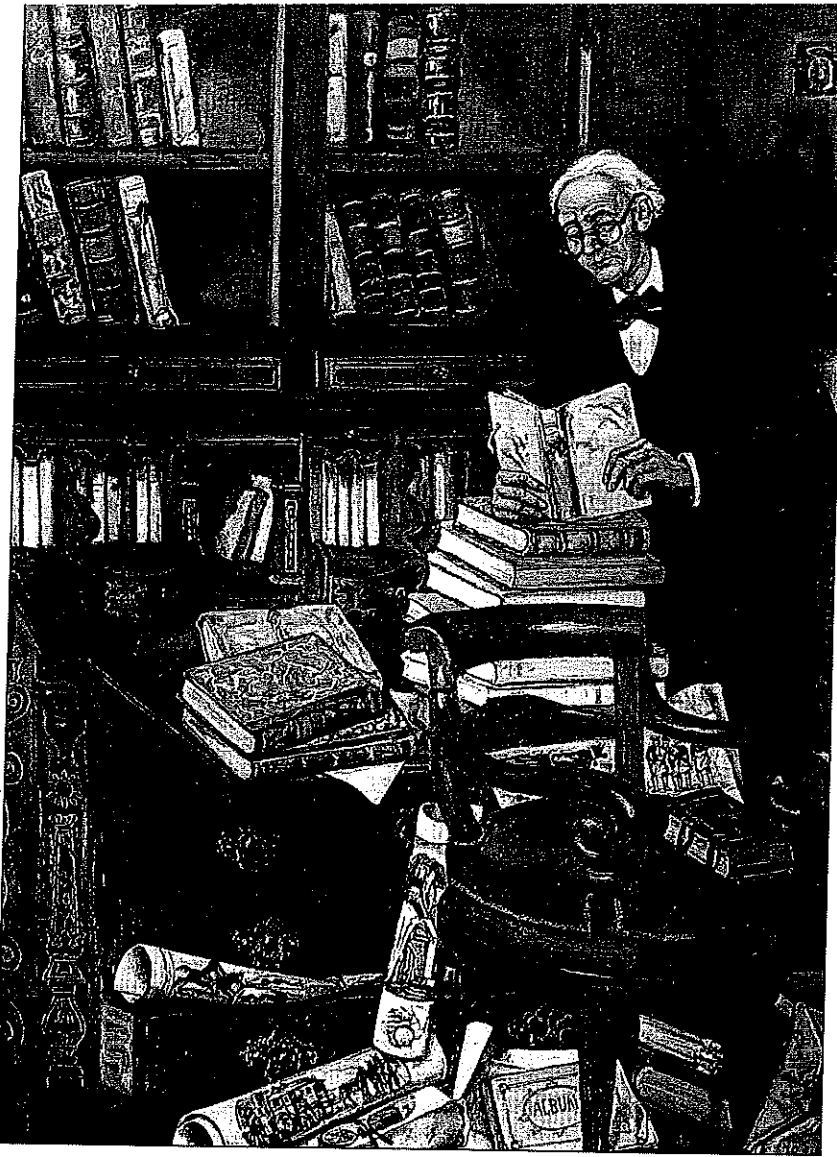


José Gutiérrez Solana, *El Bibliófilo*, 1933



Vida de un manuscrito

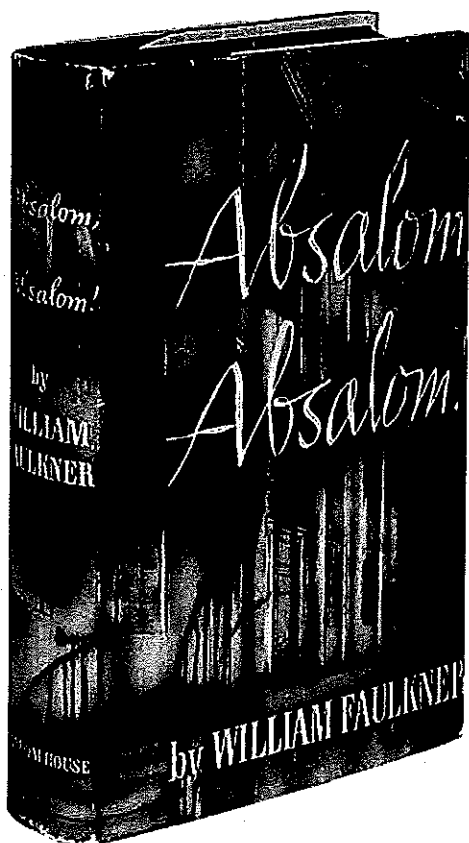
ENRIQUE DE HÉRIZ

Llega un manuscrito a una editorial. Por mera cuestión de estadística, vamos a suponer que es una novela. Para el remitente se trata de un momento único, rodeado de expectativas mayúsculas y acuciado por una vulnerabilidad extrema. Si hablamos con rigor, ése es el verdadero nacimiento de su manuscrito, pues ningún texto existe hasta que puede ser leído por alguien ajeno a quien lo escribió. Para el receptor, el momento tiene más de rutinario. Concedamos que es lógico; si las enfermeras de la sección de maternidad de un gran hospital tuvieran que emocionarse ante el fenómeno de la vida cada vez que oyen el berrido de un bebé, se volverían locas. Es uno más y es justo que así sea mientras no lo haya leído nadie. Estamos hablando, claro, del manuscrito de un desconocido.

Antes de seguir, aclararé que sigo creyendo a pies jun-

tillas en la buena voluntad de los editores y en el enorme esfuerzo que la mayoría de ellos pone en el desempeño de su tarea. Sigo creyendo que casi todos, más allá de las enormes presiones diarias ejercidas por quienes administran su trabajo, por encima incluso de las denostadas leyes del mercado, saben que el trabajo que justifica su existencia es precisamente ése: desempolvar un manuscrito, emocionarse con su calidad, sellarlo con su *nihil obstat* y presentarlo al mundo con la leyenda: "He aquí un escritor". Que cuenten o no con los medios necesarios para secundar su apuesta y que los usen con mayor o menor generosidad y acierto es otro asunto. En general, aunque con algún reparo, creo que se puede, todavía hoy, defender la máxima clásica según la cual un manuscrito que verdaderamente lo merezca terminará siendo publicado. Mejor o peor, antes o después, pero publicado. La suposi-

