

Dependientes de lectores independientes

Los editores

Esta revista, «Sobre edición y libros, sus hechos y algunas ideas», celebró su vigésimo aniversario con tres veladas de mesas redondas celebradas en la Biblioteca Particular de José Ortega y Gasset, en la sede de la Fundación Ortega-Marañón de Madrid. Bajo el título general *Jornadas Texturas*, el ciclo reunió a editores, traductores, agentes literarios, libreros y comunicadores para debatir el estado de la industria editorial, con especial atención a la edición independiente y a los retos de un oficio que lleva quinientos años reinventándose. Aunque se celebraron en semanas consecutivas —los días 19 y 26 de mayo y 2 de junio—, las tres veladas funcionaron como una sola conversación extendida: cada mesa arrancaba donde la anterior había dejado hilo suelto.

PRIMER MARTES: ¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE PUBLICAR?

La noche del 19 de mayo se abrió con una mesa sobre la edición desde las periferias, moderada por Federico Buyolo, en la que Joaquín Rodríguez y Carlos Rod —cofundador y director de Ediciones La Uña Rota desde Segovia— exploraron qué significa publicar fuera de los centros de poder geográfico, económico y de género. Rod distinguió entre la periferia física y la periferia ideológica, que es la que más le interesa: la de una literatura que no rinde cuentas al mercado ni a los cánones dominantes. Rodríguez, por su parte, señaló que el campo editorial descrito por Bourdieu en los años noventa —con un centro y una periferia relativamente nítidos— se ha vuelto hoy tan intrincado que resulta casi imposible cartografiarlo: los grandes grupos han

colonizado el espacio independiente, Internet ha multiplicado los canales y la autoedición ha saturado el ecosistema hasta el punto de que, como admitió Joaquín, si tuviera que lanzar hoy un proyecto editorial no sabría por dónde empezar. La conversación giró también en torno a la homogenización de las librerías —las mismas pilas de libros en todas partes, una imagen que Rod comparó con unos puestos de bragas en Sevilla donde todos vendían lo mismo— y a la responsabilidad de los editores en la formación de lectores críticos e independientes, que Rod resumió en el lema de La Uña Rota: «Editorial dependiente de lectores independientes».

La segunda mesa de la noche reunió a Maribel Luque, directora literaria de la Agencia Carmen Balcells, y a Manuel Rodríguez Rivero, crítico y exdirector literario de Alfaguara, para hablar de cómo ha cambiado el oficio en medio siglo. Rodríguez Rivero trazó la gran fractura en los años ochenta, cuando las editoriales dejaron de ser proyectos culturales para convertirse en maquinaria mercantil: el momento en que un cómico se sentó ante su mesa y le pidió un millón de pesetas por un libro que ni siquiera había escrito, o cuando en la Feria de Francfort una editora de Bloomsbury le enseñó la foto de una autora antes de hablarle del libro. Luque situó la segunda gran ruptura en la era digital y en la irrupción de las plataformas audiovisuales, que reproducen hoy la misma relación esclavista con los autores que Carmen Balcells encontró y combatió en los contratos editoriales de los años sesenta. Ambos coincidieron en que la crítica literaria ha desaparecido como institución —sustituida por entrevistas, redes sociales y la prescripción de actores y cantantes— y en que el nivel de exigencia del lector ha descendido al ritmo en que la crítica lo acompañaba. Con todo, Rodríguez Rivero se negó al catastrofismo: hay más lectores que nunca, aunque lean, en general, cosas peores.

