

LA EDICIÓN EN ESPAÑOL: ESPAÑA Y AMÉRICA

ADOLFO CASTAÑÓN

Para Hans Meinke

Editar en español a fines del Siglo XX ¿no es llorar? Al menos así lo harían pensar las exclamaciones invariablemente quejumbrosas de los editores de uno y otro lado del Atlántico que no pocas veces parecen haber aprendido a leer en el libro del malhumorado Jeremías. Las quejas españolas y americanas suenan igual a los oídos legos pero alientan desde diversas heridas. Las quejas americanas más comunes, fronteras adentro, argumentan la falta de estímulos a la empresa editorial, el intervencionismo de Estado en materia de libros de texto (singularmente, en el caso del Libro de Texto Gratuito en México), la incomunicación inveterada entre los países, y sigue un largo etcétera donde figuran desde la crisis económica, el apogeo del analfabetismo, la violación de los derechos humanos, el Tío Sam y el suicidio de Gutenberg. Pero la fauna hispánica no canta menos bien el bolero del desengaño: la competencia despiadada de los grandes grupos fenicios contra las pequeñas y medianas casas vanguardistas, humanistas y bien pensantes, el ritmo vertiginoso de la producción editorial que hace del libro —otrora paradigma de lo perdurable— otra variedad del papel desechable y de los escritores estrellas por un día, si no por una tarde o una mañana. Una nota compartida de uno y otro lado del océano es la apocalíptica que hace del libro una especie en extinción, el Pájaro Dodo de los que pretenden comunicarse mediante códigos escritos e impresos en papel. Otras notas ineludibles del concierto veterotestamentario son las ríspidas y metálicas que se dirigen por lo bajo y por lo alto los propietarios y concesionarios de las máquinas editoras y publicadoras: que si los españoles inundan con sus saldos los mercados americanos; que si los lectores americanos no comprenden el valor de las letras españolas —a veces, es verdad, un poco infladas—, que si la piratería y la reprograma es mucho mayor de lo que se admite; que si los libreros y distribuidores americanos pagan tarde y mal, cuando pagan; que si el mercado español es una plaza cerrada para el libro americano

y los autores de aquellos pagos han de obtener primero el visado de un sello peninsular y luego acceder a los espacios carpetovetónicos; que si las burocracias culturales de América exportan a fuerza valores inflados; que si los grandes grupos de la industria editorial se la pasan inventando falsos valores; que si las traducciones españolas no siempre se pueden leer en América ni las americanas en España, es un espejismo tenaz y un discurso que rebota en el "muro de goma" de la realidad mercantil.

El pliego de agravios podría darle la vuelta al Escorial y todavía sobraría bastante para envolver para regalo las Pirámides del Sol y de la Luna de Teotihuacán. Pero ¿qué hay detrás de esta cortina de quejas y quebrantos?