ción romántica de que en algún cajón oscuro de un escritor maldito pueda haber una obra maestra destinada a revolucionar la historia de la literatura, pero condenada por los editores al olvido en compañía de dos docenas de cartas de rechazo, me parece casi improbable. Digo "casi" y afirmo tener algún reparo por una sola razón: el tiempo. El maldito tiempo.



Absalom, Absalom!, de William Faulkner

Sea cual sea la condición de la editorial en la que trabaja (o de la que, a veces, es incluso dueño), el editor no tiene tiempo. Ésa es una ley aceptada por todos y una queja que ninguno deja de emitir: tiempo para leer todo lo que llega, tiempo para leer también por puro gusto, tiempo para reflexionar sobre su labor. Es una maldición, pero tal vez haya que admitir también su lógica: la carencia de tiempo es la marca de estos tiempos. Estoy convencido de que eso ha condicionado, y tal vez cambiado irremisiblemente, nuestra forma de leer. Como no hay tiempo, tampoco hay paciencia. Y también ha cambiado la forma de escribir. El noventa por ciento de las novelas que llegan hoy en día a las mesas de los editores (o incluso de los libreros y, por supuesto, de los lectores), suele coincidir en un principio rápido, dinámico, concluyente. Eso que llaman "agarrar al lector desde la primera frase". Todos, autores y lectores, queremos entrar en materia a la primera

de cambio. No vaya a ser que el tiempo incline su pulgar hacia abajo y condene al manuscrito a la muerte súbita.

