

## El futuro de las editoriales

Jesús ARANA PALACIOS\*

**E**n los últimos meses varios artículos y ensayos advierten sobre la crisis de identidad que atraviesan los medios de comunicación. Los ciudadanos, gracias a los teléfonos móviles y a los dispositivos MP3 provistos de cámara fotográfica, vídeo y grabadora se han convertido en periodistas improvisados (*citizen reporters*) contra los que no pueden competir los reporteros clásicos. Recientemente refería Jordi Soler en un artículo titulado “*La información instantánea*” que el día de los atentados en Londres, uno de estos “reporteros ciudadanos” envió a la redacción de Skynews un vídeo de la explosión que él mismo había sufrido dentro de su vagón. Estas imágenes llegaron a las 12:40 a la oficina del productor y veinte minutos después, a la una en punto de la tarde, ya estaban en el aire en el noticiario de televisión. Esta es una situación todavía excepcional que se va a convertir en habitual, una vez se establezcan protocolos para contrastar la veracidad de estos informadores espontáneos. Porque lo cierto es que, de momento, no siempre son fiables y más de una vez han dado gato por liebre. Las fotos que muchos diarios de todo el mundo publicaron en portada el 31 de diciembre de 2004 para informar sobre los efectos del *tsunami* en el Índico y supuestamente enviadas por turistas que habían asistido a la catástrofe resultaron ser fraudulentas.

# 39

Si el concepto de fuente de información y el papel del informador está cambiando rápidamente, otro tanto podemos decir de la otra cara de la moneda: la opinión. El periodista Xavier Más de Xaxàs en su libro “*Mentiras, viaje de un periodista a la desinformación*” advierte de la importancia creciente de los blogs, que “*se han convertido en el quinto poder, en el radar de la prensa de referencia, en el banco de pruebas donde los hechos se someten a todo tipo de escrutinios*”. El fenómeno coincide con el intento de algunos gobiernos de censurar y manipular la información bajo el pretexto de velar por la seguridad nacional. Ante la sospecha de que se les oculta la verdad en asuntos tan graves como las armas de destrucción masiva en Irak o la autoría de los atentados en Madrid, por poner sólo dos ejemplos, los ciudadanos recurren a todos los medios a su alcance para estar informados y, para responder a esa demanda, surgen en Internet personas u organizaciones que asumen el papel del que están abdicando los medios tradicionales, el papel de informar con veracidad y sin partidismos. Los grandes medios de comunicación están pues en una encrucijada: es posible que les resulte difícil sobrevivir sin someterse a las presiones de los gobiernos y las grandes empresas, pero lo que es seguro es que no sobrevivirán si pierden la confianza de los ciudadanos.

---

\* Biblioteca Pública de Barañáin

1. *El País*, 24 de agosto de 2005.

Pero no son sólo los medios de comunicación quienes están atravesando una seria crisis de identidad. Miremos hacia donde miremos es inevitable tener la sensación de que la realidad está cambiando constantemente; la sensación de que, de hecho, lo único permanente es el cambio. La sociedad, las ciudades, la tecnología, la medicina, el comercio, la banca... en todos los ámbitos hay un intento visible de adaptación a un entorno que viene definido por la complejidad, la indeterminación y la incertidumbre. Cada vez hay una mayor interacción, una mayor multidisciplinariedad, una mayor polivalencia y en consecuencia cada vez es más difícil definir roles y funciones. Y, por supuesto, el mundo del libro en general y de las editoriales en particular no es una excepción.

No está claro en absoluto que las editoriales vayan a seguir siendo imprescindibles en el futuro. Es evidente que todos los cantos de sirena que desde hace décadas venían anunciando el fin del libro y su sustitución por soportes electrónicos se han equivocado. El libro tal vez sea un artilugio demasiado perfecto o quizá es su enorme carga simbólica la que lo hace insustituible. La amenaza para los editores puede terminar llegando por otra parte: por las mini-imprentas caseras y por los *blogs*. Lo decía Jacques Attali en su arriesgado y sugerente *"Diccionario del siglo XXI"*: *"De aquí a una o dos décadas habrá mini imprentas para lectores sedentarios que permitirán imprimir a domicilio y a bajo precio un libro elegido en Internet"*. Cuando dice imprimir no tenemos que imaginar un montón de folios grapados sino un producto muy similar y a veces incluso superior al que ahora podemos comprar en una librería.

