



Contexto: la revolución editorial

Descripción

El 16 de noviembre de 2008, un jurado presidido por el director general del Libro, Rogelio Blanco, y compuesto por representantes de los libreros, escritores, distribuidores y de las editoriales Crítica y Círculo de Lectores/Galaxia Gutenberg, galardonadas en las dos ediciones anteriores, dictaminó que el «proyecto Contexto» merecía el Premio Nacional a la Mejor Labor Editorial Cultural de ese año. El premio, concedido por el Ministerio de Cultura, subrayó de Contexto «su irrupción innovadora en el panorama editorial» y que «desde la iniciativa individual y desde distintos puntos de España, han sabido vincular edición, distribución y librería» en torno al proyecto galardonado.

Enrique Redel, director editorial de Impedimenta, una de las editoriales que forman Contexto, hablaba entonces de «una tendencia que es evidente, la de la renovación del panorama editorial. Este premio reconoce esa renovación y nos coloca como una alternativa». Y es que en muy poco tiempo —ninguna de las siete editoriales lleva más de cinco años en el negocio— se han hecho con un importante hueco en las mesas de novedades de las principales librerías del país y, quizás más importante, las obras que editan encuentran un hueco casi inmediato en las páginas especializadas de la prensa cultural española, desde los principales diarios a las principales revistas, blogs especializados y tertulias físicas o en las ondas. Sus libros están en boca de todos sobre todo por dos motivos: por su acertado catálogo y por la innegable calidad de sus libros en cuanto a objetos. Las editoriales que conforman el proyecto Contexto son siete: Libros del Asteroide, Barataria, Global Rhythm, Impedimenta, Nórdica, Periférica y Sexto Piso, y ahora vamos a conocerlas.

Julián Rodríguez (Ceclavín, Cáceres, 1968) es el director editorial de Periférica y oficia de portavoz sin cargo de Contexto. Como tal, nos cuenta el origen del proyecto: «Contexto nació de la iniciativa de siete jóvenes editoriales que cuidan, que cuidan, sus catálogos y todo el proceso de edición de sus títulos: Libros del Asteroide, Barataria, Global Rhythm, Impedimenta, Nórdica, Periférica y Sexto Piso, con el objetivo de promover conjuntamente nuestros catálogos y desarrollar, a través de muy diversas iniciativas, otros proyectos relacionados con el mundo editorial». El premio nacional les llegó muy pronto, con apenas un año de vida, y tardaron hasta mayo de 2009, en el Hay Festival de Granada, para presentar su manifiesto o declaración de intenciones que incluía, incluye, sentencias como ésta: «Creemos en la importancia del libro como “objeto”, en la importancia de su diseño, de su legibilidad, de su durabilidad. Creemos en el libro “único”, es decir, en la singularidad de cada proyecto

editorial, una singularidad muchas veces asentada contracorriente, pero siempre atenta a la lógica que unen al mejor editor posible y al mejor lector posible, que se encuentran en un solo libro: en el libro que los une». Y esta otra: «Sabemos que ese sello del que hablábamos antes es la excelencia. Y la buscamos denodadamente. Nuestra única garantía de supervivencia pasa por algo que algunos no saben medir, pero que todos sabemos reconocer: la profesionalidad. Y ésta se ha de reflejar en nuestro catálogo. ¿Cómo? Siendo honestos. En primer lugar, con el lector, que es el centro de nuestra actividad. Ser honestos supone, además: contención en el número de novedades, minuciosidad en el proceso editorial (calidad de las traducciones, correcciones, impresión, etc.), selección de títulos exigente (que merezcan la pena el tiempo del lector) y sinceridad en nuestra comunicación con todos los sectores del libro». «Calidad constante y respeto por todas las fases de “producción” de un libro», es como resume Julián Rodríguez el vínculo que une a las siete editoriales, que, como reconoce el director editorial de Periférica, ya eran antes «editoriales amigas».