SEGUNDO MARTES: EL TRAYECTO DEL LIBRO

El 26 de mayo la conversación se desplazó al recorrido que hace un libro antes de llegar al lector. La primera mesa reunió a la traductora y editora Natalia Zarco y a Lucas Villavecchia, director de Gatopardo Ediciones. Juntos describieron la traducción como un proceso de fracaso controlado —«siempre es un fracaso de antemano; la cuestión es fracasar lo menos posible, con elegancia»— y como un trabajo profundamente íntimo y solitario que el ecosistema laboral actual ha empobrecido: casi no hay llamadas de teléfono, todo va por correo, la traductora entrega su trabajo y rara vez sabe qué se acepta y qué no. Zarco denunció la impregnación creciente de las malas traducciones

en la lengua —calcos terroríficos del inglés que los lectores ya no perciben como errores porque llevan años leyéndolos— y avisó de que la traducción automática encontrará un público perfectamente dispuesto a recibirla: la gente acostumbrada a comer hamburguesas no echa en falta un buen plato de carne. Villavecchia habló de su catálogo B, el de los libros que le encantaría publicar pero que tienen una traducción endiablada o carísima, y de los caminos rocambolescos por los que un libro llega a una editorial: una liana de citas, un aeropuerto en Vietnam, una recomendación de la traductora.

La segunda mesa de la noche fue quizá la más densa del ciclo. Constantino Bértolo y Enrique Murillo —dos editores que llevan medio siglo en la industria y que escriben sobre ella con la misma precisión con que la practican— repasaron la historia reciente de la edición española sin concesiones. Bértolo diagnosticó el turbocapitalismo editorial: rentabilidades exigidas a corto plazo, departamentos de marketing que toman las decisiones porque los responsables ya no saben lo que es un libro, editores convertidos en brókeres olfateando tendencias. Murillo añadió la dimensión personal: llegó al oficio creyendo que un editor era un crítico literario con poder ejecutivo y se encontró con el capital. Ambos lamentaron la desaparición de los libros de riesgo —«eso ocurría; ahora la maquinaria está pensada para que no ocurra jamás»— y la degradación de los premios literarios, que Bértolo calificó sin rodeos de «cáncer». El contrapunto llegó al hablar de las editoriales pequeñas que sobreviven a base de sacrificio personal —vivir en un piso más pequeño, renunciar a tener hijos, emplear la plusvalía propia en sacar libros— a quienes Bértolo llamó héroes de la edición, aunque añadió que preferiría una sociedad que no necesitara héroes.

TERCER MARTES: DE LOS TIPOS MÓVILES A LOS DIGITALES

El 2 de junio el ciclo cerró con una mirada hacia el pasado y el futuro del oficio. La primera mesa, moderada por Antonio de Marco, fue una conversación entre Maica Rivera y Manuel Ortuño sobre los veinte años de la Colección Tipos Móviles, la línea editorial de Trama especializada en libros sobre libros y edición, pionera en un ámbito que prácticamente no existía en España cuando arrancó en 2008. Ortuño recordó que cuando salió el primer título de la colección —*El nuevo paradigma del libro y la edición*, de Manuel Gil y Javier Jiménez— las cuestiones digitales ni siquiera formaban parte de la agenda del sector. Rivera, que lleva años firmando en *Texturas*, subrayó que la revista ha funcionado siempre como espacio de reflexión colectiva sobre una industria

que, paradójicamente, es de los sectores más incapaces de reflexionar sobre sí misma. También se habló de la notable repercusión de la revista en América Latina —más suscriptores en México, Colombia, Argentina y Chile que en España— como síntoma de una necesidad de pensamiento crítico sobre la edición que aquí no acaba de cuajar.

La mesa de cierre, moderada por Natalia Zarco, reunió a Carlota del Amo, directora de Comunicación Corporativa de Penguin Random House, y a Laura Riñón, escritora y propietaria de la librería madrileña Amapolas en Octubre en Madrid. Las dos aportaron perspectivas radicalmente distintas sobre cómo llegan los libros al lector hoy: Del Amo desde la maquinaria de un gran grupo que ha tenido que adaptarse a la circularidad de las redes y al auge de los clubes de lectura como fenómeno de masas; Riñón desde la apuesta personal de una librería que no distingue entre clientes y lectores, que recomienda *Los hermanos Karamazov* como si fuera la novedad de la temporada, y que vende libros a gente de Australia y Estados Unidos porque sus filtros son sus filtros. La conversación tocó la romantización del mundo del libro, la diferencia entre los libros que se venden, los que se compran y los que se leen, y el papel de la autenticidad como única estrategia sostenible en un mercado saturado. Riñón lo resumió con sencillez: «He sido fiel a quien soy, a lo que siento y cómo siento el mundo de la literatura».¹

