hasta el infinito. Píldoras de información para una sociedad con prisas y con pretensión de saber. El porvenir de la nueva ilusión: conocer lo fundamental con el mínimo esfuerzo. No tengo tiempo, es la excusa, siempre que se trata de leer una obra densa, difícil, creativa, y así la vida se reduce a su simulacro; una vida donde no se tiene presente que el espectro completo del ciudadano se encuentra entre el arte elevado y la cultura popular.

Desde que a finales de los ochenta se produjo un profundo *giro cultural*, los impulsores del orden social han limitado el acceso a la complejidad del mundo mediante la creación de emisores fáciles de entender, adaptados a una sociedad ansiosamente emocionada por saborear el día o, mejor aún, por vivir en el crédito, garantía de una prometedora redención, ajena en todo caso al ojo crítico. En esa vida no se contempla la educación; más bien se la rechaza irresponsablemente como una rémora de los tiempos del canon universal de la cultura. Se sustituye la lectura de Tucídides, Shakespeare o Tolstói por el pupillage. Eso implica una visión polifacética de la sociedad, en la cual todo cuenta, desde las trivialidades hasta los verdaderos conocimientos. Sin embargo, nadie se interesa por las claves de la distinción de unos y de otros. Los estándares más difundidos responden a los libros de recetas culturales, de ahí su éxito masivo. La ganga está servida y, consecuentemente, la industria la fomenta. Es un buen negocio. Nada que objetar. Es el precio de la libertad. Sólo una observación: la libertad también significa rechazar la dependencia. Emanciparse.

El auténtico saber lleva tiempo y exige disciplina. Es preciso recuperar cuanto antes el pulso por un aprendizaje de calidad, el que resulta difícil, el que permanece alejado de la insoportable levedad de los recetarios, aunque sólo sea, como dijo Nietzsche en *Intempestiva II*, "con el fin de actuar contra y por encima de nuestro tiempo a favor, eso espero, de un tiempo futuro".