Periférica, en las listas de lo mejor de 2009 gracias a autores como Yuri Herrera o Elizabeth Smart —el primero un descubrimiento de entre los vivos, la segunda un rescate de entre los muertos—, echó a andar apenas en abril de 2006 con un formato muy reconocible, pequeño incluso para los estándares del libro de bolsillo y de un riguroso y completo color mostaza que sólo deja hueco para título, autor y pequeña ilustración, todo siempre en negro. Julián Rodríguez era —y es— escritor, no tenía experiencia en el mundo editorial, y la decisión la tomó junto a su socia, Paca Flores:

«Queríamos convertirnos en “lectores” que intervienen en todo el proceso que se desarrolla desde la escritura a la lectura. Creíamos, además, que había muchos textos de interés, buena parte de ellos procedentes de América Latina y de otras lenguas, que no tenían edición en España».

El tamaño, el formato, que es su principal seña de identidad, encontró su fuente de inspiración, con algunas variantes, en editoriales internacionales independientes y de prestigio de toda Europa: Pushkin Press o Acorn Books en Gran Bretaña; Allia o Verdier en Francia, y Adelphi, Sellerio, Bollati Boringhieri, Il Melangolo, entre otras muchas, en Italia. El nombre, Periférica, tiene la siguiente explicación en boca de Rodríguez: «Lo elegimos desde nuestro lugar de trabajo, Cáceres, desde “esa” periferia, pero también teniendo en cuenta el tipo de libros que queríamos publicar: alejados del *mainstream*. La idea de periferia o periférico está ligada tanto a lo excéntrico (es decir, a lo que está fuera del centro y, jugando con su otro sentido, puede ser, incluso, raro para algunos). Leonardo Sciascia reflexionó alguna vez a propósito de Sicilia sobre esto: periférico como autónomo, es decir, como dueño de su propio destino, “sea grandeza o miseria”, pues no necesita (sigue Sciascia) “pasar por el centro, sino que se lo inventa”. Él pensaba en la historia, pero también en algunos autores sicilianos, autores que, precisamente, nos interesan mucho en Periférica (vamos a publicar a más de uno).

»Alguien nos dijo recientemente que la palabra, el nombre de la editorial, Periférica, le sugería otra palabra: “independencia”. Quizá sí. Aunque, ¿independencia de qué? Conocemos buenos sellos editoriales que pertenecen a grandes grupos, y que publican excelente literatura, o literatura a secas, sin pensar en la cuenta de resultados. Al menos sus directores literarios... En realidad todos, de un modo u otro, dependemos de alguien: de nuestros banqueros, lectores, distribuidores, libreros, críticos... La única independencia está en tratar de elegir siempre qué vas a editar sin pensar en ellos... La independencia está, como decía Giulio Einaudi hace décadas, en aquellas magníficas conversaciones publicadas, no hablar del mercado, en no pensar en él cuando se traza la programación de cada “curso”».

Julián Rodríguez define así el momento editorial al que han llegado las editoriales de Contexto, y da una pista de cuál cree que es la razón de que todas hayan encontrado su hueco en esa mesa de novedades de librería en la que el centímetro cuadrado se valora tanto: «Hemos llegado a un momento de aparente saturación pero también de normalización respecto a modelos editoriales vecinos; es decir, existen gigantescos grupos editoriales por una parte, grandes y medianas editoriales independientes, y, por último, pequeñas editoriales. Este sector es el que antes no existía, o apenas existía. Los tres sectores mantienen a la vez líneas, digamos, de consumo y líneas literarias. Todos publican buenos, regulares y malos libros. Pero, curiosamente, son las pequeñas editoriales las que menos libros malos publican. ¿Por qué? Porque su programación es tan corta que pueden elegir sólo lo mejor, lo más interesante, y porque su prestigio, aún en vías de consolidación, se fundamenta en la calidad constante».

La calidad constante, al final, es rentable. Para Julián Rodríguez, «el catálogo de una editorial es su principal y único valor; su energía y su aval. Da igual el nombre, da igual el lugar o país desde el que edites, da igual tu “poder” mediático o económico: para juzgar a una editorial lo único que hemos de recorrer son las líneas (los nombres propios, tanto los “sonantes” como los poco “sonantes” o asonantes) de su catálogo. Y, sobre todo, la conjunción entre todos esos nombres. A todo esto algunos lo llaman “perfil”, me parece bien: el perfil de un rostro llamado editorial... Periférica ha editado desde sus primeros días siempre sin pensar en el mercado, sólo mirando hacia nuestro background como lectores.

