

PÁGINA ABIERTA - nº 8

BUZON DE VOZ - Dejad...no tan atrás.

La prestigiosa revista *Christianity Today* dedicaba su edición de marzo del 2002 al siguiente tema: *No longer left behind*. El escritor y periodista Steve Rabey, colaborador de *Christianity Today* desde 1982, echa mano de un ingenioso juego de palabras con el título de la famosa serie de ficción de Tim LaHaye y Jerry Jenkins *Left Behind* (*Dejad...no tan atrás*), para explicar los peligrosos cambios que están sucediendo en la «industria» editorial cristiana evangélica y cómo los libros cristianos, hasta hace poco una forma de ministerio, son ahora contratados, publicitados, distribuidos y vendidos para convertirse en un lucrativo negocio en manos de especuladores financieros.

Rabey describe, en su extensa exposición, cómo las obras de tres autores en concreto han dado un giro de 180 grados a la «industria» editorial cristiana, inclinando con fuerza el platillo de la balanza del lado del «negocio» en detrimento del «ministerio». Y demuestra, con el juego de palabras, en qué forma los libros cristianos, que fueron durante años ignorados o relegados por las grandes multinacionales de la industria editorial, han pasado hoy a puestos de vanguardia. Y es que las cosas han cambiado mucho y los libros cristianos, ya, «ni son dejados, ni se quedan tan atrás».

Todo empezó, según parece, en 1986, con Frank Peretti y su novela *This Present Darkness* (*Esa patente oscuridad*, de Editorial VIDA), una electrizante aventura de un grupo de creyentes que libran una aparatosa batalla por el control de un pequeño pueblo en Estados Unidos contra las fuerzas sobrenaturales del mal, invocadas por practicantes de la Nueva Era. La novela de Peretti asumió dos objetivos: abrir el apetito de los lectores cristianos por los libros de ficción y, a su vez, abrir los ojos de los gigantes de la industria editorial sobre las posibilidades comerciales del libro cristiano.

El grueso del fenómeno, sin embargo, no se produjo hasta nueve años después, con la serie de novelas de Tim LaHaye y Jerry Jenkins, sobre el rapto y la gran tribulación denominada *Left Behind (Dejados Atrás)*, que ha vendido más de 30 millones de ejemplares, a los que hay que sumar 20 millones de ejemplares de libros relacionados. Simultáneamente, se añade el fenómeno de Bruce Wilkinson y su *Oración de Jabes*, transformada en el «amuleto» de principios del siglo XXI y que ocupó durante meses el primer puesto en las listas de los libros más vendidos en Estados Unidos. Entre ambos han originado un verdadero *tsunami*, una ola gigantesca que ha barrido por entero el mundo de la literatura cristiana.

Así, la «industria» cristiana, como suelen decir algunos, ha pasado de ser un ministerio marginal de apoyo a la Iglesia en la predicación del Evangelio para convertirse en un negocio billonario (con «b» de billón) que numerosos especuladores financieros observan atentos con ojos codiciosos y dispuestos a sacar tajada.

Esta situación está dando lugar a cambios trascendentales en la manera en que los libros cristianos son contratados, publicitados, distribuidos y vendidos. Veamos cuáles...

1. La progresiva mutación de ministerios cristianos en negocios seculares lucrativos.

En 1998, antes del fenómeno *Dejados Atrás*, las ventas anuales de *Tyndale House* ascendían a 40 millones de dólares. Para el ejercicio 2001 rondaban los 200 millones. Las ventas anuales de libros y otros productos cristianos en Estados Unidos se cifran actualmente en 1.4 billones de dólares. Estas cifras billonarias han hecho que los gigantes de las comunicaciones y los especuladores financieros se lanzaran de lleno a la caza del negocio cristiano y a la compra de editoriales cristianas.

Hoy en día, las editoriales cristianas que en Estados Unidos continúan

siendo un ministerio paraeclesial, pueden contarse casi con los dedos de las manos: *Moody Press*, *Inter Varsity Press*, *Bethany House*... Por contra, *Zondervan (Editorial VIDA)*, una de las más antiguas y prestigiosas editoriales cristianas familiares en Estados Unidos, es actualmente propiedad de la multinacional News Corporation, del multimillonario Rupert Murdoch. Y *Thomas Nelson (CARIBE/BETANIA Editores)* es una compañía pública que cotiza en la bolsa de Nueva York y que se debe a sus inversores y accionistas.

