

Bajo la dirección de sus dos grandes editores, Ross y Shawn, era «no sólo la mejor revista de su tiempo sino probablemente la mejor revista en lengua inglesa de todos los tiempos». Entonces «estaba gobernada enteramente por la curiosidad y la energía de estos editores y de los artistas y escritores que ellos encontraron, sin preocuparse de lo que podía gustar a los lectores ni, mucho menos, de lo que podrían pensar los anunciantes». Con el tiempo, sin embargo, «lo que había sido un lugar de originalidad e integridad comenzó a publicar, y a defender, casos de reportajes falseados o plagiados. Lo que había sido un lugar de urbanidad, tacto y corrección, se convirtió en un lugar de vulgaridad, bajeza e invasión de la intimidad».

*Gone* es, no cabe duda, una diatriba. Pero es también una historia de amor por la revista, desbordante de nostalgia por una época perdida de Arcadia y de resentimiento por los que la dejaron perderse. Y es también un homenaje a William Shawn. El homenaje a alguien a quien se admira y se quiere pero con quien se tienen profundas cuentas que saldar; casi el homenaje a una figura paterna. Adler es tremendamente dura con Shawn, pero las repetidas manifestaciones de amor y devoción por él que, uno no puede dejar de pensar en cierto complejo de culpa, se encarga de distribuir por todo el texto, son sinceras. En realidad, más que un libro sobre el *New Yorker* es éste un libro sobre el *New Yorker* de William Shawn.

El Shawn que pinta Renata Adler es por encima de todo un personaje honorable, incorruptible y desinteresado («indiferente a la fama, a las modas, tendencias, premios e incluso a las preferencias de los lectores»), dedicado en cuerpo y alma a la revista, meticuloso y perfeccionista hasta la saciedad. Todo un caballero del mundo editorial.

Y sin embargo, como si se esforzara en no hacer una hagiografía pero tampoco quisiera dejar de transmitir esa imagen de hombre honesto y cabal, va dando una de cal y otra de arena. Por ejemplo, tras recalcar que «intentó, y casi lo consiguió, vivir de forma que nunca tuviera, o nunca pensara que tenía nada por lo que reprocharse», añade: «La única manera de que incumpliera su palabra, en su código de honor, era olvidarse de que la había dado».

Ella sí tiene en cambio mucho que reprocharle. Que si con él se impuso en la revista un tono enjuiciador y moralista (podía hablarse, dice, de «una iconografía o teología del *New Yorker*. Shawn era el padre; Lillian Ross, la madre. El hijo era Jonathan Schell; el espíritu era J. D. Salinger. [...] Sentía como si cada punto de vista que compartían ellos tres y el espíritu ausente fuera tratado como si se tratara de la única verdad moral»); que si creó una «ética del silencio» respecto a sus decisiones, que impedía saber o preguntar si se iba a publicar un artículo o cuándo o cuánto se iba a pagar por él o,

mucho menos, cuestionar las razones de un rechazo; que si a menudo prometía publicar una pieza, le hacía revisarla a su autor, él mismo la corregía y finalmente no la publicaba sin explicar nunca por qué; que si las conversaciones con él se convertían en acontecimientos imprevisibles en las que lo dicho parecía no haberse dicho y lo acordado nunca haberlo sido, pero por supuesto nadie podía referirse a esas discrepancias; que si tenía además la costumbre de atribuir sus decisiones o su falta de ellas a la voluntad de un supuesto «ellos» que nadie sabía quiénes eran y Adler sospecha nunca existían. Acusa a este ambiente opresivo de ser en definitiva el causante de que autores de la talla de Salinger o Joseph Mitchell dejaran de escribir.

Con Lillian Ross, que fuera redactora de la revista, además de amante de Shawn por muchos años, es demoledora, aunque afirma también considerarla su amiga (como ha escrito John Leonard en su reseña del libro, «Cuidado si Renata dice considerarte un amigo; huye a las montañas si dice que te quiere»). Se ensaña especialmente con sus *Memorias*, a las que tacha de estar demasiado centradas en ella misma y no alcanzar a reflejar la talla intelectual de Shawn, al que no sólo no entendía sino que inconscientemente rechazaba y despreciaba. Las descalfica como repletas de errores y de irrelevancias, como si ella misma no cometiera también errores (¿desde cuándo es Borges Premio Nobel?) o no fueran irrelevantes también muchas de las cosas que nos cuenta (¿qué nos importa que las dos primeras veces que leyó *Cien años de soledad* no consiguiera pasar de la página 150 y la tercera le pareciera una soberbia obra maestra?). A uno le queda la duda de si lo que le molesta a Adler no será la especial cercanía que Lillian Ross tenía con Shawn.

A Adam Gopnik, otro de los redactores, lo retrata como a un *trepa* intrigante y maniobrero, preocupado por medrar en la revista y obtener, uno tras otro, el favor de sus directores. Puestos a hablar de irrelevancia, ¿qué le importa al lector si Gopnik consiguió más o menos arteramente levantarle noventa mil dólares a una estación de esquí?

Los peor parados son Bob Gottlieb y Tina Brown. Aunque sitúa ya el comienzo del declive en época de Shawn, cuando a finales de los 60 la revista empezó a escorar políticamente hacia la izquierda y a producir «montones de propaganda políticamente correcta y de sermoneo», la caída en picado llegó tras la compra de la empresa por Condé Nast y su llegada a la dirección. A ellos, a ella aún más que a él, culpa de arramblar con el estilo que había definido al *New Yorker* y reconvertirla en una más de esas publicaciones del grupo con tanta publicidad que más que revistas son «voluminosos panfletos publicitarios o catálogos, con retazos escritos salpicados por sus páginas».

He aquí parte del memorial de agravios: se dio absoluta prioridad a la publicidad y a las relaciones públicas sobre el contenido editorial; el protagonista de la revista dejó de ser la prosa para serlo el «material gráfico»; la principal preocupación pasó a ser lo que pudiera querer un hipotético lector; se bajaron todos los listones referentes a estilo y buen gusto, conciencia, comprobación de datos... Y es verdad que si uno abre, por ejemplo, este número de aniversario, lo primero que ve son varias páginas de anuncios de zapatos, bolsos, ropa, coches y champán; todo, eso sí, de primeras marcas.

El libro termina casi como empezaba: «Lo que la revista fue es más evidente por lo que ya no es. Para bien o para mal solía significar mucho el conseguir que le publicaran a uno una pieza en el *New Yorker* o el leerla ahí. Una serie de decisiones editoriales se han encargado primero de reducir y luego de anular e incluso revertir el *cachet* que antes tenía escribir para ella o la identidad que daba el leerla».

Si lo que pretendía Renata Adler era llamar la atención, sin duda lo ha conseguido. En cualquier caso, no sorprende que *The New York Times Magazine* haya titulado un reciente artículo sobre ella, «Renata Adler is Making Enemies Again».