

REIVINDICACIÓN DE UNA DIFERENCIA

El lector desinformado

Care Santos

Care Santos, nacida en Barcelona en 1970, estudió derecho, pero se dedicó al periodismo desde joven colaborando en varias revistas, sobre todo culturales, actividad que compagina, todavía hoy, con la literatura. Entre su bibliografía destacan los siguientes títulos: *Cuentos cítricos* (Libertarias, 1995); *Intemperie* (Fundación Colegio del Re, 1996); *La muerte de Kurt Cobain* (Alba, 1997); *El tango del perdedor* (Alba, 1997); *Okupada* (Alba, 1997); *Te diré quién eres* (Alba, 1999); *Ciertos testimonios* (Venezuela, 1999); *Solos* (Pre-textos, 2000); *Trígal con cuervos* (Premio de Novela Ateneo Joven de Sevilla, Algaida, 2000), *Krysis* (Diagonal, 2001) *Aprender a huir* (Seix Barral, 2002); *Laluna.com* (Premio Edebé de Literatura Juvenil, Edebé, 2003) y en 2003 comienza la serie de novela juvenil *Inseparables*. Ha obtenido también los premios Ana María Matute de relatos cortos y el Gran Angular de libro para jóvenes.

Un lector entra en una librería española. Imaginemos una librería ideal, de esas que cada vez abundan menos: moderadamente grande, bien surtida, con fondo, con secciones de poesía, teatro y ensayo, y con uno de esos libreros con buen gusto literario que además dejan respirar a sus clientes en esa libertad del que puede merodear hasta saciarse sin necesidad de entregar nada a cambio. Además del establecimiento donde transcurrió parte de su infancia, quien esto firma sólo conoce un par de estos paraísos terrenales y, por descontado, es clienta habitual de ambos.

Que el papel del librero es fundamental se entiende en esas grandes superficies dedicadas al comercio de libros de toda índole: por si no fuera poco que en unos pocos metros convivan guías de viaje, libros de autoayuda, manuales de papiroflexia o las obras completas de Elias Canetti, el comprador de libros debe soportar a unos vendedores que en absoluto saben lo que están vendiendo. Tal vez todo dependa de la susceptibilidad de cada comprador, pero admito que alguno de los mayores disgustos como consumidora de libros los he sufrido en ciertos conocidos grandes almacenes españoles al preguntar por ciertas obras. Una vez, buscando el precioso ejemplar de la *Poesía completa* de Borges publicado hace algunos años por Emecé, y viéndome incapaz de comprender por qué no se hallaba entre los libros de Emecé, ni entre los de poesías completas, ni en ningún otro lugar de los que mi razón apuntaba como posibles, le pregunté a una uniformada señorita, quien

me indicó, tan campante, que “los autores noveles están en aquella sección del fondo”. En otra ocasión, buscando libros de Pre-textos o de El Toro de Barro, ambas editoriales literarias con más de un cuarto de siglo de existencia y un poderoso catálogo en su haber, los vendedores afirmaron, con toda naturalidad, que “esa editorial acaba de empezar y aún no nos ha mandado sus libros”.

Pero lo mejor me sucedió cierta vez en que, después de revolver en la sección *Clásicos griegos* de una enorme librería madrileña y no hallar *La Ilíada* por ninguna parte, la hallé arrinconada junto a los franceses del siglo XIX. Contenta con mi hallazgo, se lo indiqué a una férrea vendedora, quien me anunció que no podía venderme ese ejemplar por hallarse fuera de su lugar. Un argumento, por cierto, que no me pareció nada convincente, aunque no se me ocurriera en ese instante ninguna otra razón por la cual la señorita no tuviera deseos de venderme *La Ilíada*. Esperé a que volviera a sus asuntos, coloqué mi *Ilíada* entre los clásicos griegos y busqué a otra vendedora que sí accediera a vendérmelo. Por supuesto, lo hizo sin rechistar. Mientras me hallaba en la caja, con un billete en la mano, podía percibir la mirada de la primera, iracunda como debió de ser la de Aquiles a Héctor.

Es probable que tales experiencias del horror me hayan recluído para siempre en mis librerías de cabecera, de donde mi alma sensible jamás debió salir. Allí todo el mundo entiende qué le pido, sabe dónde debo buscarlo, accede a vendérmelo y hasta me ofrece una conversación interesante sobre mi perversión favorita: la literatura.

