

Escritores *de marca*: voces argentinas en el catálogo de Anagrama

por Javier Lluch-Prats
(CSIC - CCHS)¹

RESUMEN

El interés de la industria editorial española por la literatura hispanoamericana resurge a partir de los años noventa del siglo XX, al tiempo que se fomentan otras relaciones culturales y económicas de diverso tipo. Por un lado, los grandes grupos apuestan con riesgos mínimos y controlados; por otro, editoriales independientes tienen por objetivo descubrir nuevas voces con talento y calidad literaria. En el caso de Anagrama se ha abierto el catálogo a escritores como Bolaño, Aira, Pitol, Neuman o Pauls, pero también se ha creado una especie de redil anagramático, en palabras de Herralde, y así un grupo de escritores “de marca” disfruta del capital simbólico de la editorial, al tiempo que lo incrementa con el suyo propio gracias a su notable producción y su proyección internacional.

Palabras clave: Anagrama - Jorge Herralde - narrativa hispanoamericana - mercado editorial - literatura argentina

ABSTRACT

The interest of the Spanish publishing industry in Hispano-American Literature has reemerged since the nineties, while other cultural and economic relationships of diverse kinds have been encouraged. On the one hand, main groups invest with minimum and controlled risks; on the other hand, independent publishing houses aim at discovering new talented voices and literary quality. In the case of Anagrama, its catalogue has incorporated writers like Bolaño, Aira, Pitol, Neuman and Pauls, but also, in Herralde's words, a sort of “anagramatic enclosure” has been created, that is, a group of “trademark” writers enjoying the symbolic capital of the publishing company while at the same time increasing it with their own capital, thanks to their remarkable production and their international projection.

Keywords: Anagrama - Jorge Herralde - Hispano-American narrative - publishing market - Argentinian literature

Desde los años noventa del pasado siglo, con respaldo institucional y privado, no pocas vienen siendo las iniciativas encaminadas al afianzamiento del espacio cultural latinoamericano, entre cuyos objetivos figuran: la protección de la lengua con sus múltiples matices (sirvan como muestra los Congresos Internacionales de la Lengua Española, que se celebran desde 1997), el intercambio y el fomento de manifestaciones variadas (el cine, las artes plásticas o la literatura) así como la mejora de convenios existentes, el establecimiento de vías de difusión y el necesario planteamiento de revisión o de eliminación de cuantas barreras políticas y económicas dificultan la proyección internacional. Con relación a la literatura, y acerca de la necesidad de establecer contactos y promover el conocimiento recíproco en dicho espacio, Jorge Herralde, editor y propietario de la editorial Anagrama, afirmó:

De algún modo, intentamos reaccionar contra el sistema de compartimientos estancos con que parece funcionar el sistema de lectura en los distintos países de habla hispana: en Argentina, salvo excepciones, no se leen muchos españoles ni viceversa, en Chile no se leen los mexicanos y así sucesivamente. En parte por eso he viajado, para retomar contacto personal y para seguir en busca de manuscritos, que para mí son siempre una aventura (Cristoff 1999).

¹ Miembro del *Grupo de Investigación sobre Cultura, Edición y Literatura en el Ámbito Hispánico (siglos XIX-XXI)* - GICELAH. Este trabajo se inscribe en el marco del Proyecto de I+D+i HUM2007-63608/FILO (MEC).



Así también, respecto de la desestructuración del mercado, Herralde aludió al escritor Ricardo Piglia, caso al que llamaba uno de los “misterios más impenetrables de la edición literaria reciente”:

Por una parte, Piglia estaba (y sigue estando) editado por Planeta (y por su filial Seix Barral) en Argentina. Pero, aunque está considerado uno de los mejores autores argentinos de su catálogo, y ha conseguido con *Plata quemada* el Premio Planeta en su país y se ha filmado una película sobre esa novela, que tuvo un éxito considerable en Argentina y era verosímil que lo tuviera en España [...], curiosamente ningún libro de Piglia estaba publicado en España, pese a que Seix Barral había reanudado una intensa dedicación a América Latina (Herralde 2004: 217).

Resurge, pues, el discurso panhispanista y España ocupa el papel de puente transatlántico, de mediador de intereses principalmente hacia la Unión Europea. De tal manera, si observamos el campo literario comprobamos que, siguiendo un camino histórico recorrido por la industria editorial española —tan fructífero en el entresiglos XIX-XX, interrumpido primero por la dictadura franquista, y después por crisis financieras, golpes militares, censura gubernativa, inflación galopante y derrumbe monetario en varios países—, se ha venido reforzando vigorosamente la acción empresarial hacia (y en) América justo a partir de una época más estable en ambas orillas, tal como confirma la implantación de filiales de editoriales españolas en América Latina, de gran incidencia en el panorama literario, y el flujo de autores hispanoamericanos —aun cuando no siempre suponga el acceso a espacios transnacionales— a través de actuaciones axiales en este proceso de mediación cultural (y económico), entre ellas: el proyecto Alfaguara Global y las actividades del grupo Planeta y de editoriales como Seix Barral, Tusquets y Lengua de Trapo.² Además, en España, donde se impulsan voces emergentes de la literatura hispanoamericana y se mantiene la presencia de autores canonizados del *boom* y de otros de la generación siguiente, destacan iniciativas como el Salón del Libro Iberoamericano de Gijón, desde 1998; las promovidas por la Casa de América, surgida en 1990, y en su seno la Red de Centros Culturales de América y Europa (RCCAE), a las que cabría añadir la creación en 1992 de la Asociación de las Televisiones Educativas y Culturales Iberoamericanas (ATEI)³

