

UNA POÉTICA EDITORIAL

UNA
POÉTICA
EDITORIAL

Constantino Bértolo

Trama editorial

© Constantino Bértolo, 2022

IMAGEN DE CUBIERTA

La mirada del editor © los diez, 2022

DE ESTA EDICIÓN

© Trama editorial, 2022

Zurbano, 71

28010 Madrid

Tel.: 91 702 41 54

trama@tramaeditorial.es

www.tramaeditorial.es

ISBN 978-84-18941-57-3

DEPÓSITO LEGAL M-8765-2022

El papel utilizado para la impresión de este libro ha sido fabricado a partir de madera procedente de bosques y plantaciones gestionadas con los más altos estándares ambientales, lo que garantiza una explotación de los recursos de forma sostenible con el medio ambiente.

Impreso en Kadmos

ÍNDICE

Responsabilidad del editor y poética editorial	7
El negocio de editar	27
El editor y el fomento de la lectura	31
La ironía, el gato, la liebre y el perro	53
La narrativa sumergida	57
Acerca de la edición sin editores y del capitalismo sin capitalistas	67
El editor como crítico frustrado	87
La literatura como cadáver	113
En diálogo: Ignacio Echevarría y Constantino Bértolo	121
Libros que me han hecho daño	145
Agrupémonos todos... en la lectura final	153
Razones para la lectura	169

A César de Vicente Hernando,
el interlocutor que ya no está.

RESPONSABILIDAD DEL EDITOR Y POÉTICA EDITORIAL

Editar es una actividad que consiste en «hacer públicos determinados textos privados». De esta definición se pueden extraer dos momentos de la actividad del editar: la determinación o selección de los textos privados que van a ser objeto de la edición, y el hacer públicos los textos editados. Sobre estos dos momentos ha venido construyéndose la identidad del editor.

Una editorial es una empresa, constituida jurídicamente como Sociedad Unipersonal, Sociedad Limitada, Sociedad Anónima, Cooperativa o cualquiera otra variante jurídica posible, dedicada a la satisfacción de determinadas necesidades a través de la edición y comercialización del producto libro. Estas necesidades, cuya posible satisfacción da lugar a la actividad editorial, podemos resumirlas hablando de necesidades de información, de ampliación de conocimiento, y de ocupación, disfrute y aprovechamiento personal de los tiempos de ocio.

Una necesidad en términos económicos es una falta vivida como una carencia. El sentimiento de carencia es importante para determinar lo que es o no es una necesidad. Evidentemente en una sociedad concreta, y en cada momento histórico concreto, las carencias vienen determinadas por el propio sistema de expectativas y perspectivas que esa sociedad ha venido generando históricamente, al tiempo que construía su escala de necesidades

con sus correspondientes prioridades y con el correspondiente nivel de intensidad que se adjudica a cada carencia o necesidad no satisfecha. Es decir, que una sociedad viene caracterizada tanto por aquellos bienes materiales o intangibles de los que disfruta como por aquellas carencias materiales e intangibles que aspira a satisfacer.

Por otro lado, tanto la antropología como la sociología han dedicado y dedican gran parte de sus empeños a describir los sistemas y agentes que en cada sociedad intervienen a la hora de producir necesidades y por tanto carencias. Y es indudable que cualquier sector industrial productivo está interesado en investigar acerca de ese sistema de producción de necesidades que, a través de su propia actividad, quiere satisfacer.

En ese sentido, la actividad editorial forma parte de una industria encaminada a satisfacer aquellas necesidades que a través del objeto de producción que la caracteriza, el libro, puede colmar carencias de muy diverso carácter: desde la del ciudadano que requiere cinco metros lineales de lomos de libros para decorar el mueble librería de su salón, hasta la de aquel otro que necesita mejorar su autoestima mostrando una sensibilidad estética superior a la de su entorno, pasando por la de un padre a cuyo hijo el sistema educativo le requiere una lectura concreta; por el ciudadano o ciudadana que encuentra compañía, placer o conocimiento en determinados libros; por la del enamorado que necesita seducir a su amada con el regalo de un libro que transfiera atractivo al donante. Es la historia del producto libro la que le ha ido otorgando a este todo un repertorio de cualidades, significaciones o valores que lo han convertido en un objeto capacitado para satisfacer necesidades múltiples, distintas, variopintas y hasta contradictorias.

La actividad editorial nace ligada a la aparición de la escritura y a la posibilidad de transmisión de información, conocimiento o belleza que supone la capacidad de la escritura para reproducir,

en principio manualmente, esas cualidades. Sabemos históricamente que la edición es una actividad que ocupa un lugar destacado en el comercio del mundo clásico, y que la copia de textos y su venta es una actividad que se desarrolla entre los antiguos con perfiles en muchos casos semejantes a los que hoy nos podemos encontrar.