Pero regresemos a nuestro lector, entrando en esa librería ideal, merodeando por las grandes mesas atiborradas de novedades, estudiando las portadas, los títulos, preguntándose quién debe de ser tal o cual autor, observando los altos anaqueles del fondo atestados de volúmenes, viendo cómo alguien se lleva algún montón de libros al mostrador y los va metiendo en una

caja en la que serán devueltos a su desdichado editor, mientras coloca un montículo nuevo que extrae de otra caja que tal vez lleva el mismo sello comercial. Si es un lector interesado tendrá que visitar la librería con frecuencia para que alguno de los títulos en verdad importantes no escapen a su evaluación. Y si por algún motivo lleva cinco o seis semanas sin poder visitar a su librero, con toda seguridad se habrá perdido algunos títulos de interés.

Supongamos que nuestro lector revisa las contracubiertas y las solapas con la finalidad de formarse un criterio que le permita adquirir un ejemplar, quién sabe si descubrir un autor. Lee primero las de aquéllos cuyas editoriales conoce. Algunas son tan crípticas respecto al contenido que sólo le permiten saber que se trata de una obra fundamental en la producción de su autor —a quien tal vez tampoco conoce— e imprescindible para la literatura de todos los tiempos. En otros casos, puede encontrarse con desagradables sorpresas, tales como: un libro de memorias camuflado bajo la apariencia —y la etiqueta— de novela, libros de cuentos a quien nadie llama por su nombre o ensayos que en ninguna parte afirman ser tal cosa. El mercado demanda novelas, y los editores llaman novela a todo, aunque a veces no lo sean y al hacerlo estén engañando a los consumidores.

Imaginemos que nuestra librería ideal dispone de un gran anaquel sobre el que puede leerse un rótulo que reza: *Nueva narrativa*. Si nuestro lector es valiente tal vez se atreva a descubrir autores jóvenes, de los que jamás ha oído ni leído nada. Para ello, se acerca al anaquel y a la vez se acerca a un montón de nombres nuevos. ¿Qué hace para empezar a conocer a estos desembarcados en el mundo de las letras? Leer las biografías de las solapas. ¿Qué encuentra? Sorpresas como las que siguen: “X tiene 25 años y una vez fue detenido por atraco a mano armada”, o “Y ha vivido en muchas ciudades del mundo, lo cual le ha permitido conocer a gran número de personas y trabajar en multitud de empleos, siempre viendo las cosas desde fuera gracias a su

inquietud y su ir y venir”, o “Z tiene dos amigos y tres perros, le gustan los helados de fresa, las canciones de Nat King Cole y escalar montañas. Escribe lo que sueña y luego sueña lo que escribe. Algún día se comprará un coche de carreras”. Alguien parece muy interesado en crear una imagen interesante –y levemente asocial– del escritor: existe la creencia popular de que así debe ser y porque los editores tal vez crean que eso ayuda a vender libros o, simplemente, pecan de dejar excesiva libertad a sus autores para que redacten las solapas biográficas. La cuestión realmente fundamental es: ¿Ayuda esa imagen estúpida del escritor a vender libros? ¿Qué es lo que hace que se vendan libros? ¿Qué es lo que hará a nuestro lector decidirse por uno u otro título, por uno u otro nombre? No estoy muy segura de poder responder a esa pregunta, ni tampoco de que nadie pueda hacerlo con gran seguridad.

Como lector, desconfío de esos autores que tratan de explicarme sus excentricidades en la solapa. Creo que el redactado de una nota biobibliográfica para la solapa de un libro es algo tan serio que requiere rigurosidad y concreción. Bastan unas pocas palabras para explicar lo realmente importante: dónde y cuándo nació el autor, qué ha hecho hasta ahora y en qué momento de su existencia o trayectoria se enmarca el ejemplar que sostenemos entre las manos. Todos los demás datos me parecen superfluos, como quiero creer que le parecerán a nuestro lector en busca de un autor nuevo.

“Lo último” en Literatura

Detengámonos un momento en el rótulo del anaquel, ya que eso que se da en llamar “nueva narrativa española” es una realidad tan amplia y variada que resulta muy difícil de clasificar. Además, lo acomodaticio del mercado editorial hace que los adjetivos “nuevo”, “joven” o “último” padezcan un uso y abuso tal que llegan a hastiar a los propios autores que los sufren, que somos todos. ¿Cuántas veces denunció Javier Marías lo mucho