40

Lo afirmaba también Jason Epstein cuando en *"La industria del libro"* se refería a *"la maquinaria que puede escanear, digitalizar y almacenar de forma permanente prácticamente cualquier texto creado para que otras máquinas recuperen su contenido y reproduzcan a voluntad ejemplares instantáneos en cualquier parte del mundo, ya sea en forma electrónica, descargados previo pago de una tarifa, a un libro electrónico, o impresos y encuadernados por una módica cantidad el ejemplar, idéntico en apariencia a las ediciones en rústica manufacturadas de modo convencional..."*. Y poco más adelante añade: *"Las máquinas capaces de imprimir y encuadernar textos bajo pedido llegarán a ser artículos domésticos ordinarios, como los aparatos de fax actuales"*.

El día que tengamos mini imprentas caseras y estén definitivamente resueltos todos los problemas que plantea la piratería, que los derechos de autor estén realmente preservados y que haya garantías de que el autor percibe unos beneficios por cada copia descargada, los editores aún verán más amenazada su supervivencia; y sin embargo, incluso ahora mismo, esta es sólo una parte y no la más importante de sus funciones. La mayor dificultad para una editorial no está en manejar una maquinaria más o menos compleja que tiene por objeto convertir el manuscrito de un autor en libro y ponerlo a disposición de los lectores. Eso es relativamente sencillo, como lo saben bien los miles de autores que cada año editan sus propias obras, de hecho ni siquiera hace falta una editorial para conseguirlo. Lo realmente difícil es hacerse un hueco en el mercado, porque una editorial, más allá de cualquier otra consideración, es una marca, pero una marca atípica. A diferencia de lo que ocurre con otras marcas, el producto que nos ofrece una editorial es distinto cada vez y en esas condiciones es casi imposible conservar la fidelidad de los clientes. Sabemos lo que nos vamos a encontrar cuando abrimos una lata de Coca-Cola o un tarro de Nescafé, pero cada vez que abrimos un pro-

ducto de la marca Anagrama o de la marca Seix Barral nos encontramos una cosa distinta. De ahí que cuando los editores insisten tanto en la coherencia del catálogo están hablando, por supuesto, de un proyecto cultural pero al mismo tiempo, por debajo, subyace también una estrategia comercial. El sueño de cualquier editor es que un cliente compre a ojos ciegos todo lo que publica y eso sólo se consigue si el cliente advierte cierto parentesco entre las obras que propone la editorial. Si cada vez que abre un libro se encuentra cosas completamente distintas, lo normal es que el lector se sienta de algún modo defraudado.

En esta doble naturaleza —cultural, comercial— presente en mayor o menor medida en el seno de todas las editoriales está también su mayor debilidad; los lectores hace tiempo que sospechan que se mueven mucho más por intereses comerciales que por una genuina vocación cultural. Las grandes editoriales, desde hace dos décadas, forman parte de complejos entramados empresariales y muchas veces los propietarios de los suplementos literarios, las revistas o las cadenas de radio o televisión que nos recomiendan una novela y los sellos que la editan son los mismos, y en estas condiciones se hace difícil confiar en la buena fe de estas recomendaciones. Polémicas como las protagonizadas por el crítico Ignacio Echeverría en su comentario de la última novela de Bernardo Atxaga o por algunos miembros de jurados de premios importantes que se niegan a hacer de comparsa, como el reciente plante de Juan Marsé al premio Planeta, ponen de manifiesto la falsedad que hay detrás de todo esto.

La tarea más importante de un editor ha sido tradicionalmente y sigue siendo la de seleccionar manuscritos y apoyar a los autores, pero esta función bien podría ser suplida en el futuro por críticos e intelectuales de prestigio que, sin intereses económicos ocultos, puedan orientar a través de sus *blogs* personales a los lectores. Cuando Harold Bloom establece lo que él considera “el canon occidental” o cuando Borges o Vargas Llosa proponen sus “bibliotecas” están ya cumpliendo esa función. Lo de menos es que esos libros que nos recomiendan los termine editando Siruela, Círculo de Lectores o estén colgados en Internet por los propios autores o sus descendientes sin marcas de ningún tipo. En el futuro si un George Steiner, un Claudio Magris, un Enzensberger o un John Berger nos dicen que han leído un libro que les ha entusiasmado correremos a buscarlo en Internet y a imprimirlo en nuestra casa. Lógicamente también habrá críticos con autoridad en literatura de ciencia ficción, de novela negra, o de lo que ahora llamamos “best-sellers”.

