

“Hay mucha más gente nadando a contracorriente de lo que se piensa”

Por: Tercera información. 26/04/2021

Entrevista con el editor Marcos de Miguel García. Editor de Plaza y Valdés Editores.

El director de Plaza y Valdés Editores expone en esta entrevista su necesidad de “impulsar un espacio de ideas en movimiento”. Este sello, especializado en libros de filosofía, humanidades, ciencias sociales y pensamiento crítico, propone generar un vínculo con todos los componentes del factor literario. Por algo dice que “Creemos en el libro como instrumento de cambio interior”.

Pregunta: – ¿Qué opina del libro fabricado solo para entretener?

Respuesta: – Creo que es tan legítimo como cualquier otro. El público tiene todo el derecho a escoger el tipo de contenidos que quiera disfrutar, también para entretenerse leyendo, por qué no. Entretenerse es tan necesario como ponerse a estudiar. Hacerlo con contenido de calidad, ese ya es otro asunto. Ahora bien, si me preguntases por el género del ensayo en particular, es cierto que desde Plaza y Valdés Editores entendemos el libro como una herramienta para aprender, profundizar, cambiar, descubrir, sorprenderse, evolucionar..., y todo desde el conocimiento científico, con rigor, pero también con valentía para romper moldes e ideas preconcebidas. Hemos coexistido siempre con otros géneros, desde la autoayuda a la religión, hay espacio para todos. Unos libros nos abren la mente más que otros, como es obvio, no solo a la hora de enseñarnos algo nuevo sino también al mostrarnos todo lo que ignoramos, es decir, cuanto más aprendemos antes vislumbramos todo lo que nos falta por aprender. Por eso es tan fácil identificar a alguien que no estudia, es aquel que cree saberlo todo.

P: – ¿Cuál es la razón de Plaza y Valdés Editores?

R: – Somos una editorial independiente que publica libros de filosofía, humanidades, ciencias sociales y pensamiento crítico. Queremos mantener nuestro perfil académico y divulgativo, con la pretensión de llegar al público más amplio posible,

sin renunciar al rigor, que ha sido nuestra seña de identidad desde los orígenes, pero al mismo tiempo apostando por acercar la filosofía y las ciencias sociales a nuevos lectores. Creemos en el libro como instrumento de cambio interior y exterior, es decir, a nivel individual y social. Nos gusta mucho lo que hacemos y tratamos siempre de mejorar, aplicando nuevas fórmulas para ofrecer el conocimiento científico al gran público de manera atractiva.

P: – ¿Por qué publicar ensayos y no novela negra o histórica?

R: – Porque es mejor especializarse en algo y hacerlo bien. En el pasado hemos realizado incursiones en la narrativa e incluso en la poesía, pero desde hace unos años preferimos centrarnos solo en el ensayo pues así hemos construido una línea editorial sólida con más de 350 títulos, que ya conocen y reconocen los libreros, distribuidores, bibliotecas, etc. Es con lo que nos identifican. Y, por supuesto, también los lectores/as, porque saben de antemano que somos muy cuidadosos con los criterios de selección. Un dato relevante sería que el 95 por ciento de nuestros autores/as son doctores en sus respectivos campos de trabajo y enseñan en la universidad. Queremos contar con los mejores expertos en nuestro catálogo. Quienes nos siguen lo saben y lo valoran, y no podemos ni queremos decepcionarles.

P: – En un medio editorial tan determinado por las modas, llama la atención que un sello editorial centre sus contenidos en discutir paradigmas que como sociedad aún nos determinan. ¿Nos podría hablar de esos contenidos y cómo seleccionan los libros que publican?