que tarda en envejecer un autor a los ojos de la crítica literaria española? (él llevaba siendo un exponente de la “nueva” o la “joven” literatura varias décadas). En la actualidad son muchos los autores que padecen sistemáticamente el mismo mal. Tal les sucede a escritores como los barceloneses Enrique Vila-Matas, Pedro Zarraluki o Ignacio Martínez de Pisón, que siguen siendo para algunos los máximos representantes de la literatura última, y superan los 40 cuando no los 50. ¿Qué somos, entonces, los nacidos más de una década más tarde? ¿O los jovencísimos autores que empiezan a abundar y cuya fecha de nacimiento más se acerca a los 80 que a los 70? En el anaquel que centra la atención de nuestro lector habrá, con toda seguridad, muchos libros escritos por autores y autoras de entre 20 y 40 años. Y eso suponiendo siempre que el librero sea tan ideal como la librería que regenta. Es decir, que sepa cuándo ha llegado el momento de retirar los libros de ese anaquel y disponerlos en otros.

Si intentamos definir en la actualidad y en relación con lo literario ese volátil epíteto de “nuevo” o “último” podemos encontrarnos con la sorpresa que anunció Borges: Tal vez el presente no exista, y sólo haya pasado y futuro. Tal vez en literatura debamos resignarnos a estar hablando siempre de pasado, lo único que podemos comprender, cuando no del futuro que prometen algunos autores. Tal vez de ese “sensu contrario” podamos extrapolar nuestra definición: La literatura “última” podría ser la que aún promete más futuro que pasado ofrece.

En ese sentido, es interesante centrarse en el estudio de las primeras entregas de los autores más jóvenes, tal vez porque en el primer libro, si el autor es honesto y si es realmente un autor, queda constancia del planteamiento de las reglas del juego que habrán de regir su carrera literaria. Es posible que con posterioridad el escritor depure su estilo, construya mejor sus historias, tenga una visión más madura del mundo y, en definitiva, afile sus herramientas hasta lograr eso que se llama “oficio”, pero si en su primer libro fue coherente con sus convicciones y

con su talento, estará ya el germen de muchas de sus preocupaciones y de sus aciertos futuros. Precisamente por eso, porque se trata de semillas a desarrollar, resulta tan interesante la lectura atenta de algunas primeras obras.

En este reaccionar constante contra el padre que es la historia de los movimientos artísticos, la literatura última recoge ahora varios testigos: por un lado, el del retorno al gusto por contar historias de corte más o menos clásico. Por otro, el de la experimentación o la metaliteratura más próximas a algunos autores del auge latinoamericano. Parece claro que el lector hallará fácilmente ejemplos de ambas tendencias en el anaquel que está consultando, y podrá verificar la existencia de distintos tipos de autores jóvenes: los que persiguen, sobre todo, la recreación de una historia, y los que buscan especialmente un barroquismo estilístico que no repara en estructuras argumentales al uso. Podríamos hablar también de otras dos tendencias confrontadas: un retorno al costumbrismo, visto desde la óptica de la generación del *no future* —que redescubre en muchos casos a la generación *beat* estadounidense— y el escapismo de la novela histórica. Siempre teniendo en cuenta, desde luego, lo casi imposible que resulta clasificar lo que está aún en gestación.

Es posible que si el lector es, además, aficionado al cine de última hornada, constante con facilidad un fenómeno: mientras el cine español más reciente se está caracterizando por una crítica social feroz, por reflejar las miserias de la realidad cercana a veces de la manera más cruda —y baste con citar algunos ejemplos de filmes dirigidos por jovencísimos, a veces debutantes, realizadores, como *La buena vida* (David Trueba), *Tesis* (Alejandro Amenábar), *Solas* (Benito Zambrano), *Barrio* (Fernando León de Aranoa) o *El bola* (Acheró Mañas)— nada parecido parece estar sucediendo en literatura, donde se echa de menos una mayor implicación de los autores con su realidad.

Así pues, mientras que el espectador de cine español saldrá del cine concienciado de que existe una realidad más allá de las

fronteras de su mundo, una realidad difícil, problemática, muchas veces brutal, el lector de la literatura hecha por la misma generación se enfrenta a tramas más o menos convencionales, a atemporales ejercicios de estilo o a la visión sesgada de un cierto tipo de jóvenes —casi siempre acomodados— sobre un cierto tipo de problemas. Parece que la voluntad de la última hornada de autores no es, precisamente, la de denunciar la realidad, sino la de rehuirla. Seguramente ese lector nuestro, también aficionado al cine, echará en falta esa visión más crítica nada más echar un vistazo a los títulos disponibles.