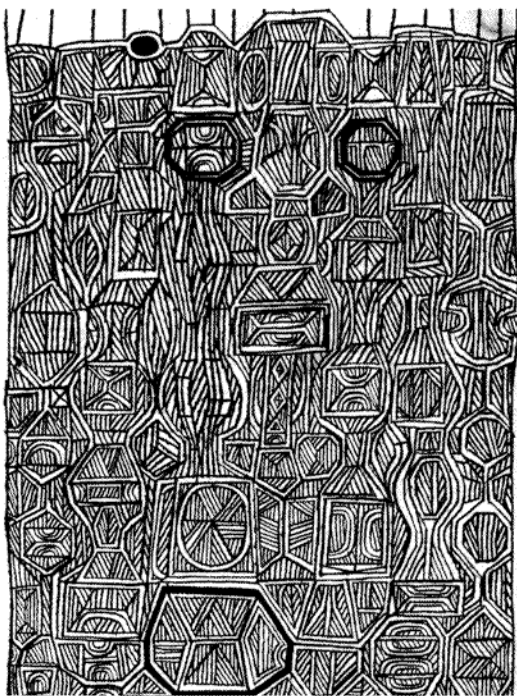
Constatamos por lo pronto una asimetría: aunque en general en América Latina los libros escasean, los pocos que hay suelen ser mitad locales y mitad españoles. En España, en cambio, el libro americano es tan raro como el Oso Hormiguero aunque es cierto que, una vez obtenido el visado de los sellos editoriales españoles, el escritor americano —ya legitimado— puede transitar tranquilamente en España como Juan por su casa: ¿Quién se acuerda de que Rubén Darfo no era asturiano? Pero más, mucho más raro que el Oso Hormiguero, que el libro americano en España, es el libro americano en América: vayan ustedes a buscar libros guatemaltecos a México, encuentren libros peruanos en Colombia o chilenos en Uruguay. Ahí empezamos a entrever cierto papel de la edición española en América, cierta vocación editorial hispánica: gracias a la pequeña editorial catalana leeremos al mexicano en Ecuador; gracias al consorcio multinacional alemán asentado en España compraremos libros de colombianos en Uruguay; excepcionalmente, gracias a una editorial mexicana se leerá al cubano en Puerto Rico. La cosa no se nota demasiado pues desde Málaga a Bilbao y de Tegucigalpa a Valparaíso podemos, para no hablar de *best-sellers*, leer al escritor húngaro de moda y nadie se fija que la novedad del filósofo inglés que publica la editorial valenciana y que leemos en Medellín la tradujo

un filósofo paisa desterrado —ahora dicen exiliado— en un zulo en Madrid. Menos mal que, como dijo una lingüista, profesora de español como lengua extranjera, nuestro idioma corre el peligro de quedar en una lengua-pantufra, cómodo instrumento para andar por casa pero inservible para presentarse a oposiciones, ser becado y reconocido en el extranjero.

Es la vieja querrela orteguiana sobre el español como lengua de cultura la que anima y desanima las prensas del orbe hispánico: el español: ¿sirve para pensar y actuar o sólo para soñar y rendir tributo tribal y colectivo a Onán, ese Mesías incomprendido? ¿Qué significa que hasta ahora, a pesar del boom apoteósico de los diseñadores y arquitectos ibéricos y americanos, en los catálogos tipográficos no exista todavía un tipo de letra llamado *Altamira bold* o llano, ni un *Comillas cursiva*? ¿Por qué hado maldito tenemos que imitar desde las letras del tecno-rock hasta las filosofías de la calidad total y la enseñanza por objetivos y al mismo tiempo oír cantar la Guantanamera con acento aquí navarro, allá mexicano, acullá uruguayo? ¿No es precisamente el espejismo de esa Guantanamera cantada con todos los acentos distintivos de las diversas academias de la lengua española el que ha hecho de España y América el campo de batalla editorial de los grandes grupos multinacionales que imaginan —tal vez con razón— que *la ecumene hispánica*, para evocar al controvertido Eugenio D'Ors es la última frontera, *the very last farwest* de la expansión editorial? Es cierto que Penguin, Vintage, Cambridge —sellos editoriales del más diverso *pedigree*— ya están publicando libros en español en Estados Unidos que, por lo pronto, sólo se venden en Alaska, Jamaica, Miami, California y Chicago, para no hablar de otros estados de la Unión Usamericana. Es cierto también que ya se están reimprimiendo libros en inglés en México y en Buenos Aires y que, en resumidas cuentas, en la medida en que el español —frente al francés o el italiano—, por ejemplo, es una lengua en plena expansión, el editor madrileño o barnacular tiene más perspectivas de desarrollo que el parisino o el bruxellense, igual que el editor mexicano o colombiano tiene más *chances* y posibilidades de sobrevivir que el impresor argelino o el haitiano. La situación es ambigua y se presta a una serie de cómicos enredos: dicen que los hispanoamericanos no queremos saber nada o lo menos posible de la cultura española, pero que la necesitamos para legitimarnos cultural, editorialmente; que los españoles suelen menospreciar a los hispanoamericanos pe-

