

FORMAS DE ESCRIBIR, FORMAS DE EDITAR, FORMAS DE LEER

JOSÉ V. GARIBO REDOLAT

El recorrido del libro desde el autor hasta el lector pasa inevitablemente por las formas en que los editores nos brindan la creación, de ahí la importancia que tiene en la elaboración del libro la tarea del editor, que busca, lee, escoge y ofrece.

El reflejo de esta labor se hace patente en los anaqueles de las librerías, en sus escaparates, en los stands de las ferias del libro, en los suplementos culturales... y es en ellos, entre la multitud de títulos que se nos ofrecen, donde vislumbramos dos maneras de editar: aquella



que antepone el valor cultural del libro y aquella que exclusivamente vela por obtener un beneficio económico del negocio de la lectura. Siempre ha existido esa doble forma de trabajar en la edición, pero en los últimos años el nacimiento de unas editoriales más preocupadas por el valor cultural de la edición (que vienen a sumarse a las que ya existían) nos presenta un inmejorable ejemplo de la importancia que tiene la tarea del editor.

Son editoriales que anteponen el valor cultural al económico porque nacen de un compromiso intelectual en pos de la creación de lectores más que de la búsqueda de estos, que también. Como en otras empresas culturales la tarea de la edición cultural se plantea a largo plazo, la rentabilidad se mide en rentabilidad social y cultural a largo término. Tratándose de una producción de ciclo largo, debe buscar un catálogo que perdure y al que se recurra una vez ha pasado la algarabía de la novedad. Todo ello en contraposición a una edición comercial que publica lo previsible, lo asequible, aquello que vive y ren-

Revista de Libros
de la Torre del Virrey
Número 1
2013/1
ISSN 2255-2022

ta mientras está en el montón de novedades, un plazo extremadamente breve para la literatura, un plazo inmediato contagiado por la inmediatez de cualquier otro producto de consumo. Al libro le sienta bien el ritmo lento y la constancia, lejos de la precipitación y el espectáculo. Estas pequeñas editoriales miman su catálogo, que es su obra de creación, donde cada título se convierte en un capítulo, que para nada es elegido al azar sino que se encuentra integrado en la trama, con el resto de títulos que forman la editorial.

En un país que editó 79.839 títulos durante 2010 (según el informe anual de la Federación de Gremios de Editores de España, publicado en 2012 sobre los datos de edición de 2010), sacando a la luz cada día cerca de 220 títulos, parece evidente que se edita más de lo que se puede leer, de la misma forma que se produce más de lo que podemos consumir. Hace años Manuel Borrás, director de la editorial Pretextos, extrapolando de la vida cotidiana a la industria editorial, ya hacía patente este he-

1. MANUEL BORRAS, *Pretextos para el goce*, en Archipiélago: cuadernos de crítica de la cultura, nº 51/2002.

cho: “Se produce más de lo que se consume, vivimos en una era en que los desperdicios exceden en mucho los contenedores”¹. El único objetivo parece ser la novedad continua, ofertar sin interrupción, haciendo que cada título sea novedad, urgiendo al lector a que devore sus libros ante la inminente salida de otra novedad, que en muchas ocasiones no será otra cosa que más de lo mismo: un experimento al que han dado a luz un equipo de expertos (expertos en adjetivos, expertos en tramas, expertos en finales, expertos en diálogos, expertos en inicios, expertos en temas de actualidad...): el mercado se convierte en el único criterio de selección y como resultado aquello que no tiene previsto alcanzar un nivel adecuado de ventas no vale la pena editarlo.

Sin embargo la edición requiere paciencia y la lectura de literatura más todavía. Por ello las nuevas editoriales independientes (independientes del gusto por la novedad y del *fast-book*) rastrean el mercado ocupando aquellos pequeños espacios que las grandes editoriales de nove-



dades han obviado y reclaman a los lectores despertando sus gustos latentes. Leen lo que pretenden editar, diseñan con cada título el catálogo, invitan al lector a nuevas búsquedas, presentan al lector nuevos valores, defendiendo aquellos que resultaron ser los principios de su empresa cultural: “cualquiera es capaz de leer lo mejor y tiene que poder encontrarlo”². Estas editoriales basan su éxito (o su esperanza de éxito) en la confianza que provocan sus sellos editoriales: un título viene avalado por la editorial que lo publica, de ahí la importancia de la selección, intentando que ningún título perturbe la línea editorial, ni rompa los vínculos que han intentado crear los editores entre el autor y el lector. Acudir a los libros de estas editoriales es como acudir a un amigo para que nos recomiende un libro, que es de hecho el origen de la editorial Impedimenta, una de estas editoriales: “me veía siempre recomendando libros a mis amigos, así que decidí crear la mía propia, que ha resultado ser también una manera de recomendar libros”³. El nombre de ciertas editoria-

2. ANDRÉ SCHIFFRIN, *El dinero y las palabras; La edición sin editores*. Barcelona: Península, 2011. Traducción de Jordi Terre y Eduard Gonzalo.