Lo femenino y lo maniqueo

Volvamos al anaquel. Entre la oferta disponible nuestro lector hallará un alto número de nombres femeninos. ¿En qué porcentaje? Alto. Tal vez el más alto de la historia de la literatura española. ¿Le interesarán las historias que cuentan las autoras jóvenes? Responder a esta pregunta nos lleva a formularnos alguna otra: ¿Escriben las mujeres de asuntos diferentes a los que abordan los hombres de su misma generación? Por supuesto, no. Siempre me maravillan los convencidos de que las mujeres, por el sólo hecho de serlo, tenemos algo diferente que decir, algún punto de vista que aportar o algún tema en el que destacar. Esos planteamientos son, precisamente, los culpables de que exista tanta mala literatura etiquetada bajo esa falsa categoría de lo “femenino” que sólo logra ahondar en el tópico de la feminidad más mal entendida y, por supuesto, vender libros al colectivo de mujeres dispuestas a comprarlos —mayor que el de los hombres, rezan los estudios de mercado— atraídas por esas mismas artimañas. Y es que lo “femenino” en literatura sólo es un cebo poderoso para aumentar las ventas en un momento en que todas las Bridget Jones andan por las librerías buscando libros a su medida. Una medida que, en la mayoría de los casos, ni siquiera se acerca a los mínimos indispensables para considerar a una obra digna de ocupar en ella parte de un tiempo cada vez más caro y más repartido.

Seguramente a nuestro lector no se le ocurriría tampoco ningún rasgo que distinga la literatura escrita por mujeres de la misma hecha por hombres, salvo algunos de los rasgos de esa mal entendida feminidad a la que me refería y que consiste, básicamente, en el abuso del tópico más maniqueo: equiparación de la mujer con la tierra, lo natural, lo cíclico, lo fértil... exaltación de lo femenino por encima de lo masculino –cuando no ataque feroz contra lo masculino–, referencia sólo a personajes femeninos en lucha contra el mundo –cómo gustan a las autoras las historias acerca de varias generaciones de mujeres de una misma familia– y exaltación de cuestiones tan femeninas como manidas, desde la maternidad a la menstruación. No ha faltado, por cierto, quien a esa literatura tristemente llana en la elección de sus anécdotas la llame, con grandes dosis de malicia, “literatura menstrual”.

Mucho habría de eso, por supuesto, en el anaquel de nuestra librería ideal. Es posible, si nuestro lector fuera un hombre interesado en las incidencias de la industria del libro, que estuviera al tanto de cuanto los autores comentan acerca del tema. Sabría entonces, por ejemplo, que la inmensa mayoría de las autoras abominamos esa etiqueta de “lo femenino”. Es de sentido común que no existe una literatura “masculina” que hable de asuntos masculinos sólo para hombres. Igual que, aunque nos quieran hacer creer lo contrario, no existe una literatura “gay” pensada sólo para el colectivo de homosexuales. Que una novela aborde una preocupación u otra, y que ésta sea próxima al autor, no nos legitima para encerrarla en una determinada subcategoría. No porque no pertenezca a ella, sino porque seguramente pertenecerá a otras muchas o, de lo contrario, no será verdadera literatura. Para poner un ejemplo: nuestro lector ha ojeado, antes de llegar al anaquel dedicado a nuevos autores, una preciosa edición ilustrada de *El Quijote*. ¿A alguien se le ocurriría decir que se trata de un libro muy adecuado para psiquiatras y psicólogos porque trata de patologías

de la mente? ¿O poner algo así en el reclamo comercial de una faja roja que rodee la preciosa edición? ¿Y empezar a hablar de un grupo de autores que escriben “literatura para psiquiatras”? Pues algo así de ridículo ocurre con la literatura femenina, y nuestro lector lo sabe. Por eso se queda perplejo cuando observa la proliferación de títulos en los que las autoras se prestan a este tipo de juegos comerciales de los editores: antologías dedicadas sólo a mujeres, y sólo a temas femeninos –la maternidad, por ejemplo–; colecciones exclusivamente centradas en literatura hecha por mujeres, editoriales que sólo editan a autoras o supuestos ensayos dedicados al mismo tema. Todo repetido hasta el absurdo, todo terriblemente aburrido. Es posible que nuestro lector se esté aburriendo ya con sólo ver la atonía de los asuntos tratados. Y bien sabido es que lo que jamás perdona un lector es el aburrimiento.