Como vemos, los editores pueden terminar por no ser necesarios ni para seleccionar las obras, ni para hacerlas llegar a los lectores ¿Quiere esto decir que desaparecerán en el futuro? Mi impresión es que no. Nuestra idea de la cultura depende de ellos. Los editores son una pieza clave para mantener el equilibrio de un “ecosistema” que tiene unas leyes implacables y a menudo mal conocidas. Ellos son los principales responsables de dar forma a esa especie de pirámide en la que se resume nuestra idea de cultura. Aunque la pirámide da idea de estabilidad y la cultura se caracteriza sobre todo por la fluidez. Yo suelo imaginarlo más bien como un complicado sistema hidráulico lleno de presas, compuertas y esclusas en el que cuando un nivel se llena, lo que está en la superficie pasa al siguiente nivel. Así, los autores locales aspiran a tener una resonancia autonómica; los escritores con prestigio en sus autonomías sueñan (y a veces lo consiguen) con ser conocidos en todo el Estado y aquellos de los que se ocupan los grandes diarios nacionales quieren ser traducidos, conocidos en el extranjero y convertirse en autores de referencia, algo que sólo consiguen media docena de autores en cada país

(Juan Goytisolo, Susan Sontag, Carlos Fuentes, José Saramago, J. M. Coetzee...). *“Ser un escritor de referencia —dice Dubravka Ugresic— significa gozar de inmunidad diplomática en el mundo literario, poseer una autoridad literaria indiscutible e incuestionada. Y significa también convertirse en la persona indicada para redactar notas de prensa sobre otros escritores (sin haber leído sus libros), con lo que de paso aumenta su consideración. Al escritor de referencia jamás le olvidan las antologías, tanto nacionales como internacionales (cuando los editores necesitan un par de nombres para determinada literatura nacional), y su nombre aparece sistemáticamente en cursos y planes de estudios. Ser un escritor de referencia es un pasaje para la eternidad”*. Este es el sueño de todo escritor.

Una persona culta sólo conoce una mínima porción de las obras literarias que se escriben en todo el mundo. Todos conocemos los nombres de los dos o tres escritores de referencia de cada país, lo demás, estoy hablando de lectores medianamente cultos, nos es completamente desconocido. Tomemos un simple ejemplo. En el suplemento *Babelia* del 8 de octubre de 2005, de la docena de libros que se reseñan hay tres que nos hacen comprender lo enorme que es nuestra ignorancia. Un artículo que informa sobre Grecia como país invitado a Liber 2005 dice en el segundo párrafo: *“Hasta el momento, y a excepción de los grandes poetas griegos, sólo algunas obras afortunadas han tenido ocasión de ser publicadas en España”*. O sea, que apenas sabemos nada de la literatura de un país de nuestro entorno, europeo y mediterráneo. Dos páginas después J. Ernesto Ayala-Dip en un artículo titulado *“Colombia en corto”*, comenta dos antologías de narraciones colombianas. Desde el primer párrafo nos advierte: *“Es muy probable que los autores que nos presenta Jaime Alejandro de Rodríguez no sean del conocimiento de los lectores españoles...”*. Es decir, que no sabemos prácticamente nada de los autores jóvenes que están escribiendo en un país de nuestra área lingüística. Y por último, Rafael Conte en una reseña sobre *Los caballos azules* de Ricardo Menéndez Salmón dice que el autor surge de un caldo de cul-

42

tivo asturiano muy rico que está permitiendo un florecimiento que ya desborda cualquier apelativo regional... y del que tampoco sabemos gran cosa, pese a estar aquí mismo. De que las cosas sean de este modo, y es muy probable que sean de este modo porque no pueden ser de ningún otro, los responsables en primera instancia son los editores, acompañados por organizadores de las grandes ferias, los grandes premios, los críticos... pero es que las cosas aún son más complejas porque este sistema hidráulico no regula solo estos aspectos geográficos de la literatura, sino otros más sutiles como son los del éxito y el prestigio. Los escritores están aquejados de una *“voracidad casi irreconciliable que lleva a ambicionar el prestigio cuando se tiene el éxito y el éxito cuando se goza de prestigio”*, para decirlo con un aforismo certero de Carlos Marzal, poeta de prestigio reconvertido recientemente en novelista de éxito. Porque esa es otra de las contradicciones de los escritores: los novelistas envidian el fuego sagrado de los poetas; los poetas, el seguimiento popular de los novelistas; a unos y otros les encanta hacer oír sus opiniones como si fueran sesudos ensayistas... Nos guste o no, en este equilibrio que sólo hemos esbozado, en este juego de ambiciones y espejos se resume lo que consideramos *“cultura”* y los editores son una pieza fundamental, en realidad ellos son quienes abren las compuertas, las esclusas y los sumideros.