Y las jornadas cerraron como empezaron: con la convicción de que publicar es hacer público, y de que *Texturas*, veinte años después de aquella tertulia que se calentó en una cena, sigue siendo un proyecto singular y valiente del pensamiento editorial en español. No elegimos los martes por ser este el día de la semana dedicado a Marte, dios de la guerra, pero aquí estamos para dar guerra.

En otra revista, uno de nosotros recordaba aquel llamado «concierto más influyente de todos los tiempos», el que tuvo lugar el 5 de junio de 1976, en el mancomunado Lesser Free Trade Hall. Tocaban los Sex Pistols. Dicho esto, apenas se vendieron 28 entradas, a cincuenta peniques cada una. Sí, la recaudación alcanzó la astronómica cifra de catorce libras. Hoy lo recordamos porque entre los asistentes estaban artistas en ciernes, que más tarde liderarían Joy Division, The Smiths, The Fall, Buzzcocks, New Order o Simply Red... También asistió Alan McGee, que se hizo productor y montó Creation Records y, en otra velada a la que asistían cuatro gatos, fichó a unos jovencísimos

1. Hoy lamentamos que Amapolas en Octubre eche el cierre. La noticia nos ha pillado con la guardia baja, pero prometemos una pequeña reflexión sobre el cierre de tantas librerías independientes muy pronto.

y desconocidos mancuñianos llamados Oasis, que fichó por instinto y que hoy siguen llenando estadios. Otro de los asistentes, un presentador televisivo llamado Tony Wilson, montó Factory Records. Más tarde, al recordar aquel concierto, afirmó: «Cuanto menor es el número de asistentes, mayor es la importancia histórica. En la Última Cena apenas había trece personas. En Kitty Hawk, media docena. Y Arquímedes estaba solo en la bañera».

Como Wilson, en *Texturas* no nos importa si un día nos ven como a cuatro gatos. Creemos más en la actitud que en las grandes cifras. Apostamos por brindar un espacio para la reflexión sobre el oficio de defender, contra viento y marea, proyectos ligados al mundo del libro donde todos —editoriales, librerías y distribuidoras— nos sabemos las patas de un taburete que caerá al suelo en cuanto falte una. Pero mientras sigamos aquí, no vamos a dejar de celebrarlo.

60 NÚMEROS, 60 CITAS²

- 1) «Si esto del libro y la edición no te arranca una carcajada al día, no te mereces nada de lo que te pase».
- 2) «Con *Texturas* no buscábamos una mera colección de artículos. No, hacemos pública una conversación privada. Creamos un espacio de reflexión, de intercambio, de debate, de absoluto compromiso con el respeto hacia las posiciones de los demás. Porque, en última instancia, ¿qué es una revista? Una revista es una conversación hecha pública, es poner en público lo que conversas en privado. Lo consideramos un proyecto colectivo. Si no fuésemos un colectivo de gente que comparte muchas ilusiones, muchas inquietudes, muchísimas complicidades, esto no tendría ningún sentido. El otro día le comenté a alguien que, si no fuera así, casi ni me levantaría de la cama por las mañanas».
- 3) «En la edición actual desempeña un papel crucial eso que hemos llamado la aparición furiosa del turbocapitalismo. Rentabilidades que ya no existen a medio plazo. A largo plazo, ni de casualidad. Todo debe ser a corto plazo, porque la lucha de los capitales así lo impone. Yo llegué a la edición con la ingenuidad de creerme que un editor

2. Nos ha parecido que el mejor modo de celebrar las Jornadas Texturas era brindar sesenta pequeñas perlas de lo que se habló y disfrutó. Ahí van.

era un crítico literario con poder ejecutivo. Y de repente me topé con el capital. Con caras e intereses. Con gente que vivía de vender. Y me sentí de pronto un mero trabajador. Un trabajador que es alguien que está vendido... al capital. Y a la vez este capital vende».

