

## Relojes transatlánticos: un ideal editorial

Pilar Reyes (Editorial Alfaguara)

### RESUMEN

Este ensayo plantea el problema de la circulación del libro en España y América Latina: en los años cincuenta y sesenta se publicaba en español con la idea de llegar a la totalidad de los lectores del idioma, pero a partir de los años ochenta cada país, por razones económicas diversas, se encierra culturalmente en sus propias fronteras. Desde entonces, los relojes de las dos orillas del Atlántico marcan horas distintas por diversos motivos, y el más claro apunta a las limitaciones físicas de mercado y de atención de los lectores que hacen que el sueño de que todos los libros crucen el océano sea irrealizable.

**Palabras clave:** mercado, editores, "Boom", nuevas tecnologías, revistas

### ABSTRACT

This paper presents the problem of circulation of books in Spain and Latin America: in the fifties and sixties many editorials published in Spanish with the idea of getting to all the readers of the language, but from the eighties each country, because of various economics reasons, is enclosed within its own cultural borders. Since then, the clocks of the two sides of the Atlantic do not keep time for different reasons, and the clearest one is that there are physical limitations of the market that makes impossible the dream of crossing the ocean.

**Keywords:** market, editors, "Boom", new technologies, reviews

## Relojes transatlánticos: un ideal editorial.

**Pilar Reyes (Editorial Alfaguara)**

Voy a plantear la pregunta sin introducción ni adornos: ¿por qué el mercado para los libros en lengua española no es el de todos los países que hablan español? Dicho de otro modo, ¿por qué no existe más un público con intereses comunes?

Porque hubo un tiempo en que el sueño de una patria común formada por la lengua existió. El *Boom*, claro, pero antes de él, un puñado de editores en los cincuenta y sesenta que crearon colecciones que se vendían a ambos lados del Atlántico. Las traducciones argentinas de Camus, Sartre, Mann, Faulkner o Joyce (Compañía Fabril Editores, Editorial Sudamericana, Emecé, Eudeba); los libros de ensayo publicados en México (en el FCE y luego en Siglo XXI y Era); los libros de texto españoles con los que creció toda una generación. La premisa era sencilla: como los mercados locales eran pequeños, había que sumarlos a todos. Se publicaba en español con la idea explícita de llegar a la totalidad de los lectores del idioma.

En los ochenta las economías latinoamericanas se vinieron al piso, y cada país empezó a encerrarse culturalmente en sus propias fronteras. El mercado español fue creciendo y, por tanto, autoabasteciéndose hasta desarrollar una poderosa industria del libro que terminó comprando la mayor parte de las editoriales de ultramar. Paradójicamente, esta concentración no produjo mercados comunes sino pequeñas islas. En lo que a la edición literaria refiere, cada país se convirtió en una provincia del idioma. A veces tengo la impresión de que en los ochenta los relojes de España y América volvieron a marcar horas distintas: si en la época del *boom* —e incluso antes— hubo una especie de concertación horaria trasatlántica, a partir de 1980 no sólo volvió a imponerse metafóricamente la vieja prohibición colonial que impedía a las colonias americanas comerciar entre sí, sino que encima se añadió el tabú de que tampoco se podía comerciar con España. Y así estamos hoy, soñando de nuevo con tender puentes, pero dinamitando constantemente cualquier posibilidad de levantarlos.

Trabajé por dieciséis años en la sede colombiana del Grupo Santillana y hace ocho meses que soy la directora editorial de Alfaguara en España, es decir, he tenido que vivir en carne propia el problema de la circulación del libro en el idioma desde las dos orillas. La pregunta sobre por qué cada vez son más escasos los viajes de ida y vuelta me obsesiona. No tengo respuestas, pero sí un catálogo razonado de síntomas que pueden explicar esta sordera cada vez más degenerativa que padecemos y acaso insinuar

tímidos correctivos.

- *El síndrome del boom*. Para los latinoamericanos, España es el centro, la consagración.

Nunca he logrado entender del todo este imaginario y, lo que es peor, creo que los editores somos en parte sus alentadores. Me explico: el *boom* marcó un hito, que aún permanece en nuestra memoria cultural como un paradigma. Sin embargo, los tiempos son otros y hay que saber leerlos. En los grandes grupos editoriales, que concentran (hecho nada feliz) la mayor parte del mercado del libro en América Latina, los editores literarios sufrimos una especie de esnobismo. Si, pongamos por caso, la editora argentina de Alfaguara nos dice que Pablo Ramos es un gran escritor y que vale la pena difundir sus libros más allá del Río de la Plata, los editores de las demás casas reaccionamos con un gesto de escepticismo. Dicho con toda claridad, en América Latina un autor es reconocido por el editor de un país vecino si España antes ha reparado en él. Me pregunto yo si la historia no cambiaría en el momento en que nuestros países se miran a sí mismos como un mercado comunicado entre sí, sin necesidad de verse reflejados en el espejo de España.