Por suerte, además, existen hoy distribuidores en España que entienden que lo que en Francia llaman microedición, o edición a cargo de los pequeños editores, puede ser entendida por su parte como un I+D para el futuro: investigación más desarrollo... E incluso I+D+i, es decir, innovación (hasta donde se puede inventar hoy día)... En el futuro, piensan estas distribuidoras, los pequeños editores de hoy podrían ser grandes editores... Esto, en realidad, no ha de importarnos (quiero decir qué creen los distribuidores respecto al futuro), pero nos sentimos satisfechos de haber encontrado un buen distribuidor, un distribuidor, digamos, literario, que cree en nuestro proyecto y sabe “explicar” nuestros libros, por muy difíciles que sean en algunos casos para el “mercado habitual”».

Es una manera de explicar el éxito, el año pasado, de *En Grand Central Station* me senté y lloré, de Elizabeth Smart—que inauguraba una nueva colección dentro de la editorial, no mostaza sino roja, llamada *Largo Recorrido*—, un rescate que se convirtió, a finales de 2009, en su libro más vendido. Periférica, muy orientada al descubrimiento para España de autores latinoamericanos, tiene el mérito de haberse convertido en la casa española del argentino Fogwill o del cubano Octavio Escobar Giraldo, una de las apuestas de Periférica para 2010.

Libros del Asteroide es otra editorial «de color», pero en este caso individualizado por cada volumen que pone en el mercado —respetado en los casos en los que se trata de «series», como las dos de Robertson Davies o la de Miklós Bánffy, aún en marcha—. *Libros del Asteroide*, que por lo demás se ha especializado en grandes autores estadounidenses del siglo XX como Wallace Stegner, William Maxwell, Ann Beattie, sin desdeñar brillantes incursiones europeas como las de Leo Malet o Angel Wagenstein, es obra de Luis Miguel Solano (Santiago de Compostela, 1972). Solano, que había empezado su carrera como editor en el Grupo Planeta, dio a luz a esta editorial en abril de 2005. Le puso ese nombre porque le recordaba a *El Principito* y porque «evoca valores que tiene la editorial: independencia, riesgo, etc», se fijó en Anagrama, Tusquets y Pre-Textos, las editoriales españolas

que más respeta, y descubrió al público a Robertson Davies —El quinto en discordia es el libro más vendido de la editorial— o a Manuel Chaves Nogales, por citar los dos rescates de mayor calado entre público y crítica de entre los propuestos por Libros del Asteroide. En esta editorial trabajan otras dos personas además de Solano, pero esa no es ni mucho menos la norma en Contexto.

La norma es Diego Moreno (Madrid, 1976), el director editorial de Nórdica, que tiene fama de trabajar todas las horas del día y muchas de la noche. Nórdica es él solo. Selección de títulos, diseño, maquetación, seguimiento, promoción, clipping..., todo. A pesar de su juventud, a Moreno le ha dado tiempo a trabajar un año como librero en la desaparecida Crisol, ser parte del primer máster de Edición de Santillana, trabajar cuatro años en Ediciones de la Torre y, después, dirigir una imprenta digital en Zaragoza. En 2003 montó, con cuatro amigos, una pequeña editorial, Josef K, y en 2006 se lanzó en solitario con Nórdica.

«Pronto llegará la nieve. Se siente en el aire», es su *leit-motiv*, la frase promocional de la editorial. Esto, y el nombre elegido, tienen que ver con la intención de Moreno de «ser el referente de las literaturas de los países nórdicos. En 2006 poca gente estaba interesada en estas literaturas, pero parece que eso ha cambiado (y espero haber contribuido a ello)». El último ejemplo ha sido la recuperación de autores como Knut Hamsun o Harry Martinson —ambos premios Nobel de literatura—, aunque a Nórdica quien primero le puso sobre el mapa fue otro de esos autores importantes del siglo XX que, sin embargo permanecían inéditos o descatalogadísimos en España: el irlandés Flann O'Brien y, en concreto, su novela *El tercer policía*, aún hoy la obra más vendida de Nórdica.

