

Editar en tiempos difíciles

Para nadie es un secreto que el mundo vive tiempos complicados. Crisis económica, desempleo, depresión, agotamiento, violencia, guerras, amenazas de guerra, explotación, migración, crisis ambiental, hambre, pobreza y mil etcéteras más pueblan hoy nuestro imaginario. Echar a andar un proyecto editorial independiente que desde distintas perspectivas pueda ofrecernos explicaciones del mundo resulta, por tanto, de primer orden. Aunque como parte de la conflictividad de la que hablamos, no queda exento de ella. Por ello, es recurrente entre los editores, por lo menos entre los que estamos en Sexto Piso, utilizar para definir al mundo editorial aquella frase de Roberto Calasso quien, hablando de «La librería de los escritores» en la Rusia posterior a la Revolución de octubre y utilizándola como ejemplo de edición en tiempos difíciles, remataba: «Y los tiempos siempre son difíciles».

«Talento editorial», pienso, es una iniciativa que apunta un poco a lo mismo: reflexionar sobre la edición, y el mundo del libro en general, en tiempos difíciles. Se trata esencialmente de un espacio para compartir la experiencia de proyectos editoriales de muy diversa índole y de distintas latitudes, pero unificados por un imperativo o, mejor, por una necesidad: la de subsistir, exactamente como los libros de los escritores rusos de los que nos habla Calasso. ¿Cómo subsistir en tiempos en los que se supone que cada vez se lee menos? ¿Cómo hacer viable un proyecto independiente en mercados con bajos índices de lectura y encima de todo copados por una oferta que privilegia lo comercial sobre la calidad? ¿Cómo salir adelante en países con cada vez menos librerías que privilegian la cultura por encima de las ventas? ¿Cómo conciliar, en última instancia, la calidad de un proyecto editorial con las ventas?

La mesa en la que participé abordaba el caso del mercado mexicano, en el que Sexto Piso lleva doce años de incursión. Como muchos otros países, México es un mercado complicado. No sólo porque cada vez hay menos librerías de calidad, sino porque además una buena parte de los 1198 puntos de venta, según información de la CANIEM, se concentran en la Ciudad de México (30%) y Jalisco (7%) y porque el 60% de éstos son sucursales de alguna gran cadena, y el 45% están ubicados en centros y plazas comerciales, aeropuertos, hoteles, etc. Los puntos de venta que privilegian la edición de calidad son, pues, mínimos. En nuestro caso menos de 300. Por eso, un editor independiente en México no puede vivir sólo de sus ventas librerías. Depende también de proyectos y ventas institucionales, que generalmente se traducen en coediciones, apoyos para la traducción o la compra de derechos, apoyos para la difusión y compras para programas gubernamentales, que al final del año ayudan de manera importante a equilibrar la balanza. Nuevamente según estadísticas de la CANIEM, el sector gobierno representó el 57% de la producción de libros en México en 2012, lo que confirma su peso en la industria editorial mexicana.

Así que no sólo de librerías vive el editor. Pero sí sólo de sus libros. A fin de cuentas, si los libros resultan seleccionados en una licitación, si resultan apoyados por alguna

embajada o si logran llamar la atención de algún coeditor que aporte recursos para su producción es precisamente porque quienes los eligen, al igual que los lectores que los compran en una librería o en una feria, consideran que valen la pena. Y esto me lleva a una última consideración que, a mi juicio, es irrenunciable para cualquier editor: la confianza en sus libros. Dice el mismo Calasso que un buen editor es aquel que está orgulloso de su catálogo, de ese gran libro del que cada publicación constituye un capítulo. Y ese orgullo es el que hay que transmitir a los lectores de todas las maneras posibles: en la tapa, en los interiores, en la exhibición, en las visitas a librerías, en las reuniones con los periodistas culturales, en los espacios mediáticos que podemos tener, en las presentaciones de libros, en las promociones que se nos ocurran, en las recomendaciones que hacemos en nuestro stand, o simplemente en una charla con nuestros amigos o colegas. Todo ello con la confianza y la expectativa de que cuando llegue a los ojos del lector, éste disfrutará del libro tanto como uno disfrutó del mismo desde el instante de concebir el proyecto hasta su recepción en almacén.

Así que claro que es difícil montar y hacer viable un proyecto editorial. Pero, como decía el escritor turco Ahmet Hamdi Tanpınar, «para probar las aguas dulces hay que probar primero las amargas». La dificultad y las angustias, sobre todo financieras, por las que uno pasa nos conducen a la larga a la dulzura de una vida consagrada a los libros, que desde luego incluye encuentros como «talento editorial», en los que no se trata sino de compartir una pasión con otros seres humanos igualmente poseídos por estos bellos objetos de papel llenos de letras. A eso venimos en el fondo, a hablar de libros y a reflexionar sobre las posibilidades de seguirnos dedicando a este dulce oficio en tiempos que parecen muy, pero muy amargos. Así que muchas gracias por la iniciativa y por la invitación.

Felipe Rosete