

INDUSTRIA CULTURAL

Alpha Decay, la editorial de la contracultura

Los jóvenes editores Enric Cucurella y Diana Zaforteza apuestan por las autores incómodos al 'establishment' cultural

MATIAS NESPOLO

El tiene 30 años y estudió Filosofía en la Universidad de Chicago. Ella, 26 y viene de la carrera de Humanidades de la Autónoma de Barcelona. Se conocieron en la fiesta del 30º aniversario de Anagrama, donde nació un proyecto un tanto romántico y descabellado: crear un nuevo sello que tomara el relevo de las míticas editoriales independientes de finales de los 60.

Así surgió en febrero de 2004 Alpha Decay, la editorial de Enric Cucurella y Diana Zaforteza. Y a pesar de la juventud y el idealismo de la pareja, su sello aún resiste los duros embates del mercado del libro. «La contracultura es nuestra seña de identidad», dispara Zaforteza. No en vano, entre los 13 autores de su incipiente catálogo figuran nombres como el de Michel Foucault, el pensador maldito de la filosofía francesa, o el de Timothy Leary, el pionero de la experimentación con LSD y uno de los impulsores de la revolución psicodélica. «La contracultura es a la creación lo que la disidencia a la política», apuntala Cucurella. «Se trata de abrir espacios en los márgenes para transformar las formas de pensar y la cultura del *establishment*», añade sintetizando el espíritu de la editorial. Aunque Cucurella reconoce que la contracultura ha quedado un tanto *demodé* y ya no supone un compromiso político, como sucedía en la década de los 70, sino que es un «cruce entre ética y estética», igualmente «la reivindicamos», enfatiza.

¿Rebelarse vende? Es la pregunta que se impone parafraseando el reciente trabajo de Andrew Potter y Joseph Heath. Diana Zaforteza responde con la negativa. «Aún no encontramos un hueco en el mercado», se sincera. Sin embargo, resisten. «Aspiramos a no perder más dinero publicando un mínimo de seis títulos al año», dice Enric, porque de momento Alpha Decay se sostiene de manera vocacional alimentada por su entusiasmo.

«Vivimos en una época de cinismo. El pequeño editor ya no lucha contra la censura política como ocurría bajo el franquismo, sino contra la censura del mercado», explica Diana. «El editor no es un *publisher*», se queja Enric, y arremete contra los grandes grupos de editoriales en los cuales «ya no se ejerce el oficio de edición porque es un agente de marketing el que marca las pautas».

Está claro que su apuesta es por la independencia y por eso Zaforteza y Cucurella se sienten aliados a sellos como Minúscula y RqueR. Y dadas sus nulas transigencias con el mercado, ejercen la edición de manera artesanal. Cucurella es el único trabajador en nómina del pequeño sello y la pareja de editores se encarga de todo, desde la lectura editorial y la producción hasta las tareas administrativas y la promoción.

¿Cómo se las ingenian entonces para sobrevivir? Compartiendo las pérdidas y aprovechando al máximo el apoyo que le brindan sus padrinos de lujo: Carmen Balcells y Jorge Herralde. Alpha Decay es una sociedad anónima compuesta por varios accionistas. Cucurella posee un 20% de los activos; la empresa de su padre Enrique Cucurella, ingeniero y vicepresidente del Reial Au-

tomòbil Club de Catalunya, el 40%; Diana y su tío, José Zaforteza, uno de los fundadores de Anagrama, otro 20%; y la agencia de Balcells, el 20% restante. La mítica agente literaria les nutre además el catálogo con aquellos autores que, dada su naturaleza rebelde, no encuentran editor y Herralde les da sabios consejos. Uno de ellos fue imprescindible. «Nos dijo que una editorial sin distribuidora era como caminar bajo la lluvia sin paraguas», recuerda Diana. La intención de los editores novatos era ensayar canales alternativos como Internet o «la distribución nómada», pero en la

práctica esas experiencias dejaban mucho que desear. Ahora sus libros los distribuye Enlace en 1.200 puntos de venta en toda España. Con todo, la pareja de editores está obsesionada con la innovación en este aspecto. «Abrimos además otros seis puntos de venta nuevos en *boutiques* de Barcelona y Mallorca», aclara Enric. Y el dato curioso es que junto con las bragas se vende muy bien la última novedad del catálogo, *La pintura de Manet* de Foucault.

Su tirada promedio oscila entre los 2.500 y 3.000 ejemplares. Sin embargo, el «índice de devolución es muy alto», confiesan.

La dupla sueña con un gran éxito que les permita afianzarse, como le sucedió a Lumen con *El nombre de la Rosa*. De momento, no ha llegado a pesar de que cuentan con títulos célebres de la contracultura como *LSD. Flashbacks* de Timothy Leary, *La aparición de la sexualidad* de Arnold I. Davidson, *De la esencia o del desnudo* de François Jullien o *Imagen y lógica* del historiador de la ciencia Peter Galison. Sin embargo, Zaforteza y Cucurella no se desaniman. Y puede que lo logren con su próxima apuesta: los cuentos completos del genial Saki para septiembre.



A la izquierda, los dos jóvenes editores Enric Cucurella y Diana Zaforteza. Arriba, a modo de ejemplo, cuatro libros de su catálogo: 'LSD. Flashbacks' de Timothy Leary, 'Los nuevos inquisidores' de Javier Tomeo, 'La mentalidad militar' de Albert Einstein y 'El sonido de la velocidad', un compendio de artículos sobre cine y música electrónica. / ANTONIO MORENO