3. ENRIQUE REDEL, editor de Impedimenta, citado en *La Miranda*, suplemento cultural del Diario de Ibiza, del 24 de febrero de 2012.

4. LUIS SOLANO, editor de Libros del Asteroide, citado en *La Miranda*, suplemento cultural del Diario de Ibiza, del 24 de febrero de 2012.

les es sinónimo de selección, de elección, en medio de la vorágine creadora. La confianza de los lectores en un sello editorial es un patrimonio que no se debe arriesgar a cambio de beneficios económicos inmediatos que no aseguran la continuidad de un proyecto editorial y cultural. Con una editorial independiente es posible vivir, y así lo afirman sus editores, pero es muy posible que no les haga ricos. La selección de los títulos está hecha de forma artesanal, de manera que sus catálogos se convierten en listas de libros recomendados por ser entretenidos, por ser emocionantes y por brindarnos lo desconocido: “intentamos buscar unos libros que sean emocionantes y que te abran los ojos a aspectos del mundo que desconoces”⁴. Es fácil reconocer en los editores un profundo conocimiento de la literatura universal, alejado de las relaciones de escritores consagrados. La creación literaria es un mar inabarcable para el lector y sin embargo no naufragamos porque lo que Jorge Luis Borges entendía como azaroso (“ojalá seas el lector que este libro

aguardaba”) es una minuciosa tarea de editor que nos acerca autores desconocidos, obras perdidas de autores consagrados, autores fundamentales en la literatura de su país pero jamás traducidos, obras agotadas hace años... Selección cimentada en la confianza: la que deposita el editor en la obra y la que acompaña al lector cuando se acerca a un nuevo título de ese sello editorial.

La creación y el mantenimiento de estas editoriales resulta ser clave para la *bibliodiversidad*, porque aporta vitalidad y variedad al mundo editorial y equilibra el peso de las grandes editoras comerciales. Aun así no debemos caer en la tentación de sobrevalorar una obra exclusivamente por ser producto de una de estas editoriales. La independencia en la edición no es sinónimo de calidad, como tampoco lo es ser el libro más vendido del mes. No debemos confundir el éxito de ventas con la calidad de lo vendido. Más si cabe cuando estamos viendo que todo a nuestro alrededor se ha transformado en mercado, de manera que hasta los más escondidos rincones

de nuestra intimidad se han convertido en materia comercial (y entre ellos la lectura), haciendo de las ventas su única legitimación literaria. Pero entre la autonomía insensata de la edición narcisista y la edición esclava de los valores comerciales, existe una edición que atiende la dimensión económica de lo intelectual y cultural, sin desatender al lector.

El lector es el elemento clave de las nuevas editoriales como las del grupo Contexto⁵ y su tarea se basa en el principio de que leer no siempre es sinónimo de distracción, también implica un alto grado de formación e información, ya sea académica o personal, no subestimando en ningún momento el valor del lector (de todo lector), huyendo de la opinión generalizada que acepta que no existe un verdadero público para los libros que exigen un esfuerzo intelectual. André Schiffrin anhela que las editoriales se esfuercen y arriesguen en el rescate de ese lector abandonado al que ya nadie intenta satisfacer porque así lo mandan las cuentas de resultados: “Si

5. Grupo Contexto: Libros del Asteroide, Global Rhythm, Impedimenta, Nórdica libros, Editorial Periférica y Sexto Piso.

el campo de las ideas se abandona a los que sólo buscan divertirse o aportar informaciones triviales, el debate esencial no tendrá lugar”⁶.

La entrada de las grandes firmas comerciales en el mundo editorial provocó la desaparición del oficio de editor y con él el trabajo pausado de selección; “los libros suelen publicarse más por su supuesto interés comercial que por aspectos intelectuales y culturales que antes los editores valoraban a la hora de incluir un libro en su catálogo”⁷. La aplicación de la ecuación que dice que cuanto más bajo sea el nivel intelectual de lo que se ofrece, más beneficios económicos reportará resulta nefasta para el desarrollo de una ciudadanía que debe comprometerse en la mejora de su futuro. Está claro que el que puede más también podrá menos, pero el esfuerzo debe centrarse en ser mayores, no en ser más.

