



Sigrid Kraus (Salamandra) y Valeria Ciompi (Alianza).
// Alba Vigaray

V. C.: Nos hemos beneficiado durante años de la estabilidad absoluta del precio del papel. Ahora, a lo mejor alguien se plantea: si tiene 50 páginas menos, a lo mejor puedo actuar más sobre el precio... En tiempos de crisis de lectura, los aspectos formales del libro son más importantes que nunca.

Por cierto, ¿cómo ha cambiado la relación entre editor y escritor?

S. K.: Oh, mucho. Ahora, prácticamente no hay escritor que no tenga agente, y es más difícil tener una relación cercana cuando hay alguien en medio. El autor también se ha profesionalizado, es una persona mucho más consciente de la parte monetaria, necesita mucha información, que me parece súper válido y muy correcto. Antes había muchos autores a los que les daba igual.

V. C.: Sí, eso es cierto, pero yo creo que los autores se sienten muy a gusto cuando tienen un editor con el que hablar de los proyectos, con el que comentar cosas... De hecho, a veces la decisión de publicar en una editorial u otra depende de quién es el editor. Y a lo mejor, ahora, por ese cambio de modelo editorial va a haber autores que se van a encontrar un poco huérfanos... Eso pesa.

¿Los autores actuales son conscientes del papel que el editor tiene en la carrera de un escritor?

S. K.: Yo creo que en este nuevo sistema muchas veces los agentes están cogiendo el papel del editor.

Pero un agente no es un editor.

S. K.: No debería, no...

V. C.: Es un lector, debería, por lo menos, ser un lector.

S. K.: Van a ser, cada vez más, agencias de servicios que se meten en todo, en publicidad, en *marketing*, trabajan el manuscrito... Y eso se debe también a que el editor de verdad cada vez tiene menos tiempo para dedicarse a eso, porque tiene que asumir una cantidad de trabajo de gestión que antes no tenía.

V. C.: A veces me pregunto si el número de personas que escribe no es mayor que el número de personas que lee... La mejor venganza del editor frente a la autoedición sería publicar los manuscritos tal como llegan a la editorial (ríen).

S. K.: El del editor con el autor es un vínculo muy especial, muy firme, de gran responsabilidad, por un lado, y por el otro, de gran confianza. Y está en peligro. Si las grandes editoriales no se dan cuenta de la importancia de esa figura, otros la van a coger. La figura es necesaria. En la autoedición faltaría ese filtro, esa persona que hace de puente entre autor y mercado, es como poner un material en bruto.

¿Y ese vínculo entre el editor y el escritor debe ser duradero?

V. C.: Es como las historias de amor: mientras dura la pasión, bien. Hay un momento en que esa relación se puede llegar a desgastar por la propia trayectoria de la editorial, por la propia trayectoria del autor...

¿Por cuestiones monetarias?

V. C.: Por cuestiones monetarias, y luego hay otra cosa, y es que a veces dices: a lo mejor tienes que llevarte este

proyecto a otra editorial donde empezar desde cero.

S. K.: Yo lo veo muy complicado. Hay muchos ejemplos de que, si acompañas a un autor durante una larga trayectoria, puede florecer y dar lo mejor de sí, y creo que le compensa. Pero, desde el punto de vista del mercado, es muy difícil mantener un libro tras otro que no llega a estas ventas, en un sistema en el que el librero compra de acuerdo con la venta anterior. Como editor, ¿en qué momento dices: no puedo acompañarte más? Cuando un autor en el que crees te da un libro flojo, lo deberías publicar, pero tienes que saber que eso va a hacer daño a tu marca, el coste es muy alto, pero lo haces pensando que en el futuro habrá una novela mejor. Por otro lado, cuando un autor salta mucho de editorial en editorial, está súper comprobado que eso arruina su carrera, es malísimo para su carrera, porque el público ya no sabe dónde encontrarlo, el librero tampoco... A mí me pasa que cuando un autor ha estado en muchas editoriales, aunque el libro me guste, muchas veces tengo que decir que no, porque, después de haber hecho todo eso, es imposible que ahora sea un éxito. Pero es un drama para los autores.

V. C.: En algunos casos, el autor es consciente de que es un libro pequeño, y le das una dimensión que no dañe el resto de la trayectoria, pero no es nada fácil.

S. K.: No, porque también al autor le va a decepcionar. Pero, si lo haces, lo que no debes hacer jamás es mentir. Si tú consideras que es un libro menor, lo tienes que publicar como un libro menor. Lo peor que hacemos en el mundo editorial es engañar y engañar y engañar.

V. C.: No podemos engañar al lector y al librero y a los medios.

Tampoco al autor...

V. C.: Pero, a veces, algunos autores, tengo en mente algunos pero no los vamos a nombrar, son conscientes de que es un producto menor, pero lo que quieren es que sus libros estén en catálogo...

¿Y qué piensan de esa tendencia, muy generalizada, a que el autor tenga que publicar cada dos años?

