La producción editorial: del manuscrito al objeto

por **Liliana Muñoz**

Wunderkammer es un sello que ha decidido pensar en el libro como un objeto en sí mismo, bello y único. Con formatos arriesgados y textos excéntricos, que parecían condenados al fracaso comercial, ha logrado enriquecer un panorama editorial redundante y construir una identidad sin par.

De un tiempo para acá, la conversación sobre el sector del libro ha tendido a concentrarse en los índices de lectura, las ventas, la selección editorial o las estrategias de *marketing* y comunicación. Poco se habla de la producción: esa fase de la maquinaria editorial en que un manuscrito se convierte por fin en objeto. Formato, papel, tipografía, encuadernación, cubierta e impresión determinan el coste de un libro, pero también su lugar simbólico en el catálogo y en la experiencia del lector.

Hoy el diseño material forma parte de una negociación entre voluntad estética, restricciones económicas y viabilidad. Algunas editoriales han respondido con modelos más flexibles; otras han hecho de la producción una declaración de principios. Es el caso de la editorial española Wunderkammer, cuya identidad parte de una convicción profunda: fondo y forma van siempre de la mano. Su catálogo de rarezas, rescates y libros de culto no puede entenderse al margen de sus formatos singulares, sus cubiertas concebidas como piezas de colección y su defensa del libro como objeto portador de significado.

En esta segunda entrega de la serie, Elisabet Riera, editora de Wunderkammer, reflexiona sobre esa zona menos visible del trabajo editorial: la de las decisiones materiales, los límites productivos y las renuncias necesarias para que un libro se mantenga fiel a la propuesta editorial, aun en condiciones adversas.

Wunderkammer se presenta como un "gabinete de maravillas editorial" y reivindica el libro como "objeto de culto". ¿Cómo definirías tu idea de la producción editorial? ¿En qué momento un texto deja de ser solo un original y se convierte en un objeto Wunderkammer?

Creo que se convierte en un objeto Wunderkammer desde la gestación misma del proyecto, porque en nuestro caso fondo y forma son inseparables. Este otoño se cumplirán diez años desde los primeros títulos. Desde luego, ha habido ajustes y renuncias por cuestiones de viabilidad económica, pero la esencia sigue siendo la misma.

Wunderkammer es, para mí, una editorial romántica tanto por los temas que se editan como por el objeto final. El primer título que publicamos fue uno de Victor Hugo muy desconocido: sus conversaciones mediúmnicas con la sombra, la muerte o el océano. Ese libro era ya un manifiesto, no solo por el texto, sino por la forma en que debía presentarse.

La idea surgió mientras paseaba por las paradas de los *bouquinistes*, en París. Vi un libro estrecho, alargado, de un verde anisado. Descubrí que era precisamente ese texto de Victor Hugo, en francés, en un formato antiquísimo. Lo compré, y aquel hallazgo se convirtió en el germen de Wunderkammer. El formato característico de nuestra colección principal nace de ahí.

Me enamoré de la idea de que el libro no fuera solo un producto industrial, sino que conservara algo artesanal, delicado, humano. Por eso quisimos reproducir esa dimensión material: cubiertas impresas a mano, en tipografía móvil, con una Minerva de más de cien años; la Bodoni fundida expresamente; la estampa de Haeckel. Todo respondía a una idea muy anímica de dar alma al libro.

Quería crear un catálogo que obedeciera a la lógica del gabinete de maravillas: singularidades, rarezas, piezas únicas, libros perdidos o descatalogados. Y aplicar esa idea tanto al contenido como a la forma.

Una editorial no se define solo por el gusto, sino por decisiones sostenidas en el tiempo. ¿Qué peso tiene la producción en la identidad de Wunderkammer?

Tiene un peso importantísimo. Mucha gente, incluso cuando no recuerda bien el nombre de la editorial, dice: "Ah, sí, los libros que son así", y hace el gesto del formato alargado. Eso significa que la forma ha sido decisiva. Era una apuesta arriesgada, sobre todo por los costes: hacer un formato fuera de lo común –10 x 21 cm–, buscar papeles de calidad y cuidar cada detalle encarece la producción. Pero lo que parecía un riesgo fue un acierto: nos dio presencia, identidad y reconocimiento.

Las cubiertas impresas en una vieja prensa Minerva, la tipografía Bodoni, el formato inspirado en Jean-Jacques Pauvert y las estampas de Haeckel, procedentes de su obra *Kunstformen der Natur* (1904) y reproducidas en la portada y en el marcapáginas, convierten cada libro en una pieza reconocible. ¿Qué implicaciones tiene esa apuesta tan artesanal?

La parte más compleja son los costes, los tiempos de producción y la capacidad de reacción. Una reimpresión de la colección principal, tal como la concebimos al inicio, es una locura. Durante años hicimos las cubiertas a mano, pero ahora ya no me lo puedo permitir. Mantengo el formato, el papel y la estampa, pero he tenido que renunciar a esa parte.