De ahí la importancia de esas editoriales que mencionábamos y a las que podemos añadir otras como Capitán Swing, Funambulista, 451 editores, Nortedur o Salaman-

6. ANDRÉ SCHIFFRIN, *op. cit.*

7. ANDRÉ SCHIFFRIN, *op. cit.*

dra, que asientan su trabajo en tres pilares, con lo cual la empresa no cojea: la selección de los autores y títulos, la atención a las traducciones y la importancia que dan a los detalles de la impresión. El detalle en las impresiones no es nada novedoso, pero sí había sido abandonado en aras del abaratamiento de la edición y, como siempre en estos casos, en detrimento del lector y del gusto por la lectura. Como nos recuerda Roberto Calasso⁸, Aldo Manuzio, impresor italiano del siglo XV, fue “el primero en imaginar una editorial en términos de forma... la manera en que el libro se presenta como objeto... la portada, el diseño, la compaginación, los caracteres, el papel”. De hecho fue Manuzio el primer editor en publicar un libro de bolsillo, transformando así los hábitos de lectura al convertir también al lector en artífice de la cultura e intérprete suyo, porque a partir de ese momento es el propio lector el que escoge dónde y cuándo quiere hacer sus lecturas; y la manera de leer es ya una forma de interpretar.

8. ROBERTO CALASSO, *La edición como género literario*, traducción de Teresa Ramírez Vadillo [www.rebellion.org, consulta 11.11.2012]

Es aquí donde radica el valor de las nuevas editoriales independientes que han surgido en España en los últimos años, en el esfuerzo de intentar aproximarse al lector con seleccionados títulos, cuidadas traducciones y esmeradas ediciones. En ningún momento del proceso de edición se descuida el objetivo final: halagar al lector con una buena lectura, tanto en su contenido como en sus formas, siendo tan destacable el autor (que por ello es escogido para formar parte del catálogo de la editorial) como el lector, resultando tan importante la historia que cuenta como el objeto que la está contando. Las formas producen sentido y un texto es leído de nuevo cada vez que sus formas (la tipografía, el tamaño de la letra o del libro, el gramaje del papel, la encuadernación, la portada...) cambian, porque la manera de aproximarse y apropiarse de lo escrito es distinta. Desde estas dos vertientes que nos ofrecen, por un lado el autor, con su relato, y por otro el editor, con sus maneras, vamos entablando un diálogo que nos hace perdurables por la atracción del objeto que

tenemos entre las manos y por el deseo, inherente a la lectura, de que la conversación no se agote: “Un libro es también un cuerpo y, como tal, debe tener la capacidad de seducir, debe conquistarnos tanto por su contenido como por su continente, borrando así el carácter efímero que le quiere imprimir la industria”⁹.

Esta industria editorial de la inmediatez y del espectáculo ha contagiado a las librerías: cada vez quedan menos librerías independientes y las cadenas de librerías aprovechan su posición para cobrar a las editoriales por hacer que sus títulos figuren en los espacios más visibles de las librerías. De esta manera las editoriales que no están en disposición de pagar estas cantidades son relegadas a la segunda fila, pierden visibilidad y necesitan incrementar sus esfuerzos para darse a conocer. Se hace evidente que el progreso de las editoriales independientes va ligado al mantenimiento de las librerías independientes, que

9. MANUEL BORRAS, *op. Cit.*

aportan la visibilidad necesaria, sin atender a contratos de visibilidad que tengan las editoriales con las cadenas de librerías.

Pero el mantenimiento y la supervivencia de estas editoriales independientes y su evidente éxito es un síntoma alentador sobre el futuro del libro tradicional, tan cuestionado últimamente y al cual, por la aparición del libro electrónico, se le ha augurado un pronto final. De la misma forma que Gutenberg y los editores del siglo XV, en la edición de los primeros incunables, imitaban las formas de los manuscritos, las editoriales de libro electrónico han de fijarse también en la experiencia actual y atender en primer lugar al lector y eso implica cuidar las formas y la legibilidad de su catálogo, porque esa es la puerta de acceso a los lectores, que se sienten mimados cuando comprueban que cada detalle de la edición está cuidado con la intención de agradarles, desde el título y el autor hasta las ilustraciones, el papel, la encuadernación, la tipografía, el cuerpo de la letra, el interlineado, los már-

genes, el tamaño del libro, el diseño de las colecciones... Las formas de presentar las cosas las dotan a su vez de sentido y el trabajo que las editoriales independientes hacen con las formas de sus libros nos permite a los lectores paladear la lectura, saborearla y comprometernos en ese trabajo editorial porque cada título encadena con el siguiente y deja en nuestras notas una gran cantidad de libros pendientes de leer por el mero hecho de salir de las prensas de esas editoriales.

Gracias al esmero con el que realizan su trabajo, con la intención de brindarnos una nueva obra de arte, los lectores dejamos de ser un mero cliente para pasar a convertirnos en activos partícipes de la cultura, junto al autor y al editor, en esa cadena que va desde la creación a la recreación. Un trabajo que pone en valor a los autores escogidos y a los lectores encontrados, y que también revaloriza el oficio de editor, como pieza esencial e igualmente generadora de cultura.