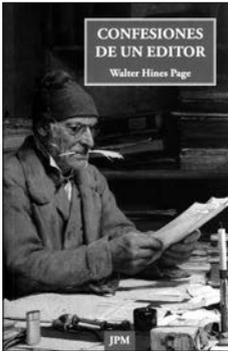


¿Qué es un editor?

Guillermo Quintás



Confesiones de un editor

Walter Hines Page

JPM, Valencia 2012, Traducción de Juan Pérez Moreno, 116 pp.

Las ediciones, sea cual fuere su modalidad y la titularidad de los centros editores, acortan en estos tiempos la lista de novedades y las tiradas. Los catálogos de los editores de titularidad privada, los «industriales», prolongan su tradicional quehacer, aunque incorporan nuevos formatos para alimentar sus bancos de actividades educativas; los catálogos de las ediciones universitarias, responsables de la innovación editorial que precisa la docencia, parecen haber dado la espalda definitivamente a estas necesidades y distraen sus esfuerzos en afanes varios, de mayor o menor interés académico. Ante tal situación, me ha parecido conveniente una vez más abrir la reflexión en torno a la actividad del profesional que tiene a su cargo la creación y orga-

nización del grupo editorial de trabajo, su motivación y la definición de sus líneas de desarrollo. Esto es, en época de crisis editorial es momento oportuno para retomar la figura del editor.

Nuestra aproximación al editor se gana mediante el recurso a un texto publicado en Nueva York a la altura de 1905 y con el que se ha presentado la colección «Papyros» dentro de JPM Ediciones. De la mano de un joven editor nos llega un texto clásico: *Confesiones de un editor*; todo un símbolo de una actividad y de unas aspiraciones. Ahora bien, la figura del editor que nos presenta este texto se define progresivamente al analizar su relación con todos otros personajes (autores, lectores, agentes literarios, impresores, vendedores, etc.). Esta forma de ana-

lizar y pensar la actividad del editor lleva a W.H. Page a poner al editor en relación con los distintos tipos de autores, de libros, de formas de gestión, de públicos posibles. El análisis de las funciones y personajes se articula con la descarga de hechos de los que Page tuvo noticia en el despacho de su editorial o en otras; ahora bien, esos hechos (descripción de la oferta de un original y de la negociación de los derechos) son traídos a colación porque tienen asociada «una moraleja». Es claro que en la moraleja, v.gr. el autor debe contribuir a la solidez de la editorial, reside el interés que tiene para nosotros el relato de uno u otro hecho. Por tanto, solo prestaremos atención a las moralejas que, a su vez, materializan otro de los despliegues en espiral de su concepción del editor.

Alguna de las ideas defendidas en las páginas de *Confesiones de un editor* deben ser reconsideradas, pues pueden ser valoradas como verdaderos principios reguladores de la configuración de la actividad del editor de nuestros días. Siempre he pensado que la actividad del editor requiere oficio, pero *no se limita a ser oficio*, pues el editor, en calidad de teórico de la comunicación, presenta a sus coetáneos unas directrices y propuestas que son las que entiende como necesarias para dar satisfacción a necesidades humanas y, por ofrecer alternativa de progreso moral y técnico, las ajusta a caja en los textos que oferta en sus catálogos. En consecuencia, mi identificación con Page es total, pues claramente advierte que un editor «no es un impresor», no es «un mero vendedor y fabricante de libros;

es más, «los meros impresores y vendedores no suelen construir editoriales». Así pues, la actividad del editor no se configura como la propia de un oficio; el editor no gana su quehacer al adquirir una técnica o al proceder de conformidad con los dictados de una ciencia, pues «no hay ciencia ni arte ni literatura en este negocio». Así pues, una es la pregunta inevitable: ¿Qué regula el quehacer del editor?

