

Grandes y pequeños siempre coexistirán

El actual estado de salud de la industria editorial española me parece bueno, pero destacaría como más importantes las expectativas de futuro, que pueden calificarse de excelentes.

Hay una suma de factores que justifica mi optimismo. La industria editorial española, no sólo por las cifras de producción sino por la permanencia en el tiempo y por su riqueza idiomática, es una de las cinco grandes del mundo. El idioma español está en crecimiento, por el número de personas que lo compartimos y por la importancia de la cultura hispanoamericana. Estoy convencido de que en España se edita muy bien, existen grandes profesionales y espléndidos grupos apoyados en una larga tradición literaria y lingüística. Sin embargo, sufrimos una carencia: no exportamos proyectos editoriales, a diferencia de ingleses e italianos, que son grandes creadores de productos que se venden en el mercado internacional. Se nos ha dado la riqueza del fondo editorial pero, hasta ahora, no la de la comercialización. Siempre pensé que ésta es una contradicción de difícil explicación, porque existen grupos con brillantes ideas en nuestro mercado editorial. Debemos superar esta contradicción para completar la potencia de nuestra industria y competir también con las que están situadas fuera de nuestro espacio idiomático. El proceso de concentración editorial no es un fenómeno nuevo, lleva por lo menos una década fraguándose de manera progresiva y no creo que vaya a experimentar ningún retroceso, por la necesidad elemental de operar con solvencia en la Unión Europea y porque la creciente complejidad y envergadura de los procesos de producción obligan al editor a no permanecer aislado, a compartir con otras empresas proyectos de multiedición y multimedia. En ese sentido creo que es positivo. Sencillamente, se está dando en el mundo de la edición lo mismo que en otros ámbitos, como los de la comunicación, la prensa o la televisión, donde vemos que se suman esfuerzos económicos, financieros y caudales de bases de datos.

Pero de ninguna manera debe interpretarse que llegará un momento en que esta concentración borraré del mapa, al menos en el sector de la edición de libros en soporte papel, a las pequeñas editoriales creativas e innovadoras. Donde la creatividad es un factor clave, un valor añadido

esencial, como ocurre en nuestra actividad, las empresas de dimensiones reducidas pueden cumplir una función de rejuvenecimiento irremplazable si saben captar lo que determinadas franjas del mercado requieren. Estamos en el final de una época, no sólo por cronología. Hace un tiempo asistí en Valencia al Congreso del Tercer Milenio. Allí hablaron intelectuales muy destacados, como Umberto Eco, Gilles Lipovetsky y muchos otros. Fue muy interesante; desde diversos ángulos había una conciencia serena, no de catastrofismo, no de final de siglo, no de grandes jinetes del Apocalipsis sino de la necesidad de crear otra cultura más solidaria con las naciones pobres, con el entorno ecológico. Se percibe el nacimiento de nuevas líneas de pensamiento, aunque no sean filosofías globales, y creo que la cultura se va a configurar de otra manera. En ese sentido, es probable que las pequeñas editoriales sean más sensibles para percibir y comunicar a la sociedad las transformaciones que se están produciendo. Por lo tanto, creo en el paralelismo entre un proceso de concentración y otro de diversificación.

Por otra parte, el pluralismo de las ideas no corre ningún peligro con la concentración, porque la cultura no puede ser dirigida desde los Estados ni desde los grandes grupos empresariales. Un grupo poderoso puede asumir ciertos proyectos que una pequeña editorial no es capaz de llevar a cabo, por ejemplo, una gran obra de referencia. Pero el mundo de la cultura no sólo son las bases de datos, sino que nace de un modo más primigenio e individualizado. Un gran grupo acoge muchas veces iniciativas individualizadas de notable riqueza, porque sabe que su labor no puede limitarse a editar *best sellers* sino que le compete descubrir nuevos valores en los ámbitos del pensamiento o de la narrativa.

