

No tener miedo a la concentración

La industria editorial española atraviesa un momento de buena salud, porque hay mucho camino por delante. Si ya hubiéramos recorrido un largo camino ese estado de salud merecería el calificativo de mediocre, pero creo que los grandes retos de la edición literaria en español están por venir.

Se han hecho muchísimas cosas en el pasado de las que se pueden extraer enseñanzas imprescindibles para el futuro. Pienso que tiene que producirse un renacimiento del interés global por la literatura en nuestra lengua y en ese sentido creo firmemente en las posibilidades de unificar, desde el punto de vista editorial y comercial, el mercado común del español. Nuestro universo editorial no será nada si no hacemos realidad el hecho de que somos una sola lengua y si no tomamos conciencia de que los lectores de cualquier confín de esa lengua son lectores potenciales de todo lo que se cree en ella, sobre todo en el ámbito de la ficción. Ocurrió algo parecido en los años 60/70 con el famoso *boom*, y no tiene por qué pasar algo distinto ahora, si nos empeñamos en esa dirección. Creo que ya es hora de que los poderes culturales, políticos, económicos y en particular, editoriales, sean conscientes de esa posibilidad, que se da una o dos veces cada siglo; estamos en lo que García Márquez habría llamado una segunda oportunidad sobre la tierra. Me parece un desastre que los autores que se expresan en español no estén debidamente comunicados, pese a los fantásticos medios de que hoy disponemos. Si logramos que a través de ellos se proporcione una información instantánea de lo que ocurre en cada uno de los sectores en que se escribe en nuestra lengua habremos ganado una batalla fundamental para favorecer la viabilidad de cualquier proyecto editorial. La fragmentación actual no ayuda a divulgar lo que hacemos y repercute negativamente en el aspecto comercial.

Por otra parte creo que traducimos en exceso a escritores extranjeros, lo que no guarda relación con lo que sucede actualmente en las editoriales de otros países. Los ingleses traducen menos, los alemanes traducen menos y los italianos siguen cada vez más esa tendencia. En cambio nosotros continuamos traduciendo demasiado y muchas veces a riesgo de perturbar la salida de libros que a lo mejor tendrían interés.

Nuestro propósito de ser cada día más globales está cimentado en hechos: en este momento somos —me refiero al Grupo Santillana, no sólo a Alfaguara— la editorial más implantada en todo el mundo de habla hispana, con empresas en catorce países, pero esto no es un mérito especial, es el resultado natural de un largo proceso de trabajo. Practicamos una estrategia mixta, que combina la producción en el exterior de los libros de tiradas altas con la exportación directa desde España en los casos de tiradas bajas, y estamos bastante satisfechos con esta política ambivalente. A veces las cosas resultan complicadas porque los españoles y los latinoamericanos hemos hecho todo lo posible por alimentar nuestros prejuicios mutuos; pienso que en el tema de los prejuicios nosotros tenemos más culpa que los latinoamericanos. Hemos tratado de imponer más cosas. Por ejemplo, a nosotros nos preocupa mucho cómo debemos llamar a nuestro idioma común, si español o castellano, y somos capaces de perder toda una mañana discutiéndolo aquí en Madrid, hasta que llegan los latinoamericanos y dicen que no importa, que da igual la denominación, de modo que el prejuicio está en nosotros porque tenemos más culpa, y como tenemos ese sentimiento de culpa somos más atolondrados al tratar de superarlo. Lo cierto es que hemos progresado mucho y ahora podemos abordar proyectos comunes con los latinoamericanos que antes era imposible pensar. De hecho, muchas iniciativas parten de ellos, como el *periolibro* que publica ABC en España, que es una idea excelente del Fondo de Cultura Económica de México.

La editorial que dirijo está en pleno crecimiento y esa circunstancia fomenta a menudo la difusión de rumores sobre supuestos anticipos multimillonarios que pagamos a todos los escritores que queremos captar. No somos los más locos del mercado ni mucho menos; se nos atribuye eso porque hemos contratado a autores importantes, pero todos los anticipos grandes que hemos pagado siempre nos han resultado rentables. Por ejemplo, todo lo que se ha fantaseado y criticado acerca del contrato con Mario Vargas Llosa deja de lado muchas veces que se trata, junto con García Márquez, del autor más global de la lengua española y que el anticipo que pagamos es por sus derechos en todo el ámbito de nuestro idioma, lo que cambia bastante las cosas. Su último libro, *Los cuadernos de don Rigoberto*, que sacamos recientemente, lo estamos vendiendo al mismo tiempo en todo el mundo hispanoparlante.

En España tenemos la tendencia a no pensar en el porvenir de las cosas sino en su tradición. Cuando una editorial como Planeta aborda la posibilidad de tener otros sellos que están funcionando, la gente se asusta, como se asustaría si lo hiciéramos nosotros. Pero hace casi veinte años el Grupo Santillana compró Alfaguara, y ¿qué pensó la gente entonces? Pensó que se había rescatado a una editorial que se iba a la quiebra. Por fortuna, no es el caso de Planeta, que incorporó editoriales

saneadas, como Tusquets, donde no tiene la mayoría, o Destino, y si sus respectivos editores decidieron integrarse en un conglomerado como Planeta, es que lo han pensado muy bien. No puede estar la tradición siempre acertada y el porvenir equivocado. Por eso creo que en España nadie debe rasgarse las vestiduras ante el fenómeno de la concentración editorial. Otro caso reciente es el de Anaya, que ha comprado el 45 por ciento de Siruela; pues bien, Siruela habrá pensado que de esa manera consolida mejor su gestión y su futuro, y eso es muy respetable, y detrás de eso debe de haber una reflexión. También me parece respetable la decisión de otras editoriales que prefieren mantenerse al margen de los grandes grupos, porque eso responde a otro pensamiento. Creo en el libre pensamiento de la gente para asociarse comercialmente, para decidir cómo deben continuar sus empresas en el futuro.