Nórdica tiene tres colecciones: Otras Latitudes, Letras Nórdicas e Ilustrados, y cada colección se edita de manera distinta y con sus propias señas de identidad: «Me parece que la única manera de competir con el libro electrónico es hacer de cada libro algo único. Cuidamos mucho la selección de los papeles, las tipografías, las guardas, la tela de la cubierta, etc. Utilizo mucho las nuevas tecnologías, pero al mismo tiempo hago libros artesanales. Otra seña de identidad de Nórdica es cuidar los oficios del libro: maquetadores, diseñadores, traductores y correctores son esenciales para que un libro quede perfecto». Este año, Moreno espera buenas noticias de un nuevo O'Brien y de lanzar al mercado español al sueco Tomas Tranströmer y a la noruega Herbjorg Wassmo. La Feria del Libro de Madrid, este año, le será propicia pues se dedica a los países nórdicos.

Otro llanero solitario de la vida editorial es Enrique Redel (Madrid, 1971), el director editorial de Impedimenta. Redel trabajó como lector y asesor en varias editoriales y agencias literarias. Posteriormente, ejerció como editor adjunto —«casi un editor orquesta», dice— en dos pequeñas editoriales madrileñas: Ópera Prima (2000-2002) y Odisea (2002-2004). En abril de 2004 fundó, junto con otro socio bastante neófito en el mundo editorial, la editorial Funambulista, en la que ejerció como editor. En abril de 2007 se separó y montó Impedimenta. Si todas las editoriales se emplean con una exquisitez inaudita a la hora del trato del libro como objeto, Impedimenta se lleva la palma. El trabajo de Enrique Redel se basa en estos principios: «Selección estricta (quince libros al año, muy escogidos), ojo puesto en el lector (nunca editamos sin pensar que el libro puede seducir a lectores como nosotros), respeto por los colaboradores (desde el librero al traductor, los diseñadores y el distribuidor) y una estética a prueba de bombas (no editar nunca un libro feo, si se puede hacer bonito)».

Impedimenta no llega a los tres años de actividad, pero ya cuenta en su haber con éxitos sonados

como el Botchan de Natsume Soseki (Premi Llibreter 2008 y su libro más vendido) y rescates de Eudora Welty, Edith Wharton, Adalbert Stifter o Georges Perec, uno de los favoritos del editor, que explica: «Gracias a mi trabajo anterior en otras editoriales, y también por simple intuición, sabía que existía un tipo de lector (entre los que me incluyo), que iba a las librerías en busca de libros llamados “literarios” (no de mero consumo, ni de mero entretenimiento), y que se presentaran con una estética cuidada. Yo soy incapaz de hacer un libro feo, y tampoco compro libros que no me digan nada sobre mí mismo, sobre mi propia tradición como lector. Además, hay auténticas joyas medio escondidas, olvidadas por una industria editorial miope (que no ve más allá de dos metros delante de sus narices), y que merecía la pena presentar a un lector despierto. Mientras sigan existiendo lectores literarios, la fórmula de Impedimenta no se agotará, porque siempre tenemos en mente a estos lectores a la hora de montar nuestro catálogo».

Enrique Redel habla de la influencia de Anagrama y Tusquets, del «mandamiento de selección estricta, no reñida con la salida comercial, de Acantilado», del gusto por lo centroeuropeo de Pre-Textos, del afán de recuperar clásicos de Alba, y de la vena estética de las inglesas Penguin, Jonathan Cape o Bodley Head como aspiraciones editoriales, y en una mezcla de todas se hallan esos libros exquisitos cuidados hasta en sus códigos de barras cuya razón de ser tiene mucho que ver con el nombre que el editor encontró para su criatura: «La “impedimenta” era el bagaje, la mochila, que llevaban los legionarios romanos a la batalla. En ella llevaban todo lo necesario: el escudo, la espada, la espada corta, la malla, la lanza, las raciones de comida y agua, el material de campaña. El peso, descomunal, les partía la espalda en las largas caminatas. Pero llevaban lo fundamental, de suerte que si se deshacían de algo, era probable que murieran en la batalla. Quería que Impedimenta simbolizase eso justamente: lo esencial. Además, teniendo en cuenta que nosotros, como lectores, llevamos tres mil años de tradición a nuestras espaldas, y eso cuesta, pesa, a veces hace que avancemos más despacio, pero más seguros».