ro que igual les tienen que poner buena cara a sus malos anti-democráticos tiempos históricos con tal de hacer negocios pues resulta, quién sabe por qué abracadabras y ecuaciones, que la mínima República Dominicana factura para fulano Editor más que todas las librerías de Perengana región peninsular, y que la escritorzuela mexicana que gana una poquita fama en las afueras de Barcelona ya se puede dedicar a vivir una novela de verdad y construirse con las regalías españolas castillos en España, del mismo modo que el crítico colombiano que regresa a su país después de haber sido comentarista de libros en un periodiquito de provincias ya sacó su licencia de impunidad para dar palos de ciego en su tierra nativa.

Editar es llorar —y muchas veces llorar solo: en épocas de transición el canon es materia pantanosa y viscosa o bien compacta como una piedra. El editor comercial corre el riesgo de confundir el canon con el dogma del mercado millonario, es verdad, pero también instantáneo y desechable. Desde luego no son inexistentes las vetas del lenguaje compartido, y la prueba es que, a la hora de comprar derechos en los mercados internacionales, los editores andamos invariablemente pisándonos los talones y jalándonos la manta: ya se trate de filosofía, de historia, de psi-



Estudio para laberinto 4, 1964.

cología o de crítica literaria. Esas vetas de lenguaje compartido representan lo que el poeta mexicano Gabriel Zaid ha llamado conversación: el editor sigue una conversación y su perfil resulta tanto más nítido y potencialmente exitoso cuanto mejor acusa la fisonomía de su conversación. El buen editor, como el buen escritor, sería aquel capaz de sostener y enriquecer al paso una argumentación crítica y cultural; el capaz de seguir una onda, entrar en la *movance* y no decaer ni "flippear", sostener la marcha al menos en sus propios términos. *Fata Morgana*, *Einaudi*, *Anagrama* o *Trotta* representan ejemplos diversos del catálogo editor entendido como *acto* en un sentido teatral. E incluso cuando se quejan y llovan en público los portavoces de estas casas tocan hueso y tierra y hasta llegan a parecerse al avizor o *look out man* que desde lo alto del barco grita cautela ante los inminentes escollos. Otro es el caso de los grandes editores o de las editoriales pertenecientes a los grandes grupos y sus lágrimas parecen venir del lacrimal incontinente del saurio. Para empezar, existe poca diferencia entre el editor tradicional que ha crecido tanto que es ahora un emporio de la comunicación y la gran editorial que nació de un día para otro, plenamente armada como Palas Atenea, y que ha surgido con la idea de dar un toque público, y a las veces humanístico, a un capital desbordante y ávido de diversificación. En cualquier caso, la conversación o argumentación editorial que son capaces de sostener esos grandes grupos —y poco importa su origen geográfico— arranca con invariable prestancia pero es intermitente y el juego de estas editoriales se parece mucho al del ajedrecista genial que enfrenta simultáneamente a 50 contrincantes —no siempre— y a casi todos los vence.

La gran editorial dependiente de un consorcio juega en el tablero de la literatura, en el de la filosofía, en el de la historia y el de la psicología, en el del arte y los libros para niños. Va comprando pequeñas editoriales precursoras, adversarias; arma sus aparatos de distribución y, en última instancia, son esos monopolios compactos los responsables de la fisonomía que va cobrando el paisaje editorial. El consorcio racionaliza sus recursos: compra sellos, centraliza funciones, despide gente, va siempre al encuentro de nuevas fuentes comerciales, se diversifica en lo tóxico y temático y en lo vertical termina arrinconando y confinando a los editores y gente nacida y educada por así decir en el pueblo del libro, para sustituirla por gerentes y especialistas en *marketing*, calidad total, estrategias de mejoramiento continuo y demás chácharas —instancias que son por cierto una argumentación editorial todavía prometedora.