En julio de 2000, la multinacional *AOL Time Warner*, el coloso de las comunicaciones que mueve 40 billones de dólares, atraída por las cifras de ventas billonarias del libro cristiano, decidió abrir una división «cristiana». Eso sí, nombrando a Rolf Zettersten, un antiguo colaborador de James Dobson en *Focus in the Family (Enfoque en la Familia)*, vicepresidente y editor general. Zettersten no duda en afirmar:

«Siempre he mantenido la teoría de que ni Hollywood ni los medios de comunicación seculares son anticristianos, lo que son es meramente probeneficios. Y si algo les da beneficio les importa que sea o no sea cristiano. Con ventas de 50 millones de libros, la serie *Dejados Atrás* ha levantado la liebre, ha llamado la atención de todo el mundo, y ahora los magos de las finanzas se han dado cuenta de que hay un mercado cristiano, un sector de población importante dispuesto a consumir productos cristianos».

La primera decisión de Zettersten fue arrebatar de las otras editoriales, a golpe de talonario, a varios de los autores de moda: Jerry Jenkins, T.D. Jakes, John Maxwell, Bill and Gloria Gaither, Patsy Clairmont, Orel Herhiser, etc. Ello ha dado lugar a un segundo fenómeno...

2. La entrada en escena de los «agentes literarios».

Desde que Moisés, por mandato divino, escribiera la Ley «para memoria» en un libro, hasta la novela de Frank Peretti, la figura del agente literario era desconocida en el mundo de la literatura cristiana.

Ni los evangelistas, ni Pablo desde la cárcel, ni los demás escritores cristianos a lo largo de veinte siglos -convencidos de que «irá andando y llorando el que lleva la preciosa semilla» (Sal. 126:6)- se habían planteado jamás la problemática de tener que negociar y administrar su fama y sus derechos de imagen. Muchos autores, convencidos de que la gloria pertenece únicamente a Dios, verdadero Autor del mensaje, ni tan siquiera firmaban sus obras, mientras que otros se limitaban a colocar sus iniciales. Su verdadera preocupación era la difusión del mensaje, no el retorno financiero.

Con *Dejados Atrás* y *La Oración de Jabes*, este concepto ha cambiado totalmente. El rotativo *New York Times* informaba recientemente que Tim LaHaye acaba de vender a coloso de la edición *Bantam Dell Publishing Group at Random House* los derechos universales de cuatro novelas, que todavía tiene que escribir, por la módica cantidad de ¡45 millones de dólares! Y el columnista del *New York Times* añadía, irónicamente, que en esta ocasión, LaHaye, no ha tenido muchos escrúpulos en procurarse «ayuda mundana para escribirlas», puesto que ha suscrito para ello un contrato con el «caza talentos» de Hollywood, decididamente mundano, Michael Ovitz y su *Artist Management Group*. Los especialistas de Hollywood son, sin duda, quienes mejor saben lo que la gente quiere. A Bruce Wilkinson, por su parte, los millones de ejemplares vendidos de *La oración de Jabes*, han hecho que su «territorio» habitual, *Walk Thru the Bible Ministries*, el ministerio que fundó hace 25 años, se le quedara pequeño, y ha decidido abandonarlo «ensanchándolo» también hacia Hollywood para concentrarse en la producción de una película. Y es que cuando uno saborea las mieles de la fama, el «tirón» de Hollywood se le hace prácticamente irresistible.

Los agentes literarios –a quienes Diarmuid Rusell llamó en cierta ocasión «parásitos benefactores», porque defienden los intereses del autor, aunque después le chupen la sangre– se ocupan de promocionar a «sus» autores y «negociar» su producción intelectual, tratando de sacar el máximo partido económico de la misma

vendiéndola al mejor postor.

Actualmente existen ya en Estados Unidos agentes literarios especializados en autores cristianos, como es el caso de Rickly Christian, fundador de *Alive Communications*. De hecho, fue Christian quien originalmente puso en contacto a Tim LaHaye con Jerry Jenkins para que escribieran juntos *Dejados Atrás*, novela que en un principio numerosas editoriales rechazaron y que finalmente consiguió vender a *Tyndale House* por una cifra que no ha trascendido. Posteriormente, y ante el éxito sorprendente de la novela, Christian renegoció transformarla en una trilogía, luego en una serie de 12 libros y... ¿quién sabe? *Alive Communications* se ha convertido en agente literario de buena parte de los autores cristianos de renombre y fama en Estados Unidos.

