

JAVIER JIMÉNEZ

LA **AUTENTICIDAD** COMO SEÑA DE IDENTIDAD

La fórcola es la parte más rara y hermosa de la góndola veneciana, la pieza en la que el gondolero apoya el remo para maniobrar. Y ése es el símbolo escogido para un sello que va construyendo sin prisas un edificio a través de un estilo propio y de un catálogo coherente.

F.P.

Leva toda su vida trabajando en torno al libro, primero como librero en diferentes librerías, entre ellas la desaparecida Crisol, luego como director comercial de Ediciones Siruela y otros sellos y finalmente, desde noviembre de 2009, como editor independiente y unipersonal, editor de catálogo como le gusta decir, un editor de oficio que controla todo el proceso, desde la concepción del libro hasta su comercialización, desde el trato con los traductores y escritores hasta la relación con los lectores a través de su *blog* y de las redes sociales. Y por supuesto, con los librerías; por eso nos cita para la entrevista en la recién inaugurada librería La Central, un edificio de tres plantas recuperado para los libros junto a la madrileña Plaza de Callao. “Desde que fui librero –apunta– mi función es la de prescriptor, estoy recomendando libros todo el día, mi catálogo es una manifiesta provocación para leer otras cosas.”

Pero el mérito de Javier Jiménez no es sólo el de haber consolidado en tan solo tres años y en medio de una enorme crisis un sello que ya es reconocido por su coherencia editorial, sino el de haberlo hecho editando un género tan difícil como el del ensayo y no haberse dejado intimidar por los gigan-



tes de la edición. “Editar –explica– es una cuestión de estrategia, el enemigo puede ser más grande pero puedes tener una ventaja en un terreno y hay que saber aprovecharla. Y la ventaja de las pequeñas editoriales es que nos podemos replugar, el riesgo que corremos está siempre medido, porque depende de nosotros mismos. Lo que se juega al final un editor es su bolsillo y el tipo, digamos que es un suicida racional. No estamos hablando de grandes inversiones, los equipos son todo *free lance*, y con la combinación de la estrategia y el sentido común puedes sobrevivir, ir al paio; al final un pequeño editor está siempre al paio, no se enfrenta con la gran ola, intenta vadearla. O si quieres otra imagen, en la época de los dinosaurios, sobrevivieron los ratones.”

¿Por qué el ensayo?

Por mi formación, yo estudié Filosofía en la Complutense, y aunque me apasiona la literatura, el género con el que me identifico como lector y como editor es el del ensayo, donde el abanico es inmenso. No soy defen-

sor de los géneros estancos, de hecho la mayor parte de los libros que he editado bordean varios géneros. Me hubiera encantado ser editor de ensayo a finales de los 70 y principios de los 80, creo que entonces había mucho campo por abrir y mucho por editar. Además, lo tuvieron más fácil que nosotros, porque había una gran demanda, no como ahora, que la demanda no se ajusta a la oferta, que está sobredimensionada. Ojo, no quiero decir que no fueran pocos los hándicaps que sufrieron mis maestros, y llamo mis maestros a gente como Jorge Herralde, Jacobo Siruela, Carlos Barral o Jaume Vallcorba. Como ellos, yo reivindicó la figura del editor de oficio, del editor de catálogo, porque considero que un editor hace labor de faro, de guía, de criba, de propuesta de una línea que espero tenga seguidores fieles. Y en mi experiencia de estos tres años, estoy comprobando que existe ese lector, un lector que busca un tipo de libros, un tipo de línea editorial, que se deja seducir por las propuestas. En este sentido Fórcola se ha hecho un hueco en el imaginario del lector. Es bueno que un editor cometa errores, porque de ellos se aprende, pero ha de cometer los menos posibles, tiene que intentar no defraudar y sobre todo mantenerse de una manera auténtica, porque la autenticidad es la carta de pre-

“Al final un pequeño editor está siempre al paio, no se enfrenta con la gran ola, sino que intenta vadearla”

sentación de un editor independiente, no meterse en aventuras que pertenecen a otros nichos de mercado.