Como tal empresa cabe preguntarse si la actividad editorial ha de ser incluida en el sector industrial o de servicios. En sus orígenes entiendo que la tarea editorial parece encuadrarse, de manera adecuada, dentro de lo que hoy llamamos empresas de servicios. Al servicio de los escritores. Cabe entender que la escritura, como técnica de expresión y comunicación, vino a significar para los hombres instruidos en la escritura la capacidad de extensión de su yo merced a la ampliación de sus posibilidades de presencia, de la presencia de sus palabras, de su conciencia hecha escritura, tanto en el tiempo como en el espacio. Si la escritura permitía a quien la utilizase dejar constancia de su ser, más allá de sus limitaciones biológicas y de la fugacidad de la expresión oral, la edición en el período clásico, es decir, la copia y distribución de sus escritos, representaba la expansión del propio ser. El libro, el rollo, les dotaba hasta cierto punto del don de la ubicuidad y de la inmortalidad –intervenir más allá de su muerte–. Y en busca de satisfacer esa necesidad, ese deseo al que el propio nacimiento de la escritura dio lugar, se acudió a la figura del editor quien, más allá o más acá de desear o identificarse con tan noble causa o con tan patente narcisismo, pronto entendió que de esa necesidad y de la necesidad creciente, complementaria y simétrica sentida por parte de otros miembros de la clase ilustrada «letrada» de conocer las palabras, el yo tipográfico de un escritor de prestigio, a través de la lectura de esos escritos que por circunstancias de tiempo o lugar no podía satisfacer. Y al servicio de esa doble necesidad del escritor y del lector puso su oficio y su capital para hacerse con los bienes de producción necesarios: pergamino y copistas, medios de transporte y comercialización necesarios para hacer efectiva su oferta y satisfacer la adecuada demanda, cubriendo así las

dos vertientes de su labor como editor: el cliente escritor, el cliente lector.

Entiendo que la impronta de estos orígenes como actividad de servicios está todavía muy presente en la edición actual, al menos en la edición literaria, aquella que, como veremos, está más ligada al entendimiento de la escritura como una extensión o prolongación de su yo (cuando no a su más sentida intimidad) por parte de los escritores. Un entendimiento de la escritura como vivencia nuclear y trascendente que ha venido determinando en el tiempo algunos rasgos todavía hoy presentes en las relaciones entre autor y editor. Creo que todos entenderemos que al interiorizar el autor la escritura, y su copia, como recipiente trascendente de su yo, de un yo inmaterial pero que la edición materializa, toda actividad ligada a su transporte hubo de cobrar una dimensión espiritual, pues en definitiva no otra cosa que «en tus manos encomiendo mi espíritu» se le confería al editor y a su actividad por parte de los escritores que les encomendaban su copia y comercio.

Sin esa impronta con que nace la «palabra editada» no cabe en mi opinión entender la base cultural del humanismo, tanto en su época clásica como renacentista, romántica, modernista o postmodernista. Impronta que al «imprimir carácter» hizo y hace recaer sobre el editor una responsabilidad espiritual, cultural, social. Una investidura cultural semejante se le va a otorgar a la figura del editor desde el otro lado o cara de su tarea, desde el cliente ilustrado de la clase letrada necesitado de entrar en contacto, por requerimientos de posición social o de gusto personal, con las mejores «voces» de su entorno cultural a fin de poder alimentar de la mejor manera posible tanto su *paideia* como su propio *daimon*, pues no olvidemos que si la escritura técnicamente permite una expansión del yo de quien escribe, la lectura produce otro tanto en quien lee: si leo a Cicerón estoy en Roma, soy romano, comparto el mismo ágora y participo de los rasgos que ese compartir otorga. Que fuera un mensajero intraespíritus era lo que se le pedía (y se le pide hoy todavía en cierto modo) al editor.