S. K.: No, yo no lo creo para nada.

Se dice que, si no, desapareces, que eres una marca que se tiene que alimentar, pero no, para nada.

V. C.: No, y en España menos. En el mundo anglosajón a veces es una imposición del editor. Esto de contratar libros que no han sido escritos... ¿Pero cómo podemos hacer eso? Hay autores de un libro al año, y el mercado español no resiste eso.

S. K.: Otra tendencia que nos preocupa a los editores es que el lector, por la gran cantidad de oferta, es más picaflor que antes. En la época en la que yo empecé, el lector era muy fiel. Ahora, es muy difícil conseguir que se quede con un autor.

V. C.: Puedes tener una base, lo que yo llamo los 1.500 lectores que tienen los buenos autores, y esos son como hijos. Pero no sabes cómo vas a llegar a los que hay entre los 1.500 y los 50.000.

Mis días en la librería Morisaki

Satoshi Yagisawa

Letras de Plata/Urano, 158 páginas

El barrio de las librerías y de las editoriales, paraíso de los lectores. Un rincón tranquilo y ajeno al tiempo, a pocos pasos del metro y de grandes edificios modernos. Filas y filas de escaparates llenos de libros, nuevos o de segunda mano. Tatakó, con veinticinco años y una vida bastante descolorida, no suele frecuentar ese barrio. Sin embargo, es allí donde se encuentra la librería Morisaki, que ha pertenecido a su familia durante tres generaciones. Una tienda de apenas ocho tatamis en un antiguo edificio de madera, con una habitación en la planta superior que se utiliza como almacén. **S.R.**



Todo empieza en septiembre

Daniel Bernabé

Planeta, 448 páginas

Jaime Peña es un escritor que, para sobrevivir, hace de todo: artículos, entrevistas e incluso inventa guiones para un programa de sucesos paranormales. Pero, cada día, al comprobar su cuenta bancaria, ve que, lejos de la libertad que prometía el trabajo freelance, lo que está es un paso más cerca de la precariedad. Sin embargo, un e-mail advirtiéndole de que un grupo de gente poderosa está dispuesto a llegar muy lejos para alterar el resultado de las próximas elecciones hará que su vida de un vuelco y se vea envuelto en un complot que claramente le supera.



La hija ejemplar

Federico Axat

Destino, 558 páginas

Nadie sabe nada de Sophia, aunque todo apunta a que se quitó la vida arrojándose de un puente y que el hecho está relacionado con un vídeo escabroso que se viralizó en el instituto. Pero sus padres se niegan a creerlo. Cuando meses después el chico que lo grabó aparece muerto de un martillazo en la cabeza, hay quienes se atreven a pensar que quizá Sophia está viva y que su desaparición forma parte de un plan que ella ha puesto en marcha. Un thriller psicológico que explora los vínculos familiares y cómo las expectativas de los padres hacia sus hijos pueden convertirse en un oscuro mecanismo de manipulación. **T.G.**



LOS MÁS VENDIDOS

FICCIÓN

1. **El cuco de cristal.** Javier Castillo (Suma).
2. **Hijos de la fábula.** Javier Aramburu (Tusquets).
3. **Nosotros.** M. Vilas (Destino).
4. **Esperando al diluvio.** Dolores Redondo (Destino).

NO FICCIÓN

1. **Hábitos atómicos.** James Clear (Planeta).
2. **En la sombra.** Príncipe Harry (Plaza&Janés).
3. **Cómo hacer que te pasen cosas...** M. Rojas (Espasa).
4. **Encuentra tu persona vitamina.** M. Rojas (Espasa).

EN GALEGO

1. **A culpa.** María Solar (Xerais).
2. **As malas mulleres.** Marilar Aleixandre (Galaxia).
3. **Os nenos da variola.** María Solar (Galaxia).
4. **Ubik.** Philip K. Dick (Boadicea).

ner. Y esa es, un poco, la problemática del departamento de marketing que manda sobre el de edición.

V. C.: A mí lo que me preocupa de eso es la uniformización. Al decir "no podrás dejar de leer", "una lectura indispensable"... ¿qué le estás contando al lector? Y esas son las grandes apuestas de marketing.

Pero el último ejemplo de un gran éxito en España, *El infinito en un junco*, de Irene Vallejo, no tuvo campaña de marketing.

V. C.: Ese es el milagro de la edición. Si los departamentos de *marketing* supieran de entrada cuáles son los libros que se van a vender, los editores no seríamos necesarios.

S. K.: Hay una presión muy grande sobre el proceso editorial para simplificarlo y eliminar pasos. Por eso el momento actual es peligroso.

¿Y qué es lo que está en peligro?

S. K.: El que digas: una corrección menos, nadie lo va a notar, este libro es muy largo, vamos a dejarlo, total, si hay cuatro erratas tampoco pasa nada... Que gente que piensa así gane sobre gente que piensa lo contrario. Es una batalla dura a medida que esto se hace más grande y más comercial y haya cada vez menos margen. Ahora, con la inflación, es un problema, ¿por dónde ahorras?