

**“EN UNA SOCIEDAD QUE LEE POCO Y LEE MAL, EL FOMENTO DE LA
LECTURA ES UNA TAREA URGENTE E INELUDIBLE”**

ENTREVISTA A JAIME VARGAS LUNA

Carolina Sthefany Estrada Sanchez
Universidad Nacional Mayor de San Marcos
estradasanchezsthefany@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-0513-0395>
DOI: <https://doi.org/10.36286/mrlad.v3i6.119>

Jaime Vargas Luna es magíster y candidato a Doctor en Literaturas Hispánicas por la Universidad de Wisconsin-Madison (EE.UU.) con una tesis sobre negociaciones de identidad en el discurso indígena peruano de la primera mitad del siglo XVIII. Además, es coordinador de la Biblioteca Bicentenario del Proyecto Especial Bicentenario de la Independencia del Perú, del Ministerio de Cultura. Ha sido director de la Dirección del Libro y la Lectura del Ministerio de Cultura y editor y asesor académico de la Casa de la Literatura Peruana. También ha sido ponente y conferencista en diversas universidades del Perú, Estados Unidos, Bolivia, Chile, Brasil y Colombia. Ha participado como jurado, entre otros, del Premio Nacional de Literatura 2018 en la categoría Novela y de la Biental de Poesía Escuela de Literatura de la UNMSM 2020. Actualmente, es docente de la Escuela de Literatura de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

La pandemia causada por el COVID-19 ha generado un impacto importante no solo a nivel sanitario, económico y social, sino también a aquellos sectores asociados a la cultura. Las restricciones dadas por el Gobierno para evitar los contagios masivos han ocasionado un cierre significativo de diversas entidades públicas y privadas que brindaban una oferta cultural variada al público interesado. A partir de ello, el desplazamiento de estas propuestas culturales hacia plataformas virtuales ha crecido de manera significativa. En ese sentido, ¿cuáles son las principales dificultades que enfrentan las diversas iniciativas al acoplarse a los entornos digitales?

Creo que hay tres grandes dificultades. La primera es el desconocimiento de las particularidades del entorno comercial electrónico por parte de quienes mudan sus proyectos (librerías, editoriales, etc.) de lo físico a lo digital. Por ejemplo, es necesario comprender que todo proyecto digital tiene alcance global, no solo local; además, el funcionamiento digital implica la creación y el sostenimiento de comunidades de usuarios digitales. Ambas cosas generan exigencias distintas a las de un proyecto cultural en el mundo físico. La segunda dificultad es la falta de una normativa clara sobre el comercio

cultural digital que promueva las industrias culturales digitales peruanas. Tenemos muchos vacíos y ambigüedades y eso está generando un gran crecimiento de la informalidad en los proyectos culturales, lo cual, a la larga, nos perjudica a todos; pero también nos tiene en desventaja frente a las industrias culturales digitales de otros países que tienen marcos legales mejores. En tercer lugar —y eso se vincula con los dos puntos anteriores—, las brechas y los niveles de desigualdad en el mundo digital son enormes y eso dificulta el desarrollo de cualquier proyecto nuevo. No hay que olvidar que Amazon, el negocio que ha convertido a Jeff Bezos en el hombre más rico del planeta, nació como una librería virtual. Eso nos dice mucho tanto sobre la potencialidad de los proyectos culturales en el entorno digital como sobre la desventaja con la que empiezan los que se suman ahora, cuando el entorno ha sido ya profundamente moldeado por los intereses de las grandes corporaciones multinacionales.

Los estímulos económicos para la cultura poseen una sección dedicada exclusivamente al libro y al fomento de la lectura, lo que genera la aparición de nuevos proyectos asociados a este campo. No obstante, aún no se puede evidenciar una categoría asociada exclusivamente a la investigación. ¿Es este un eje primordial para continuar con el avance de dicho sector?