Sexto Piso es la editorial de Santiago Tobón (Colombia, 1975), que desembarcó aquí como socio —junto a otros cuatro; es la editorial más «numerosa» de Contexto— después de haber triunfado con Babilonia en México. Lo que Tobón destaca como joyas de su editorial da una gran idea de la identidad de Sexto Piso: «Ágape se paga, de William Gaddis, es un libro de culto y al mismo tiempo algo difícil, para el que contamos con un traductor entusiasmado y muy solvente, Miguel Martínez Lage. El resultado es un libro redondo. En ensayo, hay dos libros muy importantes para nosotros, tanto por el texto en sí como por el valor añadido de nuestra edición: Memorias de un enfermo de nervios, de Daniel Paul Schreber (que incluye textos de Freud, Calasso y Canetti), y La persuasión y la retórica, de Carlo Michelsaедter (que incluye textos de Miguel Morey, Cacciari y Magris)».

Sexto Piso combina, ya se ve, el ensayo de culto con un gusto por novelas que estarían entre los de Asteroide (el propio Gaddis) e Impedimenta (el Me acuerdo, de Joe Brainard, o los cuentos de Rudyard Kipling seleccionados por Somerset Maugham).

De entre todos los jóvenes editores de Contexto, la más veterana es Carola Moreno (Madrid, 1955), que empezó con Barataria por parecidos motivos a los que ya hemos leído: «Siempre creí que si a mí me interesaban determinados autores, determinado tipo de literatura, debía de haber más gente como yo. Así de simple».

Moreno tiene una larga trayectoria en otras editoriales. Como ella misma explica: «Llevaba demasiados años haciendo para otros libros que no me interesaban demasiado. Quería hacer los

libros que me interesaban a mí». Con lo que se cumple otra máxima de los editores de Contexto, y es que todos son lectores antes que editores.

Julián Viñuales (Barcelona, 1967) viene de familia editora —su padre trabajó en Bertelsmann, Destino y Tusquets, entre otras— y de afición musical, y así es Global Rhythm Press: una editorial que combina, según su director —y de nuevo única persona a su cargo—, «una especial —y algo voyeurística— predilección por la pornografía confesional, es decir, por las memorias, los diarios, los libros de conversaciones con una evidente nostalgia por la cultura popular de los años setenta, sesenta, cincuenta, cuarenta y, en lo literario, un eclecticismo bipolar entre lo clásico y lo contemporáneo». Así, igual fama le ha dado a Global Rhythm haber editado el primer volumen de Crónicas, de Bob Dylan, o las biografías de Johnny Cash o Edith Piaf como, dentro de su colección Papel de Liar, la biografía del actor John Belushi escrita por el periodista Bob Woodward o Destellos de vida, las memorias de Friderike Zweig, primera mujer de Stefan Zweig. Es decir, Global Rhythm no sólo ha llevado a cabo el mayor esfuerzo editorial que se conoce en España por dotar a nuestro mercado de una literatura musical digna, como sucede en el Reino Unido, sino que ha abierto un camino intenso y muy interesante en el terreno de las biografías, tanto de músicos como de escritores, de hoy y de ayer.

Todas estas son las editoriales que forman parte del proyecto Contexto. ¿Cómo se benefician de este conglomerado? Como dice Diego Moreno, de Nórdica: «En primer lugar, participar en ferias a las que sería muy difícil acudir en solitario. También compartimos información y realizamos tareas de promoción y comunicación conjuntamente. Son muchas las cosas que los pequeños editores no podemos hacer individualmente y que son fáciles de realizar en grupo». Enrique Redel, de Impedimenta, cree que «lo que caracteriza a las pequeñas editoriales es la falta de músculo. No llegamos a muchas cosas por pura falta de estructura. Contexto nos dota de esa estructura. Confiamos en los amigos muchas labores, tenemos una base de datos de medios común, vamos de la mano en la exportación a América, viajamos juntos, nos consultamos decisiones estratégicas. Y además, somos buenos amigos, que eso también importa».

Así que, en su peculiaridad individual y en su fuerza conjunta radica parte del éxito de Contexto, la suma de unas editoriales que, en apenas un par de años, se han demostrado a sí mismos que tenían razón y que tenían hueco en el mercado editorial español.

Fecha de creación

15/04/2010

Autor

Josu Lapresa