² Con relación a la situación del período de emergencia en los noventa, y sobre la presencia de las editoriales españolas, como señaló Gras (2000), por un lado encontramos grandes corporaciones, como Planeta y Alfaguara, grupo cuya labor se caracteriza por una política editorial de riesgos mínimos, controlados, y sustenta buena parte de su catálogo con textos de la nómina canonizada de la literatura hispanoamericana: “controla el espacio más prestigioso [...] a la vez que, consciente de la necesidad de renovación a medio plazo, busca el control de otros espacios emergentes que le aseguren el mantenimiento de esa hegemonía”. Destacable es también la reaparición del Premio Biblioteca Breve, de Seix Barral, tan significativo para autores como el mexicano Jorge Volpi en 1999, el argentino Gonzalo Garcés en 2000 o el chileno Mauricio Electoral en 2004. En cuanto a Tusquets, cuenta en su catálogo con autores como Luis Sepúlveda, Reinaldo Arenas, Abilio Estévez o Eduardo Berti. Y marcada por el riesgo, la osadía y la diversidad queda la actividad de Lengua de Trapo. En resumen, Gras (2000) analizó la tensión por la legitimación literaria y la hegemonía en el campo literario: por una parte, se hallan autores consagrados y apuestas más comerciales en empresas de “ciclo de producción corto”, de riesgos mínimos, con circuitos propios de comercialización y de promoción que garantizan la recuperación de la inversión y el consumo rápido: Planeta, Alfaguara y Círculo de Lectores. Por otra parte, editoriales independientes como Lengua de Trapo son de “ciclo de producción largo” porque arriesgan en inversiones culturales de futuro y descubren a autores jóvenes. En lo esencial, Anagrama asume esta posición, si bien su infraestructura le permite correr menos riesgos a la hora de recuperar la inversión. Es más, la explotación de su capital simbólico acumulado hace que el riesgo asumido sea menor.

³ En la ATEI han surgido propuestas como la revista digital *El Porta(L)voz*, en 2008, que se define como “autorrelato de la cultura iberoamericana”. Su objetivo principal es revelar aspectos y eventos culturales

y, en ámbito académico, de la Asociación Española de Estudios Literarios Hispanoamericanos. Además, muy relevante ha sido la repercusión que han tenido y tienen los numerosos premios literarios cuyos ganadores proceden de uno u otro lado, desde los emblemáticos Premio Cervantes y Premio Internacional de Novela Rómulo Gallegos a otros fomentados por editoriales: el Heralde, el Planeta, el Alfaguara, el Primavera de Novela o el más reciente Premio Iberoamericano de Narrativa Planeta-Casamérica, en su tercera edición en 2009.

En este marco de interacción cultural también participa la editorial Anagrama, de la que nos ocupamos en estas páginas con el fin de presentar las motivaciones de su interés por el espacio hispanoamericano y, en consecuencia, lo que ha supuesto para ciertos escritores pertenecer a tan modélica editorial, que responde a lo que se considera una marca de prestigio, desde hace cuatro décadas tan bien labrada por su editor. Por ello los definimos como autores *de marca*, es decir, mediante una locución adjetiva que refiere cuanto sobresale en una línea y es expresión muy pertinente para hablar de Anagrama como sello de calidad en el mundo editorial, y cultural por extensión (“Anagrama” significa “signo o emblema” especialmente constituido por letras). Como es sabido, Anagrama difiere de las editoriales puramente comerciales que, como apuntó Giulio Einaudi —retomando una expresión de Elio Vittorini— esencialmente fomentan las *obras de consolación*, frente a las de *provocación* (Muchnik 2002: 78). En efecto, Anagrama representa la edición “sí”, tal como Einaudi denominaba a aquella que investiga, se arriesga, busca la parte oculta, lo prohibido y desvela intereses profundos. Por el contrario, la editorial “no” está “a favor de lo obvio, del mercado, del caballo ganador, sin más preocupación que la cuenta de resultados” (Heralde 2001: 199). Anagrama se inscribe claramente en una línea *provocadora*, mantenida en los ensayos y las novelas que prevalentemente configuran su catálogo. En su actividad exploradora, Heralde bien sabe que nada entre tiburones, o editoriales de un megagrupo. Por ello, sobre la edición actual, considera que “los hombres del marketing han ido desplazando a los hombres de la cultura según el guión de un mercado bajo el signo de la cultura *light* y de la edición espectáculo” (Heralde 2001: 218). Como independiente, además, Heralde ha insistido en que no hay recetas para sobrevivir, excepto:

estar en alerta permanente, montar el equipo y el dispositivo apropiados para acopiar y procesar la máxima información en función del proyecto editorial, tener una capacidad financiera acorde para dicho proyecto, y que éste despierte la confianza o complicidad indispensables de autores, agentes literarios y colegas extranjeros, así como de librerías, críticos y lectores (Heralde 2001: 287).

Con tales premisas Heralde ha sabido traspasar fronteras, vivificar el debate artístico con criterios rigidos por la calidad, apostar por una literatura exigente y una cultura crítica y responsable en permanente ósmosis con el tiempo en que vive y ha vivido. Así, en su prestigioso catálogo, resulta significativa la nómina de escritores cuyos textos han ido perfilando en parte la reciente historia de la narrativa peninsular en lengua castellana (sobre todo de la denominada “nueva narrativa” de los años ochenta). Quedan ahí nombres como Carmen Martín Gaité, Esther Tusquets, Álvaro Pombo, Paloma Díaz-Mas, Enrique Vila-Matas, Félix de Azúa, Javier Marías, Vicente Molina Foix, Antonio Soler, Luis Magrinyà, Alejandro Gándara, Rafael Chirbes, Belén Gopegui, Ignacio Martínez de Pisón, David Trueba y Andrés Barba.