Si bien la investigación es y debe ser un eje central para el desarrollo del conocimiento, creo que es importante distinguir los roles de las instituciones. El fomento de la investigación *en abstracto* le corresponde, me parece, a las universidades y a otras instituciones académicas: al CONCYTEC y al Ministerio de Educación, en general. La Dirección del Libro y la Lectura del Ministerio de Cultura es parte de la Dirección General de Industrias Culturales; por lo tanto, busca fundamentalmente el desarrollo de la industria editorial a través del fortalecimiento del ecosistema de la lectura. Las categorías de sus estímulos económicos están diseñadas para promover el desarrollo de una industria que mejore el ecosistema. Por eso, solo hay una dirigida a la creación y está dedicada a los libros infantiles y juveniles, ya que es allí donde formamos a los primeros lectores. Esa categoría contempla la investigación como paso previo a la escritura, pero es un tipo de investigación muy acotado, muy específico, y creo que está bien. Además, la nueva Ley del Libro establece un fondo con el que el ministerio debe fomentar la investigación, pero de manera indirecta, material, a través de la compra permanente de libros para nutrir a las bibliotecas públicas a nivel nacional, y de manera directa a través del fomento de la

creación científica en lenguas indígenas y de la investigación sobre la lectura y la industria editorial. Es decir, si bien creo que es urgente ampliar el financiamiento estatal para la investigación, no creo que ese sea el rol ni del Ministerio de Cultura en general ni de su Dirección del Libro y la Lectura en particular. Creo, más bien, que deberían ampliarse los fondos concursables del CONCYTEC y que estos incluyan de manera significativa a las Humanidades y a las Ciencias Sociales. Dicho todo lo anterior, sí creo que la Dirección del Libro podría incluir una categoría específica de estímulos económicos para publicaciones de fondos editoriales universitarios de universidades públicas, que no es fomentar la investigación sino la publicación de investigaciones valiosas ya realizadas.

El año pasado, la Feria Internacional del Libro de Lima se llevó a cabo de manera virtual, con actividades vía streaming y en simultáneo a diversas partes del Perú y el mundo. Pese a los esfuerzos realizados por las entidades encargadas de la organización, las ventas se redujeron drásticamente. Teniendo en cuenta ello, ¿cuáles son los mayores retos que enfrentan las editoriales y librerías al momento de ofrecer sus productos en un circuito cultural virtualizado?

Efectivamente, y en 2021, el año del Bicentenario, no se realizó la FIL Lima, sino que en su reemplazo se hicieron cuatro ferias presenciales, porque de otra manera los editores no podrían haber cubierto sus costos. Creo que estamos entrando a un escenario *figital* («*phygital*» en inglés), es decir, que es a la vez físico y digital, y eso supone una situación compleja. En primer lugar, porque hay un sector de la población para el cual la pandemia ha significado una inmersión sin regreso en el comercio virtual. Mucha gente que antes desconfiaba de pagar por internet ya se ha acostumbrado a hacerlo; inclusive han aparecido muchas librerías virtuales y varias editoriales tienen activas sus propias tiendas en línea con servicio de reparto a domicilio. Esto ha transformado significativamente el rol tradicional de las ferias como espacio físico de venta para estos compradores. Sin embargo, otro sector de la población no ha dado este salto al comercio virtual (o no al mismo ritmo), y para ellos, más bien, las ferias locales y descentralizadas, como las cuatro organizadas por la Cámara Peruana del Libro en 2021, sean quizá más interesantes de aquí en adelante. El problema lo asumen, no obstante, editores, libreros e importadores que ahora se ven obligados a multiplicar sus canales de venta y sus participaciones en ferias. Es muy probable que la FIL 2022 no pueda tener el mismo aforo que antes y que, por lo tanto, para ganar lo mismo se tenga que recurrir a una estrategia digital, además de

programar participaciones en más ferias. En resumen, hay que tener un pie en cada mundo comprendiendo que lo presencial probablemente vaya a una lógica cada vez más local, distrital o barrial, y lo virtual a una lógica más internacional o des-territorial. Creo que el término *figital* para referirse al futuro (y al presente) como un entorno en el que lo físico y lo digital están profundamente imbricados es particularmente útil para comprender el mundo editorial de los próximos años.

En un artículo publicado en El Comercio en el mes de mayo del año pasado, María Claudia Medina se refiere el crecimiento exponencial de la venta de libros electrónicos, también conocidos como eBooks, producto de la emergencia sanitaria. Sin embargo, este tipo de formatos no son comúnmente difundidos en nuestro país. ¿Considera usted que la edición digital tendrá un mayor lugar en el Perú durante los próximos años?