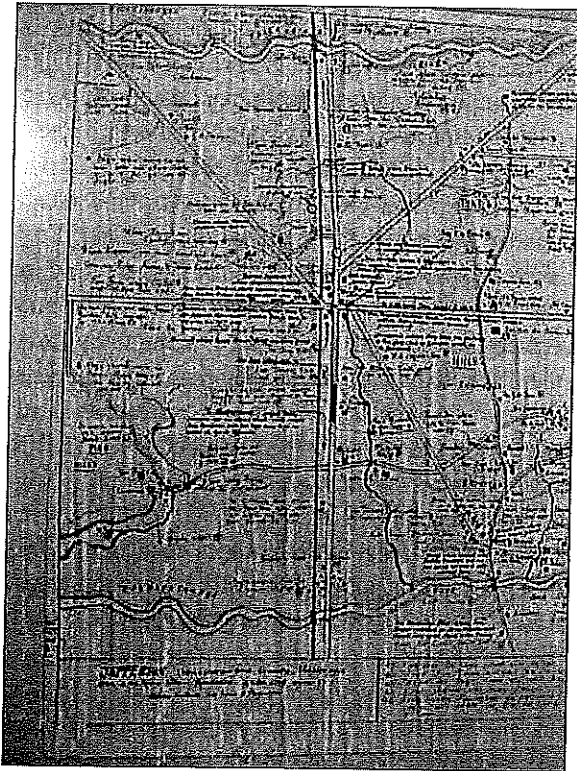
No creo que ningún editor sincero se atreva a negar ese dilema. Todos leímos con auténtica adoración *Conversaciones en la catedral* en su momento y seguiríamos defendiendo ahora sus indiscutibles valores. Pero si una novela de esa densidad apareciera hoy en el correo de una editorial, firmada por un desconocido, ¿habría tiempo y paciencia suficiente para apreciar esos valores? No estoy seguro y me permitiré ilustrarlo con una anécdota personal para que no se diga que tiro la piedra y escondo la mano. Después de ejercer tareas editoriales durante unos cuantos años, tareas que compaginaba con la labor furtiva y nocturna de la escritura, decidí hacerme merecedor de la clásica frase de solapa: "... fecha en que optó por dedicarse por completo a la escritura." Quería saber lo que significaba levantarse por la mañana con la conciencia de que escribir era la única responsabilidad pendiente durante las siguientes veinticuatro horas. Bueno, mentira, también quería leer.

Leer es la gran asignatura pendiente de los editores y, por lo menos en privado, todos suelen confesar el drama que eso supone. Es un círculo vicioso imposible de romper. En realidad, un editor es un lector a quien alguien paga por recomendar libros a otros lectores. Un enorme y hermoso privilegio. Suele llevarte a él la pasión por la lectura. Eres joven, devoras libros sin parar y, generalmente sin saber muy bien cómo, terminas en el mundo editorial. A partir de entonces, el tiempo te alcanza apenas para leer lo que vas a publicar. Todo lo demás (novedades interesantes, las eternas lagunas que te quedaron pendientes, todo) se va quedando en la biblioteca que guardas para cuando te jubiles. A esa biblioteca me enfrenté yo al día siguiente de abandonar la profesión de editor. Entre los libros que la conformaban, me llamó la atención *Absalom, Absalom!* No sé por qué. Leído veinte años antes y, por lo tanto, mal leído y peor recordado. Decidí empezar por ahí. Lo terminé con enorme disfrute, pero también con una ligera angustia. Si debía ser sincero, estaba obligado a reconocer que un texto como aquél, aparecido sin firma sobre mi mesa de editor, tal vez hubiera agotado mi paciencia. Es más, ni siquiera estaba seguro, ni lo estoy ahora, de si sería honrado afirmar que nunca cometí una injusticia de ese tamaño. Tal vez algún libro me pareció excesivamente lento, demasiado exigente para mi paciencia, y en verdad era una obra maestra. Si fuera así, me queda sólo el consuelo de que algún editor mejor que yo reparara ese error. Suele afirmarse que algunos escritores consagrados, a partir de cierta edad, se olvidan de los lectores que los auparon a la fama y empiezan a escribir obras cada vez más densas y experimentales, de difícil comprensión, poco amables con el lector. Si fuera así, tal

vez se trate de una venganza del sistema, pues sólo ellos pueden permitírselo: sólo ellos (y sus agentes) saben que la publicación de su manuscrito no dependerá de la cantidad de tiempo disponible de su editor.

