

MANUEL SCORZA Y LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL MERCADO
LITERARIO LATINOAMERICANO:
DEL PATRONATO DEL LIBRO PERUANO A LA ORGANIZACIÓN
CONTINENTAL DE LOS FESTIVALES DEL LIBRO (1956-1960)

POR

DUNIA GRAS
Universitat de Barcelona

Con anterioridad al impactante éxito de la narrativa hispanoamericana en Europa, especialmente a partir de finales de los años sesenta, las redes de distribución del libro eran casi inexistentes en Hispanoamérica. Esto no significa, sin embargo, que no se hubieran hecho intentos por superar los límites nacionales del libro en algunas ocasiones, aunque de forma aislada. Uno de estos intentos tempranos de internacionalización del libro hispanoamericano fue llevado a cabo, desde el Perú, a finales de los años cincuenta, por el entonces poeta Manuel Scorza, a través de la empresa Organización Continental de los Festivales del Libro, de la que fue director general. Años después, Scorza sería mucho más conocido, aunque fuera sólo fugazmente, por su obra narrativa, que fue traducida a numerosos idiomas, y de la que destaca, en particular, la novela *Redoble por Rancas* (1970), que fue la primera entrega de su pentalogía *La Guerra Silenciosa* (1970-79), dedicada en su totalidad a narrar las revueltas campesinas indígenas en la sierra peruana –fundamentalmente en la zona de Cerro de Pasco, en los Andes centrales– entre finales de los años cincuenta y principios de los sesenta.¹

1. LA TRAYECTORIA VITAL DE MANUEL SCORZA

Manuel Scorza nació en Lima en 1928, en el seno de una familia humilde, recién inmigrada a la capital. En su adolescencia, Scorza ingresó en el Colegio Militar Leoncio Prado, una institución frecuentada por alumnos de diversas clases sociales, y donde también estudió, años más tarde, Mario Vargas Llosa. Fue en los últimos años de su educación secundaria cuando Scorza entró en contacto con las dos pasiones que definirían su vida: los libros y la política. Por una parte, se integró en una célula clandestina del APRA, y por otra, consumió grandes dosis de literatura universal en la biblioteca del Colegio Militar (Scorza “Testimonio de vida” 17-20). Posteriormente, durante sus años

¹ Sobre Manuel Scorza y su obra narrativa, véanse, entre otros, los siguientes trabajos: A. M., Aldaz, *The Past of the Future. The Novelistic Cycle of Manuel Scorza*, Frankfurt: Peter Lang, 1990; F. Schmidt, *Stimmen ferner Welten: Realismus und Heterogenität in der Prosa Juan Rulfos und Manuel Scorzas*, Bielefeld: Aisthesis, 1997; D. Gras, *Manuel Scorza: un mundo de ficción*, Tesis doctoral, Universitat de Barcelona, 1998.

como estudiante de Filosofía y Letras en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en Lima, entre 1945 y 1948, que coincidieron con el gobierno de Bustamante Rivero como presidente del Perú (elegido por una coalición de partidos de izquierda), Scorza se implicó más a fondo en su militancia en el APRA. El golpe de Estado del general Odría, que puso fin al experimento de un gobierno de izquierdas en el Perú en 1948, obligó a Scorza a abandonar su país, por lo que viajó por diversos países latinoamericanos, para instalarse finalmente, durante unos años, en México. Fue en México donde se dio a conocer como poeta –y también como ensayista–, publicando sus primeros textos, a la vez que se distanciaba progresivamente de su militancia política en el APRA y se interesaba cada vez más por los temas indigenistas.² En este sentido, en aquellos años, sus posiciones políticas cristalizaron en torno al antiimperialismo y a la reivindicación de un nacionalismo de izquierdas panamericano, así como en la denuncia del problema de la explotación de los indios.³ Es importante destacar estas posiciones ideológicas porque posteriormente, se reflejarán tanto en sus diversas facetas creativas como en su activismo político y sus manifestaciones públicas, incluyendo también sus actividades como empresario editorial (Gras 44-60).

Hacia 1956 se inició un nuevo periodo democrático en el Perú, con la elección como presidente del candidato liberal Manuel Prado, en una elecciones convocadas por el general Odría. El mismo año, aún en México, Scorza recibe el Premio Nacional de Poesía del Perú, por su libro *Las Imprecaciones*, publicado un año antes en México. Los nuevos aires políticos, así como el importante reconocimiento público a su labor como poeta, motivó que Scorza, junto con otros escritores e intelectuales en sus mismas circunstancias, regresara al Perú con ánimo de reemprender su tarea literaria a finales del mismo año 1956.

2. EL MODELO DE LOS ‘FESTIVALES DEL LIBRO’ EN EL PERÚ

Scorza probablemente tomó conciencia temprana de las nuevas posibilidades de la difusión del libro como medio cultural durante su estancia en México, observando la irrupción en el mercado editorial de los *pocket books*, que, fruto de la intensa influencia norteamericana, hicieron su aparición en el país mexicano a lo largo de los años cincuenta. La capacidad de reproducción a bajo coste que permitieron las imprentas *offset*, especialmente cuando se realizaban grandes tiradas, introducía una dimensión nueva en los mercados editoriales de los países, expandiendo el consumo de libros a sectores de la población que hasta entonces tenían importantes limitaciones monetarias para su adquisición. El caso de numerosos países latinoamericanos a mediados de los años cincuenta se caracterizaba, precisamente, por encontrarse en un estadio muy inicial en la introducción de los productos literarios dirigidos al consumo de masas. Hasta entonces, y especialmente en los países pequeños y medianos de América Latina, la producción editorial se había centrado en un consumo limitado en gran parte a las élites, con tiradas de libros muy reducidas, precios caros y una circulación muy escasa más allá de cada ámbito nacional. En aquellas circunstancias, Manuel Scorza, de vuelta al Perú como poeta

² Como lo muestra en su texto “Una doctrina Americana”.