- 4) «El producto final de una traducción es un trabajo de reflexión muy grande, de masticar y digerir para que el texto quede redondo. No puedes traicionar el idioma de partida, ni traicionar el idioma de llegada, ni traicionar la intención del autor. Muchas veces debes contenerte para no apropiarte de la historia. Porque traducir es también leer: leemos un libro que se ha reescrito de cabo a rabo. Cuando empiezas a traducir una novela, tardas un rato en entrar en el tono del autor. Es un proceso muy lento, muy íntimo. Por la noche sigues dándole vueltas, y de repente encuentras la palabra que buscas. Entonces te dices: “Vale, ya sé qué quería decir ese señor”».
- 5) «La autenticidad no es que yo me considere una librería más auténtica que el resto, sino que me mantengo fiel a quien soy, a lo que siento y cómo siento el mundo de la literatura. Si quieres montar una librería como la mía sin mí, verás que es misión imposible, porque yo no voy a estar en esa librería. Por tanto, haz tu propia librería, haz lo que tú quieras hacer. En la mía no tengo clientes: tengo lectores. He creado un hogar para lectores y para libros que quizás no encontraban ese hogar en las mesas más importantes de las librerías».
- 6) «La comunicación de los libros ha cambiado mucho, y al mismo tiempo ha cambiado muy poco. Antes era un canal lineal; ahora es un canal circular donde no solo las editoriales cuentan lo que publican, sino que todos y cada uno de nosotros podemos hablar de libros».
- 7) «Nuestro lema, desde hace muchos años, es: editorial dependiente de lectores independientes».
- 8) «El mediador antes importaba, pero ahora ya no existe la crítica literaria, o hay un tipo de crítica literaria que es poco fiable. Hay demasiadas presiones. Ha desaparecido el crítico profesional. Están mal pagados y además no interesan. Todos prefieren una crítica firmada por Muñoz Molina. Pero entonces se crea la sospecha: habrá quien no se fíe de una crítica de Muñoz Molina sobre un colega suyo. Pero la cosa ha ido a peor: ahora el mediador preferido ya no es el crítico, sino el boca-oreja de siempre. Y luego viene internet, las redes sociales, el “Me gusta”».
- 9) «La tarea de traducir es crear los vasos comunicantes para poder verter a una cultura distinta algo que en un momento dado necesita

sus pequeñas acotaciones, o incluso justamente lo contrario: dejar un poco en suspenso al lector. Hoy veo totalmente una impregnación de las malas traducciones. Veo que se utiliza un tipo de lenguaje manchado por calcos terroríficos del inglés. La gente está leyendo textos nefastos que parece que todo eso es lo que cuele. Dicho esto, no existe la traducción perfecta, nunca. Siempre es un fracaso de antemano, y la cuestión es fracasar lo menos posible. Con elegancia. Tal vez por eso, los mejores traductores con los que hemos trabajado son precisamente los que son más receptivos con las correcciones».