Una reimpresión de menos de ochocientos ejemplares es inviable, y una reposición digital puntual no la considero compatible con esta colección. Hay títulos agotados que no puedo reimprimir: hacerlo en digital la desvirtuaría y una tirada corta en *offset* me arruinaría.

Preferí mantener el concepto y hacer la única concesión posible: dejar de imprimir las cubiertas una a una. Me dolió muchísimo, pero comprendí que ese coste altísimo no tenía una repercusión proporcional en el lector final. En el mundo editorial apreciamos ese detalle fetichista, pero muchos lectores no lo perciben. Así que opté por conservar el corazón del proyecto y buscar otras vías para compensar esa rigidez.

¿De ahí nace la colección Cahiers?

Exactamente. Cahiers nace como respuesta a esa necesidad. La colección principal es nuestra gran seña de identidad, pero necesitábamos otro espacio para reaccionar más rápido, ajustar tiradas, reducir costes y ser más ágiles, sin traicionarnos.

Con Cahiers encontramos una solución: una colección más ligera, económica y flexible. Quisimos que siguiera teniendo un plus conceptual y visual, pero no tan centrado en la excepcionalidad material. Partimos de un elemento de la colección principal –las estampas del interior– y lo desplazamos: si en Wunderkammer las estampas de Haeckel representan el gabinete naturalista, en Cahiers construimos una vitrina de minerales. Por eso todos tienen ese marco blanco. El dibujo obedece a la colección, no al título concreto.

El acabado también es más económico: cubiertas brillantes, otro tipo de impresión, una producción más asumible. Al principio los tiramos incluso en rotativa, porque queríamos esa sensación de cuaderno portátil. Es una colección de bolsillo muy nuestra: contemporánea, breve, portátil y vinculada al universo Wunderkammer, pero trasladada al siglo XXI.

¿Cómo deciden que un libro debe ir a la colección Wunderkammer, a Áurea o a Cahiers?

Wunderkammer sigue siendo el núcleo ligado al tronco romántico y a sus derivaciones: simbolismo, decadentismo, surrealismo, melancolía, psique, sombra, rareza, ciencia filosófica. A veces hemos llegado al psicoanálisis, pero sigue siendo el mismo territorio: la cara B de la literatura.

Ahí casi no hay contemporáneos. Puede haber alguna excepción, como Julia Kristeva con *Sol negro*, pero incluso en ese caso llego a ella por Nerval, que para mí es primordial. También he publicado las cartas de Nerval a su amada, acompañadas de otros paratextos. Vestir bien cada libro forma parte del proyecto.

Cahiers, en cambio, es ensayo contemporáneo, normalmente de autores actuales, muchas veces hispanohablantes. Suelen llegarme porque los autores ya conocen Wunderkammer, entienden la línea o sienten afinidad con Cahiers.

Y Áurea está más vinculada a la metaliteratura: textos sobre literatura, entrevistas, diarios, memorias, reflexiones de escritores sobre su obra. Ahí hemos publicado a Pierre Michon, entrevistas con Vila-Matas o textos de Nabokov sobre sus sueños y su relación con la escritura. Es una colección que trabaja esa literatura sobre literatura que para mí también es esencial.

En Wunderkammer el diseño editorial participa de la concepción del catálogo. ¿Cómo fue llevar eso a la praxis?

En Wunderkammer el diseño está desde el comienzo. En eso ha sido fundamental el trabajo de los hermanos Berenguer. Yo llegué a ellos con el libro francés de Hugo, ese formato en la cabeza y una intuición estética precisa. Ellos supieron llevarlo a la práctica de una manera magistral.

Gran parte del valor y del éxito identitario de Wunderkammer se debe a ellos. Yo tengo el concepto y mis obsesiones estéticas, pero ellos las traducen visualmente y a veces les dan un giro inesperado. También ha ocurrido con Cahiers y con los nuevos sellos. Es hermoso que un diseñador comprenda el concepto y te devuelva una forma mejor de lo que habías imaginado.

¿Recuerdas algún momento en que la producción los haya puesto al límite?

Sí, con los primeros ejemplares. Sacamos los dos primeros títulos a la vez, en otoño de 2016: *Lo que dicen las mesas parlantes*, de Victor Hugo, y *Los raros*, de Rubén Darío. Eran una declaración de principios: uno, por la recuperación insólita de ese libro de Hugo; el otro, por la reivindicación de la rareza.

Cuando llegaron las cajas, abrí un libro y se partía por el lomo. Abrí otro: igual. Después de todo el esfuerzo –traducción, diseño, fundición tipográfica, derechos, distribución– fue devastador. Tuvimos que devolver toda la tirada y retrasar la salida.

Fue un problema técnico de encuadernación. A partir de aquello rectificamos cosas: había que coser mejor el libro y ajustar la solución técnica al formato. En ese momento pensé que el proyecto se acababa recién iniciado. Luego alguien con más experiencia me dijo: "Dentro de unos años esto será una anécdota." Tenía razón. Pero entonces fue un jarro de agua helada.