Pero el editor, aun suponiendo que también se sintiese investido, copartícipe o unguido por la trascendencia espiritual de su quehacer, estaba obligado, como ya se ha dicho, a realizar su tarea con materiales concretos: pergamino, tinta y copistas, lo que significa capital y medios de producción, y por tanto costes pecuniarios. Y desde esa circunstancia brotará su otra fuente de responsabilidad: la economía. Por más, y dado que no solo del espíritu viven los espiritualistas, pronto los escritores, al menos una parte de ellos, vieron que el transporte de su yo, de sus palabras, podría significar algo más material: denarios o dracmas. Y si en un principio pagaban a un copista –cuando no utilizaban a un liberto para tales labores– para dejar constancia escrita de sus palabras, en el momento en que el tráfico editorial cobró relevancia los talleres de copia se tornaron usuales y en el mercado el comercio de copias ocuparon un lugar significativo, vieron la posibilidad de asociar intereses y ganancias con aquella figura del editor de copias que multiplicaba técnicamente la constancia de sus palabras, y extendía su presencia distribuyéndolas a través de una red comercial que utilizaba con eficiencia.

Nace así una asociación, un interés común entre autor y editor, que por su propia condición lleva en sus raíces el germen del conflicto en razón de que el interés puede ser común pero no siempre los intereses, o su jerarquía, coinciden. Cabe hablar por tanto de un interés común, pero parece necesario aclarar que, aunque común, se trata de un interés asimétrico. El interés prioritario del escritor es hacer memorable su palabra mediante la edición, el del editor reside en hacer que sus copias encuentren salida en el mercado. El escritor busca público, el editor necesita que el público sea comprador; el escritor quiere el destino final de su escribir, ser leído; pero el editor requiere el acto anterior a la lectura: la compra. Como todo encuentro, la asociación entre autor y editor es también la historia de un conflicto. Intereses en donde se entrecruzan la vanidad con el gasto, la creación en soledad con el intercambio monetario, la responsabilidad de quien escribe para los otros con la responsabilidad de quién debe hacer posible

ese encuentro con los otros. Dos tareas que casan, pero dos afanes que no siempre se avienen.

No me voy a detener –no escribo con ningún afán de servir a la Historia sino sirviéndome de ella– en la Edad Media y en la labor editorial de los monasterios. Lo que nos interesa es ver cómo la figura del editor se va invistiendo, a lo largo del desarrollo histórico, de unos atributos que conforman y describen tanto su función social como un estatus particular que asume con mayor o menor acuerdo y dificultad. Asomándonos al Medievo conviene señalar que aquel espiritualismo de origen, transporte entre la intimidad del escritor y la del lector, se tiñe por entonces de rasgos religiosos y sacros dotando además al libro y al copista, editor de la época, de la condición de depositario del patrimonio humanista, confiriéndole y otorgándole así un nuevo e «impagable» afán que sumar a su responsabilidad cultural: llevar a cabo el mantenimiento (y acrecentamiento) de ese patrimonio. Por cierto, y para el caso del copista/editor monacal, sin derecho a compensación material alguna. Y luego viene la imprenta y el papel y lo que todos sabemos: un salto cuantitativo que acarrea su propio salto cualitativo. Al incrementarse la materialidad de la actividad editorial, sin duda y en gran parte se desespiritualiza esta, pero sin que aquellas improntas desaparezcan del todo. Es el momento del impresor librero y, no nos olvidemos, el tiempo en que los derechos de impresión se revisten jurídicamente de privilegio bajo la forma de concesión real, pues solo la Monarquía tiene el derecho de propalar la palabra pública (en buena asociación, al menos durante largo tiempo, con el poder «espiritual»: la Iglesia). Concesión Real y por tanto vigilada y sometida a la posibilidad de recusación. En otras palabras, el editor ha de realizar su tarea bajo el manto protector y amenazante del poder político del Estado y su fiel servidora, la Iglesia, al menos en el espacio europeo católico.

El invento industrial de Gutenberg coincide con profundos cambios sociales y económicos. Son tiempos en los que las antiguas sociedades estamentales se ven sacudidas por los procesos

incipientes de mercantilización, de trasvase de población del campo a las ciudades. El paso, describe Maravall al estudiar el significado de una obra como *La Celestina*, desde un mundo de posiciones a un mundo de empleos. Tiempos que ofrecen ahora –y esto es nuevo– a la actividad editorial una importante capacidad de despliegue, tanto por la ampliación de la alfabetización de nuevas capas de la población como por la irrupción de una demanda que busca satisfacer las necesidades de entretenimiento e información de unas clases populares que, aunque sometidas todavía a los poderes del trono y el altar, se insertan en el dinamismo propio de una sociedad que ya no gira alrededor únicamente del púlpito y la campana. Tales transformaciones no dejarán de afectar a las existentes entre el escritor y la edición, entre el editor y el público. La imprenta y su capacidad de producir mecánicamente textos, y de expandirlos con mayor celeridad y eficiencia a través de un sistema de mercado que se beneficia de la mejora de las comunicaciones, del incremento de la población y de la riqueza media, así como de la circulación fluida de dineros que las nuevas instituciones de crédito representan, abre las posibilidades de un mercado popular que no está demandando de la palabra impresa alimentos para nutrir espíritus o intimidades sino también instrumento y ocasión para el entretenimiento, el regocijo y la diversión. Aparecerá entonces un tipo de edición y de editor que se escapa de aquellas improntas humanistas y busca, simplemente, satisfacer a un mercado vulgar alejado de cualquier tipo de trascendencia. Público y editores de los cantares de ciego, romanceros populares, pliegos de cordel, noticias extraordinarias. Un público inexistente e invisible para la tradición humanista, y unos editores que se apartan del perfil y carácter del editor humanista, y, en consecuencia, de las responsabilidades «sacro culturales» que este había heredado. Nace así el editor comercial.

