

La mala salud de la industria editorial española

En julio pasado, durante una especie de mesa redonda de uno de esos cursos de verano que se organizan en Santander a la que asistimos un grupo de editores, tuvimos la oportunidad de escuchar al secretario de Estado de Cultura, Miguel Ángel Cortés. Hizo un discurso que constituyó una apología de la excelente salud de que goza, según él, la industria editorial española y una pública manifestación de la suerte que tenía de hablar con algunos representantes de tan vigoroso sector.

Si la salud de un sector como el del libro se juzga solamente por los resultados económicos, es innegable que las cosas están florecientes en muchísimos aspectos, que se vende más que antes, que se exporta más. Sin embargo, considero que la edición en este país tiene una muy mala salud cultural y creativa. Cada vez más debe recurrir a la producción de libros-basura para sostenerse, cada vez resulta más difícil publicar cierto tipo de libros que son los que contribuyen de alguna manera a la literatura o, simplemente, a la buena lectura. No soy uno de los fanáticos que creen que un libro sólo es bueno si va más allá que el *Ulises* de Joyce; no es eso, hay libros que son muy buenos de lectura y también lo son de factura, que están muy bien hechos. Pues hasta éstos ofrecen crecientes dificultades para ser editados.

Estamos viviendo una época, no me canso de repetirlo, en la que se ha montado un sistema económico-político muy hermético, muy cerrado, y no es que esté cerrado porque hay unos señores que lo han acaparado, como se puede decir a veces que pasa en el ámbito bancario, sino porque se percibe una especie de acuerdo tácito entre los agentes del mundo cultural y político, del presidente del Gobierno para abajo, de todos los que actúan de algún modo en la política, para que ciertas cosas no existan. Hay ciertos libros que no vale la pena que existan, como hay ciertos ciudadanos que no vale la pena que existan, como hay ciertos paisajes que no vale la pena que existan, como hay un montón de cosas en el mundo que no vale la pena que existan, y sencillamente porque hay ciertos señores a los que se les mete en la cabeza que esas cosas no deben existir. En ese sistema que francamente es cada vez más espeso, más blindado, se producen fisuras, y es en las fisuras donde vive la cultura.

Antes de ser editor fui físico; trabajaba en Italia, y recuerdo que en una época nos maravillaba que en San Pablo, Brasil, hubiera una de las mejores escuelas de física teórica del mundo, que contaba con unos físicos extraordinarios. Todos decíamos: ¿cómo puede ser? Y un físico brasileño nos lo explicó: «Sucede que el sistema reinante en mi país lo destruye todo, se lo come todo, no deja títere con cabeza, pero ese sistema tiene fallos y la Escuela de Física Teórica de San Pablo es un fallo en el sistema».