Page responde a esta sustantiva pregunta en calidad de editor literario. El editor es «una persona que posee conocimientos literarios y cuyo juicio merece la pena». Así pues, Page establece dos coordenadas fundamentales, definitorias, aunque centradas en el editor de novelas. El editor literario ha de tener una formación literaria, pero, además, ha de tener «un juicio», una capacidad hermenéutica que justifica el escuchar su elección. Ahora bien, la aplicación del juicio a la selección del texto está regulada por un principio que trasciende la teoría literari: el editor que se «enorgullezca de serlo se considerará a sí mismo como un educador del público». En consecuencia, la proyección de la actividad editorial con esta finalidad supone que la determinación y juicio del editor está asistida por unos conocimientos, valores e ideas. No es casualidad que estas *confesiones* se cierren estableciendo la razón por la que el editor no se circunscribe a oficio, a la aplicación de una técnica: estamos ante una profesión en la que se tiene clara conciencia de «servir al país y a la época», ante «una profesión que se concibe como una guía para la sociedad». Estas son las coordenadas que siempre

he utilizado para destacar la función social del editor y las que me han permitido apreciar que la multiplicación de textos en la red no acreditan tarea editorial alguna; esto es, no cabe identificar o asociar un repositorio, en manos del documentalista, con una editorial y con un editor. La ausencia del editor siempre se deja notar. A la vista de esta caracterización del editor, preciso es asumir la opinión de Page: «la edición de libros es una profesión demasiado importante». Hoy sería preciso añadir: demasiado importante para dejarla desasistida del amparo de la ley y de la vigilancia del juez. De aquella como de esta generación de escritores cabe decir que «desean dignidad».

El editor del que nos habla W.H. Page es «el verdadero editor» y este tipo de editor tiene tomada posición en una tesis central: considera la edición en términos de «negocio» y, por tanto, liga la suerte del editor como la del autor y la del lector a la «solidez y fiabilidad» de las que el editor ha de dotar a su editorial. El logro de este objetivo, establecer «buenos cimientos económicos», es algo que el editor se debe «a sí mismo y a todos los hombres y mujeres cuyos libros [ha] publicado». Ganar dinero es la «única forma en la que la editorial puede cumplir con sus obligaciones». La otra forma alternativa, la subvención de la edición por el presupuesto público, no es ni mentada. La gestión de esa solidez no está asociada a urgencia alguna, al dinero fácil; todo lo contrario, pues una segunda tesis nos advierte que el editor ha de «gestionar sus negocios teniendo siempre en mente un éxito a largo pla-

zo». Esto es, el editor «no solo [ha de ser] un hombre de negocios» en busca de beneficio; el beneficio no es un fin en sí mismo, sino un medio para el desarrollo editorial. W. H. Page nos dice que «debe ser algo más». Ese «algo más» ni reduce al editor a «un simple fabricante y creador de éxitos de ventas literarios», ni le circunscribe al desarrollo de las tareas propias de un oficio, pues un editor no es un «mero impresor»; ese «algo más» debe constituir la ocupación teórica fundamental del lector de estas *Confesiones*, la determinación que debe cerrar quien pretenda lanzar un sello editorial y mantener una línea editorial tanto en novela como en educación, en análisis social como en análisis económico.

El editor del que Page nos habla es el editor de literatura. Ahora bien, sea cual fuere el campo de trabajo, los principios que han de quedar a salvo, han sido enunciados en los anteriores párrafos. Precisamente por ello no deja lugar para el equívoco y establece en una significativa progresión que «los editores que solo miden su éxito a través de los libros de contabilidad (...) son los que han desmoralizado verdaderamente la profesión y toda la industria editorial ha sufrido por culpa de sus métodos»; es más «cuando una editorial comienza a convertirse en un simple negocio, el período de sequía no se halla lejos». Y con la sequía, la muerte del sello.

Esta doctrina sigue siendo válida para regular la conducta de los editores de hoy. Por una parte, lo importante para el autor es tener editor, es saber que perjudica a su propia obra cuando

«no deja margen de beneficio para el editor», cuando pone en jaque «la estabilidad del editor». Dotar de solidez a la base económica de la editorial no es un fin que guarde relación con el «mero beneficio editorial, sino que es [algo deseable] por el propio bien de la industria del libro y de los escritores». El reconocer la dimensión empresarial de la editorial y la concepción del editor como empresario sólido y solvente pudiera parecer una visión de otras épocas y no de la nuestra en la que la libre y gratuita disposición de los bienes culturales se ha convertido en una reivindicación generalizada, pero mal fundamentada como se ha demostrado con la sola presencia de la crisis económica. El editor debe perseguir esa solvencia porque es la única situación en la que el editor gana la libertad y autonomía que sus propuestas requieren.¹ La sociedad debe arbitrar los medios legales para garantizar esa libertad y autonomía.