- 10) «Si ven el telediario de Antena 3, que es del grupo Planeta, se darán cuenta de que no hay telediario en el que no anuncien al final un libro. Todos los libros que anuncian, sin excepción, son de Planeta. A su vez, autorreferenciales: los libros remiten a series de Planeta y las series remiten a películas financiadas por Planeta».
- 11) «Tengo un catálogo A, que es el que publicamos, y un catálogo B, compuesto por libros que me encantaría publicar pero que tienen una traducción endiablada o carísima. Libros que me encantaría traducir y que por coste tengo que aguantarme».
- 12) «Todavía cuando entré en el mundo editorial, este tenía conexiones con lo que llamaríamos el mundo cultural. Ese fondo cultural se ha convertido más en una cultura del entretenimiento, el ocio y el espectáculo. De repente hay alguien conocido, un cantante, un actor, que sale en Instagram con un libro y eso dispara automáticamente las ventas. Imaginaros que salga Messi con el *Ulises*. Al día siguiente se acaba el *Ulises*. Sería precioso. Aunque, dicho esto, ¿quién se pone ahora de verdad a leer *Ulises*? ¿Quién se pone a leer ahora un buen libro de Philip Roth? Son libros que exigen del lector un esfuerzo que tiene muy poco que ver con la rapidez, la instantaneidad, son libros que se pierden en los nuevos tiempos».
- 13) «En una ocasión, nos pasamos de las nueve y media de la mañana a las once de la noche buscando treinta y tres sinónimos para una palabra concreta. Y a las once de la noche volvimos a poner la misma palabra de las nueve y media. Pero ahora ya no suena igual. Así que la ponemos». [Y un minuto después alguien añade: «Si cualquiera de los cincuenta sellos que tienen Planeta o Random House estuviera escuchando esta conversación, creería haber descendido a los infiernos. Porque saben que contar con alguien capaz de dedicar 23 horas a encontrar el matiz exacto de una palabra apenas afectará a las ventas».

- 14) «Editar es compartir con pasión unas lecturas, hacérselas llegar a aquellos lectores que ni siquiera sabían que las necesitaban. Y sí, la calculadora es una extensión del brazo que nos debe permitir seguir adelante».
- 15) «Al final, tú comunicas dependiendo de lo que quieras llevar al otro lado. Yo he recomendado *Los hermanos Karamazov* este mes, y no es una novedad. Soy el ejemplo de que una puede seguir adelante con su negocio y vender aquello en lo que cree».
- 16) «El mejor editor no tiene por qué ser el que pague el mayor anticipo. Es el que mejor entiende al autor, y entiende el libro. Y es siempre el que mejores errores comete. ¿Qué queda, al final? Selección y criterio, y riesgo. Y ya está. No queda mucho más».
- 17) «Hay un 65% de españoles mayores de catorce años que confiesan leer al menos un libro al año. Pero lo que sí quiero decir es que leen cosas mucho peores, en general. Sigue habiendo un gran problema con la confusión de lo que es la calidad. Leemos más, de acuerdo. ¡Bravo! Pero no leamos peor. Y a veces me quedo escandalizada con gente muy joven que no sabe ni de oídas quién es Borges. O que no aguantan una frase con tres subordinadas. El nivel de exigencia de los lectores ha ido bajando y la crítica literaria ha ido acompañando ese descenso. Hay una diferencia entre los libros que se venden y los que se digieren; entre quienes compran libros y quienes los leen. Al final, dos portadas que se han vendido mucho por las redes son libros que un lector de raza no lee. Sin embargo, es una de las ruedecitas que hacen que esto siga girando».
- 18) «Yo quiero ser una “machaca”: quiero estar con los textos, quiero traducir, quiero corregir, quiero pelearme con los autores. Sacar ese lustre cuando vas puliendo el texto y ves cómo ha cambiado. Eso es lo que más me gusta, no ser *publisher*. Eso es para otros».
- 19) «Desde hace tiempo, muchas decisiones las toma el departamento de marketing, porque se supone que sabe más de ganar dinero. Pero como en la realidad no saben ni lo que es un libro, tampoco logran venderlo. Y así va todo».
- 20) «Yo preguntaba a mis alumnos del máster: decidme el nombre de un crítico literario español. Todos con cinco años de filología. Ni uno lo logró».
- 21) «Nunca ha habido cortapisas a ningún debate. Aquí no hay dogmas, aquí no hay autos de fe. Abrimos el debate. Y citamos mucho un refrán africano: quien crea que siendo pequeño no puede marcar la

diferencia es porque nunca ha probado a dormir con un mosquito en la habitación. Nos gusta ser ese mosquito».