Después de reparar en la existencia de este tipo de material, nuestro lector atento ya no necesitará que nadie le explique hasta qué punto influye la industria editorial en el contenido de ese estante que está observando. Conozca o no los datos objetivos, es posible que se haya percatado ya de la sobreabundancia de títulos editados. Sobreabundancia que obliga constantemente a los libreros a devolver los libros que rebosan de los expositores. Muchas veces no se trata de libros que lleven mucho tiempo a la venta, sino todo lo contrario: la vida media de un libro en un mostrador de novedades ronda los dos meses. Pasado este tiempo, y en el mejor de los casos, nuestro librero ideal optará por quedarse con uno o dos ejemplares de cada título y reservarlos en su fondo bibliográfico. Pero para ello hay que disponer de un espacio del que la mayoría de librerías carecen, por lo que lo más habitual es que todos los libros retornen a sus responsables los editores una vez pasado ese brevísimo tiempo inicial.

Ese ritmo desquiciado conlleva diversas consecuencias: que los editores se ven obligados a publicar y publicar, sin freno,

sólo para tener presencia en el mercado. Que el lector que esté interesado por un título debe buscarlo –y hallarlo– en un mínimo tiempo. Todos los editores asumen que el libro que no se vende en los seis meses siguientes a su lanzamiento difícilmente va a venderse después –salvo excepciones, que las hay– y, por consiguiente, buscar un libro publicado uno, dos, tres o cinco años antes puede llegar a convertirse en una tarea épica. Todo ello en datos objetivos viene a traducirse en un sin sentido tan grande como el siguiente: España edita aproximadamente 50.000 títulos al año –la mayor cifra de la Comunidad Europea– y tiene uno de los índices de lectura más bajos del continente.

¿Afecta eso a nuestro lector, que sigue distraído consultando la variedad de títulos del anaquel *Nueva narrativa*? Le afectará, y no poco, cada vez que entre en su librería y se someta al alud de títulos y autores cambiantes. Aproximadamente el 20 por ciento de los autores publicados por las editoriales literarias son noveles, lo cual supone al final de cada curso académico una cantidad inabarcable de primeras obras. Ni el más voluntarioso de los lectores podría estar al día de semejante producción. Tal desquiciamiento sólo puede resumirse en el título de un ensayo que el mexicano Gabriel Zaíd dedicó al asunto de la hiperproducción editorial: *Los demasiados libros*. Y los demasiados libros sólo consiguen despistar al lector, abrumarle y llevarle a un estado de confusión.

También los autores pagan las consecuencias de todo ello. Una vez, un editor y amigo me explicó que lo ideal para su gran casa editorial –uno de los sellos más importantes del mercado editorial español, con capital francés– sería que todos sus autores pudieran entregarle un libro cada seis meses. ¡Un libro cada seis meses! Sólo así, explicó, se podía lograr ese “equilibrio” ideal entre presencia en el mercado y producción, y sólo así se optimizarían los resultados contables del grupo. Por fortuna, no conozco a ningún autor que haya sucumbido a sus deseos, aunque hay algunos nombres que podríamos considerar demasiado

apegados a las mesas de novedades, y sólo hace falta ver los catálogos de sus editores para entender que publican con demasiada frecuencia. A modo de disculpa: aprender a decir “no” a un editor deseoso de publicar cualquier cosa que estés dispuesto a escribirle es una labor que requiere años de aprendizaje, mucha madurez y un enorme respeto por el mundo de las letras. A modo de ejemplo: no estaría mal que todos los autores siguiéramos la propuesta de Gabriel Zaíd en el ensayo citado: Escribir un poema por cada diez mil leídos y un libro por cada mil devorados. Y tener sólo permiso para publicar un libro –uno solo– a lo largo de toda una vida. Ojalá pudiera seguirse tan sabio consejo.

Cuestión de veteranía

Los graves inconvenientes de justamente todo lo contrario a la deseable contención los va a sufrir nuestro inocente lector quien, ni mucho menos, va a ser ajeno a ese desquiciado ritmo editorial ni a los reclamos de un mercado que agota sus estrategias con tal de llamar su atención. Imaginemos que nuestro lector no sigue la actualidad del mundo literario. No compra revistas especializadas en literatura, no lee críticas, no tiene una opinión muy formada sobre algún nuevo autor en concreto y a lo más que llega es a prestar atención en esas raras ocasiones en que la televisión entrevista a tal o cual escritor. Si le sucede esto último, es posible que sus gustos literarios se vayan decantando hacia los autores que publican sus obras en los sellos de un determinado grupo de comunicación y no hacia los de otro. O, simplemente, que le apetezca leer al ganador de tal o cual premio (los dos o tres premios cuyos libros se anuncian por televisión. Es decir: los de más impacto comercial).

