

El precio de escribir

Martín Schifino
23 octubre, 2017

Escribe con Rosa Montero

Dibujos de
Paula Bonet



ALEAGUARA


Escribe con Rosa Montero

Rosa Montero

Barcelona, Alfaguara, 2017 176 pp. 14,90 €

¿Cómo anda esa novela? ¿Los personajes le dan fastidio? ¿Se le hace difícil orquestar las escenas imaginadas sobre el papel? No desespere. La industria editorial ha previsto sus problemas, y no escasean de libros con lecciones para los escritores principiantes. Hace unos años, Andrés Ibáñez publicó en estas mismas páginas un ensayo estupendo sobre el tema, que debería ser la primera escala para todo aquel que quiera hacerse una bibliografía amplia: lo recomiendo vivamente. Hoy toca, sin embargo, una tarea más modesta: centrarse en uno de los más recientes: *Escribe con Rosa Montero*. El libro, en realidad, es apenas un cuaderno en blanco con un puñado de consejos, pero viniendo de donde vienen ¿y no me refiero sólo a la autora, sino a la producción?, los consejos son significativos. Casi se diría que son sintomáticos de cierta idea hoy extendida en el ámbito editorial. De entrada, Montero se opone al mito romántico de que el genio se transmuta en obra como por arte de magia. Para ella, la literatura no es inspiración, sino esfuerzo. «Trabaja y persevera», anima. «La novela es una carrera de larga distancia y la tenacidad es más importante que el talento». ¿Alguien se atrevería a decirle lo contrario a una autora que tiene treinta libros publicados? Yo no.

El cuaderno de Montero es un objeto muy atractivo, fabricado con papel de primera calidad y decorado con unas ilustraciones preciosas de la artista plástica y escritora Paula Bonet. El escaso texto puede leerse en un cuarto de hora, y sus observaciones son de una generalidad tal que rara vez merece la pena plantearse salvedades. «A escribir se aprende escribiendo, leyendo, pensando, rehaciendo», detalla Montero, no sin reparar en que «hay trucos, ejercicios y consejos que pueden hacerte el trayecto más corto». Totalmente de acuerdo en los dos casos. También aparecen sugerencias prácticas: «Siempre, siempre, siempre hay que dejar reposar el borrador uno o dos meses». Y no faltan las profesiones de fe embebidas de sentido común: «No se escribe para enseñar nada, se escribe para aprender», o: «Es necesario alejarse de los dolores, verlos en perspectiva, rodearlos de la sabiduría del oficio». Estas impresiones son casi siempre inobjetables, pero cuesta imaginar que un aprendiz de novelista vaya a sacar provecho de ellos. La sabiduría del oficio, por

ejemplo, es precisamente lo que un libro de estas características debería transmitir, no dar por supuesto. Y recomendar a alguien que escriba «desde donde ya no sabe hacerlo», como se hace en otro fragmento, es un poco raro cuando la persona a quien se dirige está aprendiendo a escribir.

Más adelante, Montero propone un par de ejercicios; en total, dos: narrar un recuerdo y crear una escena a partir de unos pocos datos suministrados por ella. Dado que ahí acaba la práctica, uno se hace al menos una pregunta: ¿por qué pretenden ofrecernos su ayuda la autora y los editores cuando, al menos en este caso, se muestran tan poco dispuestos a atender los desafíos específicos de la literatura de ficción, por no hablar de la micromecánica de la escritura? La respuesta, sospecho, es que este «cuaderno de notas» que se nos aconseja tener «siempre a mano» no constituye la ayuda en sí, sino una herramienta de publicidad para quienes estén dispuestos a desembolsar unos euros adicionales con el fin (con la esperanza) de obtenerla. Reveladoramente, al término del cuaderno se nos informa de que, si nos han gustado los consejos de Rosa Montero, podemos matricularnos en su «Curso de Escritura Creativa en Escuela Cursiva». Me he fijado en el portal web correspondiente y cuesta 199 euros, «IVA incluido». En ese contexto cobra un matiz adicional un consejo bastante sensato que da Montero: «Jamás abandones tu trabajo para intentar vivir sólo de la ficción. [...] Hay que vivir de otra cosa. Yo vivo del periodismo». Parece que no sólo del periodismo.