Leer es la gran asignatura pendiente de los editores y, por lo menos en privado, todos suelen confesar el drama que eso supone

Del tiempo y sus agobios se defienden los editores con eso que llamamos "colaboradores". La primera fila, la infantería de ese frente de guerra contra el tiempo, son los lectores profesionales. Mal pagados. Por un informe de lectura se pagan entre 50 y 70 euros hoy en día, salvo excepciones que, para colmo, no suelen depender de las dificultades del texto sino de su extensión. Por lo general,



Mapa de Yoknapatawpha

se trata de gente joven que intenta abrirse camino en el mundo editorial. También colaboradores que alternan otras dedicaciones (traducción, corrección de estilo o tipográfica) con la lectura pagada. Me llama poderosamente la atención comprobar que sigue habiendo profesionales de los informes de lectura, gente que se "gana" la vida con esa única tarea. Leen cuatro y cinco libros por semana.

Los múltiples trabajos externos que genera una editorial están mal pagados por principio. Me consta que en los últimos años se han hecho esfuerzos por mejorar eso, y he participado gozosamente de algunos, pero no es suficiente. La situación de los traductores es algo mejor ahora que hace diez o quince años; se les reconocen derechos de autoría, generalmente recogidos en un contrato, y suelen cobrar, si se puede establecer una media, en torno a los 10 euros por página. Mejor que antes, sí, pero todavía poco. Hay que traducir muchas páginas para vivir decentemente de eso. Huelga decir que la calidad se resiente. Y cualquier comparación con los países del entorno europeo resulta directamente ofensiva. De los correctores de estilo, a poco más de 2 euros por página, mejor ni hablar.

Es probable que esa situación empeore en los próximos años. Las listas de despidos circulan hoy en los grandes y muy inflamados grupos editoriales por debajo de la mesa. Cuando se le ven las orejas al lobo de la crisis, el primer recurso de los administradores de las editoriales es eso que eufemísticamente llaman "tercerización". O sea, convertir en colaboración externa lo que antes era trabajo interno, con la consiguiente descarga de nóminas y obligaciones fiscales. Abundan los *free-lance* en busca de trabajo editorial. Cualquier trabajo, con cualquier calidad y al precio que sea.

Se supone que todo ese batallón de colaboradores debería servir para que el editor, libre de tareas que ahora simplemente puede supervisar, gane tiempo. Para que el manuscrito llegue a sus manos en condiciones idóneas. No suele ser así. El editor sigue ocupado con una serie de cosas que se parecen poco a la bendita tarea de leer. Hasta hace quince o veinte años, la industria editorial española en realidad merecía mejor el nombre de artesanía cultural. No es una crítica. Al contrario: la mayor parte de las editoriales españolas nació del empeño artesanal y admirable de una serie de individuos. Eran empresas pequeñas, en términos industriales, y hacían los libros más o menos de uno en uno. Algunas han conseguido mantener ese estatus con un esfuerzo admirable. Pero la mayoría, llegado el momento de la industrialización, crecieron y crecieron; se dotaron de una inmensa maquinaria industrial y empezaron a no sonarles tan extrañas algunas palabras como marketing, promoción, distribución masiva, campaña de ventas, etc. En ese momento nació lo que a mi entender es hoy uno de los mayores errores del mundo editorial. Un error mayúsculo, de cuyos efectos es víctima principal el manuscrito recién llegado que ahora nos ocupa. Hubo que redefinir la función del editor. Ya no era aquel señor que lo hacía todo menos ir personalmente a la librería a colocar sus libros (o a veces, incluso eso). Puestos a manejar terminología industrial, el editor se convirtió en el jefe de compras de una fábrica de libros. En el encargado de

suministrar la materia prima. Una vez entrados los sacos de materia en el almacén de la fábrica, un ejército de técnicos sustituye al editor para procesarla y ponerla a la venta. Grave error. Es bastante común que los editores piensen que la parte administrativo/comercial de su editorial está llena de mercachifles que no entienden nada de literatura, ni se interesan en absoluto por ella. Los administradores y los vendedores, a su vez, suelen pensar que los editores son unos pedantes totalmente desligados de la dura batalla diaria de las librerías y sólo piensan en la historia de la literatura, olvidando que forman parte de una industria.

La mayor parte de las editoriales españolas nació del empeño artesanal y admirable de una serie de individuos

No es extraño que las editoriales que mejor funcionen sean las que mejor hayan resuelto esa dicotomía. Y para ello es fundamental que el editor no sea sólo un jefe de compras, sino que se le atribuyan también las funciones de eso que la industria llama "product manager": o sea, alguien que, precisamente por conocer y amar la materia prima, tiene la responsabilidad de dirigir absolutamente todo el proceso que, tras procesarla, termina poniéndola a la venta. En una editorial, el mejor departamento de marketing es el que no necesita existir precisamente porque los editores aman y conocen tanto sus libros que se encargan de concebir, además de una obra hermosa, llamativa y bien publicada, modos creativos de ponerla a la venta. ¿Existe eso? Creo que sí, todavía, aunque las dinámicas del mercado lo tapen a menudo.