³ Véase por ejemplo, “La independencia económica de Bolivia”.

laureado y joven intelectual de cierto prestigio, empezó a explorar algunas posibilidades de dinamización cultural y, posiblemente también, de sustento personal, ya que hay que recordar que, a diferencia de numerosos intelectuales de su entorno, Scorza no procedía de una familia adinerada. Así, empezó a impulsar una iniciativa de promoción editorial de carácter singular, los Festivales del Libro, basada en la difusión de libros de bolsillo a bajo coste, mediante la venta directa al público. Primero la promocionó en su propio país, Perú; pero más tarde llegó a considerar de forma más general esta actividad, que se extendió de hecho por numerosos países del subcontinente latinoamericano, mediante una nutrida red de colaboradores. En este sentido, este escritor llevó a cabo una iniciativa sin precedentes hasta ese momento en el ámbito de la literatura hispanoamericana. Debe reconocerse que su importante e innovadora actividad profesional como editor, o como “hábil gestor” de la industria editorial, fue paralela al auge que en general experimentó en aquellos años esta industria, con una dinámica de fuerte transformación y expansión; pero ello no impide reconocerle el mérito de crear una incipiente organización de dimensión continental, difundiendo literatura de calidad—como veremos, era una de sus constantes preocupaciones—y alcanzar una difusión masiva, con tiradas excepcionales para la época en aquellos países. Por otra parte, y aunque esta cuestión se aleja ya del objeto de este artículo, hay que apuntar que todas estas actividades editoriales le permitirían con el tiempo conocer a fondo los mecanismos de promoción del libro, que le ayudaron, sin duda, posteriormente, a su propia proyección internacional como narrador durante los años setenta, ya que utiliza numerosas estrategias aprendidas durante sus años como editor.

Retomando el hilo de la iniciativa emprendida por M. Scorza, cabe señalar que en sus orígenes ésta se encontraba muy vinculada a unos propósitos de promoción cultural, poco empresariales. Ante las dificultades de publicar con las que se encontraron numerosos escritores peruanos a su vuelta del exilio, un grupo de éstos, entre los que se encontraba Scorza, decidió constituir una asociación, el Patronato del Libro Peruano, con la participación de algunas importantes empresas peruanas, para facilitar, de este modo, la divulgación de textos clásicos de literatura peruana, e incluir, al mismo tiempo, la edición de algunos originales de escritores jóvenes (Ortega 84). Aunque este último objetivo casi no se cumplió, lo que comenzaría siendo una simple agrupación amistosa para enfrentarse a comunes problemas concretos de edición, se convertiría en una empresa cultural de gran éxito coordinada por Manuel Scorza. Mediante el modelo de promoción de ventas llamado los Festivales del Libro, basado en la venta directa al público en las plazas y calles de las series de libros editados, junto a una intensa promoción publicitaria, la iniciativa demostró la capacidad receptiva de un público lector minusvalorado hasta ese momento, cuya respuesta, masiva y multitudinaria, se tradujo en su aceptación total y sin concesiones, precisamente, por parte de amplios sectores sociales que se incorporaban al hábito lector. También cabe resaltar, en este sentido, como un elemento explicativo adicional, la coincidencia temporal de esta empresa con un momento de crecimiento importante de las actividades productivas de los países latinoamericanos, con aumentos significativos de la renta disponible por parte de sus habitantes.

La colección que inaugura la aventura editorial de Scorza, a través de los Festivales del Libro, apareció en diciembre de 1956 y llevaba por título Primera Serie de Autores Peruanos, la cual está constituida por diez obras fundamentales, es decir, por diez textos

clásicos de la literatura peruana, entre los que pueden destacarse obras del Inca Garcilaso de la Vega, Ricardo Palma, José Santos Chocano y César Vallejo, entre otros. La segunda serie, pocos meses más tarde, mantiene las mismas características, repite algunos autores clásicos, y aparecen otros escritores destacados como Ciro Alegría o José María Eguren. Cada uno de los textos se encuentra prologado por un colaborador, en ocasiones miembro del propio Patronato del Libro Peruano que, frecuentemente, actúa también como seleccionador de los textos, o antólogo en su caso, ya que se trata siempre de libros de escasa extensión, que no superan generalmente las 150 páginas. En todo caso, podemos suponer que el grupo de jóvenes autores al que hacía referencia Scorza al recordar los inicios de su iniciativa editorial, tuvo su espacio básicamente limitado a esta actividad. Como responsable de la edición aparece el Patronato del Libro Peruano, del cual Manuel Scorza ya figuraba como Coordinador General, y en la solapa de la contraportada de cada ejemplar, se definían los objetivos de la iniciativa editorial:

Cumpliendo su propósito de poner al alcance del pueblo peruano las expresiones fundamentales de nuestra cultura, en ediciones cuyo precio esté al alcance de todas las clases sociales, el Patronato del Libro Peruano, se complace en publicar la presente edición [...] para que se venda al precio de TRES SOLES. El Patronato del Libro Peruano se complace también en renovar su agradecimiento a las empresas comerciales que han auspiciado volúmenes de su primera serie, y al periodismo nacional, sin cuyo apoyo no hubiera sido posible esta empresa.