En cuanto a los escritores americanos, si con el Premio Biblioteca Breve en los sesenta, de la mano de Carlos Barral se fraguó el *boom* con obras de Vargas Llosa o Cabrera Infante, al que siguió el denominado *post-boom*, en nuestra época⁴ Heralde ha desplegado su energía para

que normalmente no encuentran eco en los grandes medios de comunicación. [<http://www.elportalvoz.com>]

⁴ Fundamentalmente, como apuntó Gras (2000), podrían señalarse tres grupos en lucha simbólica por la defensa de su espacio en el campo literario: los consagrados del *boom* y del *postboom*; la “banda” (Luis Sepúlveda, Hernán Rivera, Paco Ignacio Taibo II, etc.) vs. “*snipers*” (Bolaño, Aira, etc.); y la vanguardia joven, con una potente y activa narrativa. En estos años, debido a la selección de textos que se publica en

dar a conocer escritores en un esfuerzo constante de renovación y provocación. Ampliamente dedicado a la cultura europea, su visión no ha sido miopemente eurocéntrica ni excluyente, tal como manifiesta su vinculación con la última narrativa hispanoamericana, hacia la cual la curiosidad de Herralde resurgió también en los noventa, para llegar a nuestros días con singulares escritores en su catálogo que también figuran entre los galardonados con los dos reputados premios convocados por Anagrama: Premio Herralde de Novela, creado en el 83, y el Premio Anagrama de Ensayo, diez años antes. Según el editor, por motivos políticos, sociales y económicos, tanto del lado de acá como el de allá, la crisis de la industria editorial a finales de los setenta le generó serios problemas a Anagrama, agravados por la crisis de la distribuidora Enlace,⁵ en uno de los peores momentos para la exportación a América Latina (Herralde 2001: 25-26). Años después, en su vuelta, Anagrama descubrió e incorporó a autores como Jaime Bayly, ganador del Premio Herralde en 1997 (*La noche es virgen*); Roberto Bolaño, en el 98 (*Los detectives salvajes*); y Andrés Neuman, finalista en 1999 (*Bariloche*), y flamante vencedor del Premio Alfaguara 2009 (*El viajero del siglo*). A ellos se les añadieron después otros vencedores del Herralde como Alan Pauls, en 2003 (*El pasado*); Juan Villoro, en 2004 (*El testigo*) y Alonso Cueto, en 2005 (*La hora azul*), así como los galardonados con el Premio Anagrama de ensayo, como Carlos Monsiváis, en 2000 (*Aires de familia*), y Rafael Rojas, en 2006 (*Tumbas sin sosiego*). Se trata, pues, de autores que, como otros del ámbito hispanoamericano, nos permiten reconocer el espacio simbólico, al territorio compartido y al imaginario colectivo y lingüístico, que, sin sacrificar su variedad y sustancia, Carlos Fuentes bautizó con optimismo como el territorio de la Mancha: “Todos los libros, sean españoles o hispanoamericanos, pertenecen a un solo territorio. Es lo que yo llamo el territorio de La Mancha. Todos venimos de esa geografía, no sólo manchega, sino manchada, es decir, mestiza, itinerante, del futuro” (1998: 7).

Anagrama, convertida en pasarela entre ambos continentes, ha venido incorporando escritores hispanoamericanos como los citados,⁶ mas también a Pedro Juan Gutiérrez, Alejandro Rossi, Sergio Pitol, Guillermo Fadanelli, Mario Bellatín, Eduardo Halfon, Augusto Monterroso, Evelio Rosero, Roberto Fernández o Laura Restrepo, si bien no todos se mantienen en su catálogo por los consabidos vaivenes de autores debidos a la seducción de otras editoriales, el efecto *trampolín* de los premios y hasta la tentación de cobrar más derechos de autor en una casa editorial u otra. En su conjunto, la presencia cuantitativa y cualitativa de estos escritores en Anagrama evidencia, además, cómo la editorial persigue publicar a sus autores de forma cada vez más sistemática —en palabras de su editor— en todo el territorio en lengua española, lo que ha sido posible gracias a:

España, ha sido denunciada (Becerra 2002) la distorsión generalizada de las expectativas del lector español, mediatizadas por la oferta editorial, pues cuanto llega al lector no se corresponde con la realidad de origen (por ejemplo, literatura de tradición popular que no accede al proceso de internacionalización). Becerra también apuntaba que lo actual no ha de leerse en línea con la literatura consagrada por el *boom*, cuyos resplandores no agotados y su referencia omnipresente han dificultado la percepción del paisaje contemporáneo.

⁵ A finales de los sesenta, en una etapa de cierto aperturismo, surgieron diversas editoriales transgresoras que se unieron en torno a una distribuidora común, Distribuciones de Enlace: Anagrama, Seix Barral, Edicions 62 (Península, en castellano), Laia, Fontanella, Lumen y Tusquets, de Barcelona, y Cuadernos para el Diálogo, de Madrid.

⁶ El lector puede encontrar textos de Herralde sobre varios de ellos, por ejemplo: “Alejandro Rossi, un bien escaso” (2001: 77-81); “Canutos con Copi (2001: 89-95); “Pedro Lemebel, yegua del Apocalipsis” (2004: 175-179), “Un premio para Alan Pauls” (2004: 207-211) y “Ricardo Piglia, el escritor más subrayable” (2004: 213-218). Otros muchos figuran en *Por orden alfabético: Escritores, editores, amigos* (Anagrama, 2006): Sergio Pitol, Juan Villoro, Juan Pedro Gutiérrez y Alonso Cueto, entre otros.

la progresiva implantación de la editorial en América Latina,⁷ en especial desde los 90: pasearme, como hago con cierta frecuencia, por las librerías de Buenos Aires o del D. F. es un masaje inigualable para el ego editorial. Y hemos combatido la crisis argentina haciendo ediciones locales de determinados autores extranjeros muy consagrados —Sebald, Auster, Houellebecq, Tabucchi, Kennedy Toole, Bukowski, Bolaño, Vila-Matas— así como de escritores argentinos —César Aira, Tomás Abraham y ahora Alan Pauls (Azancot 2004: 24).

Por consiguiente, el interés de Anagrama por lo hispanoamericano está muy ligado a sus propósitos, que siempre han sido:

La búsqueda de nuevas voces —es decir, la apuesta por los posibles clásicos del futuro, tanto en narrativa como en ensayo, en nuestro país y en otros ámbitos; el rescate de aquellos clásicos del siglo XX negligidos o ya inencontrables; la exploración en torno a los debates políticos, morales y culturales más significativos de nuestro tiempo, con cierta predilección por aquellas incursiones más arriesgadas y polémicas (Herralde 2009: 8).