Las funciones del agente literario son múltiples. No tan sólo representa a los autores famosos sino también a un ejército de experimentados *ghostwriters* o escritores fantasmas, que son los que se ocupan realmente de escribir muchos de los libros de esos autores, quienes en realidad sólo ponen el nombre y la fama y en algunos casos no alcanzan a leer su libro sino hasta después de impreso. También se ocupa de negociar y vender lo que se conoce como *derechos franquiciados de imagen*: camisetas, tazas, juguetes, plumas, joyería y todo tipo de misceláneos relacionados con el sello o marca del libro o del autor. En el caso de *Dejados Atrás*, los derechos franquiciados incluyeron, además de doce novelas para niños, libros ilustrados, cassettes y CD's, una película y toda clase de productos extraños, incluyendo un juego de sobremesa, en el que, imaginamos, como en el conocido «juego de la Oca», es posible que la suerte de los «tomados» o «dejados» y las victorias o derrotas del anticristo se decidan con los dados.

El interés por el negocio derivado de los autores cristianos famosos no se ha limitado, sin embargo, a los colosos de la comunicación y a los agentes literarios. El fenómeno *Dejados Atrás* y *Oración de Jabes* ha

despertado también otras ambiciones propiciando lo siguiente...

3. La distribución de libros cristianos a través de supermercados y grandes cadenas.

Hasta hace muy poco, la distribución de libros cristianos era prácticamente un feudo exclusivo de las librerías cristianas; pequeños negocios familiares, fundados normalmente por un matrimonio de creyentes con visión de ministerio, que eran a la vez libreros y predicadores del Evangelio. También esto ha cambiado. Atraídos por cifras sin precedentes, cadenas de librerías seculares, como *Barnes & Noble*, han comenzado a llenar sus estantes con libros cristianos. Los grandes supermercados de descuento como *Wall Mart*, *Sam's Club* o *Costco* han comenzado también a distribuir literatura cristiana.

¿Qué futuro les espera a las librerías cristianas tradicionales cuando sus clientes pueden adquirir los libros *Dejados Atrás* o *La Oración de Jabes* en *Sam's Club* o *Wall Mart* más baratos de que lo que pueden comprarlos en la editorial con el descuento de librería? Muchas librerías cristianas en Estados Unidos han optado por cerrar puertas. Otras, para conseguir mejores condiciones de compra, se han unido a cadenas franquiciadas, como *Family Christian Bookstores* (350 miembros) o agrupado en alianzas como *Parable Group* (300 miembros). Y las restantes batallan para subsistir y salir a flote vendiendo productos subsidiarios: velas, llaveros, colgantes, pulseras, marcadores y otros objetos misceláneos, eso sí, con la *Oración de Jabes*. Las estadísticas facilitadas por CBA revelan que los libros representan el 25% de la venta de las librerías cristianas mientras que el 75% restante depende de la música y productos subsidiarios, que es de donde obtienen realmente su beneficio.

Todo esto acarrea un cambio importante en la manera de trabajar de las editoriales, propiciando a su vez...

4. La transformación de los autores cristianos en «sellos» y «marcas» comerciales.

Carol Johnson, directora editorial de *Bethany House Publishers*, una de las contadas editoriales que continua como un ministerio, así lo reconoce y expresa:

«Antes solíamos decir: *Este libro es bueno, nos gusta, tiene un mensaje, vamos a darle una oportunidad, lo editamos*. Ahora la cosa es muy distinta. Tenemos que escuchar a los agentes literarios, la opinión de los responsables de marketing y, sobre todo, de los directores de compras de las grandes cadenas. Sus decisiones son vitales y más decisivas, a la hora de concluir si un libro se edita o se rechaza, que el contenido mismo del propio libro. Hasta hace poco, las compras dependían de miles de librerías independientes. Si a una no le gustaba un libro y no lo compraba, a muchas otras sí. Ahora es distinto, una o dos personas deciden lo que van a comprar y vender cientos de librerías. Y sus opiniones pesan más a la hora de tomar decisiones sobre lo que se edita que cualquier otra cosa. Hoy, tal y como están las cosas, el futuro de un libro cristiano depende no de su mensaje o calidad literaria, sino más bien de si un director de compras esta de mejor o peor humor cuando se lo ofrecen».