Como se puede observar por el propio reclamo, el precio de cada ejemplar, así como el apoyo de los medios de comunicación, que atraídos por la orientación eminentemente de promoción cultural, sin ánimo de lucro, de esta iniciativa –como lo permitía deducir la implicación de empresas comerciales e industriales en su apoyo, y el conjunto de nombres prestigiosos de la cultura peruana que configuraban el Patronato del Libro Peruano– permitieron alcanzar un impacto notable en la sociedad peruana, especialmente la limeña, y lograron el éxito inicial del modelo de venta directa definido como Festivales del Libro. De ahí, en parte, el éxito rotundo, tal y como lo certifica el rápido agotamiento de las existencias del Primer Festival del Libro, a pesar de haber comenzado con un tiraje, arriesgado y absolutamente inconcebible hasta el momento, de 10.000 ejemplares por título. Para comprender plenamente lo que significa esta cifra dentro del contexto editorial de la época, conviene atender a las mismas palabras, algo tendenciosas, de Scorza:

El tiraje normal de un libro en español oscila entre 5.000 y 10.000 ejemplares que se distribuyen y venden en un año en veinte países. Naturalmente, de ese tiraje se espera vender 100 ejemplares en el Perú. Bien, nosotros habíamos vendido 100.000 libros en una semana en un país donde los libreros vendían 100 en un año. Una simple operación aritmética te indica qué tirajes es posible alcanzar en América Latina (Ortega 85).

Es decir, según Scorza, parece ser que por cada título y sólo dentro del ámbito del Perú, la organización de los Festivales del Libro (el Patronato del Libro Peruano) se atrevió, en un primer momento, a editar en cada ocasión la misma cantidad de ejemplares

que hasta entonces se concebía como de posible venta para toda la zona de influencia del español, es decir, para España y los veinte países de Hispanoamérica... durante todo un año. Unas tiradas editoriales que, además, fueron incrementándose en las siguientes ediciones de los festivales. Este primer éxito editorial puede atribuirse además, también, al interés de Scorza por las técnicas de prospectiva de ventas que tempranamente comenzó a aplicar de forma intuitiva y que lo llevaron a tomar una decisión inaudita hasta ese momento, al impulsar el modelo de ventas de los Festivales del Libro. Analizando los mecanismos preexistentes de distribución del libro, Scorza llegó a la simple conclusión de que, para alcanzar a sectores de la población no habituados a adquirir libros, había que cambiar la relación (casi inexistente por entonces) entre el libro y el lector potencial, y que este cambio debía centrarse, principalmente, en el aspecto de la distribución. Había que acercar el libro al potencial público lector, es decir, sacarlo de las urnas de las librerías y de las bibliotecas y llevarlo a las plazas públicas:

Entrevisté a cientos de personas en fábricas, cafetines, escuelas y casas. A todos les planteaba la misma pregunta insolente: a usted, ¿por qué no le interesa la cultura?, ¿por qué odia los libros? Casi todos respondieron que los libros eran muy caros y la gente más sencilla confesó su temor de entrar a las librerías. Era un círculo vicioso: no se editaban libros porque no había lectores y no había lectores porque no se editaban libros. Entonces pensé: hay que llevar el libro a la calle, llevarlo a las mismas fábricas. Las librerías son el único lugar donde no es posible vender libros: amedrentan a las mayorías (Ortega 84).

Por tanto, parece bastante probable que en la definición de nuevas vías de acercamiento de la cultura literaria a las clases populares se encuentre la clave del éxito de la iniciativa de Scorza. En todo caso, el modelo de los Festivales del Libro, con este u otros nombres similares, se difundió rápidamente por el Perú, y también apareció simultáneamente en otros países latinoamericanos en torno a los mismos años, con enorme éxito en aquel tiempo. Sin necesidad de atribuir la autoría del modelo de promoción a nadie en particular, cabe reconocer que el papel de Scorza en su difusión fue muy importante. En este sentido, el éxito del modelo se sustentaba siempre en tres elementos clave: i) la venta directa, en la calle, a precios muy bajos, ii) la promoción de la iniciativa a través de los medios de comunicación de masas y, a ser posible, con la presencia directa del autor, y iii) la actividad –que constituía la noticia– concentrada en la edición especial de una serie de títulos cuya venta especial se realizaba durante un breve periodo de tiempo en un lugar público.

A pesar de hacer hincapié en la promoción publicitaria y en controlar los canales de distribución del libro, en las colecciones de libros que impulsó Scorza, éste no desatendió otros aspectos igualmente importantes como, por ejemplo, el diseño de la colección, o la tipografía –a pesar de las limitaciones de la impresión en *offset*–. Así, en las primeras series, la portada aparece adornada con un anagrama de simbología clara y evidente: el dibujo de un libro abierto que indica el deseo de comunicación, la accesibilidad de la cultura al lector, el propósito principal de esta iniciativa. En las series posteriores, desaparece el Patronato del Libro Peruano como promotor, apareciendo en su lugar como editorial promotora la Organización Continental de los Festivales del Libro, donde la calidad de las ediciones se reduce, a la vez que aparece un anagrama distinto, en el que se

muestra la silueta de un hombre con un libro abierto, con el lema “El hombre que lee, vale más”.