Además, al cumplirse 40 años de la creación de Anagrama, cuyos primeros libros se publicaron en 1969, en el opúsculo *Deconstructing Anagrama*, Herralde menciona un aspecto fundamental de un editor literario con vocación cultural: la “política de autor”, esto es: “ir siguiendo a un autor y publicar todo lo que escribe. No se puede hacer con todos los autores, pero en algunos casos sí. [...] Claro que cuando un libro nuevo de alguno de sus grandes escritores no es tan bueno como esperaba, la política de autor es una soga al cuello” (Guerrero 2001). De ello da cuenta la lista *39 sobre 10*, en la cual aparecen autores con diez o más títulos en el catálogo, entre ellos: Auster, Bolaño, Chirbes, MacEwan, Tabucchi, Vila-Matas, Pitol, Wolfe o Bourdieu. Y significativo es que en tan selecta lista figure Ricardo Piglia, dado que representa la clara postura del editor por lo que considera el único patriotismo de la tarea conducente a crear un catálogo editorial sólido y fiable: su búsqueda por voces de calidad literaria. En torno a esta “política de autor”, Sergio Pitol (2001: 9-15) ya resaltó que una de las claves del triunfo de Herralde es, precisamente, el “factor humano”, su relación personal con autores, editores y librerías. De modo que, por sus buenas y armoniosas relaciones con los escritores —salvo alguna excepción—, en Herralde toman cuerpo las palabras de Unseld (1985: 39-42) acerca de la confianza del escritor en una editorial, y así en el editor, ya que “le puede dar seguridad y a menudo tiene que animarle a continuar su trabajo empezado, a emprender una nueva obra o a recomendar después de un fallo, una renuncia, una crítica o un fracaso estrepitoso”. Evidentemente, tal colaboración no puede practicarse con todos y cada uno de los autores. Unseld prosigue señalando que la tarea del editor es la de animar y desatar energías, puesto que “no pretende con sus libros tanto satisfacer necesidades como crear otras nuevas. En este sentido trata de convencer, educar, formar, es decir, quiere ser una especie de pedagogo; o al menos ha de poseer un ‘eros’ pedagógico”.

El aura de la marca Anagrama: su capital simbólico

En diversos libros de Herralde hallamos textos reunidos provenientes de conferencias, artículos de prensa y entrevistas personales, textos que Rodrigo Fresán definió como “Miradas”: el editor no sólo lee y edita sino que *observa*, en librerías y ferias, en restaurantes, presentaciones y viajes, allá donde puede sigue adelante con su tarea de editar, que para él también es una forma de diversión. Y fue Sergio Pitol, al presentar *Opiniones mohicanas*, uno

⁷ Anagrama cuenta con distribuidores en diversos países. Así, en Argentina: Riverside Agency, S.A.C.; en Chile: Fernández de Castro, Ltd.; en Colombia, Venezuela y Ecuador: Grupo Penta Distribuidores; en México: Colofón, S.A.; en Panamá y Perú: Océano; en Puerto Rico: Compañía Caribeña de Libros, Inc.; en Uruguay: Gussi; en Costa Rica: Desarrollos Culturales Costarricenses.

de los títulos de estos libros recopilatorios, quien resaltó las cualidades del editor como escritor, cuya mejor obra es la novela-río que es el catálogo de Anagrama, tal como lo había aludido el propio Herralde al definir la voz *editar*:

Editar me permite: explorar, descubrir, apostar, compartir placeres y entusiasmos; practicar una variada gimnasia mental; subirme de vez en cuando a las montañas rusas y otras atracciones; seguir desde el principio la excitante metamorfosis que conduce del manuscrito al libro. Y, durante el trayecto, “escribir” una particular novela-río: “el catálogo de Anagrama” (Orquín 2007: 235).

Con relación a su posicionamiento ante la escritura, Herralde afirmó:

El editor no es un escritor frustrado, como quisiera el tópico, sino que es también un escritor, pero una especie distinta de escritor, un escritor que en vez de operar con palabras opera con macrounidades, los libros, creando colecciones a modo de capítulos configurándose así su catálogo como una novela.

El catálogo de un editor nos revela sus gustos y sus entusiasmos, sus aciertos y sus fracasos, su posible coherencia, sus esperanzas inmotivadas y sus apuestas proféticas, sus relaciones con sus autores [...] su adhesión o rechazo o eclecticismo respecto a las ideologías de su tiempo, su reacción ante el impacto de las nuevas tecnologías, su sentido de la oportunidad [...].

El estudio cronológico, año tras año, se convertirá, pues, en la lectura del libro de su vida (2001: 246).

En uno de sus textos, al homenajear a Josep Janés, Herralde describió al auténtico editor con palabras válidas para referirnos a él: “alguien que configura un catálogo, lo vive, que deja sus huellas, más o menos en filigrana, a través de los libros que lo han seducido” (2001: 192). En otro lugar, Herralde (2001: 319) aludió explícitamente a su editorial como una marca para cuya creación, influencia y eficacia, y para que se convierta en contraseña y se fije en el imaginario colectivo, señaló imprescindibles la persistencia y la coherencia, sin dispersiones ni despistes, la imagen nítida, previsible y sorprendente. Para ello un editor juega con factores como el resultado de la batalla diaria de las novedades, la vitalidad del fondo editorial, su política de derechos secundarios, el aura, es decir, la marca como banderín de enganche: “un ‘aura’ que ‘proteja’ a escritores desconocidos, que inspire credibilidad” (2001: 292).⁸ Además, ante la avalancha de publicaciones anuales, este tipo de marca orienta al lector, le garantiza la calidad y los criterios culturales que determinan una publicación, al tiempo que simultáneamente operan en el mercado varias marcas: “la del autor, de los suplementos o revistas culturales, de los críticos mandarines, de las librerías, de las editoriales. Sumandos todos ellos necesarios, en mayor o menor medida, para la visibilidad y proyección de un libro” (Herralde 2001: 320). En su caso, como editor independiente, pese a que no pueda gozar de las sinergias transnacionales o perder mucho dinero en anticipos, Herralde consideró ventajosas “la continuidad de una línea editorial, la relación con los autores, la capacidad de tomar decisiones rápidamente o la seguridad de [...] encontrar siempre a la misma persona” (2001: 292). Y entre los objetivos del buen editor situó el filtrado de originales de potenciales nuevos talentos y la construcción de un catálogo sin buscar la novedad por la novedad, sin ir detrás de ninguna