- 22) «La radio sigue teniendo más capacidad prescriptora que ningún medio escrito. La radio es la menos afectada por la revolución digital. No han tenido el problema que han podido tener otras industrias, y eso es así».
- 23) «Gran parte del oficio es también mirar al techo y decir ¿qué hago aquí? Porque desechas opciones y más opciones. Y con la que te quedas no te gusta, la desechas, y al final vuelves a recuperarla».
- 24) «Una revista de pensamiento y cultura es un espacio para la conversación calmada y la confrontación plural y respetuosa de las ideas, ampliando los límites, aportando nuevas reflexiones. Nosotros queremos reformular continuamente las preguntas, y sobre todo las respuestas».
- 25) «Para mí la experiencia de una librería es la experiencia de una familia. Una gran familia en la cual se pueden dar todas las emociones y todas las broncas que hay en cualquier familia. Creamos una familia, una comunidad. Somos tribus y todos queremos pertenecer a una tribu. Y el otro día decía en una entrevista: no nos olvidemos de que yo vendo literatura, de que lo importante de todo esto no es ni la camiseta ni la gorra ni el boli. Recuerdo que una chica joven de dieciséis o diecisiete años me confesó que en el colegio no decía que lee porque si no la tachaban de rara. Y me dije: esta niña es la que necesita un lugar donde encontrarse con los que sean raros».
- 26) «Hay otro tipo de lectores y de lectoras que están en la periferia del sector editorial y que hace diez o quince años no estaban, y que de repente sí que se sienten atraídos por ver qué es lo que hay ahí detrás: cómo llegan los libros a un lector, cómo llega la obra de un autor a una editorial y de la editorial al lector. Romper ese corsé friki de los que nos dedicamos al libro».
- 27) «Estamos asistiendo a la pérdida del poder del escritor ante la industria. La carrera de ese escritor literario muchas veces se ve truncada por razones que no tienen nada que ver con su valía. Llegó un momento en que proponías un libro a los medios y lo que te contestaban era que no es “noticiable”. Esa es la palabra terrible. Porque lo noticiable empieza a formar parte de la imaginación de los propios escritores. Lo noticiable empieza a formar parte de la estética del escritor, empieza a formar parte de su imaginación. De pronto, las entrevistas han sustituido al papel de las reseñas de libros. Son los ecos de sociedad literarios».

- 28) «La figura del agente literario apareció en los años ochenta ya con mucho poder delante de las editoriales. Se transformó lo que era el centro de la editorial: los departamentos comerciales y de marketing empezaron a tener una preponderancia que no existía antes».
- 29) «Carmen Balcells siempre repetía: tú dime si es bueno o no, que de venderlo ya me ocupo yo».
- 30) «Los escritores no escriben libros, sino textos. Los que hacen los libros son los editores. El editor hace de un escritor, un autor. Porque editar es decidir qué textos se convertirán en públicos. El editor es quien legitima y homologa los textos. La responsabilidad del editor es, precisamente, qué palabras privadas se van a hacer públicas».
- 31) «Para entender cómo funcionan las periferias hay que leer a Bourdieu. En los años noventa era sencillo cartografiar ese espacio: había periferia y había centro, punto y final. Hoy se ha vuelto tan intrincado que es casi imposible saber dónde está la edición independiente».
- 32) «Todas las librerías y todas las editoriales no hacen un negocio basado en una venta proporcional de todo lo que publican, sino en lo que venden dos libros de cada quince. Puedes perder en trece y hay dos que sí venden».
- 33) «¿Por qué cuestan 40 euros algunos libros? Pues porque hay que pagar al traductor, la librería paga una factura de la luz, trabaja una persona... A lo mejor los libros son demasiado baratos».
- 34) «Un libro donado es un libro por el que el autor no cobra sus derechos de autor. A mí que me llame una institución pública con presupuesto para que yo le done el libro... Perdona, ¿de qué estamos hablando».
- 35) «Sobre la independencia de un proyecto, creo que la identidad de una editorial no tiene tanto que ver con la estructura de la propiedad como con la libertad creativa y el diseño de un catálogo».
- 36) «La romantización ha existido siempre, lo que pasa es que la veíamos menos. Cuando yo entré a trabajar en la librería era romperte la espalda abriendo cajas todo el santo día. No tengo un spa en Amapolas. Aunque parece que sí».
- 37) «Leer sigue siendo sexy. Si dejara de serlo, la lectura no estaría tan ahí como está ahora».
- 38) «Cuando los editores no cuentan lo que venden no es porque sean todos un atajo de cabrones. Puede que a veces sí suceda, e importa. Como también importa lo que no te dicen, por pudor, como que tienen miedo a no cubrir costes. O que cuando un libro “pincha” no