En las dos primeras series realizadas en el Perú, bajo la identidad editorial del Patronato del Libro Peruano, se realizaron unas tiradas de 10.000 ejemplares por título en la primera (con una reedición posterior de 5.000), efectuada en diciembre de 1956, y de 15.000 en la segunda, en julio de 1957. En la tercera serie, en diciembre de 1957, se alcanzaron los 50.000 ejemplares por título –seguramente una tirada muy optimista fruto del éxito de las dos anteriores–, y en la cuarta y última serie, en julio de 1958, se publicaron 25.000 ejemplares por título. La fórmula funcionaba con el apoyo económico de numerosas empresas patrocinadoras que permitieron, gracias a su financiación, reducir el precio de venta al máximo, junto con la modestia de la encuadernación y del papel empleados. Como contraprestación, sin embargo, había que contribuir a la publicidad de la firma patrocinadora en cuestión. Así aparecía, generalmente en la primera página del libro, un recordatorio en agradecimiento a la financiación llevada a cabo en cada ocasión por cada una de las empresas participantes en el proyecto, desde bancos a empresas petrolíferas, pasando por cerveceras, mineras, etc. La sponsORIZACIÓN de los títulos de la colección intentaba personalizarse en cada momento, convirtiéndose cada empresa en “madrina” de la publicación de un título determinado. Por ello, en la primera página después de la portada aparecía, en el ángulo inferior derecho, la siguiente advertencia:

Esta edición de [el título del libro. Por ejemplo, *Los perros hambrientos* (de Ciro Alegría)] se puede vender al público al precio de tres soles, gracias a la generosa ayuda de [el nombre de la empresa, con mayúsculas. Por ejemplo, BACKUS & JOHNSTON'S BREWERY DEL PERÚ, S. A.].

Asimismo, como ya hemos señalado, hay que considerar que los gastos de distribución eran prácticamente inexistentes, al venderse los ejemplares en plazas públicas y céntricas de ciudades y pueblos,⁴ como recordaba años más tarde el mismo M. Scorza en su entrevista con J. Ortega: “el fervoroso espectáculo de la Plaza San Martín, de Lima, atiborrada por una muchedumbre que se disputaba colecciones de libros” (Ortega 84). A lo largo del año 1958 en el Perú, la realización de ferias o festivales del libro, con una duración determinada y con una amplia utilización de la publicidad para atraer al público, se convirtió en una actividad frecuente, tanto a nivel local como de forma especializada, impulsada por iniciativas muy dispares. Y generalmente, ya sin necesidad de patrocinios empresariales, gracias a la utilización de las imprentas *offset* y las tiradas masivas, así como los aspectos organizativos ya señalados. De esta forma podía ofrecerse cada libro al módico precio de tres soles, un equivalente a 10 centavos de dólar de la época, un precio más que asequible en comparación con el resto del mercado editorial, como ya hemos advertido, sencillamente porque los márgenes de venta de los demás libros publicados necesitaban ser mayores para costear los gastos de elaboración y, sobre todo, de distribución. Así lo recordaría años después Manuel Scorza:

⁴ Dora Varona, en sus apuntes biográficos sobre Ciro Alegría, hace un vivo retrato de este ambiente (177).

Fue un verdadero “boom”. En un año surgieron, nada menos, quince editoriales y se lanzaron 4 millones de libros. Ediciones tan fabulosas como los 750.000 ejemplares de las *Obras completas*, de José Carlos Mariátegui, preparada por sus hijos. Así, en un año se editó siete veces más que el total de libros de la Biblioteca Nacional (Ortega 84).

En las dos primeras series de los Festivales del Libro, con el respaldo del Patronato del Libro Peruano, la nómina de colaboradores estaba formada por intelectuales peruanos de prestigio, que avalaban el proyecto cultural. Entre todos ellos destacaba Sebastián Salazar Bondy, punto de referencia de la modernidad para los jóvenes intelectuales de los años 50 (Vargas Llosa 93-96). La labor principal de estos colaboradores consistía, como ya hemos señalado, en escribir prólogos e introducciones para los libros seleccionados, a la vez que, en alguna ocasión, también se ocupaban de elaborar antologías de diversos autores para su publicación. De este modo, creían contribuir de mejor forma en el proceso culturizador que se habían autoimpuesto. Este afán de divulgación cultural se constata en la elección de los títulos publicados, que forman parte de la literatura nacional peruana hasta llegar al Tercer Festival del Libro, titulado “Grandes Obras de América”, ya en diciembre de 1957, cuando se produce un cambio en la orientación del proyecto y toma un carácter marcadamente comercial. La tercera serie, dirigida por Manuel Scorza, es publicada por Ediciones Populares, junto con J. Mejía Baca y Pablo L. Villanueva como editores. Efectivamente, a partir de este momento se produjo un cambio de estrategia editorial, aunque se mantiene el modelo de los Festivales del Libro. Este viraje afecta a la propia concepción de la colección propuesta en el lanzamiento. Esta vez no se van a publicar sólo textos básicos de la literatura peruana, sino que se va a apostar (y fuertemente, con un gran tiraje) por textos procedentes de diversas literaturas del continente, incluyendo autores como Ciro Alegría, Jorge Icaza, Horacio Quiroga o Rómulo Gallegos. La cuarta serie se orientó en la misma dirección y también se tituló como “Grandes Obras de América”, aunque en esta ocasión bajo el sello de la Editora Latinoamericana. Con una orientación similar, la serie incluía como autores a Ricardo Palma, Pablo Neruda o Alejo Carpentier, entre otros. Esta nueva iniciativa fue saludada entusiastamente por intelectuales de la talla de Sebastián Salazar Bondy –quien había participado en el Patronato del Libro Peruano–, en un artículo encomiástico titulado “Tres hombres y una misión cultural”:

No es lo que ellos realizan un acto de mera promoción industrial, sino, por sobre toda otra consideración, una obra excepcional, aquí y en el resto del hemisferio, en beneficio de la educación general. Y aunque no escaseen, como es natural, las lenguas que malsinen a propósito de esta cruzada, preciso es decir que, aparte de los indispensables incentivos comerciales, la meta propuesta no podría ser alcanzada sin una buena dosis de vocación culturizadora, sin un muy singular sentido misional (Salazar Bondy 8).