Ha dicho en alguna ocasión que hay un gran futuro para la edición, y sin embargo el sector está en plena reconversión.

La crisis es una oportunidad como otra cualquiera, vivimos constantemente en crisis, es un mecanismo de defensa de un cuerpo enfermo que intenta salir adelante, y esa situación hay que saber aprovecharla. ¿Por qué digo que hay futuro para la edición? Porque, después de tres años hablando sobre ello, afortunadamente el debate ya no está en los formatos. El nuevo modelo, que no sabemos aún cuál será, necesitará autores y traductores y necesitará editores y librerías *on line* y *off line*, porque las funciones son las mismas y al final lo importante es aportar valor y conocimiento.

Pero ¿cuál es la alternativa?

Las alternativas son varias, hay que tener en cuenta que ahora hay que estar en muchos frentes. El cliente lo podemos tener en cualquier sitio, en cualquier momento, a cualquier hora del día, un editor duerme poco, se ha incorporado a la venta *on line* con estructuras internacionales, trabaja en formato papel y en formato digital, a la vez sigue vendiendo en librerías, porque lo importante es que el posible cliente encuentre fácilmente la oferta de Fórcola en cualquier soporte, en cualquier formato, en cualquier punto de venta. El mer-



“Un editor hace labor de faro, de guía, de criba, de propuesta de una línea que espero tenga seguidores fieles”

cado del libro de papel y del libro digital son distintos y creo que tienen hueco los dos. Fórcola no va a dejar de vender libros en papel por ofertar la gran mayoría de sus títulos en formato digital y sin DRM. ☺

Rarezas y libros originales

Unipersonal, desmaterializada y desubicada, Fórcola puede trabajar con escritores y traductores de cualquier parte del mundo sin necesidad de conocerlos personalmente, como explica Javier Jiménez que le ha ocurrido con Jorge Bustamante, un traductor del ruso de origen colombiano afincado en México. “Amigo de uno de mis autores mexicanos, contactó conmigo para proponerme la traducción de unas conversaciones y entrevistas inéditas con Tolstoi, y a través del *email* y de algunas conversaciones telefónicas montamos el proyecto. El libro (*Encuentros en Yásnaia Poliana*) me ha permitido apostar en esta línea de rarezas y cosas originales por las que

también apuesta Fórcola, como la de descubrir a un Tolstoi desconocido, el de la cotidianidad. Conocemos al novelista, conocemos al padre, al esposo o al amigo por una gran cantidad de biografías en las que se habla de él y por sus diarios, pero nos faltaba el pulso del día a día, que lo da un periodista alemán que se acerca a la casa de Tolstoi y lo encuentra con unas botas llenas de barro, subido a un caballo y que lo lleva a un campo a ver sus patatas.”

Aunque se siente orgulloso de que el *best seller* de la editorial sea un libro del científico y ex director de la base antártica Juan Carlos I, Javier Cacho, que aprovechando el centenario del descubrimiento del Polo Sur

publicó *Amundsen-Scott: Duelo en la Antártida*, a Javier Jiménez le gusta contar el origen de su *long seller*, *Dickens enamorado*, porque, asegura, es un paradigma de su manera de trabajar. “Investigando sobre la vida de Dickens –recuerda– descubro la existencia de unas cartas de amor entre él y una joven, Maria Beadnell, que no se habían traducido nunca al español, y lo pongo en conocimiento de una traductora, Amelia Pérez de Villar. Sin embargo, el descubrimiento de que son muy pocas cartas para hacer un libro nos lleva, en un diálogo que dura varias semanas, a que yo le proponga que se convierta en autora y haga un ensayo sobre la vida de Dickens en torno a esas cartas. De ahí surgió, meses después, *Dickens enamorado*, que ha tenido una acogida fenomenal y es uno de nuestros *long seller*, que es lo que buscamos, porque al final un editor vende un libro uno a uno, que es lo que no entienden algunos de los que se meten en este tinglado.”