Hoy día para editar la novela de un escritor novato, joven o viejo, de gran talento pero totalmente desconocido, hay más dificultades que en la época de James Joyce. ¿Por qué? Porque se edita de todo, es verdad, pero lo que hay que ver son las calidades y las proporciones. Por ejemplo: de todas las novelas históricas que se escriben seguramente se publica, digamos, un diez por ciento; pues bien, de todas las novelas de valor literario que se escriben se publicará un uno por mil. Éste es el asunto. Me consta que hay escritores que se empeñan en un trabajo duro y serio, que a lo mejor se prolonga diez años, para escribir una novela de ciento veinte páginas; a algunos de ellos incluso los he editado yo. Cuando se puede publicar un libro así, que puede ser extraordinario pero que va contra la corriente, es cuando uno logra meterle un gol al sistema, y el sistema empieza en casa. El sistema no es una cosa que está allá afuera, remota, empieza en el propio editor que se autocensura. Es el editor quien tiene que convencer a su gente de que tal libro tiene valor, tiene que convencer a los que ponen el dinero, a la distribuidora, a los librerías, tiene que convencer a la crítica para que convenza al público, y los críticos no se dejan convencer y el público no se deja convencer y entonces el editor se vuelve atrás y se dice: «¿Qué hago? ¿Doy vida o no a este libro? ¿Este libro merece existir o no?» El editor que trabaja en lo suyo como un artesano y sabe lo que está haciendo, ese editor, en todo caso a mí me pasa, siente un miedo terrible cuando se da cuenta de que tiene un poder de vida o muerte sobre un libro. Cuando me traen un libro, lo leo y me digo «esto hay que editarlo»; enseguida pienso «¿cómo hago yo para empezar siquiera a convencer a alguien de que este libro merece existir?» Un ejemplo: estoy leyendo una novela de una persona que procede del Cono Sur de América, no diré su nombre. Para mí, esta obra tiene la categoría del *Pedro Páramo* de Juan Rulfo. Mido muy bien mis palabras al pronunciar este juicio. Es un libro que está lleno de argentinismos y de «imperfecciones del lenguaje» que son deliberadas, necesarias. Si yo fuera editor en Buenos Aires ya lo tendría contratado. Pero en esta España que es cada vez más Europa, mal que le pese, cuando sale una novela de García Márquez, los periodistas no hacen el mínimo comentario sobre ciertos localismos de su lenguaje, y cuando sale una de un ilustre desconocido que escribe en el español del

Cono Sur, al margen de su posible calidad, que puede ser muy grande, ponen el grito en el cielo señalando esos «defectos» de escritura. Hace quince o veinte años España no era así. Cuando Mario Vargas Llosa, Gabriel García Márquez, José Donoso y Jorge Edwards vivían en Barcelona, no existía ese prejuicio. Sus libros salían, la gente se abalanzaba sobre ellos. Era la época del *boom*, de acuerdo, pero ¿qué fue el *boom*? En primer lugar, la falta de prejuicios en España para leer libros de latinoamericanos. Hoy el *boom* sería imposible, porque aunque surgiera un equivalente de García Márquez totalmente desconocido, para venderlo habría que vencer una montaña de prejuicios. A menudo he oído que se me reprocha que edito demasiados libros sobre el Holocausto. ¿Qué quiere decir demasiados? ¿Qué alcance tiene la designación «libros sobre el Holocausto»? ¿Cuánto es demasiado, más de diez, más de cien, más de dos? Otras veces me reprochan, con cierto eufemismo, que publico demasiados libros sobre Europa Central. Todo se mezcla, todo se confunde y es en vano que yo demuestre, con mi catálogo en mano, que no es así. Yo soy de origen judío, no soy judío en el sentido religioso de la palabra porque no creo en Dios, soy ateo; soy, sí, de cultura judía y provengo de una familia judía. Pues me tachan de editor judío, lo cual no es una ofensa, por supuesto (ofensa sería que me tachasen de editor nazi) pero sí una inexactitud. Repito: esto no era así hace algunos años, este país se ha vuelto más racista, más inculto —aunque se lea más—, mucho más intolerante, mucho más venal. Entonces viene el señor Cortés y nos dice que nuestro sector por suerte goza de buena salud. Claro, la derecha va a juzgar siempre por el balance y la rentabilidad, pero eso está reñido con lo que hacemos el señor Jorge Herralde, a quien considero el mejor editor de España, la señora Beatriz de Moura o yo, por ejemplo, que nos movemos en la edición cultural.

El proceso de concentración de la industria editorial en unos cuantos grandes grupos lo veo como prácticamente inexorable y creo que es extremadamente difícil resistirse a él. Habrá siempre editores pequeñitos, pero pueden durar un verano, o dos, no mucho más. Una vez dije en broma que lo ideal sería que Anagrama, la editorial de Herralde que hoy es una empresa entre mediana y grande, fuera comprada por Planeta con la condición de que Jorge continuara dirigiéndola con absoluta independencia y de que yo fuera su Pepito Grillo, o sea la voz de su conciencia crítica. Chistes aparte, puedo decir que conozco bastante bien, por experiencia propia o por informaciones más o menos directas, el funcionamiento de muchos grandes grupos europeos, norteamericanos y españoles. Hay grupos inteligentes y grupos tontos, para ponerlo en términos simplistas. El grupo Anaya, en el que yo estoy integrado, es un grupo inteligente, porque no intenta cambiar la idiosincrasia de los dieciocho o veinte editores que de él formamos parte sino que, por el contrario, res-