Gracias a cartas, contratos y otros documentos, conocemos cómo se producía el fuerte bombardeo publicitario: principalmente a través de la prensa, donde se anunciaba con anterioridad la aparición de los títulos, se destacaba lo económico del precio y se

subrayaba también la presencia del propio escritor en los quioscos de venta para proceder a la firma de ejemplares. Scorza ponía especial énfasis en el contacto directo entre autor y lector. Por este motivo, reclamaba numerosas fotografías del escritor que iba a ser lanzado publicitariamente para incluirlas en los anuncios de promoción e ir familiarizando al público con su imagen. De este modo, reforzaba la relación entre literatura y realidad que tan cara es a un gran sector del público. Además, se solía agrupar la presencia de varios autores de renombre para motivar aún más si cabe a los posibles compradores, que se veían compelidos a adquirir los ejemplares de los festivales para su firma.

Por ejemplo, para la publicación de *El mundo es ancho y ajeno* de Ciro Alegría, en la tercera serie de los Festivales del Libro, Scorza preparó a conciencia un viaje de Ciro Alegría al Perú, a finales del año 1957. Se trataba de una coincidencia especialmente espectacular por tratarse de un reencuentro con la patria, tras largos años de exilio del escritor en Cuba, y una vez restablecida la democracia en el Perú. Meses antes, en un viaje a Cuba, Scorza había conseguido el contrato para publicar el texto en sus series de los Festivales del Libro, así como el compromiso del escritor de viajar al Perú para promocionar directamente su venta.

Para ello, Scorza propuso a Alegría que adelantase un poco su llegada para destacar su presencia entre los demás autores invitados, como Rómulo Gallegos y Jorge Icaza, para resaltar más su llegada.⁵ También le solicitó todo tipo de fotografías suyas, o de los personajes de su novela (como haría el mismo Scorza a la hora de promocionar, posteriormente, sus propias novelas), “para ir preparando el ambiente”. Asimismo, los autores invitados debían dar una conferencia acerca de su labor creadora, para tratar de hacer más accesible su obra al público y a la prensa. En este sentido, la propuesta que hacía Manuel Scorza a Ciro Alegría era bastante directa:

Considerando que esta expectación contribuirá a la venta de la novela [...] hemos preparado un ciclo de conferencias en el que participarán todos los novelistas invitados, para que intervenga en una charla que podría titularse: “Cómo escribí *El mundo es ancho y ajeno*”, en síntesis, relaten al público sus experiencias como escritores en el caso de cada obra. Usted comprende la importancia que esto tiene en la publicidad, aparte de la noticia más o menos rutinaria de la llegada.⁶

Entre las obras publicadas en la serie “Grandes Obras de América”, se hallan, como decíamos, efectivamente, obras fundamentales, imprescindibles, de la literatura hispanoamericana del siglo XX. Las elegidas en esta ocasión son novelas que podrían ser consideradas, en su sentido más amplio, regionalistas. Entre éstas encontramos *Huasipungo* de Jorge Icaza, *Los de abajo* de Mariano Azuela, *Martín Fierro* de José Hernández y *Doña Bárbara* de Rómulo Gallegos. Por su parte, el cuento se hallará representado, por un lado, por uno de sus maestros, el uruguayo Horacio Quiroga, con sus *Cuentos de amor de locura y de muerte*. Y, por otro, por una compilación llevada a cabo por Aníbal Quijano de *Los*

⁵ Manuel Scorza, carta a Ciro Alegría, 1 de noviembre de 1957, archivo particular de Dora Varona, Lima.

⁶ Manuel Scorza, carta a Ciro Alegría, 1 de noviembre de 1957, archivo particular de Dora Varona, Lima.

mejores cuentos americanos, donde pueden encontrarse verdaderas obras maestras contemporáneas del género, entre las que cabe destacar “Hombre de la esquina rosada”, de Jorge Luis Borges, “Barranca grande”, de Jorge Icaza, “Las puertas del cielo”, de Julio Cortázar, “Los gallinazos sin plumas”, de Julio Ramón Ribeyro, “El trueno entre las hojas”, de Roa Bastos y “¡Diles que no me maten!”, de Juan Rulfo.

En el Cuarto Festival del Libro, de julio de 1958 continúa la colección “Grandes Obras de América”, iniciada en la serie anterior, pero se reduce a la mitad el tiraje, quizás debido a una cierta saturación del mercado por la creciente competencia, ya que surgieron otras iniciativas empresariales que imitaban la misma fórmula. La narrativa sigue representada con fuerza por *Don Segundo Sombra*, del argentino Ricardo Güiraldes, *Cantaclaro*, del venezolano Rómulo Gallegos, *El reino de este mundo*, del cubano Alejo Carpentier y *La vorágine*, del colombiano José Eustasio Rivera. Como puede comprobarse unos títulos de peso dentro de la novela hispanoamericana en general, aunque quizás todavía poco tratados en aquellos años por la crítica especializada. También se publican en esta serie los *20 poemas de amor y una canción desesperada* junto con las *Alturas de Macchu Picchu*, de Pablo Neruda.

3. LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS ‘FESTIVALES DEL LIBRO’: LA EXPANSIÓN LATINOAMERICANA

El gran éxito de la empresa editorial de M. Scorza en el Perú, que en algunos aspectos se adelantaba a su tiempo, duró en la práctica poco más de año y medio, de diciembre de 1956 (primer festival) hasta julio de 1958 (cuarto festival) debido a diversos motivos, aunque fundamentalmente se centraron en la creciente competencia del modelo establecido con los Festivales del Libro, el propio desgaste de la fórmula, y en algunas reacciones de escritores y políticos locales, suspicaces del éxito obtenido y de los métodos utilizados por Scorza. El propio Scorza, de una forma tal vez demasiado demagógica, destacaba en este sentido los siguientes motivos:

Las razones están en el chauvinismo. La mayoría de los editores insistió en publicar sólo libros peruanos, resucitando autores de las morgues literarias. Hubo incluso una prédica contra las editoriales que lanzaban “libros extranjerizantes”, y los mismos periódicos se sumaron a ese chauvinismo. Por otro lado, tuve que soportar también la arremetida de los escritores que se enfrascaron en una guerra civil, creyendo que yo había descubierto petróleo en la Plaza San Martín. El mismo gobierno intervino en el asunto; negativamente, claro. En un reportaje, yo cometí la torpeza de jactarme de haber publicado más libros que todos los gobiernos juntos. El propio Ministro de Educación, el historiador Jorge Basadre, encabezó un manifiesto contra los Festivales del Libro proclamando, “en nombre de la libertad de expresión”, que eran un monopolio funesto (Ortega 85).

Tal vez empujado por las crecientes dificultades experimentadas en su propio país para impulsar el modelo de los Festivales del Libro, aunque posiblemente también como culminación de una idea de expansión que ya estaba germinado desde hacia algún tiempo, Scorza toma la decisión de formar una nueva organización empresarial de dimensión internacional. El proyecto se desarrolla a lo largo del año 1958, casi de forma secuencial

con la finalización de la promoción de la cuarta serie de los Festivales del Libro en el Perú, en julio de 1958, aunque ya desde finales de 1957 Scorza estaba planeando la internacionalización de su proyecto mediante los contactos personales que iba estableciendo con numerosos escritores latinoamericanos.⁷

Básicamente, lo que hará Scorza en unos tres años frenéticos, entre 1958 y 1960, será reproducir el original modelo de promoción que tanto éxito le había reportado en el Perú los Festivales del Libro, en un conjunto de países latinoamericanos mediante el apoyo de numerosos colaboradores locales, frecuentemente escritores e intelectuales de prestigio. Para ello, crea una editorial, a principios de 1958, que toma el nombre de Editora Latinoamericana (que publicará ya el cuarto Festival de Libro Peruano) y establece una organización marco, que toma el nombre de Organización Continental de los Festivales del Libro (con el acrónimo ORCOFELI), mediante la cual instrumentalizará la idea de exportar el modelo de los Festivales del Libro a otros países del subcontinente americano.

A lo largo de sus cuatro años de actividad Scorza llegaría a impulsar y realizar festivales del libro en cinco países distintos: Perú (4 festivales), Colombia (2 festivales), Venezuela (4 festivales), Ecuador (1 festival) y Cuba (2 festivales). Luego, en algunos de los distintos países en los que promocionaba los Festivales del Libro, Scorza creó editoriales subsidiarias, junto a sus socios locales, aunque no con el objetivo de publicar en cada país, sino por causas relacionadas con la importación y comercialización de los libros,⁸ ya que la impresión de los libros se realizaba siempre en Lima, alternando entre diversos talleres gráficos con maquinaria *offset*. El motivo por el que la edición de los libros, con unas grandes tiradas por ejemplar, continuara realizándose en talleres de Lima, bajo el control directo de la Organización Continental de los Festivales del Libro, seguramente estaba relacionado con los costes,⁹ por una parte, y por otra con la voluntad de mantener de forma centralizada el control del proceso editorial, ya que cualquier otra

⁷ Así se lo contaba Manuel Scorza en una carta a Ciro Alegría, con motivo de su venida al Perú para la promoción del tercer festival: “La progresión de mis planes editoriales que ahora se profundizan en escala continental es creciente. Es probable que luego de este festival organice una editorial con mayores recursos” (M. Scorza, carta a C. Alegría, 15 de noviembre de 1957, archivo particular de Dora Varona, Lima).

⁸ En Venezuela se llamó “Ediciones Populares Venezolanas”, en Colombia, “Compañía Grancolombiana de Ediciones”, en Cuba, “Editora Popular de Cuba y el Caribe”, en el Ecuador, “Agencia General de Publicaciones” y también llegó a establecer una subsidiaria en México, “Mexicana de Impresiones Populares S. A.”, aunque, según nuestra información, no llegó a impulsar Festivales del Libro en este último país, aunque se realizaron algunos intentos a través de Carlos Pellicer.

⁹ Este hecho, en algún caso, acarrió problemas a la comercialización de los libros en distintos países latinoamericanos como, por ejemplo, en el caso de Venezuela. Los comentarios de M. Scorza a J. Liscano en una carta personal dejan entrever claramente las dificultades que experimentaban: “La campaña contra el Festival del Libro tiene un origen comercial, de competencia. Los organizadores tienen que escoger entre un libro caro fabricado en Venezuela, y un libro barato fabricado fuera del país. No hay que confundir los intereses de los dueños de las imprentas, con los intereses básicos, con la necesidad de cultura del pueblo venezolano” (Manuel Scorza, carta a Juan Liscano, 26 de febrero de 1959, archivo particular de Juan Liscano, Caracas).

fórmula seguramente hubiera dispersado muchísimo más la iniciativa propulsada por M. Scorza.