Michael Hyatt, un veterano del sector, que trabaja como editor en la división de libros de *Thomas Nelson*, añade:

«En estos momentos, las editoriales estamos cogidas entre dos fuegos y nos exprimen por ambos costados. Por una parte, las cadenas tienen mayor poder de compra y demandan mayores descuentos. Por otra, los autores trabajan con agentes literarios y exigen derechos más elevados y mayores anticipos. Todo esto repercute en precios más altos para los libros que, en última instancia, tendrá que pagar el consumidor».

La editoriales responden a estas exigencias y a la necesidad de reducir costes, limitando el número de títulos que editan cada año, concentrándose en menos títulos y promocionándolos individualmente con mayor intensidad, a fin de poder hacer mayores tiradas. Hace dos

años, la división de Thomas Nelson, en la que trabaja Hyatt, publicaba 120 libros al año; actualmente los han reducido a 54. En la práctica, esto significa muchas menos oportunidades para los autores noveles. Como sucede con el arte, los famosos ganarán sumas astronómicas, pero los demás no tendrán oportunidad. Las editoriales están dispuestas a apostar fuerte, pero quieren apostar seguro. No se trata de publicar un libro de cualquier autor, se trata de ver qué posibilidades hay de convertir a ese autor en figura y transformarlo en «sello» y «marca». El contenido del libro es lo que menos importa, lo que importa es el «tirón» publicitario del autor. Zettersten de *AOL Time Warner* confirma que hoy en día, para ser parte de la industria del libro cristiano, hay que apostar fuerte:

«Te acercas al tapete, haces tu mejor apuesta y aceptas el riesgo. O apuestas a lo grande, o mejor te largas a casa y te dedicas a otra cosa».

Conclusión

A lo largo de los dos primeros milenios de la historia del cristianismo, la escritura ha sido vital a la hora de sustentar el desarrollo de la Iglesia. Desde los monjes irlandeses que pasaban días y noches copiando manuscritos, pasando por la invención de la imprenta y la Reforma, hasta los grandes avivamientos de principios del siglo XX, el papel que han jugado los libros ha sido crucial.

John P. Ferré, profesor de comunicaciones en la Universidad de Louisville y autor de numerosos libros y artículos sobre religión y medios de comunicación, lo expresa de la siguiente forma:

«Fuera de la comunicación verbal cara a cara, en la iglesia, en la escuela, en el trabajo o en el hogar, ningún medio de comunicación resulta más importante para la fe cristiana que el libro».

Pero cuando los libros se transforman «más en productos de consumo que en obras literarias» –como escribiera Stacy Perman en *Time*

Magazine— este papel crucial del libro en el desarrollo de la fe cristiana se diluye y se pierde. Por ello, el profesor Ferré nos advierte que cuando los libros cristianos se transforman en mercancía y los autores en «sellos» y «marcas» es más que probable que los lectores cristianos acaben hastiados.

«El peligro —añade Ferré— está en el hecho de que en la medida en que los libros cristianos vayan penetrando en el mercado secular y confundiéndose con los demás productos de consumo, serán vistos, cada vez más, como máquinas de ganar dinero, como trampolines al éxito y a la fama más que como lo que verdaderamente son: instrumentos de reflexión, iluminación espiritual, desafío y arrepentimiento».

La cosa es cada vez más complicada. Y de seguir es probable que en el mundo de la literatura cristiana muy pronto sea indispensable enfrentarse al conocido dilema de Josué: «Escoged hoy a quien sirváis». Y cuando esto suceda, quiera Dios que sean muchos los autores, editores, distribuidores, librerías y lectores que decidan contestar sin dilaciones: «Yo y mi casa, serviremos al Señor» (Jos. 24:15).

Condensado y adaptado de la revista *Christianity Today*, Abril, 22, 2002. [«No longer left behind»](#) por Steve Rabey.

Información adicional sobre este tema: [«La Industria»](#) [«¿Creemos en los libros»](#) [«¿Cómo ve Dios nuestra "industria"?»](#) [«¿Están traicionando las editoriales cristianas a las librerías?»](#)