Page es sorprendente en cualquiera de los temas analizados (el lector, la publicidad, la comercialización, la política retributiva de los derechos de autor, etc.); deseo destacar tres. Podemos considerar como uno de ellos cada lugar en el que abre una pregunta que el lector puede llegar a pensar que no tiene respuesta; una pregunta hecha para no ser desarrollada. Así, ubica a lo largo del trabajo cuestiones tales como «¿Por qué lee alguien una novela?», «¿Qué cualidad de un libro le convierte en popular en cualquier circunstancia?», «¿Qué hacemos o podemos hacer para alentar la escritura de buenos libros?». «¿Qué es a lo que

nos dedicamos?», «¿Quién más está tan bien equilibrado como el escritor de buenos libros?» En otro, conecta con la teoría literaria y expone su teoría literaria, sorprendentemente actual y clásica, porque fue un editor literario. En el tercero, se aproxima al análisis de «los escritores de libros». El primero de los momentos debe tener su traslación al ámbito de la educación, de las ciencias sociales, etc., pues es absolutamente necesario y, por tanto, legítimo cuestionarse por qué alguien lee un tratado de educación o una biografía; la respuesta orientará la actividad editorial. El segundo momento es aquel en el que no desarrolla una teoría literaria, pero marca con nitidez una tesis: «Un editor acaba buscando estructura en una novela antes que estilo o valor literario». El concepto de estructura es directamente vinculado al de historia hasta el punto de asumir que «la razón principal y más común para conseguir el éxito de una novela es que encierre una historia (...) El motivo principal del fracaso es que no haya historia». En realidad, mi acuerdo no puede ser más total. Siempre me ha resultado sorprendente explicar el éxito de *El nombre de la rosa*; abordé su lectura cuando ya se habían sucedido varias ediciones. Siempre me cuestioné la razón de ser de esa gran aceptación entre el público cuando eran tantas, tan precisas, tan plagadas de matices, las páginas dedicadas a la filosofía medieval. ¿Cómo dar razón de su éxito en tal circunstancia cuando en la misma universidad se marginaban los estudios de filosofía medieval? Mi respuesta siempre asumió que las interminables páginas de

filosofía que nutrían la novela solo acrecentaban el ansia del dato, el deseo de descubrir la trama, la circunstancia que anticiparía el desenlace. De ahí mi acuerdo con la tesis de Page. El lector iba en pos de los momentos que definían la acción, la historia y su desenlace. El tercer momento significativo es el dedicado al público que en la mayor parte de las especialidades editoriales no es usuario obligado de un libro; tal circunstancia solo pesa en el ámbito escolar. Y este ámbito tiene otras rutinas, normas y saldos; Page atiende a este sector solo incidentalmente, en razón de su fortaleza económica. La razón le sigue asistiendo, pues todo gran grupo ha centrado en la producción escolar/educativa la aportación básica de su cuenta de explotación. Todo sigue siendo igual, pero perfeccionado, pues sobre la red escolar se articula la red editorial y sobre esta red se reconfiguran otras líneas editoriales vinculándolas al interés educativo.

Muchas otras observaciones podrían ser tomadas de distintos momentos de estas confesiones. Ya solo deseo recoger un juicio sobre «el público lector»: «El peor “maniático” que cualquier editor puede encontrar ja-

más no es un autor, sino el público lector: irracional, ilógico, imperturbable y sin posibilidad de convencer». Juicio sorprendente, pero con el que siempre ha contado el editor y el autor. Precisamente por ello algunos autores ya han dado el paso de asumir una función que los editores se habían reservado contando con el refuerzo de los agentes literarios, esto es, han decidido diseñar y contratar una comunicación que asista, promocióne y acompañe a su obra; ya no fían esta tarea a las editoriales. Los autores más leídos tienen sus propios grupos de comunicación. Y lo significativo es la generalización de esta política que es desconocida del lector que ha de estar advertido de algo más: la comunicación está orientada y pensada para ganarle como lector.

NOTAS

- 1 Por otra parte, sentar estas tesis nos obliga a señalar que la edición de titularidad pública solo puede justificar su existencia en la medida en que genera innovación de formas y de materiales que vienen a dar respuesta a necesidades sociales, v.gr. cómo articular una menor actividad presencial del docente/discente y, sin embargo, asistir, colaborar y favorecer el aprendizaje del estudiante en los estudios universitarios.

.....
GUILLERMO QUINTÁS es filósofo y, durante muchos años, editor de textos de carácter filosófico.