Destaca al final otro consejo aún más sensato, que, por desgracia, no se explora en todas sus consecuencias: «No acudas a empresas de autoedición a las que hay que pagar para que publiquen tu libro. La mayoría son una estafa», escribe Montero. Si cabe secundarla, no es por razones morales o propias de la lucha contra el delito. Autopublicar un libro suele ser una mala idea, porque equivale a saltarse los mecanismos internos de control y equilibrio, por decirlo con un lenguaje económico, que la industria editorial pone en práctica, o debería poner en práctica, con el fin de asegurar la calidad de las obras que comercializa. Cuando un editor de los de toda la vida contrata un libro está otorgando un primer sello de calidad; está diciendo a su autor que reúne las condiciones *mínimas* para salir en busca de lectores. Huelga decir que no en todos los casos eso se cumple ¿a menudo se publican obras estrafalariamente malas?, pero el sistema literario se basa en la existencia efectiva de instancias de validación. Después el editor aportará, según proceda, una corrección ortotipográfica, retoques de estilo, una comprobación de datos fácticos y quizás un pequeño replanteamiento estructural; lo anterior convertirá el manuscrito en un libro capaz de entrar en circulación. De ahí que la autopublicación no siempre coincida con los intereses del público. La estafa puede ser doble, si bien el mayor implicado no siempre se da cuenta: la editorial estafa al protoescritor, y el protoescritor estafa implícitamente al protolector, que de comprar su libro probablemente encontrará un producto mal acabado. Todo esto es bastante obvio. Quizá por ello Montero no abunda sobre el tema; o quizá los motivos son otros.

De las empresas de autopublicación, nos decía, la «mayoría son una estafa». ¿Será que hay excepciones? Por lo pronto, uno de los nuevos actores en este enorme mercado potencial, donde se editan con cargo al autor libros a menudo ineditables, es Penguin Random House, el mismo grupo editorial que publica y distribuye *Escribir* con Rosa Montero. Penguin Random House no lo dice de esa manera, por supuesto. Hace alarde, al revés, de haberse convertido en «el primer editor tradicional

español que ha creado un sello de autopublicación, Caligrama, que hoy lidera el sector con su distribución y servicios editoriales». Si pasamos a las cifras que tanto desmayan a los grupos, nos enteramos de que Caligrama ha publicado desde su creación en 2014 «medio millar de obras». Eso quiere decir, a su vez, que un sello del que casi nadie ha oído hablar publica entre ciento cincuenta y doscientos títulos por año, una cantidad que está al nivel de importantes editoriales independientes como Anagrama o sellos como Alfaguara o Literatura Random House. Un montón de libros para el consumo de una franja ínfima de lectores. Y atención: el gasto editorial también es ínfimo. Las tiradas van de veinticinco a ciento cincuenta ejemplares, no se invierte en publicidad, no se reparten ejemplares de prensa y, desde luego, el autor no recibe un euro. Muy al contrario, según cuál sea la modalidad elegida debe abonar a Penguin Random House las cantidades de 499 euros (plan Publica), 999 euros (Destaca) o 2.299 euros (Talento). Haciendo el cálculo bastante conservador de multiplicar el medio millar de obras por la tarifa media, llegamos a quinientos mil euros, poca cosa para un grupo de semejante magnitud, pero sin duda un dinero que conviene ingresar.

Con ello en mente, las cosas empiezan a ponerse interesantes. Y habría que ser un ingenuo para creerse la propaganda de la editorial sobre llevar «la mayor cantidad de historias posibles a los lectores de todo el mundo». Más allá de los dividendos, en cualquier caso, vale la pena reflexionar sobre lo que significa el sello para ese sistema de valor llamado literatura. «En Caligrama ¿se anuncia en su portal web?, aspiramos a ampliar el horizonte editorial» con «contenidos muy diversos bajo un mismo sello: nuestro catálogo comprende novela, poesía, ensayo y obras experimentales». Dicho de otro modo, pagando puede publicarse todo lo que uno quiera, aunque, obviamente, no es lo mismo pagar 499 euros que 2.299 euros. Por la tarifa más baja, sólo se ofrecen al escritor la impresión (veinticinco ejemplares), la maquetación y el diseño de cubierta, atendiendo a las ideas que aporte sobre esto último; por el doble, se le proporciona una corrección ortotipográfica del texto; y por la tarifa más alta, donde sospecho que reside el verdadero negocio, se le ofrece un informe editorial, acceso a un editor que revise el texto sesudamente y la posibilidad de optar al Premio Best-Seller y «publicar en un sello comercial en Penguin Random House Grupo Editorial». Todo lo anterior está a disposición del interesado en el correspondiente portal web, pero llamé por teléfono para cerciorarme. Me atendió la voz más amable que nunca he encontrado en una editorial y que se ofreció a aclararme todas las dudas. El tono era una extraña mezcla de teleoperador hablándome de un descuento en el gas o la luz y un sacrosanto respeto por la superioridad intelectual de la casa madre. Parecía que aceptando mis hipotéticos 2.299 euros me hacían un favor.