¿Afecta todo ello a nuestro desinformado lector, mientras sigue rastreando la sección *Nueva narrativa*? Por supuesto que sí, mucho más de lo que él imagina. Nuestro lector estará siendo

víctima de muchas estrategias editoriales que pretenden captar su atención. Expositores que ponen a nuestro alcance el último ejemplar del magnífico premio; carteles promocionales donde los escritores se esfuerzan por aparecer como seres no sólo respetables, sino también fotogénicos y hasta —si se lo pueden permitir— guapos; y portadas donde el intervencionismo del editor es excesivo.

Me detengo en estos últimos dos puntos. Es interesante, en este sentido, la importancia que ciertos departamentos de promoción dan a la imagen externa del escritor. Juan Manuel de Prada, por ejemplo, se ha referido muchas veces —incluso en sus artículos de prensa— al cariño que le tiene a sus sempiternas gafas de concha, pese a que muchos le han insistido en que se las cambie por otras. Espido Freire, otra ganadora del Premio Planeta —no es una coincidencia— ha manifestado alguna vez que su representante literaria le recomienda acudir a las entrevistas muy bien maquillada. Sólo basta ver las fotos promocionales que de ambos utilizó editorial Planeta para entender qué imagen se persigue de los autores: hombres con aspecto pulcro e intelectual y mujeres lo más guapas y femeninas posible. Ilustrativo es también el último cartel promocional utilizado por Espasa para dar a conocer a los lectores la última novela de Lucía Etxebarría, galardonada con el Premio Primavera: otra vez esa feminidad prototípica (de la que, por cierto, está mucho más lejos Etxebarría que Freire).

Siempre me pregunto si hay alguien que compre el libro de una mujer por el sólo hecho de ser mujer o de ser mujer joven y atractiva. Tiendo a responderme que los motivos de un lector, incluso desinformado, para adquirir un libro, van mucho más allá de lo que le cautive la imagen de esa escritora. Entre otras cosas porque del aspecto físico de la autora no depende en absoluto ese resultado final que se llama novela o ensayo o colección de relatos. No conozco casos en que por ser fea, o gorda o desaliñada la autora haya salido el autor perjudicado.

Lo que sí conozco, y por desgracia en demasía, son casos en que el desaliño intelectual de un determinado autor o autora llevan al lector a gastar su dinero y su tiempo en algo que no merece ninguna de las dos inversiones. Por eso siempre me resulta comprensible que el lector sea tremendamente cauto al decidir comprar el libro de un autor joven y por eso sonrío satisfecha cuando tropiezo en las listas de libros más vendidos con nombres de autores veteranos del todo fuera de sospecha: Eduardo Mendoza, José Luis Sampedro, Miguel Delibes o Ana María Matute, por citar algunos ejemplos demostrativos de que las listas de éxitos no siempre se equivocan. Y es que, salvo excepciones muy contadas, la literatura es un largo camino en que la veteranía es un grado que los lectores saben reconocer.

No quiero olvidar, sin embargo, reseñar un caso en que pareció bastante claro, al menos durante algunos años, que el lector compraba libros sólo por el hecho de que la mayoría de autoras fueran mujeres. Me refiero a los primeros años del Premio La Sonrisa Vertical, convocado por Tusquets Editores, que durante un tiempo estuvo sirviendo de plataforma a algunas autoras hoy muy conocidas, como Mercedes Abad, Almudena Grandes o Ana Rossetti. Todas ellas coinciden con muchas otras en admitir la estigmatización que comportó para ellas un premio de esas características y también en el hecho de que ninguna de ellas haya vuelto a cultivar explícitamente la literatura erótica. En ese momento se admitía que el consumidor mayoritario de ese tipo de literatura era masculino, que una de los mayores incentivos que le llevaba a ella era el hecho de que las autoras fueran mujeres y jóvenes y que una de las preguntas más frecuentes con que debían lidiar sus autoras era el grado de relación que existía entre su biografía y la ficción que habían plasmado. Todo ello síntoma del estado moral de un país —España— que aún se andaba desperezando de demasiados años de censura franquista.

El editor intervencionista

Nuestro lector desinformado revisa las portadas a la vista. Tropieza con reclamos de todo tipo: colores vistosos para destacar el lomo o la cubierta; títulos impactantes que pretenden atraer al lector; fotografías dispuestas bajo el título con la misma finalidad —mención aparte requieren los libros en cuya portada aparece como reclamo el propio autor—; eslóganes insertados en la cubierta que pretenden explicar el contenido de la novela en una sola línea o editoriales que juegan al juego de las confusiones copiando títulos, estilos, colores o diseños a otras.