Muchas veces se han visto como amenazas unos fenómenos que luego resultaron ser positivos. El libro de quiosco fue uno de ellos. Al principio se lo vio como un enemigo de las formas tradicionales de producción y venta de libros. Digamos como un rival peligroso, porque no me gusta la palabra enemigo, ya que creo que en la industria cultural las distintas expresiones se complementan hasta cierto punto. Luego se comprobó que ese sentimiento de amenaza era infundado, porque todo lo que acerque y cree nuevos lectores, ya sean libros de bolsillo, de quiosco, colecciones como Alianza Cien, libros oficiales o patrocinados por una gran entidad, la revista de historietas, etc., es bueno. A lo mejor yo descubrí el placer de la narrativa a través de Salgari, que evidentemente es un gran autor, pero no me importa decir que en la etapa anterior fueron los comics de *El Capitán Trueno* o de *Roberto Alcázar y Pedrín* los que me iniciaron en la lectura.

El fantasma amenazador es hoy el soporte electrónico. El libro de soporte papel nunca desaparecerá en el ámbito de la creación, de la novela, por ese contacto tan personalizado lector-autor-editor, pero se

abren interrogantes en otro tipo de obras donde la imagen, la animación, la consulta del hipertexto entran en juego. ¿Por qué cerrarse ante el soporte informático si puede ser tan enriquecedor como lo fue, por ejemplo, la edición en color? El editor siempre será una figura indiscutible, necesaria, cualquiera sea el soporte, para transformar una idea en algo que la sociedad luego vaya a leer, a disfrutar, a compartir. Dicho esto, creo necesario agregar que no hay que mitificar ni agigantar la influencia real que tiene en la actualidad el soporte electrónico. Daré un ejemplo que conozco muy bien porque se trata de un notorio éxito editorial de Espasa Calpe: el *Diccionario de la Real Academia*. Es sabido que lo editamos como libro de bolsillo y también en CD ROM. En tres años y medio hemos vendido 400.000 ejemplares de la edición de bolsillo y 15.000 en CD ROM, aproximadamente (no tengo ahora los datos exactos). Bien, la venta en CD ROM me parece espléndida, porque constituye todavía una novedad, pero la proporción con respecto al soporte papel es una evidencia que no puede dejarse de lado. Recuerdo, a propósito, una anécdota de uno de los congresos de Cannes de edición electrónica. Asistí a una conferencia que daba un joven editor japonés. Comenzó diciendo que iba a enseñar un soporte absolutamente novedoso que había conseguido la tecnología nipona: ágil, práctico, capaz de ser llevado en un bolsillo, barato, con capacidad de avance y retroceso y mil virtudes más. Todos nos preguntábamos con qué artilugio electrónico nos deslumbraría el representante de la industria japonesa; entonces el conferenciante sacó de su bolsillo un libro, un tradicional libro de papel. «Esto lo puedo llevar a cualquier lugar del mundo –dijo– porque viaja conmigo y con mi imaginación. Es la magia del libro».

Los escritores hispanoamericanos, es un hecho, venden hoy en España mucho menos que antes, en tanto los Javier Marías, los Fernando Savater, por poner dos ejemplos entre otros, son auténticos *best sellers*. Pero éste no es un fenómeno propio de España, ni siquiera de Europa; en Argentina, en Chile, hasta cierto punto ocurre lo mismo: los autores más vendidos son los del país. Creo que es una muestra de afirmación de la diferenciación frente a la globalización. No obstante, estoy convencido de que la riqueza cultural y específicamente literaria de la mayoría de los países de lengua española hará que se reanude el intercambio de las obras de los grandes creadores.

Gracias a Dios, no existe un perfil definido, una fórmula exacta que asegure el éxito comercial de un libro. Cuando se da un *best seller*, en el campo de la ficción o en el de la no ficción, es muy difícil encontrar las diez razones que lo han convertido en tal. Yo desafío a cualquier analista del mercado editor a que me diga las claves de por qué *El mundo de Sofía* se convirtió en un resonante *best seller*. ¿Quién es capaz de afirmar que determinada obra va a ser un éxito, aunque ya lo haya sido en otros

países? Yo digo: «Bien, *El mundo de Sofía* ya ha sido un éxito en España, explíqueme usted las diez, las cinco razones que desvelen este fenómeno». No se descubren. Siempre hay una o dos que permanecen en el secreto más insondable del mercado. Ése es el misterio apasionante de la edición.

Javier de Juan
Consejero Editorial de
Espasa Calpe