

## ÍNDICE

### EL FORMATO LIBRO Y EL LIBRO OBJETO

Prefacio a la edición española ..... 7

EL LIBRO Y EL EDITOR ..... 15

Mis deudas ..... 187

Mis préstamos ..... 189

# EL FORMATO LIBRO Y EL LIBRO OBJETO

## PREFACIO A LA EDICIÓN ESPAÑOLA

*In memoriam* La Nueve<sup>1</sup>

Sigmund Freud cuenta una historia que ha pasado a la posteridad: un vecino pide prestado a otro un caldero y se lo devuelve agujereado, alegando en su defensa: «Vecino, tú no me has prestado ningún caldero; y, además, el caldero ya estaba agujereado»<sup>2</sup>. En estos mismos términos podríamos definir lo que ocurre cada vez que, cualquiera que sea el país, se discute sobre el futuro del libro y más todavía, aunque con menos frecuencia, el del editor: los que sostienen –a pesar de las evidencias– que las transformaciones que se están produciendo actualmente en el mundo

---

<sup>1</sup> «La Nueve»: así se llamaba la 9<sup>a</sup> Compañía del Tercer Batallón del regimiento del Chad de la División Leclerc, división de la Francia Libre. Formada por antiguos combatientes para defender la República –anarquistas, comunistas, socialdemócratas o antiguos Brigadas Internacionales–, estos ciento cuarenta y seis españoles tomaron las armas para liberar Francia. El 24 de agosto de 1944, Amado Granell y un tal Valéro fueron los primeros en entrar con su tanque en el Ayuntamiento de París, para apoyar la insurrección en la capital francesa. Ese día escribieron una de las páginas más bellas de la historia de Francia y de la España contemporánea.

<sup>2</sup> Dice Freud en *Die Traumdeutung*: «Todo este alegato [...] recuerda vivamente la manera en la que se defendió aquel hombre de quien su vecino se quejaba porque le había devuelto el caldero en mal estado. En primer lugar, lo había

editorial no tienen nada de nuevo son los mismos que no dudan en profetizar la muerte del libro.

La querrela de los antiguos y los modernos se alimenta en gran parte del hecho de que los términos *libro* y *editor* tienen en cada caso una acepción diferente. Tanto por su título como por sus tesis, la presente obra invita a observar este fenómeno más de cerca.

De hecho, la afirmación según la cual «hay demasiados editores, pero también hay demasiados libros y, sobre todo, demasiados libros insignificantes y sin valor, sin originalidad, que se aniquilan entre sí»<sup>3</sup> tampoco es nueva. Es algo que se viene diciendo desde 1903, en una época de grandes tensiones en la librería francesa, y que Ernest Flammarion resumía en estos términos: «Los libros editados no reciben el suficiente apoyo. Nada más publicados, aparecen otros que los relegan al olvido; el gusto del público se distrae constantemente por el flujo continuo de nuevas publicaciones»<sup>4</sup>.

De ahí se suele inferir –de forma un tanto precipitada– que la edición sufre periódicamente de los mismos males. Sin embargo, la crisis de los años de 1900 es de una naturaleza inédita: en un siglo, la producción se ha multiplicado por veinte, en razón, por una parte, de la industrialización de los modos de producción del libro y, por otra, de la masificación de la lectura que se sigue de los índices de alfabetización derivados de la obligatoriedad de la enseñanza; por no hablar del desarrollo espectacular de los grandes medios de comunicación, capaces de engatusar y de fidelizar a sus lectores mediante la publicación de folletines por entregas.

---

devuelto indemne; en segundo lugar, el caldero ya estaba perforado cuando lo pidió en préstamo y, en tercer lugar, nunca había tomado prestado un caldero de su vecino». Cada uno de los argumentos invalida a los otros dos, se excluyen recíprocamente. Un sinsentido desde el punto de vista de la lógica. [N. de la T.]

<sup>3</sup> Henri Baillièrre, *La Crise du livre*, Baillièrre, Paris, 1904, pp. 10-13; citado por Olivier Bessard-Banquy, *La fabrique du livre. L'édition littéraire au XXe siècle*, Presses universitaires de Bordeaux & Du Lérot éditeur, Bordeaux, 2016, p. 21.

<sup>4</sup> Interrogado por Paul Gsell para su estudio «La crise du livre en France», en *La Revue*, 15 de octubre y 1 de noviembre de 1903, pp. 147-148; citado por Olivier Bessard-Banguy, *ibidem*.

El diagnóstico de esta crisis de sobreproducción del libro en los albores del siglo xx estaba claro: «Los libreros de los siglos xvii y xviii hacían libros para unos cuantos privilegiados. Hoy, hay que hacerlos para todo el mundo. ¿Debe el editor tratar de imponer sus gustos al público o someterse a su voluntad»<sup>5</sup>.