España, en cambio, presta atención a los autores latinoamericanos que han conseguido figuración en otros idiomas: Bolaño en inglés, Fernando Vallejo en francés, por citar un par de ejemplos. No nos engañemos: eso también es una variedad de esnobismo.

- *El efecto teflón*. Los autores latinoamericanos se quejan de lo refractario que es el mercado español para ellos. Los autores españoles piensan lo mismo sobre la esquivia geografía americana.

El reclamo es fundado: hoy por hoy son contados los autores que circulan por todo el territorio. En la lista figuran los autores del *boom*, los galardonados con ciertos premios, los ampliamente leídos en sus mercados locales y, caso verdaderamente excepcional, Roberto Bolaño.

Me temo que en este punto los editores estamos metidos en un feroz círculo vicioso: como no vemos mercado los libros no circulan, pero como no circulan no habrá mercado posible. Lanzar a un autor nuevo requiere de tiempo y de recursos, de paciencia y constancia, todo lo que no tiene el mercado del libro de hoy. La impaciencia por el resultado rápido no es sólo una señal de identidad de los editores; también la padecen los autores, los librerías, los medios.

- *El síndrome de Ulises*. Para los españoles América Latina es una casa a la que deben retornar y por ello se esfuerzan, de muchos modos, en conquistar ese mercado. En este campo, el público americano también nos da

señales sobre sus parámetros de comportamiento: los autores españoles que despiertan su interés son aquellos que se han colado en sus fronteras por haber vendido mucho o, esporádicamente, por haber gozado de una buena repercusión crítica. No olvidemos que la necesidad de vernos reflejados en otra lengua también opera en esta vía: Javier Marías entró a América Latina tras el rutilante éxito de la traducción al alemán de *Corazón tan blanco*. En ese sentido, más que como español, llegó por ser un escritor europeo.

Sin embargo, España tiene a su favor la enorme ventaja de contar con recursos gubernamentales para fomentar la circulación de sus libros y autores. Pero ese es un proyecto que necesita estructura y una buena articulación entre los editores locales y los programas de fomento. Sé de manera vaga y fragmentaria cómo funciona el asunto en otros países, por eso me limitaré a contarles mi experiencia. Lo que pudimos hacer en el caso colombiano fue aprovechar eventos clave de la agenda cultural del país para lanzar a través de esta plataforma autores no muy conocidos en nuestra región: la presentación de autores españoles en la feria del libro de Bogotá, el *Hay Festival*, el *Festival Malpensante*, el *Congreso de la Lengua*, que viajaron a Colombia con ayudas del Gremio de Editores, nos permitió tener una visibilidad mucho mayor a si hubiera sido un esfuerzo de la editorial en solitario y unos recursos adicionales para invertir en su promoción.

- *El mal de letras*. Al comparar la edición literaria con otras industrias culturales uno no deja de preguntarse qué es lo que no termina de funcionar. El cine ha logrado romper las aparentes barreras que impone el océano: *Nueve reinas*, la película argentina, inauguró una renovada etapa para los diálogos trasatlánticos, consiguiendo el favor de la crítica y el éxito de taquilla. Más aún, rompió también la muralla cultural que la cordillera de los Andes falsamente impone en la geografía americana. Para no hablar de la música popular, cuyos cantantes son hoy parte constitutiva de un imaginario compartido. ¿Por qué toda España siente como suyos los boleros de María Grever o las rancheras de José Alfredo y en cambio no acepta con la misma pasión el extraordinario periodismo literario de Leila Guerriero o Martín Caparrós?

El *Boom* fue eso, pero a la literatura de hoy le hace falta un *Nueve reinas*; es decir, un libro que logre interesar a lectores de aquí y allá. En lo que al trabajo editorial concierne, y con la absoluta convicción de que la edición literaria consiste en publicar libros buenos que el lector no sabe que quiere hasta que un editor se los descubre, hay que seguir apostando. Me resisto a pensar que la respuesta sea tan fácil como que la España europeísta no está interesada en la América Latina populista. Me niego a reducir la discusión a esos términos, sencillamente por que sigo creyendo

que la curiosidad mutua existe. El hecho de que estemos aquí esta tarde así lo demuestra.

Pero no podemos ser retóricos en este tema: la idea de que todos los títulos que se publican en América circulen en España y viceversa es una utopía. Es verdad que la situación de hoy es precaria, pero el intercambio tiene unos límites, incluso en las condiciones más óptimas. No hay lectores para tantos libros, no hay librerías para tantos títulos. Hay limitaciones físicas de mercado y de atención de los lectores que hacen que el sueño de que todos los libros crucen el océano sea irrealizable. Hay que elegir, y escoger implica renunciar a algo. Como editor, como editora de un grupo editorial grande y que publica en diversos sitios, tener claro este punto es decisivo para saber qué compromisos puedes asumir y cuáles no.