Sin duda, de hecho, ya está ocurriendo. Muchas editoriales peruanas ya establecidas que tenían sitios web desactualizados o no contaban con libros digitales disponibles antes de la pandemia, actualizaron sus sitios web y comenzaron a vender (o a poner a disposición gratuitamente) libros electrónicos. Y si bien muchas otras editoriales todavía no lo hacen, creo que es cuestión de tiempo para que los editores peruanos terminen de descubrir que, en primer lugar, incluso si en el mercado peruano no creciera el consumo de libros electrónicos, el mercado virtual no es nacional sino global y, por lo tanto, sus libros digitales los insertarán en mercados internacionales en los que actualmente quizá no están. Y, en segundo lugar, para que comprendan que muchos lectores peruanos ya compran libros digitales hace tiempo en plataformas internacionales. Un informe del CERLALC de 2019 ya hablaba de un incremento sostenido de más del 50% anual en el comercio de libros electrónicos en América Latina; y en 2020, según la Cámara Peruana del Libro, las ventas de libros electrónicos se triplicaron en el país. Por lo tanto, se trata de un mercado en crecimiento muy acelerado. Sin duda, todavía es muy pequeño en comparación al libro físico (alrededor del 10% de las ventas son electrónicas), pero su crecimiento es absolutamente promisorio.

Ante la proclamación de la Ley del libro, se puso en marcha la exoneración del IGV a productos editoriales, así como un mayor apoyo a los diversos proyectos de fomento lector promovidos la sociedad civil y las escuelas. No obstante, este es uno de los primeros pasos para reconocer la importancia de la labor editorial y de sus agentes difusores. A partir de lo expuesto con anterioridad, ¿qué otras necesidades no son contempladas en esta nueva ley?

La exoneración del IGV y el reintegro tributario existen desde la ley del libro de 2003 (Ley 28086); la ley actual solo mantiene algunos de los beneficios tributarios de la ley anterior, y solo por tres años. Es decir, desde la perspectiva de los beneficios tributarios —que por lástima concentró buena parte del debate sobre la ley en los últimos años—, se trata de una ley perfectible. En otros países, la exoneración del IGV de los libros impresos y digitales es permanente y hay, además, exoneración a las regalías de los autores. Ahora bien, entre las cosas que no están en la ley, creo que la más importante es el precio único; esto es, que se obligue a grandes y pequeños a vender un determinado libro al mismo precio. Se ha demostrado en muchos países que la política del precio único contribuye a la supervivencia de las librerías, sobre todo de las pequeñas. También sería importante que se generen tarifas preferenciales para la circulación de libros y que se establezcan mecanismos concretos para el desarrollo de librerías a nivel nacional, como subvenciones de alquileres, por ejemplo, así como mecanismos que simplifiquen y optimicen los procesos de compras de libros por parte de las bibliotecas públicas, de manera que se garanticen compras realmente biobiodiversas.

El surgimiento de editoriales independientes es un fenómeno que data de muchas décadas atrás, tal es el caso de Lluvia editores de Esteban Quiroz que mantiene su vigencia hasta nuestros días, renovando su catálogo constantemente. Asimismo, existe un mayor apoyo por parte del Estado para la difusión y publicación de nuevos títulos promovidos por editoriales con pocos años de creación que empiezan su camino en el ecosistema del libro. Según su experiencia, ¿son estas opciones «alternativas» las que dinamizan el mercado y las que tienen la opción de «tomarlo» más adelante?

Este también es un tema complejo. El concepto de editor «independiente» nace en respuesta a la concentración editorial que, si bien inicia en la década de 1960, se acelera en la década del noventa y alcanza su pico a inicios de los 2000. A lo largo del siglo XX,

existían las llamadas editoriales «comerciales» y las «culturales». Esas categorías quedaron obsoletas bajo la nueva dicotomía entre «independientes» y «transnacionales» y, como en otros campos de la cultura y la economía, la concentración de multinacionales ha transformado el gusto de los lectores. Las «independientes» efectivamente abren caminos, pero si esos caminos funcionan, son inmediatamente aprovechados por las multinacionales; por lo tanto, las independientes para sobrevivir están «condenadas» a la reinención permanente. En efecto, el Estado tiene ahí dos roles importantes que cumplir: regular el funcionamiento del mercado para impedir los monopolios u oligopolios a fin de garantizar la bibliodiversidad y, en paralelo, subvencionar a los independientes que, de otra manera, no podrían resistir los embates de las multinacionales. En el mercado editorial actual, una editorial «independiente» tiene muy pocas posibilidades de ser económicamente sostenible en el tiempo, salvo que su propuesta editorial sea imposible de ser fagocitada por las grandes multinacionales.