Favores o no, quedaba clarísimo que aceptar, aceptarían, con la sola restricción de que el manuscrito no superara las setecientas cuarenta páginas. Estoy casi seguro de que podría copiar el primer cuarto del listín telefónico de Madrid, presentarlo como un experimento de literatura conceptual posduchampiana sobre la onomástica capitalina y, previo desembolso, tendría mis ejemplares. (Ya quisiera ver el informe del editor.) Experimentos aparte, aquí es donde los hipotéticos quinientos mil euros empiezan a dar frutos insospechados. Es muy probable, por mera estadística, que de quinientas obras publicadas hasta ahora, al menos una sea digna de venderse y obtener lectores. En la página de Caligrama, de hecho, se habla muy bien de Delfina Müller, «que con su primera obra Small Talk ha recibido el Sello Talento Caligrama por la calidad literaria y potencial comercial de su novela» (curiosa

falta de rigor en la puntuación del portal web: Small Talk debería ir entre comas). Le deseo lo mejor a Müller. Pero me inquieta que haya tenido que pagar un peaje tan alto para entrar en un mercado incierto. Y me parece una deplorable deriva del sector editorial que uno de los dos grupos con más volumen de negocio se proponga adoptar un modelo así, si bien sea sólo en parte. Por ese lado, llegamos a modelos de negocios sumamente asimétricos, como los de ciertas plataformas de contenido, donde un gigante tecnológico pone la herramienta y lo demás lo aporta el usuario, de manera gratuita, generando beneficios que sólo recauda el dueño de la plataforma.

Pese al aliento de Caligrama, es un argumento especioso afirmar que «la autoedición del libro» permite impulsar una «carrera literaria». En muy contados casos puede que sea así. En todos ellos, lo primero que hace posible ese mecanismo es la transferencia al autor del coste en que debe incurrir la editorial al buscar nuevos talentos y una reducción considerable del riesgo económico de publicar a un autor novel (poner un libro en la calle, no casualmente, cuesta en torno a los dos mil euros). Tampoco debe ignorarse que, mediante las promesas del lenguaje publicitario, se juega con la ilusión de los interesados: sáquense las conclusiones pertinentes. Hasta dónde llegarán los grandes grupos con estas nuevas prácticas nadie lo sabe, pero parece recomendable oponerles resistencia. Rosa Montero tiene razón en un par de cuestiones: si uno quiere escribir en serio, más vale tomárselo como un trabajo, y sería de locos pagar para que le dejaran hacerlo. La segunda cuestión es que, por eso mismo, lo más sensato es probar con «las verdaderas editoriales». El riesgo es que a nadie le interese el manuscrito de uno. Llegado un momento, quizá haya que afrontar las consecuencias de ese hecho. Escribir novelas, en efecto, no es para todo el mundo. Pero no escribirlas tampoco es tan grave, y siempre se puede leerlas. Lo verdaderamente inaceptable es que un anhelo privado acabe convertido en la oportunidad monetaria del mercachifle de turno.

Martín Schifino es crítico literario y traductor. Entre sus últimas traducciones figuran las de James Joyce, *Retrato del artista adolescente* (Madrid, La Oficina de Arte y Ediciones, 2017); Joseph Mitchell, *La fabulosa taberna de McSorley* (Barcelona, Jus, 2017); y Victor Segalen, *Ensayo sobre el exotismo. Una estética de lo diverso* (Madrid, La línea del horizonte, 2017).