Nuestro famoso manuscrito puede, a veces, beneficiarse de eso. Supongamos que ya está encima del montón, sobre la mesa del editor, lo cual es en sí mismo todo un triunfo, pues tras esa mesa suele haber un armario lleno de otros muchos que murieron en el intento. Si está ahí es porque no era ilegible. Llegan a las editoriales muchos manuscritos que en rigor no merecen tal nombre. Textos volcados con entusiasmo por alguien que no es, ni será nunca, un escritor. Bienintencionados, admirables por el esfuerzo, pero claramente impublicables. Esos desaparecen pronto. Alguna alarma los detecta y los convierte en carne de devolución inmediata. Los demás pasan a la cola de los informes de lectura. Creo que la mayor parte de los editores son responsables y serios, aunque inevitablemente lentos, con esa tarea. Suele haber más de uno y dos informes cuando el texto lo merece. Informes cruzados.

Se procura que los lectores sean distintos, con criterios arbitrarios pero que tal vez reproduzcan el mercado. Si primero lo leyó una mujer joven, tal vez luego pase a manos de un hombre mayor. Algunos editores, los que publican menos cantidad de libros, pueden permitirse el lujo de tener sólo uno o dos lectores en quienes confían a ciegas. En algún momento, alguien le dice al editor: "No puedes dejar de leer esto." Ahí nace de verdad un manuscrito, aun si muchas veces es para morir de inmediato.

Pero si no muere, si el editor decide convertirse en su comadrona... Más vale que esté convencido de lo que hace, porque a partir de ese momento el manuscrito pasa por un montón de manos ajenas y, a veces, despiadadas: traductor (si corresponde), correctores de estilo y tipografía, técnicos que lo convierten en pruebas de imprenta, galeras, compaginadas, películas de impresión, cilindros de imprenta, tripas de papel... Es decir, un montón de personas cuya función no tiene nada que ver con la literatura pero que la envuelven indefectiblemente porque en nuestros tiempos la única manera de divulgar la cultura consiste precisamente en imprimirla y ponerla a la venta. No queramos culpar de eso al mercado, a internet o a no sé quién, porque la culpa de eso la tiene todavía Gutenberg, y nosotros. Mientras tanto, alguien le pone al manuscrito una cara de diseño, otros deciden cuántos ejemplares se van a imprimir, alguien más, que por lo general no ha leído el manuscrito, calcula cómo, dónde, a qué precio y con qué estrategia se va a vender... Un larguísimo etcétera de intervenciones en las que el editor, e incluso el manuscrito mismo, corre el riesgo de quedar enterrado. Por eso digo que ya puede estar convencido de lo que hace; si no logra transmitir ese convencimiento a todos los eslabones de la cadena, el manuscrito quedará condenado sin remedio a la condición de ser sólo uno más.

En España se publican cerca de 65.000 títulos nuevos por año. Por eso, algunas editoriales deciden que sobran editores y falta maquinaria industrial: departamentos de marketing y promoción, ventas, etc. Es al revés. Claro que es imprescindible el dominio de la mercadotecnia, pero sólo el entusiasmo de un editor hace posible el éxito de un libro. No digo que lo garantice, ni mucho menos. Pero si carece de dicho entusiasmo, si por los agobios del tiempo o las exigencias del mercado o cualquier otra razón, se limita a llenar un hueco en un catálogo, podemos dar por muerto el manuscrito.