- *Internet y las nuevas tecnologías.* Sólo de manera fugaz (porque es un tema complejo y lleno de sutilezas) me gustaría decir que las nuevas tecnologías digitales posiblemente ayuden a mejorar el conocimiento de la literatura en las dos orillas del Atlántico. La impresión bajo demanda, o el Expresso Book Machine de Jason Epstein (que es capaz de imprimir directamente el libro elegido, como si fuera un cajero automático) son oportunidades que la tecnología de hoy abre, aunque todavía no pertenecen al presente sino más bien hacen parte de un futuro nebuloso que promete. Vivir para ver: tal vez llegue un día en que un joven aquí en Granada lea en el suplemento *Ñ* del diario *Clarín* de Buenos Aires que la última novela de Elvio Gandolfo es maravillosa y salga corriendo para que se la impriman en el Expresso Book Machine de la esquina o —si es un forofó de la tecnología— para que se la bajen a la memoria de su Sony Reader.

- *Los aranceles.* Un viejo sueño de los editores de aquí y de allá ha sido que todos los productos culturales —los libros, los discos, las películas— circulen libremente en el ámbito de la lengua y que no se les aplique ningún tipo de gravamen. Cabe decir, una vez más, que el tema es extraordinariamente complejo y que ofrece notorias diferencias de un país a otro. El caso de Colombia, donde a los libros importados no se les cobra arancel es distinto al de Venezuela, cuyas últimas regulaciones han convertido la lectura de textos impresos en España en artículos de lujo. Y también es distinto al de Cuba, donde casi no hay libros importados, o al de Chile, cuya compleja regulación me abstengo de exponerles aquí. Lo que me interesa subrayar es que el tema de los aranceles a veces favorece la circulación de libros y a veces conspira en contra.

- *El efecto Godzilla.* Hoy, en la era del *mega-best seller*, es decir de la concentración de la venta en muy pocos títulos, es importante, incluso

imperioso, unir esfuerzos para que obras más minoritarias (como lo son en realidad la mayoría de los títulos literarios de calidad) puedan sobrevivir. Los pequeños mercados que sumados hacen uno grande de los que hablaba al principio. Un *best seller* tiene casi garantizada la distribución global no solo en nuestro idioma, sino en el mundo. Insisto en que es imperioso corregir esta idea de que el más grande arrasa con todo. Un amigo editor, con mucho mucho humor, me decía que después de Stieg Larsson y Stephanie Meyer las editoriales que no tuvieron la fortuna de publicarlos habían quedado como Tokio después del paso de Godzilla.

• *Las revistas y suplementos literarios.* Ambos cumplen un papel fundamental en la construcción de públicos lectores y, por tanto, en propiciar este diálogo común. Tengo para mí que cabeceras como *Letras Libres*, *El Malpensante*, *Nexos* o, para mencionar una publicación madrileña, la *Revista de Libros*, han tenido un papel protagónico a la hora de difundir autores y examinar con juicio y pasión lo que ellos hacen. Otro tanto podría afirmar de suplementos como *Babelia*, *el ABC de las Letras* o *El Cultural*. Sin embargo, no deberíamos olvidar que los suplementos literarios, a diferencia de las revistas literarias, están en crisis y que deben reinventarse. Sólo así volverán a conectar con un público más amplio del que tienen hoy en día, sólo así la reseña de libros —ese género tan vilipendiado y sin embargo tan crucial— volverá a estar en la conversación de la gente y sólo así volveremos a prestar atención a lo que se escribe en las dos orillas del Atlántico.

Para finalizar, me gustaría recalcar que nada es más viejo que la noción de literaturas nacionales y nada más peligroso que las reivindicaciones que pueden llegar a hacerse en su nombre: una idea, una lengua o una identidad. No hay que defender las literaturas que se escriben en español como una manera de proteger nuestra lengua común. Hay que aprender para conocernos. Amos Oz lo dijo maravillosamente:

“Si adquieres un billete y viajas a otro país, es posible que veas las montañas, los palacios y las plazas, los museos, los paisajes y los enclaves históricos. Si te sonrío la fortuna, quizá tengas la oportunidad de conversar con algunos habitantes del lugar. Luego volverás a casa cargado con un montón de fotografías y de postales. Pero, si lees una novela, adquieres una entrada a los pasadizos más secretos de otro país y de otro pueblo. La lectura de una novela es una invitación a visitar las casas de otras personas y a conocer sus estancias más íntimas”.

\*\*\*

Son las cuatro y media de la tarde en Granada, la hora maldita después de comer. En Buenos Aires, las 12:30 del medio día. En Bogotá, las 10:30 de la mañana. Incluso si lo quisiéramos, sería imposible anular esta diferencia. Existe y está bien que así sea. Pero sí podemos intentar que lo que se está publicando en España y en América Latina comparta un mismo presente. La idea de *la concertación de los relojes atlánticos* que soñó Ángel Rama en su último viaje. El tiempo que marcan los relojes puede ser diferente, aspiremos a que el tiempo de la cultura pueda ser el mismo.