⁸ En la historia de la edición contemporánea, para Herralde paradigmáticas editoriales con aura son, en nuestro ámbito, Sudamericana, Losada, Siglo XXI, Seix Barral o Alianza. También sirva como muestra el prestigio similar de un sello (Tusquets) y la firma de un director literario (Sergio Pitol) en la serie Los Heterodoxos de la colección Cuadernos Ínfimos que el mexicano creó con autores como Gombrowicz, Jonathan Swift, James Joyce y Malcolm Lowry, o el argentino Macedonio Fernández. E incluso a pesar de su integración en el grupo Planeta, en el caso de Seix Barral, su prestigio continúa hoy en alza gracias a factores como la presencia de un editor literario como Pere Gimferrer.

moda. Consiguientemente, su nicho natural es la excelencia, el rigor, el trabajo bien hecho, con imaginación y tenacidad. Así, “combinando las virtudes del esprinter, en el día a día, con las del corredor de fondo, en el proyecto editorial” (Herralde 2001: 320), la marca Anagrama ha beneficiado a escritores y a un público lector consciente de los criterios que han guiado la publicación de obras en lengua española o traducidas de otras,⁹ pero también la propia marca que el editor representa ha servido de correa de transmisión. Por lo tanto, Herralde ha favorecido la contratación de sus escritores en otros países por su amistad personal y las “afinidades electivas” con editores foráneos, tal como él mismo expresó al referirse a su catálogo: “en tanto y en cuanto tiene un fondo de autores extranjeros de primerísima fila, los editores extranjeros se fían a priori de los libros que tú les recomiendas” (Orquín 2007: 228). Pongamos por caso la novela *Bariloche*, de Andrés Neuman, publicada en editoriales como la italiana Bompiani en 2001, dos años después de quedar finalista en el Premio Herralde, o *Historia del llanto*, de Alan Pauls, en la francesa Christian Bourgois, en 2009.

Así también, a la representación colectiva de Anagrama contribuye, claro está, el capital simbólico que venimos apuntando: características como su antigüedad, el prestigio de su fondo editorial, el número y el afianzamiento de sus escritores, su condición de editorial cultural e independiente, la figura en sí de Herralde, quien sabe que el editor muchas veces debe arriesgar aun a sabiendas de que el autor que edita no venderá muchos libros, y sabe que esto significa tener en cuenta el lucro cesante a cambio de un aumento del capital simbólico que, como la suya, toda editorial requiere. Con relación a este capital, y respecto de Anagrama, pertinentes son los “Apuntes sobre la tarea del editor” enunciados por Unseld (1985: 34-43), según los cuales un autor se decide por una editorial por su fisionomía total; por el editor, primer interlocutor en el enjuiciamiento del manuscrito y responsable intelectual y material de la casa editorial; por los autores que conforman su catálogo, ya que determinan su prestigio también por su influencia y sus distinciones, el grado de interés que suscitan sus libros y las consecuencias que tienen; por la combinación de autores jóvenes y viejos; por la forma de los libros y la voluntad del editor expresada en las diferentes colecciones; por la capacidad de trabajo conjunto del equipo que forman el editor y sus colaboradores, del que tanto depende la difusión, la traducción o la gestión de derechos de autor.

Voces con acento porteño: el caso argentino

Al trazar un panorama de la literatura hispanoamericana, y en particular de la argentina, Herralde afirmó: “Aunque no gusta que diga esto, creo que en el año 2000 aparecieron en América latina escritores que despiertan mucho interés, algo que no ha ocurrido en España. En la Argentina, está por ejemplo Ricardo Piglia, considerado un grande de las letras en español” (Reinoso 2008). Con relación a Buenos Aires, estratégico enclave de la edición y la creación en castellano,¹⁰ Herralde se define a sí mismo como “un peatón de librerías” y se confiesa enamorado de la ciudad, a la que llegó por primera vez en 1974. Ese interés se refleja, como hemos dicho, en el catálogo de Anagrama, donde existe una selecta presencia de autores argentinos en una línea que, frente a la literatura regional o del interior, está marcadamente focalizada en la ciudad de Buenos Aires. Aparte de escritores fallecidos como J. Rodolfo Wilcock, de quien se publicó *La sinagoga de los iconoclastas* (PN 9) en 1981, año en que se inició la colección Panorama de Narrativas, y de Copi, que a Herralde le fascinaba (*El baile de las locas* y *Las viejas travestis y otras infamias* en el 78, *La vida es un tango* en el 81, *Las viejas putas* en el 82, *La Internacional Argentina* en el 89), en la colección Narrativas hispánicas (NH) se lanzó *Vudú urbano* (NH 15) en 1985, de Edgardo Cozarinsky, que se convirtió en el primer

⁹ Algunas voces han criticado a Anagrama porque, en las traducciones, buena parte de las expresiones son propias del castellano peninsular. Aparte del mayor número de ventas en España, Herralde ha argüido la suma dificultad que el lenguaje coloquial, por ejemplo, ofrece para una traducción neutra, y más en un espacio lingüístico tan rico y variado como el español.

