

“HOY NO SERÍA
POSIBLE PUBLICAR
ALGUNOS DE
NUESTROS...

libros”

Marlene Taschen

Texto
EVA MILLET

Con un año, Marlene Taschen protagonizó un anuncio para la editorial creada por su padre en Colonia (Alemania), en 1980. La Marlene bebé miraba a cámara muy sonriente bajo el eslogan “No quiero un *Taschenbuch*, ¡lo que quiero es un libro de TASCHEN!”. *Taschenbuch*, en alemán, significa “libro de bolsillo,” y los ejemplares que ya en ese entonces editaba su padre no eran, precisamente, *light*. Ni en contenido ni continente. La editorial Taschen lleva cuarenta años publicando algunos de los libros más hermosos y controvertidos del mundo. Y, también, democratizando lo que era un producto de lujo. Como sucedió en la moda con Zara y en la decoración con Ikea, Taschen hizo accesibles los libros ilustrados, aunque sin perder calidad ni frescura. Una muestra: la serie que publica por su aniversario, en la que se han reeditado veinticinco de sus best sellers a un precio de 20 euros.

Detrás de este y otros movimientos está, por supuesto, el genial fundador de la firma, Benedikt Taschen, pero también su hija mayor, Marlene. Nacida en Colonia en 1985, estudió Economía y Psicología

Social en el Reino Unido. En el 2017 fue nombrada directora ejecutiva de Taschen. Desde Londres, donde vive, conversó con *Magazine Lifestyle* por videoconferencia. Encantadora y, por supuesto, rodeada de libros, luce un favorecedor pelo corto que resalta el parecido con su padre.

— **A veces, los niños cuyos padres tienen profesiones muy intensas sienten celos de la atención que ponen en ellas. ¿Le sucedía a usted?**

— Crecimos de una manera un poco loca: mis padres se separaron muy pronto, y mi padre se volvió a casar una vez y luego otra... Mi madre tuvo más hijos, y mi padre, también. ¡Soy la mayor de siete hermanos! La editorial formó parte mi infancia y, sí, para mi padre el trabajo y la vida son lo mismo, pero él lo hizo muy bien porque como estábamos a menudo allí y sabíamos comportarnos, nos preguntaba nuestra opinión y nos hacía partícipes del proceso.

— **Cuenta que su nombramiento en Taschen fue inesperado. ¿No fue usted modelada para este cargo? Es lo que suele pasar en las empresas familiares...**

— Naturalmente, siempre tuve un interés por la editorial, pero también fui una joven muy independiente: me fui de casa a los 16 años y, después del colegio, viví en Australia y Panamá. Trabajé para otros, hice mi propio camino. Solo cuando me quedé embarazada me di cuenta de que quería dar mi energía a la compañía de

Vocación de negocio familiar

Una líder nata que fue madre antes de convertirse en editora

Aunque Benedikt Taschen nunca pidió a sus hijos que trabajasen con él, Marlene estuvo vinculada a Taschen ya de niña. Como a sus hermanos, su padre la hizo partícipe del crecimiento de una editorial que creó de la nada y que hoy cuenta con un impresionante catálogo de libros ilustrados. Marlene observaba y colaboraba: con 18 años le encargaron ir a recoger al boxeador Muhammad Ali al aeropuerto, para la presentación del libro homenaje *Greatest of all time*. Su carácter independiente la llevó a formarse lejos de Alemania. Vivió en Australia y en Panamá y estudió en Inglaterra, en la London School of Economics. Tras trabajar por su cuenta y convertirse en madre en el 2011, decidió incorporarse al sello familiar. Su padre (que la describe como una líder nata), la recibió con los brazos abiertos. En el 2017 la nombró codirectora. Su mano está detrás de proyectos exitosos como el libro homenaje a Ferrari y la serie T40, para celebrar el aniversario. En el futuro, marcado por la pandemia, seguirá apostando por la digitalización del negocio y la edición de libros fabulosos, por supuesto.

mi familia. Así que el primer paso lo di yo, pero no fue hasta que llevaba varios años trabajando cuando mi padre me nombró directora ejecutiva.

— **¿Y cómo llevaba el hecho de ser “la hija de”?**

— Creo que es más difícil ser “el hijo de”, pero más que esa etiqueta, lo que me hacía ser reticente era el hecho de que soy muy independiente. De todos modos, siempre pensé que algún día llegaría este momento. Como hija me llevo muy bien con mi padre, nos resulta muy fácil aceptarnos el uno al otro.

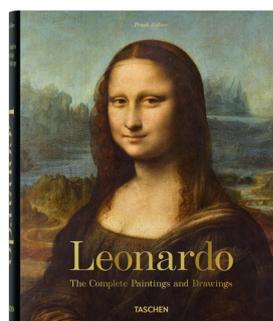
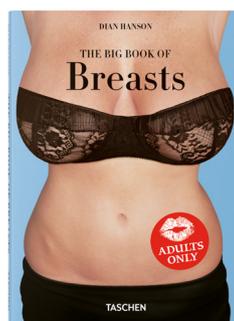
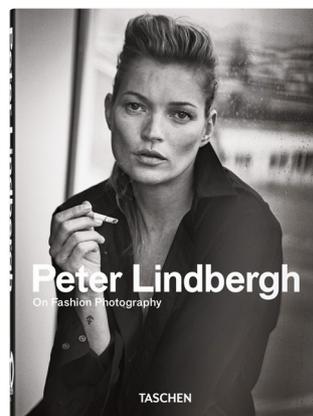
— **¿Es cierto que en Taschen no se hacen estudios de mercado: que su línea editorial se guía por la intuición, el instinto?**

— Sí, es verdad que no hacemos estudios, pero, de todos modos, somos una editorial independiente y tenemos que vender nuestros libros. Por ello, buscamos temas que estamos seguros de que van a interesar: como una nueva colección sobre esoterismo, con un primer libro dedicado al tarot que es algo que, personalmente, me encanta. Está funcionando muy bien. Pero hay veces en las que hacemos libros simplemente porque nos gusta hacerlos.

