

HAY FESTIVAL

II encuentro de Talento Editorial

Xalapa 2014. 2-5 de octubre de 2014

Emilio Sánchez (Libros del K.O)

Los detalles que rodean a la fundación de una editorial tienden a la anécdota fabulosa, a romanticismo de buhardilla, a pelos alborotados y esfuerzo titánico. Pero, sobre todo, a vocación irrenunciable, como si el oficio de editor fuese una afección autoinmune sin posibilidad conocida de cura. Pero confieso que ni yo, ni ninguno de mis tres socios, habíamos soñado nunca con ser editores de libros. Yo siempre quise montar una revista, Álvaro fantaseó con ser criminólogo marxista, Albé muchas veces echó cuentas para montar una librería, y Guillermo lo hubiese dejado todo con tal de ser jardinero en una villa renacentista en Italia. De esta sucesión de vocaciones frustradas y de un contexto de crisis económica y de aburrimiento vital, aderezado por cuatro biografías sin obligaciones serías (sin hijos, sin hipotecas) surgió el magma del que nacería, hace tres años, Libros del K.O.

Solo teníamos una idea clara y relativamente insobornable: nos queríamos especializar en textos de no ficción, un género que en España muchas veces se asocia a libros de auto ayuda, memorias de ex presidentes y dietas milagrosas.

Esta primera intuición iría, poco a poco, degenerando en un relato coherente y compacto. Porque todo el mundo tiene un relato al que aferrarse: las naciones, los clubes de fútbol, las relaciones de pareja, las etiquetas de los vinos. Y las editoriales.

Solo así se explica que en nuestra web se pueda encontrar el siguiente texto: “queremos recuperar el libro como formato periodístico. Ya sea en pergamino, en papel o en digital. Creemos en las grandes historias contadas a otro ritmo. Sin prisas, sin limitación de espacio, sin necesidad de consultar obsesivamente el reloj de la actualidad”.

Tenemos una frase recurrente, aprendida de memoria, que soltamos siempre que un incauto nos pone un micrófono delante: queremos reproducir en nuestro catálogo la variedad temática del periódico. Esto, así dicho, suena muy solemne, pero déjenme que lo ponga con otras palabras, en palabras de Álvaro: “Si Stephen Hawking encontró el universo en una cáscara de nuez, nosotros lo encontramos cada mañana en las páginas de un periódico”. De ese aprendizaje aleatorio y tergiversado del mundo heredamos un gusto radicalmente promiscuo: nos encanta la crónica deportiva, el perfil minucioso, la microhistoria en la que nadie se fija, los obituarios, los corresponsales en zonas calientes y los redactores de periódicos de provincia que le buscan las cosquillas a las ruedas de prensa de los prohombres regionales; el cascarrabias Josep Pla y el gonzo Hunter S.Thompson, a quien nos gustaría juntar en una tertulia y ver qué pasa; las portadas de antesdeayer, los rumores de mañana y las gacetas ilustradas del siglo XVIII; los charlatanes geniales como Julio Camba y los periodistas perezosos como Enric González; los fotógrafos

que recorren la ex Unión Soviética para fotografiar satélites y los que dedican su vida a perseguir traineras en una zodiac; los fanzines y los púlpitos, el ciclismo y Chechenia, los columnistas descreídos y las defensoras del lector deslenguadas.

Sin embargo, queremos dejar claro que ni el periodismo está en crisis ni nosotros hemos venido a salvarlo. Alexis de Tocqueville escribía en el siglo XIX: “Los periodistas desprecian los principios con tal de atrapar a cualquiera”. Alfonso Reyes, en 1913, escribió que el criterio de muchos periodistas consistía en sustituir “la excelencia con la abundancia”. Josep Pla, en su dietario madrileño de los años veinte, decía que lo único que enseña el periodismo es “a plagiar decentemente”. En 1948 John Steinbeck reconocía estar deprimido por el manejo que se hacía de las noticias. En resumen, la supuesta crisis del periodismo ha existido siempre, por lo que quedan dos opciones: lamentarse durante todo el día o hacer algo constructivo. Nosotros, como tantos otros, simplemente hemos apostado por la segunda opción. Creemos que el buen periodismo puede encontrarse en formato libro o en ebook, en periódicos nacionales o en blogs, en editoriales independientes y también en las editoriales grandes, incluso en series de televisión. Hay mucha gente que está poniendo su granito de arena en hacer las cosas bien, independientemente del medio en que lo hagan.

Nos encanta vender. Somos minoritarios por defecto, no por elección. Somos de los que pensamos que, con demasiada frecuencia, editor independiente es tan solo un eufemismo de editor pobre. No queremos engañaros: algún día seremos obscenamente poderosos. Compraremos Planeta, Random House Mondadori y Amazon y dominaremos el mundo. Mientras tanto, lo sensato es que nos hagáis la pelota.

Nos encanta vender, decía, pero para lograrlo, el vez de hacer un MBA en algún renombrado Instituto de Empresa, preferimos tatuarnos esta frase de Esther Tusquets: “Hay que editar lo que a uno le gusta y luego buscar *argumentos comerciales*” “. Lo seguimos a rajatabla, aunque los argumentos comerciales suelen fundirse misteriosamente en el abismo que separa nuestro entusiasmo de la realidad. La realidad, por si no se habían dado cuenta, tiene formato de tabla de contabilidad Excel. Y la realidad es implacable.

La primera persona que confió en nosotros fue el recientemente fallecido Javier Cambroner, jefe de la distribuidora UDL. Nos recibió en su despacho de Alcalá de Henares (no en un edificio cervantino del Siglo de Oro, sino en una nave industrial llena de millones de libros, que es una imagen terrorífica para el editor que piensa: ¿y quién va a comprar todos estos libros?), escuchó pacientemente nuestro cuento infantil y, antes de darnos la bendición, nos regaló un consejo: “editar no consiste en estar encerrado en un buhardilla bohemia leyendo manuscritos hasta el amanecer. Es ponerse las botas y salir a convencer a todo el mundo de que tu libro merece la pena ser leído”. Si asimilas esta enseñanza, no es necesario cursar un master de edición.

Teníamos una idea, un relato y un consejo. Solo nos faltaba el nombre, que saltó como una chispa el día en el que vimos esta portada de George Lois para la revista Esquire.



Elegir el K.O. y la derrota como escudo de armas no era solo una manera de bajarnos los humos y de reconocer nuestras carencias. No solo era una manera de reivindicar la no ficción como una herramienta capaz de noquear al novelista más engolado. Era también nuestra manera de regodearnos festivamente en el fatalismo y, dando tumbos en la lona, gritarle al mundo:

Todo va a salir mal, y nos parece estupendo.