¹⁰ Sobre los editores y las políticas que han llevado a la actual concentración y polarización editorial en Argentina, véase de Diego (dir.) (2006) y Gómez y Lago (2006: 89-124).

argentino publicado en la colección y en el segundo no español, después de Sergio Pitól. A ella siguieron incorporándose nombres como Luisa Futoransky en 1986, con *De Pe a Pa (o de Pekín a París)* (NH 36) o el reconocido cervantista Federico Jeanmaire con la obra *Miguel*, finalista del Premio Herralde de Novela 1990 (NH 104). En esta misma colección, en 1999 vio la luz una obra compilatoria, profética por entonces, al cuidado de Juan Forn: *Buenos Aires. Una antología de narrativa argentina* (NH 123 y CM 204),¹¹ que reunía textos de Abelardo Castillo, Isidoro Blaisten, Rodrigo Fresán, Ricardo Piglia, Fogwill, Tununa Mercado, Alberto Laiseca, Rodolfo Rabanal, Ana María Shua, César Aira, Cecilia Absatz, Guillermo Saccomanno, Sylvia Iparraguirre, Juan Forn y Alan Pauls, escritor que fue para Herralde “una revelación, un *instant classic*” (Azancot 2004: 23), cuyo paso por Anagrama le ha dado repercusión internacional. Entre ellos, el caso de Rodrigo Fresán (2004: 10), por ejemplo, evidencia el modo de proceder del editor barcelonés: Fresán conoció a Herralde en la Feria del Libro de Buenos Aires del 92. Le entregó un ejemplar de *Historia argentina* y una mañana después, con un pie en el avión, Herralde lo llamó para decirle que quería tenerlo en su catálogo. De este modo pasó a ser su primer editor ibérico y Fresán reapareció en solitario con este texto en la paradigmática colección de Anagrama (NH 148), al tiempo que otras voces fueron incorporándose a ella: Enrique Lynch: *Prosa y circunstancia* (NH 231); Andrés Neuman: *Bariloche* (NH 274 - CM 460), *El que espera* (NH 290) y *Una vez Argentina* (NH 352); Ricardo Piglia: *Plata quemada* (NH 291 - CM 417), *Formas breves* (NH 292), *Respiración artificial* (NH 300), *Nombre falso* (NH 322), *La ciudad ausente* (NH 340), *El último lector* (NH 376), *La invasión* (NH 404) y *Prisión perpetua* (NH 422); César Aira: *Varamo* (NH 328); Eduardo Berti: *Todos los Funes* (NH 368); Alan Pauls: *El pasado* (NH 351 - CM 412), *Wasabi* (NH 380) e *Historia del llanto* (NH 423); Martín Kohan: *Ciencias morales* (NH 424); Martín Caparrós: *A quien corresponda* (NH 431) y *Una luna* (NH 451). Destacable es también que, en 2008, el jurado del Premio Herralde, otorgado a la novela *Casi nunca*, del mexicano Daniel Sada, considerara la alta calidad literaria de los cinco finalistas, entre quienes estaba el argentino Carlos Busqued, cuya ópera prima, *Bajo este sol tremendo*, ha visto la luz en 2009 (NH 446). Por otra parte, en la colección Argumentos (A), se hallan textos como *La lección de Sheherezade* (A 89) y *El merodeador (Tentativas sobre filosofía y literatura)* (A 114), de Enrique Lynch; *Crítica y ficción* (A 267) de Ricardo Piglia; y *El factor Borges* de Alan Pauls (A 320).

Así, por su aportación a la cultura, Herralde recibió el Gran Premio de la Provincia de Buenos Aires José Hernández en junio de 2008 —en cuya entrega también fue distinguido como Visitante Ilustre de la ciudad de La Plata. En ese contexto, a la pregunta “¿Vende bien en Argentina?”, Herralde respondió en una entrevista con estas palabras:

—Sí. El nivel cultural de Argentina es el más alto de América Latina, esto es indiscutible, a pesar del avituallamiento y con todas estas sucesivas caídas de la moneda. Recuerdo amigos argentinos pasar por Barcelona y comprar libros de Anagrama: ¡sólo un ejemplar para un colectivo de diez amigos! En Argentina durante unos años, gracias a la falsa paridad peso-dólar, los libros fueron muy asequibles hasta que entró el socavón de la realidad, el corralito de 2001, y se derrumbó la venta de libros de importación. Para luchar contra esto empezamos a publicar en Buenos Aires y ya llevamos alrededor de 40 títulos, que escogemos entre los destacados de la editorial con más posibilidad de venta en Argentina y todos los autores argentinos de nuestro catálogo. Como ha salido una nueva generación de escritores latinoamericanos, los he ido fichando con la idea de hacer, al menos, dos ediciones, una en su país de origen y otra en España, y desde aquí distribuirla al resto de América Latina, a diferencia de los grandes grupos que, en general, a menos que sean figuras muy conocidas, sólo hacen ediciones cantonales

¹¹ Algunos de los títulos que apuntamos figuran también en la colección Compactos (CM). Otras relevantes antologías en la recepción en España de la narrativa hispanoamericana son: *McOndo* (Mondadori, 1996), *Cuentos apátridas* (Ediciones B, 1999) y *Líneas Aéreas* (Lengua de Trapo, 1999).

en sus respectivos países y no circulan, de lo que se quejan amargamente y con razón, pero los contables de esos grupos no se quieren arriesgar. A contracorriente, nosotros lo estamos haciendo y en Argentina hemos publicado a Alan Pauls, Martín Kohan, Martín Caparrós, y hemos rescatado la obra del gran Ricardo Piglia. Estamos atentos a los nietos del boom que escriben liberados de la famosa angustia de las influencias de la que hablaba Harold Bloom (Villoldo 2008).

En cuanto a las mencionadas como “ediciones cantonales”, Herralde pone sobre el tapete la existencia de mercados casi incomunicados y con publicaciones para consumo interno y local, pero también la peliaguda cuestión del discurso transnacional en la difusión de la literatura, y así la desconexión entre autores y, sobre todo en América, la dependencia de la mediación editorial española para la internacionalización de los textos. Esta situación sigue constituyendo un desafío, afrontado lentamente con proyectos, estrategias publicitarias, acuerdos, congresos, ferias del libro y un interés constante cuyo denominador común es, según Pohl (2000: 45), la afirmación de una desterritorialización o desnacionalización de la obra y del escritor.