se atreven a darle las cifras reales a su autor, y por vergüenza de no haber sabido o podido mover mejor el libro, incrementan incluso las liquidaciones».

- 39) «Vendo libros. Tengo clientes en Estados Unidos y en Australia y no es una manera de hablar. Lo que tú estás ofreciendo, ellas lo leen y dicen: “Es que siempre me recomiendas lo que yo quiero”. No es que yo sea maga, es que los filtros que pasan los libros son mis filtros».
- 40) «Nos han dicho que ahora la gente ya no quiere leer cosas largas, que todo tiene que ser cortito, cortito, cortito. Y dije: mira, amigo, el señor Kundera tiene *copyright* incluso de las entrevistas. Imagínate que le quitas una coma».
- 41) «Un editor no tiene por qué ser el mejor lector de literatura. Es mejor que comprenda qué se entiende por literatura en la época en la que está trabajando».
- 42) «Se lee más, pero se lee peor. Más que preocuparse por la gente que no lee, habría que preocuparse por la que lee. ¿Qué leen? ¿Por qué? ¿Cuál es el valor de la lectura?».
- 43) «La gente piensa que su gusto es suyo, que el gusto que tiene se lo ha formado por su cuenta y riesgo. Y ahí está la pregunta: ¿cómo se está conformando el gusto por la literatura hoy en nuestro país».
- 44) «El número de libros de riesgo que se publicaban simplemente porque “este libro me gusta mucho y lo voy a publicar”... Eso ocurría. Ahora la maquinaria está pensada para que no ocurra jamás».
- 45) «Las pilas en las librerías son de una homogenización tremenda. Los títulos son casi idénticos. Es la misma sensación que tuve viendo esos puestos de bragas en un mercadillo de Sevilla: todos vendían las mismas bragas».
- 46) «Hay librerías y editoriales que van a aguantar el paso del tiempo. Al final quedan las que nacieron hace mucho y tienen unos cimientos distintos. Nosotros somos el reflejo del tiempo en el que nacemos y crecemos. Y este es nuestro tiempo».
- 47) «Un editor tiene que tener un ojo puesto en el libro que quiere publicar y otro en la calculadora. Un poco así, estrábico. Porque este ha sido con frecuencia un negocio muy serio con unos resultados de risa. Durante siglos, para un joven emprendedor, la mejor manera de gastarse la fortuna era con la ruleta o montando una editorial. Esa era la mejor manera de perder la fortuna. Y funcionaba».
- 48) «Si sabemos que la herencia cultural de una familia pesa tanto, tantísimo, que convierte a las familias no lectoras en generadoras esta-

dísticas de hijos no lectores, ¿qué hacer para que esa tendencia cambie? O interviene la educación, o no hay nada que hacer. Hoy, tenemos un 65% de españoles mayores de catorce años que confiesan leer al menos un libro al año. El asunto es que leen cosas mucho peores, en general. Sigue habiendo un gran problema con la confusión de lo que es la calidad».