Cuando escogen un título, ¿cuáles son las primeras preguntas que se hacen de cara a la producción?
La primera pregunta es siempre el pálpito: "Esto es un libro Wunderkammer." Luego hay límites. Es difícil publicar libros de más de trescientas o trescientas cincuenta páginas, porque el precio se dispara. Pero, salvo que sea algo desmesurado, no hago muchos más cálculos iniciales. Ya conozco el coste de cada colección.

La pregunta central es si el libro me encanta. Si me encanta, lo hago. Sí he renunciado a algunos casos porque sabía que no venderían el mínimo para recuperar costes. Han sido pocos, porque el deseo pesa mucho, aunque cada vez intento ser más prudente.

¿Ha cambiado su forma de producir libros desde que empezaron? ¿Qué han tenido que ajustar para que Wunderkammer siga siendo Wunderkammer sin dejar de ser viable?
Sí, ha cambiado. Pero he intentado tocar lo menos posible. La gran renuncia ha sido dejar de hacer las cubiertas a mano en la colección principal. Todavía me duele. Todo lo demás he querido preservarlo: materiales, formato, papel, estampa, concepto general.

También hay una cuestión personal: Wunderkammer he sido solo yo durante estos diez años. Ha sido una apuesta vital. Muchas "temeridades" han salido de un sacrificio enorme. No tenemos una gran estructura: la sede es básicamente mi casa, y eso ha permitido reducir costes para que el libro no se resintiera.

Hay tareas externalizadas –traducción, maquetación, impresión–, pero toda la cadena de decisión, revisión y vigilancia pasa por mí. El principio ha sido siempre este: el libro tiene que ser así; el resto tendrá que adaptarse. Suena bien, aunque tiene límites: todos tenemos que vivir y la energía no es infinita.

En la entrega anterior, con Candaya, aparecía la idea de que un catálogo también se construye a partir de los "noes". En Wunderkammer, ¿hay libros que se descartan no tanto por razones literarias como por razones de producción?
Sí. A veces aparece, por ejemplo, un tratado francés del siglo XVIII sobre los sueños, firmado por un autor desconocidísimo, y a mí eso me fascina. Pero si entre traducción, longitud, desconocimiento del autor y dificultad del mercado sé que perderé dinero con seguridad, tengo que decir que no. No porque el libro no me interese, sino porque no es posible.

Wunderkammer trabaja con rarezas, rescates, textos metaliterarios y ensayos breves. ¿Ese catálogo exige un aparato editorial distinto?
No depende tanto de que el libro sea raro o no, sino de la exigencia editorial. Puedes editar un manual de instrucciones con el mismo rigor en la maquetación, la legibilidad y la puesta en página que un texto de Victor Hugo. La diferencia está en la calidad que decidas exigir.

En Wunderkammer todos los libros tienen el mismo grado de exigencia. Otra cosa es que algunos textos pidan notas, prólogo, epílogo o aparato crítico. Pero eso entra dentro del trabajo de cualquier editor. La diferencia, en nuestro caso, está en no rebajar nunca el estándar de calidad.

¿Cómo se articula la relación entre producción y lector imaginado? ¿Piensan en experiencias de lectura distintas según la colección?
Más que en un lector, pienso en un concepto de libro. Pero eso se traduce en una hipótesis de lector. Con Cahiers quisimos hacer libros más accesibles, portátiles y usables, con precios menores y capacidad de llegar a más gente. No porque sean menos interesantes, sino porque responden a otra lógica: textos breves, concentrados, con vocación de difusión amplia.

La colección principal puede resultar más exigente para algunos lectores, por el tipo de textos, por su rareza o por el propio concepto. Pero entre las colecciones hay mucho diálogo. A veces los libros se llevan unos a otros. *Museo negro*, de María Negroni, por ejemplo, es un Cahier que remite al universo Wunderkammer. Hay un trasvase continuo, aunque materialmente respondan a ideas distintas.

Si tuvieras que explicarle la producción de Wunderkammer a un lector, ¿cuál dirías que es la decisión más invisible y decisiva?
Para mí es el concepto. En producción, casi todo es salvable: una solución técnica, un tiempo más largo, un coste mayor o menor. Pero lo decisivo es tener un concepto auténtico, identitario y distinto. Si eso está claro, todo lo demás se organiza para vestirlo y sostenerlo.

En nuestro caso es evidente: el formato de Wunderkammer es rarísimo, pero irrenunciable. No voy a cambiarlo porque sea más barato hacer un libro convencional. Ese formato me obliga a asumir una caja más estrecha, un cuerpo más pequeño, una composición más exigente. Pero si el concepto es verdadero, si transmite algo importante –en mi caso, recuperar cierta sensibilidad romántica, cierta dimensión del misterio, de la singularidad y de la rareza–, merece la pena sostenerlo. ~

LILIANA MUÑOZ es crítica literaria, escritora y editora de la revista *Criticismo*. Este año publicó su primer libro, *Los umbrales* (Tránsito).