No deja de ser paradójico que en el orden de los grandes barones del libro y de la comunicación im-

presa sean precisamente los editores profesionales, el pueblo tradicional del libro quienes resultan desplazados en primer lugar. En este paisaje, salta a la vista que la función tradicional del editor les toca a las empresas medianas y pequeñas cuyos responsables resultan investidos de una aureola carismática tanto más intensa cuanto que, por otro lado, los ascensos y promociones universitarias van ineludiblemente asociados a la edición y el que no publica perece, pero el que publica demasiado también corre el riesgo de quedar sepultado en su propio oleaje solipsista. En todos estos aspectos, las diferencias entre América y España son cada vez menos relevantes en la cuenta de las tendencias grandes, y cada vez más nítido en la microhistoria de las regiones y ámbitos particulares.

En el orden grueso, una de las diferencias notables es la que concierne al papel del Estado en el mundo editorial. Mientras en España el aparato editorial central (por ejemplo, Editora Nacional) se ha desmantelado, disminuido y pulverizado a través de los ayuntamientos y municipios que editan cada vez más libros de todo género y calado, en América, por el momento, el telúrico Leviatán sigue jugando a Gutenberg, y existen no pocas editoriales institucionales y públicas que configuran el paisaje y continúan alimentando el espejismo de una cultura nacional.

A diferencia de los grupos y consorcios privados europeos, las editoriales institucionales americanas no se distinguen por su capacidad de exportación pero constituyen en cierto modo un freno discreto a las grandes operaciones especulativas de compras de derechos en la medida en que ayudan a fragmentar los mercados. Ese es precisamente otro de los elementos que caracterizan el paisaje, la intermitencia entre los impulsos globalizadores y las tendencias regionales que estallan y balcanizan el mercado. Un fenómeno parecido al de la industria alimenticia donde los grandes consorcios de lácteos parecen promover involuntariamente el consumo de pastas y fermentos regionales y artesanales. Hay, sin embargo, más semejanzas que diferencias. Una similitud la encarna un grupo editorial que no siempre aparece ante la conciencia pública con ese nombre pero de cuya acción depende en buena parte la suerte del libro de uno y otro lado del Atlántico. Los intelectuales y autores laicos tendemos a pasarlo por alto a pesar de su importancia y, al menos en México, y en otros países de la América española, esa constelación de sellos editoriales queda fuera de toda estadística y no cuenta. Me refiero, por supuesto, a las Iglesias y sus imprentas. Pero ¿no es paradójico que el Gremio del Libro no tome en cuenta al Pueblo del Libro? En América y en México, en particular, por ejemplo, la