Así, como director general de la Organización Continental de los Festivales del Libro, Scorza coordinaba cada una de las iniciativas nacionales emprendidas en diversos países, a la vez que delegaba en distintos y acreditados directores nacionales la labor de supervisarla y de proponer títulos adecuados, o coordinar la preparación de antologías y selecciones de textos. El propósito del proyecto continental se orientaba a “difundir los libros fundamentales de la cultura latinoamericana”, con una visión y una selección de textos que intentaban combinar elementos nacionales de cada país y elementos panamericanos. La divulgación masiva era otro punto central de toda la iniciativa, ya que como señalaba la propia propaganda editorial, para alcanzar el objetivo de difundir la cultura latinoamericana “sólo podía lograrse sacando el libro de los anaqueles y las bibliotecas y, ofreciéndolo en plena calle, en la plaza pública, reduciendo al mismo tiempo su precio hasta ponerlo, verdaderamente, al alcance de todos”.¹⁰

No hay duda de que se trató de un proyecto de gran envergadura, ya que en muy poco tiempo se pusieron en circulación unos tres millones de ejemplares de libros de autores latinoamericanos, con un total de unos 120 títulos, a precios muy asequibles y en diversos países, lo que ha llevado a considerar tal iniciativa como “uno de los grandes momentos de la vida del libro latinoamericano” y a apuntar también que se anticipaba a los proyectos de internacionalización del libro y de los autores hispanoamericanos de los años sesenta. El proyecto intentaba siempre realizar una cuidada selección de los títulos, compaginando entre los autores nacionales de cada país y los valores más destacados de la literatura latinoamericana, así como entre autores consagrados y jóvenes promesas. En Venezuela ORCOFELI lanzó cuatro series entre los años 1958 y 1960, con tiradas de entre 20.000 y 30.000 ejemplares por título. Todas las series fueron coordinadas por el poeta (y posterior director de Monte Ávila Editores) Juan Liscano, y una de ellas estuvo dedicada exclusivamente a la obra de Rómulo Gallegos. En Colombia, con unas tiradas de 25.000 ejemplares por título, Scorza nombrará director de la primera serie, publicada en 1959, a Alberto Zalamea, mientras que la segunda, ya en 1960, fue dirigida por el novelista Eduardo Caballero Calderón. En Ecuador, el director de la única serie publicada fue Jorge Icaza, conocido narrador ecuatoriano, y la tirada fue más reducida, de 10.000 ejemplares por título. Finalmente, en Cuba, el escritor Alejo Carpentier se convirtió en el director de esta empresa, quien publicó dos series en los años 1959 y 1960, respectivamente.

Gracias a la correspondencia dirigida por Manuel Scorza a Juan Liscano, intelectual prestigioso y director de los festivales venezolanos, podemos conocer más a fondo algunos aspectos concretos sobre cómo se impulsaba la realización de los “Festivales del Libro” en los distintos países. Buena parte de la correspondencia está dedicada a la selección de los títulos que debían componer las series, con comentarios tanto en lo que se refiere a la calidad literaria de las obras y posibles alternativas, como a la disponibilidad de ejemplares para reproducir, y la forma de acceder, en su caso, a los correspondientes derechos de autor. El otro gran tema lo constituían la definición de las estrategias comerciales, las

¹⁰ Encarte promocional, Tercer Festival del Libro Venezolano, Monográfico Rómulo Gallegos, Octubre 1959.

tensiones con la competencia emergente y los mecanismos de promoción. Scorza siempre daba instrucciones muy concretas en este sentido:

Hemos realizado tantos festivales, y sabemos que aunque aparentemente simples, estos eventos tienen un mundo de complejidades, en los que aquí han encallado todos nuestros competidores [...] Tú mismo debes iniciar la búsqueda de contactos para obtener y utilizar al máximo las posibilidades que la radio y la TV nos brinden [...] Ha llegado el momento que converses claramente con el Presidente Betancourt y le pidas el apoyo oficial a nuestros Festivales. Dados tus merecimientos, el proyecto “Gallegos” y la índole del Festival, descuento la respuesta favorable.¹¹

El éxito experimentado por los Festivales del Libro en los primeros años de su desarrollo, especialmente 1958 y 1959, no hacía sospechar, en absoluto, la suerte que iba a correr esta empresa al poco tiempo. En 1960, después del segundo “Festival del Libro” en Colombia y en Cuba, quedó paralizada la Organización Continental de los Festivales del Libro, y no se impulsó ningún festival más. Quedaba claro que el modelo de los Festivales del Libro no podía seguir reproduciéndose constantemente en cada país, más allá de tres o cuatro festivales –como ya había percibido Scorza con el caso peruano. En este sentido, a inicios de 1960 Scorza intentó exportar el modelo de los Festivales de Libro a México y Brasil, pero especialmente estaba preparando un proyecto editorial más estable, con una columna vertebral articulada en torno a una colección de libros de bolsillo. Así lo exponía en una carta a Liscano, en marzo de 1959, frente a las críticas de éste sobre la fragilidad de su proyecto editorial,

Vamos a lanzar en 1960 por lo menos 300 títulos de autores europeos y norteamericanos, cuya distribución será tan eficiente que por primera vez, existirá el *Pocket-book* latinoamericano. Pero esta vez se trata de un *Pocket-book* que en cada país está siendo precedido por los Festivales del Libro.¹²

Scorza pensaba titular esta nueva iniciativa con el nombre de Bolsilibros, había contactado con Alejo Carpentier para que dirigiera la colección, había creado un nuevo anagrama y ya realizaba publicidad anunciando su inminente aparición. Sin embargo, este proyecto, así como la realización de otros festivales, quedaron completamente truncados a mediados de 1960. Scorza ocultó las causas de su descalabro económico durante muchos años, tal vez debido a las numerosas complicaciones que tuvo que asumir, pero años más tarde, en 1968, reveló finalmente los motivos que llevaron al fracaso de toda esta frenética actividad, muy exitosa durante algunos años:

Será la primera vez que lo hago público. Nosotros llevamos todos nuestros recursos a Cuba, pero entonces sobrevino la conocida crisis: los batistianos huyeron del país llevándose todo el dinero y el gobierno prohibió la salida de dólares. Nuestras cuentas

¹¹ Manuel Scorza, carta a Juan Liscano, 24 de febrero de 1959, archivo particular de Juan Liscano, Caracas.