peta las líneas editoriales de cada uno de nosotros. Las editoriales nos diferenciamos por temperamentos y eso en ciertos grupos no se tolera; se trata de grupos a los que les puede ir muy bien, pero practican la concentración en el sentido de asimilar lo que van comprando para que entre a formar parte del tejido celular de la casa madre. Anaya no funciona así; este grupo es una especie de nación de naciones, un régimen en cierta medida federal. Compramos todos juntos el papel, estamos fabricando con un sistema centralizado, como es lógico, hay una cantidad de grandes ventajas. Y también algunas desventajas, porque somos grandes y esa dimensión implica una inercia normal: no se pueden hacer las cosas completamente descoordinadas y eso frena a veces nuestra maniobrabilidad. Somos como un Boeing 747, con toda su capacidad y potencia, mientras que el editor independiente es como un avión caza, pequeño y muy ágil, que puede entrar y salir de un proyecto con mayor facilidad que un editor integrado en un gran grupo.

Se habla mucho de los peligros que puede entrañar para el pluralismo estético e ideológico la concentración de la industria editorial y de la cultural en general. No niego la posibilidad de este peligro, pero hay cosas mucho peores que ésta. Yo nunca fui un revolucionario latinoamericano, pero había un concepto en los movimientos que lo eran que a mí me sedujo de entrada: «Hay que identificar al enemigo principal», decían. Vayamos por partes. El enemigo principal hoy no es la concentración de la industria editorial; eso es un efecto y no una causa. La causa es una sociedad basada en un único valor: la rentabilidad. Hay que presentar batalla a la idea de que todo pasa por la rentabilidad. Cuando la derecha de Giscard d'Estaing llegó al poder en Francia pretendió cerrar la Ópera porque decía que no era rentable. Ocurre que no se puede privatizar la ópera, es un servicio público y si se privatizara para hacerla rentable las entradas podrían costar ciento cincuenta mil pesetas. Hay ciertas cosas que no pueden pasar por el puro concepto de rentabilidad. Lo único que nos diferencia de los animales es el altruismo; una sociedad que desecha este elemento distintivo de la especie humana está condenada al suicidio. No se puede justificar una actividad sólo si el capital invertido en ella produce más beneficios que si se lo tuviera en un banco. Me parece una visión muy estrecha de la realidad, muy a corto plazo, que multiplica la miseria.

Veo bien todo lo que induzca a la gente a leer, y en ese sentido el libro de quiosco ha cumplido una función importante. En las colecciones de quiosco se pueden encontrar las obras maestras de la literatura y del pensamiento; yo he visto vender a Freud de una manera impresionante. ¿Que lo compren por coleccionismo? ¿Y qué importa? Lo bueno es que el libro está en el hogar, no en depósito, y a la larga alguien lo leerá. En su tiempo el libro de quiosco molestó a los librereros, que lucharon por

tenerlo en las librerías y cuando lo tuvieron no vendieron nada, porque la gente no iba a las librerías a comprarlo, sino al quiosco, y los clientes habituales de las librerías no gustaban de ese tipo de producto. Es decir que los mercados son relativamente paralelos. Yo soy bastante favorable a la edición de quiosco, a la edición en general.