Hasta aquí hemos abandonado conscientemente los dos extremos de todo este proceso. En el extremo inicial, justo detrás del autor, están las agentes literarias. Injustamente denostadas a menudo, según mi opinión. Algunos editores suelen acusarlas de haber mercantilizado el mundo editorial. Me parece una visión miope, cuando menos. En todo

caso, lo que han hecho las agentes en España es reconocer que la cultura se había mercantilizado y luchar para que los autores participaran en el reparto del pastel, beneficiándose de paso ellas en el porcentaje correspondiente. Por supuesto, como en todo, las hay mejores y peores; más o menos responsables, llevadas o no por la codicia, conscientes o no de que la carrera de sus representados debe plantearse forzosamente como una inversión a largo plazo. Que cada cual escoja, porque gustos hay para todo. En cualquier caso, estando como está el mundo editorial, creo imprudente adentrarse en él sin la compañía de una buena agente. Otra cosa es que su trabajo se vea impedido por los mismos problemas y errores conceptuales que el de los editores. También en su mesa se acumulan manuscritos en cantidades inmanejables, también en sus balances económicos apremia la necesidad de resultados inmediatos, contradictorios con la verdadera naturaleza de su trabajo. En las novelas de autores anglosajones es frecuente encontrar en la página de agradecimientos una mención al agente del autor, que con tal o cual contribución supo mejorar el manuscrito, y con su paciente lectura iluminó... El autor novel o desconocido que busque en España ese modelo hará bien en armarse de paciencia. Porque las agentes no tienen tiempo. Las agencias literarias españolas, en su mayor parte, vivieron durante muchos años de su condición de sub-agentes. Es decir, representaban (y representan) a un nutrido grupo de agencias internacionales que les envían decenas o centenas de libros mensuales. Ellas proceden a hacer circular esos libros entre los editores españoles y eso las convierte, en buena medida, en oficinas de correos. Por desgracia, enviar y recibir manuscritos, tramitar paquetes, envíos, facturas, liquidaciones, en fin, todo el trabajo que acompaña a la tarea de negociar, deja un espacio pírrico para la de leer, sugerir, pensar. Lo dicho: viven el mismo síndrome que los editores.

En una editorial, el mejor departamento de marketing es el que no necesita existir

En el otro extremo de la cuerda están los libreros. A ellos el manuscrito les llega ya encuadernado y listo para venderse... O para ser devuelto. Ese es un problema de tal magnitud que no pretenderé abarcarlo en este espacio. Pero sí debo decir que les afecta por igual el dilema del tiempo, amplificado en su caso de modo angustioso por la carencia de espacio. Es imposible que todos los libros publicados en España obtengan una oportunidad digna, visible y duradera, de quedar expuestos a la vista de sus

hipotéticos lectores. Imposible. El librero que consigue colocar la mayor cantidad posible en la mesa de novedades ya es un héroe. Los pocos que pueden, además, leer alguno de los libros que reciben para saber cuál deben recomendar y a quién, deberían recibir un homenaje diario. Porque si queda algún editor con el tiempo y la paciencia suficiente para reconocer el próximo *Absalom, Absalom!*, es muy difícil que quede algún librero capaz de leerlo y recomendarlo.

Lo que han hecho las agentes en España es reconocer que la cultura se había mercantilizado y luchar para que los autores participaran en el reparto del pastel

En los presupuestos y balances económicos de las editoriales, la facturación es un factor principal. Por simplificar un problema que exigiría cientos de matices, digamos que la editorial emite cada mes una factura al librero por el valor de todos los libros que le envió; el librero, a su vez, emite un abono en el que se descuenta todos aquellos que no ha vendido y que, por lo tanto, se apresta a devolver al almacén del editor. Eso, multiplicado por los 65.000 títulos anuales, crea una pelota que se infla y se infla sin parar hasta el límite del estallido. Durante los últimos quince años, muchos editores no han concebido otro modo de mantener la pelota en el aire que inflarla más todavía. O sea, han incrementado su facturación a costa de aumentar la cantidad de títulos que ponían a la venta. Y el librero se ha defendido devolviendo cada vez más ejemplares; literalmente, todos aquellos que no caben en su librería, en algunos casos sin haber pasado siquiera por la mesa de novedades, o tras haberlo hecho durante apenas unos días.