¹² Manuel Scorza, carta a Juan Liscano, 23 de Marzo de 1959, archivo particular de Juan Liscano, Caracas.

fueron bloqueadas. El gobierno peruano, sumamente deseoso de amparar un reclamo contra Cuba, me ofreció su intervención diplomática. Pero yo hablé con Guevara, entonces Ministro de Industrias, quien me dijo: “Cuba no tiene ni para comprar penicilina para los niños; escoge si procederás como editor o como escritor”. Por cierto, volví a Lima con la camisa. Y lo peor: conmigo naufragaron los derechos de varios escritores que nunca supieron que no teníamos ni para estampillas (Ortega 85).

Si fue realmente ésta la causa que produjo el colapso de todo el proyecto, o bien también existían otros elementos de carácter más prosaico, como problemas de costes en las ediciones y el transporte, es algo difícil de dilucidar. En todo caso, tomando el argumento de Scorza como plausible, ello nos facilita entender que la dificultad que supuso el hundimiento de la empresa sólo podía explicarse porque todo el proyecto era realmente muy dependiente de las relaciones personales de Scorza y, seguramente también, muy limitado en su capitalización.

Así, paradójicamente, concluyó la primera empresa editorial llevada a cabo por Scorza durante cuatro años, de 1956 a 1960, desde sus inicios en el Perú hasta su expansión por otros países hispanoamericanos.¹³ Los Festivales del Libro se convirtieron en uno de los grandes momentos de la vida del libro latinoamericano antes del impactante “boom”, y demostraron la rentabilidad del negocio editorial en Hispanoamérica, a pesar de que su mejor capital fueran a veces sus abultadas deudas, antes de sucumbir, finalmente, ante la magnitud del proyecto. Un “desafortunado experimento”, como algunos llegaron a llamarlo, pero que demostró la necesidad de un mayor intercambio cultural entre los países de Hispanoamérica, sin conexión entre sí, incomunicados culturalmente, desarticulados, y señaló que éste debía pasar, sin duda, por una mejora considerable de los canales de distribución del libro, como se comprobó en la década siguiente, con la aparición de numerosas editoriales que permitieron el trasvase cultural interamericano. Así lo reconoce también A. Cornejo Polar, al reconocer su carácter de precursor en el mercado editorial: “[Scorza logró] crear una industria editorial moderna (implanta el *offset* para ediciones literarias) y convocar a un público lector masivo; vale decir: fundar las bases para esa nueva literatura escrita por profesionales” (551).

El “milagro Scorza”, tal y como lo llamaba Alejo Carpentier, además de demostrar su habilidad como gestor y promotor cultural y su olfato para conocer los gustos y necesidades del público lector, abrió así nuevos canales de comunicación entre el escritor y su público a la vez que creó en aquellos años de un cierto auge económico en América Latina, con total seguridad, cientos si no miles de nuevos lectores, gracias a la accesibilidad con la que dotó al libro.

¹³ Aunque ya queda fuera de tema analizado en este artículo, cabe apuntar que a partir de 1963 hasta el año 1967, Scorza iniciaría una nueva experiencia editorial, esta vez limitada al Perú. Creó el sello Populibros Peruanos, donde llegó a publicar unos 50 títulos de numerosos narradores peruanos de la generación de los 50, siempre en ediciones populares de gran tiraje y bajo coste (Gras 131-143).

BIBLIOGRAFÍA

- Aldaz, Anne Marie. *The Past of the Future. The Novelistic Cycle of Manuel Scorza*. Frankfurt: Peter Lang, 1990.
- Cornejo Polar, Antonio. "Sobre el neoindigenismo y las novelas de Manuel Scorza". *Revista Iberoamericana* 50/127 (1984): 549-57.
- Gras, Dunia. *Manuel Scorza: un mundo de ficción*. Tesis Doctoral, Universitat de Barcelona, 1998.
- Ortega, Julio. "Manuel Scorza: el libro en la calle". *Mundo Nuevo* 23 (1968): 84-86.
- Salazar Bondy, Sebastián. "Tres hombres y una misión cultural". *La Prensa* (Lima, 7 diciembre, 1957): 8.
- Schmidt, Friedhelm. *Stimmen ferner Welten: Realismus und Heterogenität in der Prosa Juan Rulfos und Manuel Scorzas*. Bielefeld: Aisthesis, 1997.
- Scorza, Manuel. "Una doctrina Americana". *Cuadernos Americanos* 61/1 (1952): 20-35.
- _____. "La independencia económica de Bolivia". *Cuadernos Americanos* 62/6 (1953): 7-43.
- _____. *Redoble por Rancas*. Barcelona: Planeta, 1970.
- _____. "Testimonio de Vida". *Poesía*. Lima: Secretaría de Educación y Cultura-Munilibros, 1986. 17-20.
- _____. *Obras completas*, 7 vols. México: Siglo XXI, 1991-1994.
- Vargas Llosa, Mario. "Elogio de Sebastián". *Contra viento y marea*. 2a. ed. Vol. I. Barcelona: Seix Barral 1990. 93-96.
- Varona, Dora. *La sombra del cóndor: Biografía ilustrada de Ciro Alegría*. Lima: Diselpesa, 1993.