El diseño de ese rectángulo de cartón que va a ser la cara visible del libro sobre cualquier mostrador es para cuantos autores conozco un trabajoso proceso. En primer lugar, el editor tiene que considerar que un título es “comercial”, subjetivo concepto que los autores casi nunca logramos entender. Una de las más dolorosas intervenciones que pueden sufrirse por parte de un editor —incluso de los mejores— es el consejo de cambiar un título en exceso literario por otro que resulte más claro, más explicativo o más seductor. Incluso los casos en que has de reconocer que tenían razón —y que suelen ser los que afectan a las obras de otros, claro— parecen intromisiones excesivas. Luego viene la elección de la ilustración de la cubierta, en la que los autores poco o nada tienen que decir. Incluso hay grandes grupos editoriales que evitan comunicar sus decisiones a los afectados —es decir, a los autores— para evitar discrepancias, opiniones o altercados con ellos. En una ocasión yo misma hube de prometer a una editora abstenerme de hacer comentario de ningún tipo acerca de la foto que había de ocupar la cubierta de uno de mis libros a cambio de que me permitiese verla —y sólo verla— antes de que la cubierta estuviera confeccionada. Menos mal que me gustó.

Lo peor, desde luego, son los eslóganes que cada vez más editores incluyen en la portada de algunos libros. Eslóganes que no tienen, desde luego, ninguna razón de ser: no deberían

“mancharse” las cubiertas con explicaciones del contenido de la novela. Para eso está la contracubierta: allí los editores ya hacen alarde de calificativos elogiosos al referirse a la obra o al autor en cuestión. Si se insertan frases publicitarias en las cubiertas es porque muchos editores temen que suceda lo que, en efecto, sucede: que la mayoría de compradores de libros ni siquiera les dan la vuelta para leer el texto de la contratapa. Por eso la tapa debe contener la mayor información posible. Y no sólo en el rectángulo al que nos estamos refiriendo, también en esas fajas que nos informan que tenemos entre manos la última obra de un premio Nobel, la última entrega del autor de tal o cual éxito anterior, la novela premiada con tal galardón o la apasionante ficción en la que se basó la película cual. Eso suponiendo que no nos bombardeen con frases sacadas de contexto que pretenciosos críticos a los que casi ningún lector medio conoce han utilizado en sus comentarios acerca del libro. Si quiere leer todo ello, nuestro lector desinformado va a precisar mucho más tiempo del que probablemente desee pasar en la librería ideal.

Qué pasa después

El desenlace de esta historia era previsible: el lector desinformado elegirá uno u otro ejemplar en función de uno u otro criterio. Si se fía de su olfato para las sorpresas agradables tal vez no haga tanto caso a los reclamos publicitarios de toda índole. Si se fía de su librero, tal vez irá a pedirle sabio consejo de observador imparcial. Y si se deja llevar por los deslumbrantes reclamos de las cubiertas, los carteles, las contratapas o los eslóganes, acabará comprando lo mismo que otros muchos lectores, desinformados y no, han comprado ya antes. A veces, y todos lo sabemos, esa suele ser una poderosa razón. La mayor parte del público consumidor de cultura parece muy predispuesto a convencerse de que algo que han visto, oído o leído ya algunos miles de personas tiene necesariamente que ser bueno. Por eso,

por ese instintivo impulso hacia el gregarismo que tan bien nos caracteriza, muchos editores lo utilizan como argumento de ventas, anunciando en la faja que rodea un libro que se trata de la enésima edición o que una cifra impresionante de lectores lo ha leído antes.

En fin. Sea como sea, va nuestro lector desinformado con su compra hacia su casa. Y nosotros con él, porque nos interesa —como lectores y, sobre todo, como escritores— saber qué pasará después. Qué sucederá cuando nuestro amigo encuentre un rato para ponerse a leer en su sillón favorito, con una taza de café en la mano y una pieza de música sonando. Tal vez descubra que la historia y el autor le interesan, y se sienta muy satisfecho de haber sabido escoger entre la maraña tramposa que se le ofrecía en ese anaquel de *Nueva narrativa* de su librería de cabecera. También podría suceder todo lo contrario: que el libro le decepcione hasta el extremo de hacerle perder para siempre la confianza en cuanto le ofrecen los anaqueles de las librerías. Advertencia: ambas cosas pueden sucederle con independencia del procedimiento que haya seguido para escoger su ejemplar. Si sucede lo primero, él se sentirá reconfortado, pero más aún se sentiría el autor si pudiera, como nosotros, asistir a todo el proceso. Si, en cambio, sucede todo lo contrario, todos habrán sido víctimas de esa enorme confusión que se llama mercado editorial.