- 49) «Confío más en lo que me recomienda un lector de mi librería que lo que me recomienda a lo mejor un suplemento cultural, porque todos sabemos que el suplemento cultural está ayudado por según qué editoriales para que se publique».
- 50) «Si yo me pusiera a pensar qué tendría que hacer si quiero lanzar un proyecto editorial a día de hoy, es que no sabría ni por dónde empezar. Está todo tan saturado que es muy complejo».
- 51) «Hay editoriales pequeñas que no son empresas. El capital es la plusvalía generada por los propios coordinadores editoriales o traductores. Sacrifican una parte, viven en un piso más pequeño, deciden no tener hijos, y lo emplean en sacar libros. Son héroes de la edición. Yo siempre preferiría una sociedad sin héroes. Pero ¿y mientras qué hacemos? ¿Esperamos en casa».
- 52) «Arruiné la primera editorial que dirigí, con mucho tesón y en apenas ocho años. Con la segunda nos fue tan bien que tuvimos que abrirla a accionistas externos, y esos mismos accionistas acabaron echándonos. Por tanto, tampoco puedo ser un maestro en finanzas».
- 53) «En algunos países de América Latina hay una pulsión, una necesidad de tener contenidos, materiales sobre los que discutir, reflexionar, formarse, que en España no la hay. Lo importante para nosotros ha sido, durante estos años, que *Texturas* se considerase como un elemento más de la edición en español. La revista ha adquirido un perfil propio gracias, por supuesto, a esa complicidad, colaboración y compromiso de muchos, de aquí y de allá».
- 54) «Tienes que saber a qué público te diriges y ahí ya te ahorras toda la arrogancia. Si vas a estar todo el día quemado porque a este no le puedo recomendar los poemas de Auden porque no los va a entender, así vas mal. Debes recordar que un librero que viviera solo de nuestros libros, en el estado actual de las cosas, se moriría de hambre o cerraría. Necesita todas esas pilas de libros susceptibles de venderse para pagar la nómina, el alquiler, la educación de sus hijos».
- 55) «A mí me parece que hay una cosa que no ha cambiado: el descubrimiento de un texto que te fuerza a leerlo en voz alta. Lo que no

ha cambiado, al menos desde nuestra agencia literaria, es estar leyendo algo de un autor nuevo al que no conoces y emocionarte con esa lectura. Eso pasaba en los años noventa y pasa hoy. Pasará toda la vida».

- 56) «Hay una concentración de la oferta editorial que homogeneiza el gusto, porque la selección de propuestas editoriales se hace desde el marketing».
- 57) «La inteligencia artificial está medida para llegar al lector medio. Eso no tiene espíritu. Eso no tiene alma. Los editores sabemos que con adjetivos y adverbios hay que andarse con mucho ojo. Porque cuando uno dice “Te quiero” habla de compromiso, y es maravilloso, pero si añade “Te quiero *mucho*”, el nivel de compromiso decrece. Lo mismo sucede con “inteligencia *artificial*”, donde el adjetivo abarata al sustantivo al que acompaña».
- 58) «Una de las cosas que ha cambiado físicamente en las librerías es justamente donde se ve el cambio: entras, y los libros están en mesas (y no en estanterías, como antes). Ahora las librerías son mesas. Eso es nuevo, y dice más de lo que ha pasado que muchísimas cuentas de resultados».
- 59) «Hay que tener mucho cuidado con los premios literarios, porque nadie les llama corruptos y deberían. Tienes que entrar en esta mierda de los premios para poder tener visibilidad real, ventas reales, poder vivir de algo. Eso sí que es un mecanismo que determina mucho cuál es el sistema editorial y literario español. La prensa es la única que podría solucionar el tema de los premios literarios, que habría que solucionar. Si la prensa pasara los comentarios sobre los premios literarios a ecos de sociedad, ahí quizás habría un espacio de mejora».
- 60) «No queríamos que *Texturas* fuera una mera colección de artículos. Buscábamos contagiar, y no solo contagiar información, que eso es fácil de hacer, sino contagiar eso que va con la información: una voz. Porque con la palabra, siendo editor, uno es capaz de explicar el mundo. No solamente por el hecho de presenciar las cosas, sino porque también consigue aprender a verbalizarlo. Y eso, cuando tienes ese virus inoculado, es algo a lo que no quieres renunciar. Porque el verdadero privilegio tiene que ver con que la edición es una manera de estar, de ver y de intervenir en el mundo. Publicar es hacer público. Celebrar veinte años de lo que sea ya de por sí es un éxito».