R: – Los contenidos son seleccionados por un comité científico según criterios de calidad, originalidad, interés social, rigor y respaldo científico de sus autores/as. Por otro lado, nuestra línea editorial trata de incorporar los discursos críticos, que analizan y cuestionan los paradigmas establecidos para generar nuevas ideas. Nos interesan los libros que supongan un verdadero avance en su campo, sean de escritores/as consolidados o no. Una de las cosas que nos ha caracterizado como editorial es que hemos dado la oportunidad de publicar a autores y autoras cuyos trabajos nunca habían visto la luz en formato libro, si bien es cierto que, incluso en esos casos, suelen tener unos currículums impresionantes, con decenas o a veces cientos de artículos publicados en revistas científicas de reconocimiento nacional e internacional. Con cada apuesta que hacemos nos jugamos el prestigio como editorial, por eso analizamos tanto cada nuevo proyecto. Resumiendo: una de

nuestras singularidades sería que, a diferencia de otras editoriales, desde Plaza y Valdés valoramos el perfil de cada autor/a desde el punto de vista de su trayectoria académica y científica, no desde el punto de vista comercial. No miramos cuántos ejemplares se han vendido de sus anteriores libros (como hacen la gran mayoría de editoriales comerciales), tratamos por igual a un autor/a de *best sellers* que a un autor/a primerizo, merecen exactamente el mismo respeto y consideración.



P: – ¿Una editorial como espacio para discutir ideas?

R: – Así es, nos encanta el debate, la discusión y el pensamiento crítico. Como sabemos, de una tesis que se enfrenta a su antítesis surgirá una síntesis, es decir, una idea nueva que solo ha sido posible tras el cuestionamiento de otras anteriores.

Nos gusta pensar que Plaza y Valdés es un sello de referencia precisamente gracias a nuestra apuesta por esas nuevas ideas. Además, tratamos de fomentar el conocimiento interdisciplinar, apoyando a los autores/as que surgen desde los movimientos sociales transversales que aglutinan teorías y debates de diferentes corrientes de pensamiento o disciplinas académicas. La cuestión es que el conocimiento universitario está muy departamentado y a veces es difícil que se produzca un intercambio real de ideas desde diferentes facultades. Sin embargo, en la calle se produce lo contrario, se mezcla todo, con frecuencia sin entender de dónde viene cada idea. Nuestra labor como editorial sería precisamente encontrar un equilibrio identificando y dando forma a las propuestas más interesantes, fundamentadas y coherentes. Dos buenos ejemplos recientes serían *Claves ecofeministas. Para rebeldes que aman a la Tierra y a los animales*, de Alicia H. Puleo (catedrática de la Universidad de Valladolid); y *Ecoanimal. Una estética plurisensorial, ecologista y animalista*, de Marta Tafalla (profesora de la Universitat Autònoma de Barcelona?). Por otro lado, el éxito de muchos libros depende también del momento de su publicación, es decir, hay que preguntarse cuándo es más adecuado que un texto en particular vea la luz en función del estado de un debate que se está produciendo tanto en el ámbito académico como en el espacio público, llámese ágora o redes sociales. Acertar con el lanzamiento de un libro a veces pasa por que su propuesta suponga una aportación realmente significativa en el desarrollo de un debate social.

P: – En la cadena del libro (distribución, librería, lector), ¿cómo ha sido acogida la idea de su editorial? ¿Se ha creado un vínculo con factores de esta cadena?

R: – Pues al principio vivíamos con desconcierto lo difícil que resultaba llegar a las mesas de novedades. Pero hoy en día son muchas las librerías que trabajan con nuestro fondo de manera habitual e incluso en ciertos campos, como, por ejemplo, los estudios de género, el animalismo y el ecologismo, nos preguntan por los libros que estamos preparando de cara al futuro y nos ayudan en el lanzamiento reforzando su posicionamiento. No es casualidad, es fruto del trabajo de muchos años. Al final, la constancia obtiene su recompensa.

No obstante, el sector del libro está pasando por una crisis muy dura en estos momentos, crisis que están aprovechando las grandes multinacionales para absorber sellos pequeños sin capacidad de maniobra. Me explico. Cada vez son más los grupos de empresas que aglutinan medios de comunicación, editoriales,