Meses después del reconocimiento mencionado, en las páginas de Cultura de *Crítica de la Argentina*, y bajo el titular: “Anagrama mira hacia Latinoamérica”, en agosto de 2008 se afirmaba que los escritores latinoamericanos estaban de fiesta ante el anuncio de Herralde de que Anagrama estaba muy interesada en los autores en castellano de ese lado del Atlántico, según el editor porque hay buenos narradores, pero también porque, a su juicio, y reiterando la idea antes apuntada, no aparecen grandes valores entre los narradores españoles desde la generación de 1980. Remarcó el secreto del éxito de Anagrama en que hemos insistido, es decir, “publicar los mejores libros posibles” y mantener “una curiosidad permanente, aguzada, para descubrir nuevas voces [...] desde hace seis o siete años lo hacemos con un énfasis muy especial en América Latina” (Villoldo 2008).

Panorama de escritores “anagramáticos”

El énfasis mencionado lo muestra Anagrama a través de escritores como Roberto Bolaño, César Aira o Pedro Juan Gutiérrez, reacios a los grupos, escritores de “extramuros del *establishment*” (Herralde 2004: 176) con la independencia como valor añadido y el reconocimiento de su riesgo por las instituciones, mayor que el de los superventas. Por otra parte, desde la perspectiva historiográfica, sobre la que no podemos extendernos, Anagrama nos sitúa ante la diferencia que presentan obras publicadas por las editoriales comerciales y las culturales, tan relevante sociológicamente para la articulación de una historia literaria y la canonización de voces y de textos, tanto por la crítica como por el público lector. Sirva apuntar que Herralde ha confesado que no le gustan autoras como Isabel Allende o Zoé Valdés, aunque estén canonizadas por el mercado (Azancot 2004: 200). Asimismo, Anagrama refleja cómo puede llegar a conformarse un grupo más allá de generaciones históricas y de localizaciones precisas en una literatura nacional, puesto que plantea la existencia, reducida pero significativa, de un grupo de escritores que se presentan como *outsiders* avalados por otros en su misma onda, con quienes participan de tendencias estéticas y cuentan con un editor que ha beneficiado su incursión en el campo literario. Herralde ha conseguido crear una sólida plataforma, mas también una red estratégica en la que el discurso transnacional viene asumido, una red que Vila-Matas calificó de “caravana de excéntricos”, diversa pero con puntos de confluencia. Estos escritores “anagramáticos” suelen ser considerados de culto, y hasta son denominados por algunos “escritores para escritores”, demasiado literarios, que se leen, se admiran y han hallado numerosas afinidades. Mas por encima de filias o fobias, lo cierto es que realizan una literatura que, por lo general, brinda excelencia por su complejidad, experimentación, innovación, latente intertextualidad y componentes metafictivos, en definitiva, una literatura que, como ya hemos resaltado, es el propósito del hábitat editorial del “redil anagramático” (Herralde 2001: 155), un referente cultural para muchos lectores. Como en otros campos culturales, se perfila así un

grupo alejado de lo popular y creador de una literatura cómplice con lectores exigentes. Su repercusión en las vías de la literatura contemporánea es notable, como su presencia para la heterogeneidad definitoria del campo literario. Y es que el editor ha sabido reunir propuestas narrativas que atesoran una calidad que, como señaló Becerra (2002: 37), exigen eludir y superar parámetros de escritura y de lectura ya caducos (a pesar de que ciertos autores hispanoamericanos, aquí ausentes, hayan recurrido a pautas cercanas al realismo mágico). No se trata de estallidos fugaces sino de escritores cuya repercusión el propio editor cuida mediante su comentada política autoral, y así han pasado a ser miembros de un catálogo —radiografía de su trayectoria editorial— que según Herralde es para autores como Pombo, Pitol, Piglia, Bolaño y Vila-Matas (Azancot 2004: 28). Mantienen la defensa de su unión y comparten gustos y experiencias creativas más allá de localizaciones o escuelas. Por tanto, la experiencia de los fichajes de Herralde demuestra la significativa reciprocidad existente no sólo con el editor sino también entre ellos, en lo creativo y hasta en lo personal: pongamos por caso a Vila-Matas, Pitol y Tabucchi. E incluso el contacto mutuo les ha llevado a crear personajes e historias ficticias que los relacionan: recuerde el lector, por ejemplo, cómo Pauls es citado en *El mal de Montano* de Vila-Matas por su ensayo sobre Borges. A pequeña escala, en su seno igualmente funcionan los consabidos padrinazgos fundamentales en el campo literario: es el caso de Pitol, involuntario padrino de escritores como Villoro, Vila-Matas, Bolaño y Aira. Pero también repercuten los comentarios de ellos mismos o de otros editores a Jorge Herralde. Sirva como muestra Pedro Lemebel, quien llegó a Anagrama tras Bolaño, una vez que éste, a su vuelta de un viaje a Chile, le llevó tres libros de Lemebel al editor. También estos autores han conseguido incrementar su propio capital simbólico y el de Anagrama gracias a relevantes distinciones, entre ellas: el Premio Cervantes a Sergio Pitol, en 2006; el Premio Internacional de Periodismo Vázquez Montalbán a Juan Villoro, en 2007; el Premio Juan Rulfo a Pitol en 1999, a Juan García Ponce en 2001, a Carlos Monsiváis en 2006, y antes a Augusto Monterroso en el 96, quien también obtuvo el Premio Príncipe de Asturias de las Letras en 2000. A ellos se añaden numerosos reconocimientos a una obra, como el Arcebispo San Clemente de Santiago de Compostela a Laura Restrepo, por *Leopardo al sol*, en 2002, entre otros premios *in crescendo* de la crítica española y extranjera.

En suma, se ha creado un lugar de encuentro de voces varias cuyos nombres progresivamente son más familiares y gratificantes para el lector, de autores que abogan por una literatura hispánica múltiple, heterogénea, proteica, que pueda salir de los compartimentos estancos de sus países de origen. De tal manera, se sostiene un entramado que acomuna voluntades y, como apuntó Pohl (2000: 48), en cierto sentido se ha redefinido lo nacional por la noción de un territorio por el que se camina hacia una ambiciosa identidad transcultural y transnacional.