Las tendencias evolutivas que se observan hoy son de una naturaleza diferente. Las profecías que anunciaban la muerte del libro a manos de la tecnología digital parecen haber sido alegremente desmentidas por el auge extraordinario, en todos los países desarrollados, de una particular industria del libro: no queda un solo político (hombre o mujer), estrella de cine, presentadora de televisión, gran chef con estrellas Michelin ni actriz de *telenovela*<sup>6</sup> cuya trayectoria, como en el juego de la oca, no tenga que pasar imperativamente por la casilla «firmar y publicar un libro».

Ahí radica el problema. Hace un siglo, los editores debatían sobre el futuro del libro como objeto: polemizaban sobre la degradación de la calidad del papel, la reducción de los formatos, la desaparición de los márgenes y la densidad del texto. Lo que estaba en el centro del debate era el *objeto libro*, barato y de producción industrial.

Aclaremos: ¿qué entiendo yo por objeto libro? El sistema contemporáneo del libro, hasta la mercantilización que hoy día lo amenaza. Dejo al lector de esta obra la tarea de averiguar qué entiendo yo por mercantilización. El objeto libro es el resultado del trabajo del editor a partir del momento en que da una existencia objetiva a un texto literario. Es un proceso que tiene lugar íntegra y exclusivamente dentro del universo literario: el editor tiene que dar con la forma material más adecuada para una escritura única y darle así el mayor eco posible. En los albores del siglo xx este desafío era esencialmente literario: en un momento en el que los procesos industriales ofrecen la posibilidad de hacer llegar estas obras a un lectorado cada vez más amplio, la alternativa entre el simbo-

---

<sup>5</sup> Henri Baillièrre, *op. cit.* in *ibidem*.

<sup>6</sup> En español en el original.

lismo, que tiende a degenerar en hermetismo para bibliófilos, y el naturalismo, que se deja tentar por los cantos de sirena del entretenimiento de una mayoría, es, a ojos de una nueva generación de editores, una trampa en la que no están dispuestos a caer. Prueba de ello son las revistas literarias que florecen en este periodo: cuando en febrero de 1909, a iniciativa de André Gide, aparece *La Nouvelle Revue Française*, una revista que va a revolucionar la literatura francesa y la internacional, su ambición es –según rezan las «Consideraciones» del primer número, que hacen las veces de editorial– volver al rigor de un lenguaje depurado y de inspiración clásica en el que la forma predomina sobre el fondo. Esta primera ambición de saber distinguir, «en el ámbito artístico, los problemas coyunturales de los problemas esenciales» y de no interesarse más que por los «principios mismos de toda creación artística» lleva a los colaboradores de la revista a fundar en mayo de 1911 una editorial para divulgar sus propios escritos. Gaston Gallimard será su gerente.

Esta voluntad de poner el ideal literario por encima de todo no solo va a alimentar el deseo de rodearse de autores afines, franceses o extranjeros, en uno de los catálogos más prestigiosos del mundo. También lleva a Gaston Gallimard –algo que a menudo olvidamos– a trasladar esta exigencia literaria a su expresión tipográfica, gráfica y material: tanto es así que, en su correspondencia, las cartas a los autores, por muy importantes que sean, tienen la misma importancia, desde su punto de vista, que las decenas de letras dirigidas a impresores o encuadernadores para precisar la calidad de los papeles japonés, holandés o de vitela. Para Gaston Gallimard, como para los otros editores que se establecen en aquella época (Bernard Grasset, por ejemplo), la escritura literaria y la elaboración del libro que será su soporte forman un todo. Y aunque es cierto que las preocupaciones modernas ya se extienden a todo el proceso de creación del objeto libro –llegar a un mayor número de lectores, vender más, reducir costes, reforzar la presencia de los libros en librería por medio de campañas de publicidad–, también lo es que estas nuevas armas se ponen al servicio de una ambición única: la literatura. El objeto libro es la objetivación material de una voz y de una escritura únicas. Y posiblemente, el gusto

por la literatura solo se comparta si es indisociable del gusto por un ejemplar bien hecho, aun a precios populares. Lo Bello no se escinde entre el estilo y el objeto. Va asociado a una educación material e inmaterial del lector.

Hoy, el universo del editor se ha visto redefinido por el formato libro. ¿Y qué es el formato libro? Es un texto cuyos términos vienen dictados por imperativos ajenos a la esfera literaria y que, por exigencias propias del universo de la comunicación, adopta la forma de un libro (porque esta sigue teniendo más legitimidad que un simple blog), mientras que hasta hace poco ese contenido no hubiera llenado más que artículos de opinión en un periódico, una entrevista en una revista o el pie de un reportaje fotográfico en un semanario ilustrado.

Así se entiende mejor que, ante cualquier análisis crítico sobre las transformaciones que se están produciendo actualmente en el mundo del libro y sobre el papel del editor, se zanje la cuestión afirmando que las quejas por la saturación del mercado son las mismas de siempre, una afirmación que hacen esos mismos interlocutores que no ven ninguna contradicción al anunciar –véase para felicitarse por– la muerte del libro: en la gran lavadora de la sociedad de la comunicación, el libro pierde su autonomía y ocupa en el ciclo de centrifugado de los contenidos el lugar que dictan las diferentes etapas de la difusión del mensaje.