distribuidoras y librerías, tratando de apoderarse de la cadena del libro por completo. Por eso no es de extrañar ver a tertulianos que acaban publicando un libro (que a veces ni siquiera han escrito ellos mismos, todo hay que decirlo) que en pocos días está en la lista de los más vendidos gracias a que son anunciados a bombo y platillo en sus brazos mediáticos (prensa, radio, televisión...) y colocados en forma de pirámide a la entrada de sus cadenas de librerías. A la gente le sorprendería saber que ciertas editoriales emblemáticas que apostaban por la calidad ahora son solo colecciones dentro de un gigante empresarial cuyos criterios de publicación son exclusivamente ideológicos y comerciales. No sería preocupante si no fuese porque, en ocasiones, detrás de estos personajes hay estrategias de propaganda política, es decir, que tienen intereses ideológicos que tratan de influir en la opinión pública desde posiciones intolerables en sociedades democráticamente sanas, como está ocurriendo cada vez con más frecuencia desde la extrema derecha y sus (sorprendentes a la par que decepcionantes) medios aliados.

P: – ¿Cómo se defiende Plaza y Valdés Editores del ruido?

R: – Si entendemos el ruido como el entorno hostil que existe entre el emisor y el receptor del mensaje, entonces tratamos de hacer lo mismo que todas las editoriales independientes: utilizar las redes sociales y obtener visibilidad en los medios independientes para llegar al público que a su vez se defiende del mismo ruido. Hay mucha más gente nadando a contracorriente de lo que se piensa. Afortunadamente, también hay canales para llegar a los lectores/as interesados en temas concretos, y no solo en España sino en cada país. También hay sistemas de distribución alternativos y librerías independientes y especializadas que hacen lo mismo. En definitiva, la unión hace la fuerza. No obstante, aunque todas las editoriales utilizamos las redes sociales para comunicarnos, hay que tener en cuenta que esas redes también pertenecen a su vez a empresas multinacionales con intereses propios, que van más allá de obtener beneficios económicos. Precisamente, tenemos dos títulos buenísimos que analizan el fenómeno desde una perspectiva crítica: *Fraudebook. Lo que la red social hace con nuestras vidas*, de Vicente Serrano Marín; y *Ultrasaturados. El malestar en la cultura de las pantallas*, de Juan Carlos Pérez Jiménez y prólogo de Iñaki Gabilondo, este último de muy reciente aparición.

P: – ¿Nos puede hablar de algunos libros que tengan definido publicar en los próximos meses?

R: – Estamos preparando el lanzamiento de varios títulos muy especiales, que darán mucho que hablar, cada uno en su ámbito. Concretamente, le puedo hablar de los cuatro próximos, que son:

- *Ética para influencers*, de Juan Carlos Siurana (Universitat de València), un libro escrito por un filósofo excepcional, experto en ética, muy riguroso, pero también muy claro y ameno, que analiza críticamente por qué las personas llamadas *influencers* son las que influyen de manera significativa en los pensamientos o las acciones de muchas otras a través de las redes sociales. Es un tema que nos afecta a todos y todas, seamos usuarios o no de las redes sociales, pues está suponiendo una transformación del paradigma de líder social o generador de opinión conocido hasta ahora, y esto puede tener o está teniendo ya enormes consecuencias.
- *Hay alguien en mi plato. Cómo son y qué sienten los animales que nos comemos*, de Barbara J. King, una antropóloga norteamericana que lleva muchos años investigando sobre la sintiencia animal, con un discurso muy empático, tanto con los animales como con los humanos, y cuya participación en las charlas TED suma millones de visionados. Esta obra la publicaremos en colaboración con Igualdad Animal, una organización en defensa de los derechos de los animales.
- *Marx contemporáneo*, de Juan Manuel Aragüés (Universidad de Zaragoza) y Luis Arenas (Universitat de València). Este libro es el resultado de un encuentro académico entre algunos de los más destacados investigadores/as marxistas a nivel internacional, poniendo en valor las ideas políticas, económicas y filosóficas de Marx y su actualidad en la sociedad actual.
- *Capacidades y derechos animales*, de Mikel Torres (Universidad del País Vasco), experto en ética animal y en el “enfoque de las capacidades” desarrollado por la filósofa estadounidense Martha Nussbaum. Una propuesta muy reveladora cuyas tesis van a ser muy difíciles de refutar, con lo que eso va a implicar y suponer a nivel científico sobre la consideración moral de los animales.

[LEER EL ARTICULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Tercera información

Fecha de creación

2021/04/26