

Enseñar el arte y el negocio de la edición

<https://elpais.com/espana/catalunya/2020-10-17/ensenar-el-arte-y-el-negocio-de-la-edicion.html>

El difícil equilibrio entre ‘nariz’ y conocimientos técnicos marca el magisterio del oficio, como plantea el Máster de Edición de la Universidad Autónoma de Barcelona.



Alumnos del Máster en Edición de la UAB, durante una de las clases de un curso anterior. M. MINOCRI / EL PAÍS

CARLES GELI // EL PAÍS // BARCELONA

Tras salir airado, pero con toda su aura de excepcional editor, de Seix Barral, Carlos Barral fundó Barral Editores; a los nueve años, tuvo que cerrarla. «¿Se había olvidado de ser un excelente editor? No, pero había descuidado los números», explica el también curtido en el mundo libresco Enrique Murillo (editor, lector, responsable de comunicación) para justificar la filosofía del oficio «entre el arte y el negocio» que desprende el Máster en Edición de la Universidad Autónoma de

Barcelona (UAB), del que es uno de los coordinadores y que cumple ahora su 15º aniversario, tiempo por el que han desfilado más de 400 alumnos (35% provenientes de países latinoamericanos), algunos hoy fundadores de sellos independientes ejemplares como Periscopi y Hoja de Lata.

«En los primeros años le añadimos también el concepto oficio, porque editar implica unos conocimientos técnicos, unos oficios, que pueden aprenderse y enseñarse y que antes se adquirían cuando uno era aprendiz; también hay una realidad económica del negocio y, claro, lo del arte: un programa intelectual, una política editorial, un diseño y el *famoso olfato*», enumera el director académico del máster, Gonzalo Pontón Gijón. La mitificada nariz, si bien no puede enseñarse, «también se educa con los años», sostiene al alimón. «Se trata, como lector que es primero un editor, no registrar solo tu alma y pensar que lo que a ti a lo mejor no te gusta sí puede hacerlo a mucha otra gente», analiza Murillo, con décadas de lector y editor.

En su opinión, el problema es: «Hoy en España vivimos en una edición sin editores lectores, solo leen informes de lectura, no los libros; no entiendo la deriva de la industria hacia ese editor-gestor y poco o nada lector, ya no es inusual que tengan un desconocimiento notable de la palabra». En las nuevas hornadas, «la media de los estudiantes viene con bagaje lector desigual, los de cuando comenzamos tenían un perfil más letraherido», constata Pontón, aunque la mayoría procedan ahora del ámbito de la filología y traducción.

Son tiempos que explican, en parte, que en el programa del máster los ámbitos de comunicación y comercialización tengan tantos créditos como los de producción y realización. «Un editor moderno todavía tiene que saber hoy cómo marcar un original y corregir unas pruebas, igual que cómo se hace una nota de prensa o tratar con el área de marketing», delimita Pontón Gijón.

«La comunicación y comercialización ha cambiado mucho, son aspectos sobre los que no se pueden hacer hipócritas aspavientos; el libro no es solo cerebro, también tiene tripas, también es un producto que se debe vender y hay un sinnúmero de técnicas que envuelven el proceso, como hacer un informe de lectura en menos de dos folios, pensar las cubiertas y las contraportadas, cuyos textos son más complicados que un soneto, o el siempre olvidado *editing* con el autor», enumera Murillo las partes menos glamurosas pero vitales de la edición, un contenido práctico en el que hace hincapié el máster. En esa línea, este curso estrena sesiones de marketing digital.

Pero, a pesar de ello, sostiene el coordinador, «la calidad aún está en este oficio por encima del marketing» y eso permite que el oficio del editor puro y la edición independiente que rastrea primordialmente la calidad o la apuesta puedan subsistir ante tanta fusión y predominio de los grandes grupos editoriales y los *blockbusters* libresco: «En los conglomerados, la presión por la facturación prima que el editor busque primero la rentabilidad, lo que permite que el número de grandes libros olvidados crezca; solo hay que ver quién edita en España a la última Nobel, Louise Glück», opina Murillo.

La presencia de más mujeres que hombres en las clases durante estos años ratifica la clara feminización del sector. «La edición no se está feminizando, está feminizada: el porcentaje de alumnos es del 80% de mujeres ante el 20% de hombres; el problema, si acaso, es la infausta pirámide invertida: hay mucha clase media, pero pocas directivas», cree el director académico. «Es una bendición, es el sector industrial más poblado por ellas», cree Murillo, que lo vincula también a que sean las que más leen: «Para las mujeres, desde hace más de un siglo, leer es donde se pueden construir por sí mismas, su lectura es el descubrimiento de lo que son, es algo más allá del entretenimiento para los hombres».

Sobre el futuro del oficio, la edición digital no ha de inquietar en absoluto, según los responsables del máster. «Es solo un formato, no ha cambiado para nada la esencia», cree Murillo. Hasta el extremo de que «hace una década abrimos un

bloque específico y lo hemos reducido», admite Pontón Gijón, para quien, eso sí, «la digitalización del mundo conlleva la desaparición de filtros, de referentes de calidad y significación cultural, y en esa función de mediación el editor es capital porque difunde con un marchamo que da valor». Murillo sólo pone un matiz: «El editor es importante, pero no tanto como el escritor, sin libros un editor no existiría», dice para rebajar el aura de un oficio que, remacha Pontón Gijón, «a veces parece que es una profesión etérea, imagen cimentada en las memorias apasionantes de editores exquisitos; por eso nuestro máster busca ser también práctico y pragmático».

Quizá por ello, la sesión inaugural del curso corrió a cargo hace unos días de María Fasce, editora de Alfaguara, Lumen y Reservoir Books (sellos de Penguin Random House Grupo Editorial). En su charla, explicó cómo se hizo con los derechos de dos de sus mayores y más recientes éxitos: Lucia Berlin (por el que pagó, sin competencia alguna, un «irrisorio» avance, al parecer unos 3.000 euros) y Joël Dicker (fruto de un duro pulso y con derechos elevadísimos). No pudo haber para los alumnos mejor lección del arte, o del negocio, de la edición.