Pero, ¿y en el futuro? En mayo de 2000, en el Congreso Internacional de Editores celebrado en Buenos Aires, Herralde afirmó que la mutación del paisaje editorial llevaría al editor a retos propios de su tarea, y así a “basarse en el conocimiento de su entorno, en su olfato y en su capacidad de reunir marcas armoniosamente, en convertirse en una marca de marcas” (2001: 324). En cuanto a los retos próximos, que pasan por el libro electrónico, la edición digital y hasta por la autoedición, los resumió en:

la capacidad de adaptación sin perder la brújula. Y en el caso de la editorial independiente, vocacional por definición, la brújula indica que en el binomio cultura y negocio, que conforma la edición, el norte será siempre la cultura. Y deberá luchar para que su marca sea una contraseña tan visible en el mundo real como en el virtual, y que su catálogo, su novela-río, sea frondoso y sorprendente, pero también estructurado y legible (Herralde 2001: 324).

Al enfrentarse a tales retos, el editor ha de conseguir que las estrategias, cuyo objetivo es publicar las voces más significativas de su tiempo así como dar cuenta de los debates contemporáneos, sigan siendo eficaces para perseverar en el oficio. Herralde representa, pues, la

figura de un editor apasionado por su trabajo, que invita al lector a aceptar nuevos valores, que ha editado “con vocación de sismógrafo de su época” (Massot 1994).

Si el peso social de la literatura disminuye de manera alarmante por causas como su confluencia con otros medios y la pérdida específica de su peso en la enseñanza, lo cierto es que el porvenir dependerá de la fuerza cultural de los países y por supuesto, de los creadores y de sus obras, de su originalidad e imaginación, de su capacidad para seguir ofreciendo respuestas a las preguntas que el mundo globalizado suscita. Pero dependerá también, como hemos apuntado al principio, de las iniciativas conjuntas y de un mercado del libro que estreche lazos y desarrolle la idea de la panhispanidad literaria, evitando deformaciones del retrato de lo hispanoamericano en España, y viceversa. Ante el relevante alud de nuevos escritores que puede cristalizar en una literatura de calidad que persiguen editores como Herralde, parece que podemos mantener la confianza en un futuro dialogante y compartido de la literatura creada en ámbito hispánico.

BIBLIOGRAFÍA

- A.C. (1999). "Apuesta argentina". *La Nación*, 29 de setiembre
[http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=214600&high=jorge%20herralde]
- ANAGRAMA (2009). *Deconstructing Anagrama*, Barcelona, Anagrama.
- AZANCOT, Nuria (2004). "El último mohicano, Jorge Herralde", *El observatorio editorial*, cit.: 15-31.
- BECERRA, Eduardo (2002). "La narrativa hispanoamericana en España. La necesidad de un nuevo lector". *Letras Libres* 7: 34-37.
- CRISTOFF, María (1999). "Confesiones de un editor independiente". *La Nación*, 29 de setiembre.
[http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=214599&high=jorge%20herralde]
- DIEGO, José Luis de (dir.) (2006). *Editores y políticas editoriales en Argentina 1880-2000*, Buenos Aires, FCE.
- FUENTES, Carlos (1998). *El territorio de La Mancha: debate. El porvenir de la literatura en lengua española*, Madrid, Alfaguara.
- GÓMEZ VILLEGAS, Nicanor y Antonio Lago Carballo (eds.) (2006). *Un viaje de ida y vuelta. La edición española e iberoamericana (1936-1975)*, Madrid, Siruela.
- GRAS MIRAVET, Dunia (2000). "Del lado de allá, del lado de acá: estrategias editoriales y el campo literario de la narrativa hispanoamericana actual en España". *Cuadernos Hispanoamericanos* 604: 15-29.
- GUERRERO, Leila (2001). "El anagrama perfecto". *La Nación*, 24 de junio.
[http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=212677]
- HERRALDE, Jorge (2001). *Opiniones mohicanas*, Barcelona, El Acantilado.
- HERRALDE, Jorge (2003). *Flashes sobre escritores y otros textos editoriales*, México, Ediciones del Ermitaño.
- HERRALDE, Jorge (2004). *El observatorio editorial*, Buenos Aires, Adriana Hidalgo.
- HERRALDE, Jorge (2005). *Para Roberto Bolaño*, Barcelona, El Acantilado.
- HERRALDE, Jorge (2006). *Por orden alfabético. Escritores, editores, amigos*, Barcelona, Anagrama.
- HERRALDE, Jorge (2009). *40 años de labor editorial*, Col. Biblioteca Anagrama, Barcelona, RBA.
- MASSOT LLÀTZER MOIX, Josep (1994). "Tusquets y Anagrama, cumpleaños feliz. Entrevista a Jorge Herralde". *La Vanguardia*, 5 de junio: 67, 70.
- MUCHNIK, Mario (2002). *Léxico editorial*, Valencia, Del Taller de Mario Muchnik.
- ORQUÍN, Felicidad (ed.) (2007). *Conversaciones con editores*, Madrid, Siruela.
- PITOL, Sergio (2001). "Prólogo" a Jorge Herralde (2001). *Opiniones mohicanas*, cit.: 9-15.
- POHL, Burkhard (2000). "El discurso transnacional en la difusión de la narrativa hispanoamericana". *Cuadernos Hispanoamericanos* 604: 43-51.
- REINOSO, Susana (2008). "Entrevista con Jorge Herralde: La misión del editor es estar atento al talento". *adn Cultura.com, La Nación*, 25 de junio. [http://adncultura.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1024655]
- UNSELD, Siegfried (1985). *El autor y su editor*, Madrid, Taurus.
- VILLOLDO BOTANA, Alicia (2008). "Cada vez se lee más, incluso la buena literatura", entrevista con Jorge Herralde. *Crítica de la Argentina*, 14 de junio
[<http://www.criticadigital.com/imprensa/index.php?secc=nota&nid=6170>]