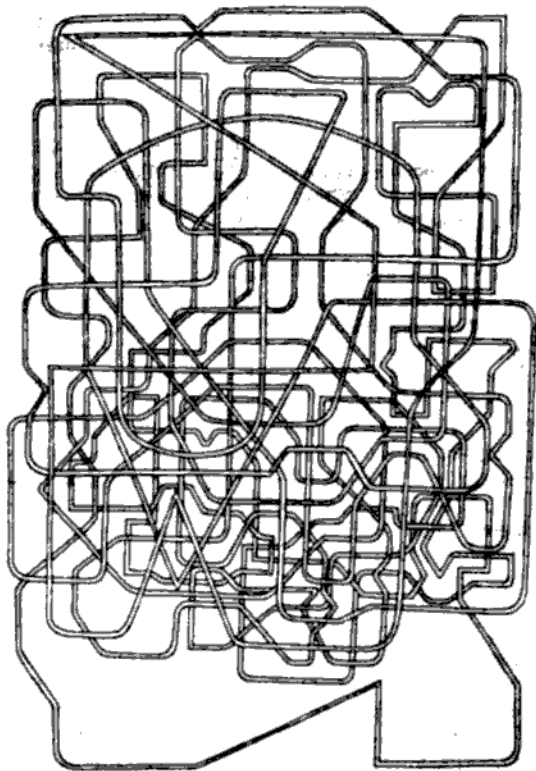
mayor librería no es laica sino religiosa, no se llama Gandhi sino Parroquial, aunque sea de buen tono snob visitar la primera y sólo los iniciados se asomen a la segunda. Y la mayor imprenta después de ese monopolio de Estado del libro de texto llamado Comisión Nacional del Libro de Texto Gratuito —son las Ediciones Paulinas que, junto con los salesianos, forman una verdadera potencia editorial. Otro dato interesante es que, al menos en México, la mayoría de las librerías del interior del país son las librerías religiosas para no hablar de las esotéricas. Y librerías no abundan allá pero el libro alienta a través de los kioscos y puestos de periódicos. Ese es otro dato ineludible: el que establece una alianza y un continuo trato entre el periodismo y el libro que asegura beneficios y existencia pública, ventas y prestigio instantáneo a las editoriales, dependientes o asociadas a un periódico que, a su vez, se legitima cultural y políticamente gracias a los proyectos editoriales. Los riesgos de esta simbiosis son evidentes y apuntan a un totalitarismo mercantil que reduce a las profecías de Orwell a una condición casi bucólica.

Si editar es llorar, recordemos que el modelo de la queja es la jeremiada, las explosiones entre iracundas y malhumoradas con que prorrumpe el más pobre de los profetas, Jeremías es el profeta del destierro y del éxodo. A mi parecer conviene admirablemente a esta edad del libro en el interminable fin del siglo XX. Y es que el libro mismo, la palabra impresa ha entrado a una condición exilada, a un calendario del destierro en la medida en que los nuevos medios electrónicos han impreso a su identidad tradicional una condición excéntrica. Hasta hace muy poco, las fuentes de la legitimación política, cultural, técnica y aún económica se alojaban en el instrumento llamado libro y en sus satélites periódicos. Esa condición cultural ha cambiado, y una revolución de talante Copérnico ha roto el bibliocentrismo y el logocentrismo tradicionales. Los editores participan en América y España de una condición similar a la de los señores feudales eclipsados por el surgimiento de las nuevas burguesías mercantiles: sólo parecen destinados a sobrevivir aquellos capaces de signar un pacto con los nuevos centros de poder —la informática, la comunicación audiovisual, la electrónica, los bancos de información de La Red. Pero por poderosa que pueda ser esa alianza, el pacto bibliocéntrico se ha roto y aquí o allá sabemos que la Galaxia de Gutenberg es otra constelación de signos que sólo se distingue por el hecho de que en ella se asienta la morada de nuestro ser, la dimensión ética e intelectual.

No cabe duda de que seguiremos oyendo al Jeremías de la edición lamentarse —y acaso sus la-

mentos puedan ser en sí mismos una forma de literatura. Sin embargo esa literatura puede formar parte del Nuevo Testamento, del espacio irreductible del libro una vez que se han apagado —o antes de que enciendan— los televisores. En ese espacio, tanto los grandes consorcios como las pequeñas editoriales, los editores excéntricos y periféricos, los editores universitarios de España o América están llamados a jugar un papel esencial: alimentar y resistir a la hipnosis para impedir que la cultura se transforme en un espectro, en un placebo de supermercado. Y no viene mal un poco de Jeremías y de escepticismo en medio del optimismo imbécil de los gigantes o de los enanos.

Jeremías o no, llanto, silencio o regocijo, a los editores grandes o pequeños, de España o América lo une una pregunta: ¿Cómo hacer llegar intacta al porvenir la cultura del Libro, la ética de la palabra impresa? ¿Cómo conservar intacta en el porvenir —para invocar a George Steiner en *No Passion Spent*— la pasión original del lector? <



Estudio para laberinto 8, 1964.