En cuanto a la competencia del sector electrónico, creo que el libro no va a perder un solo lector por su causa. Es ya un lugar común decir que uno no puede acostarse con un ordenador y sí con un libro, o que uno no puede leer en el metro con un ordenador. Pues bien, puede llegarse a crear un aparato electrónico pequeñísimo que permita leer en la cama o en el metro, pero ¿para qué? Uno puede seguir sacando su librito tradicional, leerlo y después tirarlo incluso, porque le cuesta más barato. Es una tontería que el ordenador quiera imitar al libro. En Estados Unidos acaba de quebrar una cadena de setecientas tiendas de informática. Creo que es un grave error obnubilarse con el supuesto poder arrollador de la electrónica sobre el soporte papel. Hay que ir más allá del objeto y analizar el tipo de cultura que vehiculan uno y otro soporte. En la última Feria del Libro de Frankfurt se oyó clamar a algunos editores asustados por la competencia del CD ROM. Vamos a ver: ¿cuántos títulos de CD ROM hay disponibles en el mundo? Diez mil, solamente diez mil en todo el mundo, cuando sólo en España se editan cincuenta mil títulos de libros en soporte papel por año. ¿Cuál es el *best seller* mundial en CD ROM? *El Rey León*, de Walt Disney. No tengo nada contra Walt Disney, me encanta, pero convengamos en que la dimensión de la cultura vehiculada por CD ROM es modesta. Diez mil títulos y nada es lo mismo, porque en el mundo se editan cada año un millón de títulos de libros por lo menos. Y ahora circula un nuevo fantasma, el de Internet. Pues bienvenidos todos. Yo nunca he sentido temor por las innovaciones tecnológicas, al contrario, hay que utilizarlas pero sabiendo cuál es el lugar y el alcance de cada una.

Hay muchos recursos para estimular la lectura. En un *show* de enorme audiencia de la televisión norteamericana, de tipo popular, la conductora decidió hace poco introducir un pequeño espacio en el que habla de cuatro o cinco libros que le interesan. Ha producido un verdadero fenómeno social. Millones de personas que jamás habían entrado en una librería van a comprar esos libros y de paso toman contacto con otros, acceden a un mundo nuevo para ellas. ¿Qué pasaría en España si personajes populares como Isabel Gemio o Pepe Navarro, que cuentan con grandes audiencias en sus programas, siguieran el ejemplo? Quizás podrían hacer un trabajo por la difusión de la lectura, con apenas cinco minutos por programa, más efectivo que la propia Secretaría de Cultura.

Carlos Barral me dijo una vez, cuando yo estaba por meterme en la edición: «Tienes que editar sin preconcepción mercantil. No se puede considerar a priori si el libro puede o no tener éxito. Una vez editado,

entonces debes buscar los mejores métodos para venderlo.» Giulio Einaudi, a quien considero uno de los más grandes maestros de la edición europea, fundó en su editorial un comité de lectura del que expulsó a gente que osaba pronunciar la palabra mercado acerca de un libro. La función de ese comité es discutir si un libro es bueno o malo, si representa a la corriente literaria tal o cual, si significa un cambio radical o una continuidad, etc. Una vez que el libro ha sido aprobado por el comité de lectura y se decide publicarlo, pasa al comité editorial, donde se estudia el tratamiento más adecuado y se diseña una estrategia específica que será aplicada por las instancias comerciales. Se trata de una acción cultural-editorial-comercial conjunta y coordinada, pero no mezclada. Einaudi es un paradigma de lo que yo llamo un editor cultural. En cuanto a mi trabajo, yo armo mi catálogo sin preconceptos mercantiles, eso es lo primero. A partir de ahí, no puedo decirle a un autor que escriba de tal o cual manera; escojo lo que me llega y edito en definitiva lo que me gusta, por una razón de tipo literario en primer término, pero también por razones ideológicas, lúdicas, porque una novela me tiene que divertir, por muchas cosas, en fin. La lucha que estoy librando desde que soy editor en España y en particular desde que estoy en el Grupo Anaya es intentar el contacto más estrecho posible con el sector comercial, con la distribuidora, para que ellos se compenetren con lo que llevan al librero. Y no puedo negar que esta lucha actualmente comienza a dar buenos frutos.

Mario Muchnik

*Director General de la Editorial
Anaya & Mario Muchnik*