Esa enorme pelota inflada a reventar está ahora en el aire. Los editores son más que nunca conscientes de la saturación de las librerías y hablan de ella en todo momento pero no saben demasiado bien qué hacer al respecto. Desde fuera, parece fácil: que publiquen menos libros y concentren sus esfuerzos en los que sí publican, diría quien no conozca las particularidades del negocio. Quizá, pero no es tan simple. En primer lugar, porque la competencia por cada centímetro libre en la mesa de novedades es tan salvaje que si una editorial renuncia a una parte mínima de su cuota de mercado, sus competidores se abalanzan sobre ese espacio libre para ocuparlo de inmediato, abriéndose paso a codazos si es necesario. En segundo lugar, porque a la hora de decidir con qué criterio se selecciona la reducción de producción suele primar el pan para hoy y hambre para mañana. Un editor


puede aceptar producir menos, pero no a costa de sus ventas. En una visión errónea, pero explicable, decidirá publicar sólo aquellos títulos cuya venta le parezca asegurada de antemano. Ahí es donde nuestro manuscrito queda encomendado a San Ramón Nonato. Cuando las editoriales buscan seguridad, lo primero que suprimen es el riesgo, la aventura, la apuesta; ideas que los administradores de esas empresas estigmatizan como locura romántica en tiempos de mercado cruel. Olvidan con ello que ese mercado cuyo dominio tanto ambicionan existe precisamente porque otros asumieron antes el riesgo de crearlo con sus apuestas.

Llegan a las editoriales muchos manuscritos que, en rigor, no merecen tal nombre

Si un hipotético e indeseable accidente de aviación en fechas cercanas a la Feria de Frankfurt terminara con las vidas de todos los editores de España, los lectores podríamos seguir siéndolo durante generaciones sin enterarse. Podríamos leer un libro nuevo por día, convertir en

biblioteca de novedades los saturados almacenes de las editoriales. Dicho de otro modo: éste no es un mercado de demanda, sino de oferta. Sobran libros, pero afortunadamente también son numerosos los lectores. Más de lo que muchos editores se atreven a reconocer. A la larga, el mercado del libro no lo conquista quien quiere aprovecharse de una demanda inexistente, sino quien se atreve a hacerlo desde una oferta sólida, coherente y atrevida.

Abunda el cinismo cuando los editores hablan del mercado. Lo he visto y oído muchas veces: editores que lo justifican todo por la voracidad mercantil y en nombre de ella publican libros que sólo merecen ser llamados así porque contienen letras encuadradas, y luego resulta que presentan números deficitarios además de su penosa contribución a desacreditar el mercado y el mundo del libro en general, matando con ello la gallina de sus supuestos huevos de oro. Hacen auténticas locuras en nombre del mercado y luego, para colmo de paradoja, pierden dinero. Entonces, suelen echar la culpa al mercado. Pero también he conocido el otro extremo: editores que demonizan el mercado y sus dictaduras, que contraponen por principio los términos "industria" y "cultura", olvidando que hoy en día, nos guste más o menos, no disponemos de otro ámbito que ese para divulgar la cultura, y fingiendo olvidar las decentes fortunas personales que han amasado gracias precisamente a ese mercado, cosa que me parece muy legítima (la fortuna, digo; no tanto el falso olvido).

En medio de ese baile de cifras, miedos e intenciones, el manuscrito espera. ¿Es ésta una visión catastrófica del mundo al que se enfrenta? No lo creo. O tal vez sí, pero no importa. Si entre quienes lean esto hay alguien que tenga, ensobrado ya y listo para el envío, uno de esos manuscritos, sólo puedo decirle una cosa: que, precisamente porque pronto la criatura abandonará sus manos para caer en otras más apresuradas, apremiadas por otras leyes, se asegure de no tener prisa. Las hipotéticas condiciones adversas a que deberá enfrentarse su manuscrito no son sino un acicate para que el autor se asegure de escribirlo desde el silencio, con todo el tiempo y el rigor necesarios, con todo el mimo que tal vez otros, los que vengan detrás, no podrán dedicarle. Porque sólo así podrá optar a que un día caiga en manos de un editor atento, serio, responsable, entusiasta, un editor capaz no sólo de leer bien su libro y reconocer sus virtudes, sino también de romperse la cabeza para dar con el modo de venderlo. Un editor que, probablemente, habrá renunciado a su vida personal y estará en estos momentos, a cualquier hora, con las pestañas casi vencidas, enfrentándose con cara de desafío a una pila de manuscritos. Me consta que quedan bastantes y resisten 

www.herder-sa.com

Editorial Herder

el único ensayo publicado en España por el Premio Nobel de Literatura 2002