Por más, y junto con el acceso tímido pero patente a la alfabetización y lectura de una capa relativamente amplia de hombres y mujeres (menos) no procedentes de las tradicionales clases poseedoras, aparece la figura del escritor que ya no es autor con

auctoritas. Es decir, que no viene legitimado por la tradición literaria y que por muy diversas causas, y aun cuando quisiera integrarse en la elitista República de las Letras, no alcanza o se ve desposeído de esa competencia, y va a verse obligado a atender con sus artes los reclamos de una naciente industria editorial «no humanista» necesitada de «proveedores de contenidos» banales, vulgares, entretenidos, no necesitados de una manufactura literaria exigente, sublime o refinada, y sí de artesanos al servicio de una –valga la expresión– «literatura no literaria», cuya legitimación en primera instancia vendrá dada por la aceptación comercial de sus escritos.

Cierto que el editor, todavía editor/librero, funciona en buena parte al servicio del autor que sigue entendiendo la escritura como expresión del yo y como voz de una humanidad entendida como memoria viva de las capacidades más nobles y altas de la persona, y que quiere ser editado (no tanto editar sus obras sino ser editado a través de sus obras –valga el caso de la viuda de Boscán buscando editor para su marido y su amigo Garcilaso–) a fin de garantizar su entrada y permanencia en ese Parnaso selecto. Pero al gremio tradicional se ha venido a sumar ese nuevo prototipo del editor que atiende una pequeña industria editorial en la que despacha cantares, misceláneas, reclamos, y da tarea y cobijo a letrados sin fortuna. Entre ellos, a un tal Miguel de Cervantes quien, ni en el campo de la poesía ni en las tablas del teatro, había logrado acomodo y reconocimiento habiendo de buscar en el terreno de la novela, el propio de la edición más inclinada al comercio, para un ingenio que dará lugar a ese Don Quixote que, si bien merece el pronto aplauso de lo que Lope llamaba «vulgo», aún tardará siglo y medio en ser alzado hasta el lugar referencial que viene ocupando en nuestra literatura, sin que migaja alguna de su gloria haya recaído sobre su editor. Nuevos tiempos, nuevos públicos, nuevas necesidades y un nuevo perfil de editor que renuncia, implícita o explícitamente, a aquellas responsabilidades humanistas y responde en su tarea tan solo a sus intereses como comerciante: vender lo que edita buscando el mayor beneficio

posible, sin que este nuevo perfil deje de convivir, a veces en una misma imprenta, con el del antiguo, noble y cultivado editor de lo que desde el siglo XVIII se llamará Cultura.

Luego viene la Revolución francesa, la libertad de imprenta, la legitimidad del comercio como motor de las relaciones humanas, el mercado como mano invisible pero materialista que asigna recursos y jerarquiza funciones, la aparición de la prensa como medio de comunicación y formación de gustos, la publicidad y la capacidad de crear demanda, la industria editorial en el sentido moderno del término. Todo ese mundo que Balzac describe con precisión en *Las ilusiones perdidas*: un campo literario en donde conviven, más en disputa y debate que en armonía, unos escritores que quieren sentirse herederos de la tradición humanista y noble aunque la necesidad les obligue a convertirse en galeotes de las letras, con escritores que pueden seguir sintiéndose portadores del espíritu (el suyo incluido). Editores que tratan de satisfacer a la burguesía recién llegada al poder político y económico, necesitada, por tanto, de distinción espiritual, el buen gusto que la legitime, y editores que encaminan su producción hacia nuevos lectores urbanos que solo buscan en la lectura colmar falsas ilusiones, falsas esperanzas, diversión, entretenimiento, matar el rato, matar un tiempo que no es el suyo.