Los estudios literarios se encuentran, en la mayoría de los casos, ligados al libro como un ente abstracto en el que el su contenido es el eje a partir del cual giran los diversos análisis. De la misma manera, esto se da cuando se realizan investigaciones en torno a la figura de distintos escritores sin tener en cuenta que muchos de estos fueron también editores. Respecto de esto último, podemos encontrar a Enrique Congrains, Manuel Scorza, Jorge Eslava, entre otros, como referentes de esta labor multifacética. Teniendo en cuenta la importancia que esto tiene en la edición del libro peruano, ¿cómo se podría conciliar la labor del editor y el escritor en la historia de la literatura peruana y en los estudios que se realizan actualmente? ¿Por qué este eje se tiende a dejar de lado a nivel académico?

Efectivamente, la literatura peruana está llena de editores. En algunos casos, esta actividad ha sido marginal o efímera, pero en muchos otros ha sido central. A los nombres que mencionas uno podría añadir a Mariátegui, a Churata, a E. A. Westphalen, Luis Loayza, Mirko Lauer, etc. Ahora, para estudiar en serio la historia de la literatura peruana hay que pensar no solo en los escritores-editores, sino también en las obras literarias como textos y en relación con sus contextos de producción y recepción. En ese sentido, es necesaria una historia material de la literatura peruana realizada desde el campo de los estudios literarios, pero que no restrinja sus estudios únicamente a los sentidos literarios,

sino que articule los contenidos textuales con sus dinámicas de producción, con los intereses de los editores (autores o no), con las condiciones de circulación de determinados libros en determinados espacios en cada época, etc. Una historia material de la literatura peruana, por ejemplo, nos haría revisar la exclusión de lo fantástico en la formación del canon peruano, y ayudaría a comprender los sistemas literarios cuyo conocimiento especializado y estudio ya proponía Antonio Cornejo Polar hace varias décadas.

El fomento lector es uno de los principales protagonistas del sector cultural durante los últimos años, pues el surgimiento de diversas iniciativas asociadas a las prácticas de lectura y escritura se han implantado como una necesidad en una época llena de cambios y transformaciones. A partir de esto, podemos evidenciar que existe un público objetivo muy variado que va desde los infantes hasta personas de la tercera edad; y también propuestas tales como audiolibros, sesiones de mediación de lectura, cuentacuentos, entre otros. Dentro de ello, existen propuestas ligadas a la creación de libros artesanales. Siguiendo su experiencia en este tipo de artefacto cultural, ¿cuáles son las ventajas y desventajas de emplear al libro cartonero como protagonista de determinados proyectos?

En una sociedad que lee poco y lee mal —como dicen las estadísticas que es la nuestra—, el fomento de la lectura es una tarea urgente e ineludible. Hay que recuperar a los lectores perdidos (niños, adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores que, sabiendo leer, no leen o lo hace únicamente por obligación) y hay que formar nuevos y mejores lectores entre aquellos que recién están entrando en contacto con la alfabetización y, en consecuencia, la lectura. Ahora bien, efectivamente hay muchas estrategias de fomento de la lectura y seguramente todas tienen ventajas y desventajas, pero lo fundamental es tener claro, aunque parezca verdad de Perogrullo, que la única manera de conseguir que alguien se convierta en lector es a través de la lectura. Solo leyendo uno se hace lector. Por otro lado, sobre los libros cartoneros, hace muchos años participé de una propuesta de lectura creativa para escolares y, entre otras herramientas para desarrollar lecturas críticas, hacíamos libros cartoneros que convertían a los lectores en autores. La hechura misma de los libros era el último paso: antes de eso leíamos, conversábamos, escribíamos y re-escribíamos transformando o reinventando lo leído, dibujábamos y finalmente

hacíamos los libros cartoneros y montábamos una exposición con ellos. En esa experiencia el libro cartonero servía para hacer tangible, visible, concreto, un proceso de lectura crítica que, de otro modo, podría parecer muy abstracto. Fue una experiencia maravillosa y a nosotros nos sirvió para lo que buscábamos (estimular lecturas críticas y convertir a no lectores en lectores), pero eso no significa que sea mejor o peor que otras herramientas. Creo que los verdaderos protagonistas de cualquier proyecto de fomento de lectura tienen que ser los lectores a quienes buscamos formar y, en consecuencia, las herramientas que usemos deben ser aquellas que tengan más sentido en cada contexto concreto, teniendo siempre en cuenta que solo se fomenta la lectura leyendo y que las lecturas más fáciles de compartir son las que uno más ama.