Con respecto a la entrada de emporios extranjeros en el mercado español, todavía no se ha dado de una manera clara y rotunda, excepto la compra de Plaza y Janés por parte del grupo alemán Bertelsmann. Pero tenemos que estar preparados para que en el futuro esas alianzas internacionales, que se producen a nivel industrial, bancario, deportivo, televisivo, etc. se operen también a nivel editorial. No debemos asustarnos si las fronteras que pedimos que se rompan para el mundo de la cultura, de la colaboración política y económica, se rompen para el mundo editorial. ¿Qué tenemos que hacer ante ese desafío? Fortalecernos, definir y consolidar nuestro mercado, porque un día puede venir un gran grupo alemán, o francés, o italiano o lo que fuera y decir: «Tenemos entendido que hay un mercado fabuloso de millones de hispanohablantes en Latinoamérica que no está recibiendo, ni desde el punto de vista de la distribución, ni desde el punto de vista de los proyectos editoriales, libros interesantes y competitivos». Ya todo el mundo puede picotear en todo el mundo, nada nos pertenece por derecho divino y creo que es una falsa disyuntiva seguir pensando que la soledad es mejor que la compañía. Yo no soy capitalista, creo en el socialismo, creo en la atemperación de ciertas actitudes del capitalismo por otras vías. Pero lo que no podemos hacer es, en aras de la sacrosanta independencia, decir «aquí no entra nadie». No señor, aquí entra todo el mundo, dentro de nada entra todo el mundo. Eso es inexorable. Lo que tenemos que pensar es cuáles son las alianzas más convenientes que podemos establecer para que cuando eso suceda seamos lo más fuertes posible.

En cuanto a la independencia, habría que precisar un poco ese concepto. Muchas veces a los amigos editores que proclaman, con justicia, que ellos son independientes les digo que yo también lo soy: independiente para darme el tortazo, para publicar, para rectificar. En esta casa nunca he recibido presiones para publicar o no un libro, yo presiono más a mis jefes que mis jefes a mí. Jesús Polanco, el presidente de nuestro grupo,

jamás me llamó para decirme «oye, publica este libro». Tengo entendido que sólo una vez, me parece que en 1986, le pidió a uno de mis antecesores que por favor le echara un vistazo a un libro de José Luis Samperdro para ver si interesaba publicarlo. Lo publicaron, era *La sonrisa etrusca* y se convirtió en un formidable éxito de ventas. Ya quisiera yo que el presidente de mi grupo me sugiriera un *best seller* de esa naturaleza. Por otra parte, no tengo inconvenientes en hacer público mi elogio a Planeta por haber permitido que editoriales absorbidas total o parcialmente, como Seix Barral, Tusquets o Destino, mantuviesen la personalidad que las caracterizó durante su anterior trayectoria. En todo caso, lo que nunca se aclara muy bien es de quiénes somos independientes. Porque a veces somos tan independientes que no somos de nadie, y yo creo que en el mundo editorial hay que ser de un pensamiento, de una actitud.

Lo que no debemos perder de vista es que las editoriales consideradas grandes en España son tan pequeñas como las más pequeñas de Europa; nuestras dimensiones todavía son enanas. El cabreo que yo tengo es que aún no nos hemos dado cuenta de que Alfaguara, por ejemplo, tiene el tamaño de una filial de Gallimard. En España seguimos pensando que las cosas tienen que ser chiquitas, y a lo mejor está bien. Eso sí, tengo la convicción de que las editoriales llamadas aquí grandes tienen que crear pequeñas editoriales que funcionen como áreas de apuestas, como plataformas de búsqueda de nuevos escritores, para que podamos trabajar de una manera más abierta, más curiosa, más en contacto con el público y con lo que viene. Esa tarea la han cumplido hasta ahora editoriales como Anagrama o Tusquets, a las que yo rindo homenaje, pero la debemos asumir también nosotros. Los escritores no nacen ya crecidos. Los medios de comunicación tienen una gran responsabilidad en este tema, porque sólo se ocupan de los escritores cuando ya son sólidos. Antes de que Manuel Rivas fuera quien es hoy, nadie me hacía caso con él, y llamé a varias editoriales —entonces yo no era editor sino sólo periodista— y a ninguna le interesó, salvo a Ediciones B, que publicó su primer libro. Arturo Pérez Reverte mandó su primera novela a una editorial que se distingue por publicar a autores jóvenes y no le hicieron caso. No culpo a nadie en particular, pero todos tenemos culpa y los medios de comunicación hacen, y lo digo porque yo también lo he hecho, que el escritor sea conocido sólo cuando ya es conocido.

He dicho varias veces que el director de una editorial es en gran parte el resultado de la suma de los que le antecieron, de quienes hicieron el catálogo. Eso es una regla que me parece preciosa, porque te permite rechazar aquello que choca con el catálogo, porque el catálogo es el que te manda y te obliga a ser coherente con la línea de la editorial y, en ese sentido, con los lectores. Una editorial que cambia de línea cada vez que cambia de director es posible que acierte, pero con más frecuencia es