A la sombra de los nacionalismos las burguesías escriben y reescriben las historias de la literatura adjudicando jerarquías, categorías, continuidades y discontinuidades para conformar una especie de voz colectiva a través de la cual la comunidad en lengua ya hecha nación, o proyecto de nación, ha venido expresándose a través del repertorio, ahora canonizado por la historia, de obras y autores en sus diferentes registros de calidad: genios, sacerdotes, maestros o monaguillos, que de todo debería haber en la biblioteca del señor, pero en la que no encontrarán lugar sino destierro aquellas literaturas subalternas para consumo de las clases ordinarias y vulgares. Ni qué decir tiene que, indirectamente al menos, la aduana de las historias de la Literatura (con mayúscula) categoriza en una u otra zona, memorable o no memorable, a los

editores, si bien y para no ser injustos es bueno precisar que ni en un caso ni en otro la historia de la literatura dedica especial atención al oficio. Y es a la sombra de ese romanticismo nacionalista que si bien adora al genio necesita la reivindicación de lo popular, depurado de vulgaridades propias del pueblo insano, lo que va a dar carta en el campo editorial a una figura que, si no de nueva planta –recordemos el papel de Fernando de Herrera o de Francisco de Quevedo–, logra por entonces una visibilidad que va a tener efectos en lo que atañe al concepto de editor. Nos estamos refiriendo al editor compilador, al editor estudioso o erudito cuya labor, generalmente no recompensada monetariamente, ha de consistir en la preparación y presentación de textos ajenos que, bien por iniciativa propia o bien por solicitud de algún editor-impresor-librero, «edita» como momento previo a su paso por la imprenta. Por esta vía el editor, el *publisher* en términos anglosajones, se va a ver investido de un aspecto inesperado que lo acerca al mundo de la erudición, de la filología, de la academia, justo en el momento histórico en que la industria editorial, que venía manteniendo un empaque artesanal, se está reconviertiendo con ritmo acelerado en una maquinaria industrial

La revolución técnica que suponen la impresión continua, la rotativa y la linotipia, la aparición de un público lector amplio, el nacimiento de la prensa como medio de comunicación masivo con la demanda que todo ello supone de palabra escrita, de historias, crónicas, folletines, estampas o cuadros de costumbres, son elementos que transforman el campo literario y el propio concepto de literatura, que deja de ser un espacio delimitado por la tradición de las Bellas Letras para adquirir ropajes menos rígidos. La literatura de un Dickens o un Balzac nacen en el ambiente de la industria editorial y contribuyen a crear nuevas raíces para la tradición literaria. Si la Literatura había venido siendo un patrimonio gestionado por las clases ilustradas y por la alta y media burguesía, ahora el espectro en origen se amplía y las fronteras entre la literatura literaria y la no literaria se flexibilizan. Una figura como la de Jules Verne representaría adecuadamente la diná-

mica que atraviesa el campo literario y que, como no puede dejar de ser, tendrá sus efectos sobre la figura del editor que aparece ahora con perfiles de «capitán de empresa»: pensemos en Hetzel, el editor de Verne, en quien los límites entre lo cultural y lo económico no son fáciles de determinar.

Entre lo cultural y lo económico, el siglo XIX va a alumbrar otro espacio, lo político, que si no ausente en anteriores momentos será ahora cuando en sintonía con el auge de los movimientos obreros de emancipación, el anarquismo, el socialismo, cobre toda su relevancia. Las luchas obreras verán en la palabra escrita una herramienta básica para el logro de sus objetivos. La necesidad de dotar de conciencia al emergente proletariado provoca una reconsideración en clave libertadora de la cultura, los libros, la literatura. Se trata de arrebatar el dominio sobre lo literario a las capas sociales que lo han venido detentando. Nace en este camino la cultura obrera, la literatura obrera, la prensa obrera y, cómo no, el editor revolucionario con responsabilidad, militante y comprometido. Un nuevo rango que sumar a su identidad. Editar como tarea «espiritual», cultural, humanista, erudita, técnica, estética, política. Y editar como tarea económica, comercial, empresarial. Una doble vertiente a la que ha de responder el editor. Y como diría Calderón, ya es sabido que «Casa con dos puertas es difícil de guardar».

AQUÍ Y AHORA

Después de esta larga mirada hacia atrás me van a permitir que lleguemos sin más a nuestro presente, y la actividad editorial y sus responsabilidades en el día de hoy. Entiendo por responsabilidad aquella actitud que alguien le exige a alguien respecto a la acción que este último lleve a cabo. Responsable en el sentido de que está o se siente obligado a «responder». Tal y como hemos venido exponiendo, dos son los ámbitos desde los que ha venido construyéndose la responsabilidad del editor. Desde la instancia de lo