— **¿Qué hace a un buen editor?**

— La edad y la experiencia tienen mucho peso. También es muy importante lo que se llama “saber estar”: a veces puedes trabajar con un artista como David Hockney y tienes que saber de qué hablas ➤

VEINTICINCO SUPERVENTAS PARA 40 AÑOS



Grandes éxitos reeditados
Taschen ha puesto a la venta a un precio reducido una selección de 25 libros que han marcado el camino de cuatro décadas de la editorial



Implicación precoz
Marlene Taschen, que ejerce de directora ejecutiva de Taschen, posa junto al fotógrafo David Bailey en una imagen reciente

— Celebran el 40.º aniversario con una reedición de algunos de sus libros favoritos a un precio muy competitivo. ¿Podría destacar tres de entre ellos?

— La colección la hemos hecho para que tenga un diseño precioso: todos los libros son iguales. Luego escogimos los temas, pensando en un público amplio y en la gente joven. El libro sobre Basquiat, por ejemplo, me encanta. Se publicó originalmente en gran formato, por 150€, y esta es la primera vez que lo reducimos. Hemos tenido que adaptar el contenido, pero te ofrece una cantidad increíble de información, escrita y visual, por 20 euros. Otros que me encantan son el del fotógrafo Peter Lindbergh y el de interiores contemporáneos. Vamos a volver a apostar por los libros de decoración.

— Por un lado, Taschen ha democratizado el acceso a los libros ilustrados, pero, a la vez, es parte de la industria del lujo. ¿Cómo lo han conseguido?

— Eso es algo que mi padre ha hecho y me parece extraordinario. No conozco otras compañías (y no solo editoriales), que hayan logrado ir de la democratización de un producto a la exclusividad, sin perder ambos extremos. Empezamos con libros muy baratos y hemos acabado haciendo obras de arte, como el libro sobre Ferrari, con una edición limitada que costaba 25.000€. ¡Se vendió en una semana! Creo que ha ayudado el hecho de que tengamos tiendas propias, como la de Madrid, lo que permite un contacto directo con los clientes y llegar a tener una base de coleccionistas importante.

— Da la sensación de que nunca se autocensuran. ¿Es así?

— También es parte del espíritu de Taschen y, por supuesto, de mi padre. Cuando era más joven lo consideraban el *enfant terrible* del mundo editorial. Ha roto va-

rios límites y creo que este espíritu, el de tocar varios temas —arte, diseño, sexo— y tratarlos, siempre, con respeto, es parte de nuestra cultura como empresa del mundo editorial.

— De todos modos, ¿cree que en esta época de gran corrección política podrían haber publicado algunos de sus superventas, como *El gran libro de los penes* o *El gran libro de los pechos*?

— Es verdad que hoy no sería posible publicar algunos de nuestros libros... Pero no tengo ningún problema en seguir editando estos que menciona. Son atrevidos, sí, pero se han hecho de una forma natural, con una perspectiva humana. La editora, Dian Hanson, tiene mucho sentido del humor y es una persona culta, muy bien informada, que sabe dar profundidad a temas como estos.

— De todos los artistas con los que ha podido trabajar, ¿con quién tuvo mejor relación?

— Personalmente, adoro a los Salgado: a Sebastião y a su mujer, Lélia. Son una pareja muy potente, muy unida, y los aprecio mucho, a nivel profesional y personal. Estamos trabajando en un proyecto precioso, sobre el Amazonas. Otra persona que me impresiona es David Hockney, porque no solo es un artista espléndido sino que también, a nivel teórico, es una persona con un conocimiento artístico impresionante.

— Usted es alemana; su pareja, italiana, tienen una hija con ambas nacionalidades y viven en Londres. ¿Cómo lleva el Brexit?

— Me defino como europea, y el Brexit es para mí incomprensible. Espero, de verdad, que en Londres se conserve la interculturalidad y mezcla que ya tiene. Que el Brexit no les afecte y que se puedan llegar a unos acuerdos de salida que tengan sentido para ambas partes. —

»» pero, también, cómo conectar y comunicar. También es importante ser práctico, porque un libro puede ser un proceso largo y complicado. Hay que tener un sentido del pragmatismo.

— Eso en Taschen existe, obviamente, pero junto a la célebre eficiencia alemana también se detecta mucha diversión en su catálogo. La sensación es de que se lo pasan muy bien trabajando...

— Sí, nos gusta disfrutar de la vida y, de hecho, un antiguo eslogan nuestro era “libros para el optimismo”; es una muestra de nuestro espíritu, miramos el lado positivo de la vida. Y creo que eso se nota en

los libros, en el catálogo y en la manera en la que trabajamos. Me encanta que eso se transmita.

— ¿Se puede ser positivo en los tiempos actuales?

— Sin el coronavirus, este hubiera sido el mejor año de la historia de Taschen. Pero no ha sido una tragedia y seguimos en la buena dirección. Este virus ha sido un catalizador: en vez de concentrarnos hacia fuera, el foco se ha puesto en la compañía. Nuestro objetivo es tratar de que la editorial funcione suavemente, que se pueda dirigir sin derrochar energía y así tendremos más tiempo para nuevos proyectos.