Pero, sin duda, los más damnificados serán siempre los autores. Si el lector es responsable no querrá volver a saber de él. Tal vez tampoco de ninguno de los que conformaban el anaquel donde se atrevió a buscar. Tal vez nuestro lector desinformado se recluya para siempre en los libros de su autor setentón favorito, o en los de sus clásicos veinte veces releídos. Si son varios los que hacen como él, no sería extraño que el autor en cuestión encuentre pronto serias dificultades para publicar y, en ese caso, termine haciéndolo en cualquier sello editorial, incluso en aquellos que le ofrecen condiciones inaceptables. Tal vez por eso

existan en el panorama literario español tantos escritores de una sola obra —y no precisamente notable— de los que nunca más se ha sabido. Tal vez otra suerte habrían corrido esos autores si en lugar de tropezar con un mercado literario deseoso de descubrir talentos a cualquier precio lo hubiera hecho con editores serios —de esos que aún sobreviven en sus respectivos y acotados hábitats— que les hubieran aconsejado paciencia, ejercicio de la escritura, y lento aprendizaje. Jamás se me despintarán las palabras de Juan Cruz, entonces editor de Alfaguara, cuando la jovencísima aspirante a escritora que yo era hace casi quince años le preguntó, todo candidez, qué debía hacer para publicar. Me miró muy serio y respondió: “Vivir”. Fue uno de los mejores consejos que he recibido jamás. Sin embargo, alguien deseoso de ver impreso su nombre en la portada de un libro no está muy predispuesto a seguir consejos de ningún tipo, ni siquiera los más sabios. ¿Tal vez porque es cierto aquello que defiende García Márquez de que la mayoría de jóvenes que escriben desean, no tanto ser escritores como ser famosos?

Una de las consecuencias de lo anterior es que el asociacionismo literario entre aspirantes a escritores sea una experiencia difícil, cuando no irrealizable. La mayoría de los jóvenes que escriben desean publicar a toda costa, sea o no publicable lo que se traen entre manos. Y, en consecuencia, no suelen estar muy predispuestos a recibir consejos o atender a razones, aunque estos vengan de autores que tienen mucho que enseñar. Si el crítico Rafael Conte afirma que todo escritor tiene la obligación de creerse Homero, podría asegurarse que en las asociaciones de jóvenes escritores se encuentran Homeros por docenas, aunque casi ninguno de ellos va a escribir jamás *La Odisea* ni sabe siquiera dónde está Ítaca. El día en que el escritor joven descubre qué precio tiene llegar a ser Homero, aprende a distinguir las voces de los ecos —es decir, el mercado literario de la verdadera escritura— y deja de preocuparse por publicar a cualquier precio y a toda prisa, ese día se ha convertido en un verdadero escritor. Lo

dice muy claro Truman Capote en el prólogo de *Música para camaleones*: “Al principio fue muy divertido. Dejé de serlo cuando averigüé la diferencia entre escribir bien y mal; y luego hice otro descubrimiento más alarmante todavía: la diferencia entre escribir bien y el arte verdadero. Es sutil, pero brutal”. Muy pocos llegan a descubrir lo mismo.

Si a estas alturas, nuestro lector desinformado sigue leyendo en su sillón, ajeno a la música que sigue sonando, es muy probable que el autor elegido pertenezca a este último grupo o, por lo menos, que vaya a pertenecer a él algún día no muy lejano. También es probable que nuestro lector recuerde fácilmente su nombre y le guarde una cierta fidelidad. No le importará al verdadero escritor que sea esa una fidelidad compartida sólo con otros pocos lectores: Juan José Arreola afirmaba que más vale que te lean mucho unos pocos que muy poco muchos. Nuestro joven autor, pues, ha conquistado esta tarde a un nuevo lector, y eso le convierte en protagonista de un pequeño triunfo. Un éxito en el que, sin duda, tienen que ver los editores, los distribuidores, los librereros, pero que en última instancia sucede entre el silencio compartido del autor y su lector. La verdadera literatura se parece entonces a una historia de amor, y cuando sucede lo justifica todo. Y tiene el poder de aislarnos de cuanto nos rodea.

Care Santos