No olvidemos que la emergencia del libro como formato, que se ha convertido en una industria dentro del universo de la edición con editores propios que a menudo demuestran auténtico talento (la edición, cualquiera que sea, sin el editor simplemente no existe), ha sido vehiculada y alimentada por la formación de los grandes grupos de comunicación (prensa, edición, o incluso cadenas de televisión y plataformas digitales): desde este punto de vista, como en otros, Francia nada tiene que enseñar a España.

Esta negación de una realidad específica de nuestra época puede explicarse por un «derecho a la pereza» de una clase intelectual más interesada por las series de televisión que por la lectura de un libro. ¿A quién, en Barcelona, Madrid o París, no le ha pasado en una cena que los ejercicios más brillantes de retórica buscan con-

vencernos de que las series dan una mejor idea de la geopolítica de los conflictos, las cuestiones de género, o incluso de las artes comparadas de la guerra según Maquiavelo o Sun-Tzu, que un pequeño opúsculo que, a riesgo de no haber sido leído por todos los comensales, no le permite a uno hacerse el estupendo en público?

Seguramente el objeto libro, es decir –insistimos–, la edición de textos cuya única razón de ser es literaria o de transmisión de conocimientos, resiste, persiste, incluso en los grandes grupos editoriales, que para ello crean nichos. Los análisis que el lector va a descubrir (en particular, el que se refiere a la importancia capital, cada día más patente, de la distribución) no son en absoluto la prefiguración de un futuro ineludible: el futuro no está escrito en ninguna parte. Se ha querido dar cuenta de lo que nos parece una *dinámica tendencial*, al modo en que Marx esbozaba «la tendencia a la baja de la tasa de ganancia», aun a sabiendas de que el Capital sabría aplicarle los debidos correctivos.

Sigo convencido, sin embargo, de que la Historia es moldeada por la labor subterránea de los topos. Además, la importancia que ahora tiene el formato libro en detrimento del objeto libro, es decir, la regulación de la edición por imperativos que le son ajenos, lleva al editor a asumir unas problemáticas que escapan a su control (estrategias políticas, motivaciones de la industria del ocio, etc.), y de las que no es más que un engranaje entre otros; además éstas, al negar su función específica, son factores del debilitamiento de su posición. ¿Cuál es la aportación intelectual del editor si se pliega a una selección de autores que no ha hecho él, a una escritura que proviene de mundos en los que el eslogan reductor sustituye a la voz elaborada, a una escritura empobrecida por la pasteurización de cualquier idea elevada, con un calendario que no ha marcado él? ¿En definitiva, a todo lo que es contrario a la lenta construcción de un catálogo en el que prima la visión personal del editor? No resulta sorprendente que hoy muchos pretendan saltarse al editor recurriendo a la autoedición, ya que los focos del gran espectáculo de la comunicación están puestos sobre el formato libro, relegando a la oscuridad al objeto libro, ese fruto sin par de la maduración y de una voz y escritura únicas.

Cabría preguntarse: ¿de qué vale el editor si ya no es más que el transmisor, económicamente parásito, de un mensaje escrito y dictado por otros, cuando ese mismo mensaje podría hacerse llegar directamente al consumidor y ahorrar así costes? Los propios editores participan de este deterioro de su labor, que sienta las bases de la vasta ofensiva que en la actualidad se lleva a cabo desde el «mercado único de lo digital». Cada día, la Santa Alianza de los mastodontes de la Web y de la comisión ultraliberal europea trabajan para erradicar cualquier posible obstáculo, en nombre del derecho del consumidor (*fair use*), a la libre circulación de los mensajes digitales. El primero de estos obstáculos sería el de los derechos de autor, o *copyright*, es decir, la remuneración de los autores y de los editores que han establecido un contrato con cada autor para asegurar la difusión de su obra por todos los medios disponibles. Esta remuneración no es obstáculo para la divulgación de los logros de la inteligencia colectiva: es su condición misma, la que permite correr otros riesgos editoriales, económicos, comerciales y financieros para poder poner en circulación obras marginales, raras, y entre las cuales la posteridad distinguirá a los clásicos de mañana. Esto tiene un nombre: la diversidad de la oferta. En este sentido, nunca se insistirá bastante en que el *copyright* forma parte del derecho del lector a ampliar sus horizontes. Pero esta obra se ocupa ya ampliamente del tema, así que no volvamos sobre ello.

El espejismo de la gratuidad del acceso a las obras aspira –para que los monopolios se enriquezcan vendiendo a las agencias de publicidad la curiosidad de los lectores, que quedan así reducidos al estatus de consumidores fichados, registrados, radiografiados, tipificados– a suprimir la figura del editor, llevando hasta sus últimas consecuencias las lógicas implícitas de sus extravíos en la época del formato libro. Una triste constatación de que el caldero, agujereado o no, hace agua por todas partes.