

Jason Epstein



***La industria
del libro***

Pasado, presente y futuro de la edición

Lectulandia

Cabría decir que la de Jason Epstein es la carrera más creativa realizada en la edición de libros durante el pasado medio siglo. En 1952, cuando era un joven redactor en Doubleday, creó Anchor Books, que desencadenó la llamada revolución del libro en rústica de calidad —*quality paperback*— y estableció el formato comercial del mismo. El decenio siguiente cofundó *The New York Review of Books*. En los años 80 creó la *Library of America*, dedicada a los mejores clásicos norteamericanos, y *The Reader's Catalog*, el precursor de la venta de libros on-line. En este volumen analiza la severa crisis que afronta hoy la industria del libro —crisis que afecta por igual a escritores, lectores y editores— y profetiza el futuro de una industria radicalmente transformada que revolucionará la idea del libro tan profundamente como la invención, hace cinco siglos, del tipo móvil.

«Uno siempre espera de Epstein claridad y elegancia, pero esta obra nos ofrece más. Escrita por una figura muy importante de la industria del libro, es una visión brillante, emocionante y profundamente perspicaz de la historia, la situación actual y el futuro de la edición norteamericana» (Toni Morrison).

«Es posible, incluso probable, que nadie sepa más sobre la industria editorial que Jason Epstein. Lo que eleva a este libro al rango de clásico es el modo en que está escrito, ya que Epstein posee, además de sus conocimientos, un estilo impecable que jamás decepciona al lector» (Norman Mailer).

«*La industria del libro* es un documento literario extremadamente importante, elegantemente escrito y con una argumentación impecable. Me parece fascinante como historia cultural, como memoria y como profecía. Es gratificante saber que el público lector tendrá a su disposición las ideas de este hombre notable que ha trabajado en el corazón creativo de la edición norteamericana durante los últimos cincuenta años» (E. L. Doctorow).

Jason Epstein fue durante muchos años director editorial de Random House. Fue el primer galardonado con el National Book Award for Distinguished Service to American Letters y recibió el Curts Benjamín Award por «inventar nuevas maneras de publicar y editar». Ha editado a numerosos novelistas de extraordinaria importancia, entre ellos Norman Mailer, Vladimir Nabokov, E. L. Doctorow, Philip Roth y Gore Vidal.

Lectulandia

Jason Epstein

La industria del libro

Pasado, presente y futuro de la edición

ePub r1.0

Titivillus 06.12.16

Título original: *Book Business. Publishing Past, Present and Future*
Jason Epstein, 2001
Traducción: Jaime Zulaika

Editor digital: Titivillus
ePub base r1.2

más libros en lectulandia.com

A Judith Miller

Los ídolos más primitivos, incluso los que han sido abandonados durante largo tiempo a merced de la selva y las tormentas de arena, son hitos en el viaje del espíritu humano: representan una búsqueda de coherencia en las confusiones y los temores de la vida. Así pues, aquella venerable Cámara de los Lores no era un simple vestigio constitucional de las grandes fortunas terratenientes; era también un fetiche, encarnaba la responsabilidad idealmente paternal de los pocos nobles. Y aunque este significado era totalmente incongruente con el siglo xx, quienes procuraban preservarlo no eran hombres meramente ociosos o arrogantes. Veían el ocaso de determinados valores que en su mejor grado eran muy elevados y en el peor eran muy humanos; no comprendían que la vida consiste en el cambio, que nada puede permanecer inmóvil, que los santuarios de hoy sólo son idóneos para el ganado de mañana. Aferrándose a las realidades del pasado, se disponían a defender hasta el final su causa muerta.

GEORGE DANGERFIELD,

The Strange Death of Liberal England

PREFACIO

Mucho antes de que los libros existieran como objetos físicos, los narradores transmitían a las generaciones siguientes datos esenciales en forma de relato: así ocurre, por ejemplo, en la *Odisea*, que imparte consejos a marineros y maridos, o en la sabiduría moral y práctica de los libros del Antiguo Testamento y tradiciones tribales similares. Aun antes de que existiese el lenguaje tal como lo conocemos, debieron de contarse historias por medio de gestos rítmicos acompañados de fonemas dotados de un sentido, al ritmo con que una piedra golpea contra otra o al sonido de leños huecos utilizados como tambores, o con la respiración amplificada por el soplo a través de cuernos de animales, o de punteo de cuerdas: óperas ancestrales. El sonido musical —el verso— es la más antigua tecnología literaria, fácil de almacenar en la memoria y cantada como los niños cantan los alfabetos y las tablas de multiplicar. En los albores de nuestra civilización alfabetizada, la nueva tecnología de la escritura significó que ya no había que memorizar las historias colectivamente en forma de verso, sino que podían ponerse por escrito. De este modo, las historias se guardaban en forma de prosa para un uso ulterior; pero incluso la prosa, con su puntuación regular, refleja sus orígenes musicales.

El lenguaje escrito es una tecnología reciente en la larga historia de nuestra especie. Por lo que sabemos, y como sugiere el sentido común, evolucionó a partir del cómputo, del acto de llevar las cuentas: una actividad comercial. Los antiguos comerciantes del Próximo Oriente numeraban sus sacos de cereales y sus redomas de vino con cortes acompañados de pictogramas grabados en tablillas de arcilla y piedra, y seguramente también en tableros de madera. Veinte de esas incisiones todavía se siguen llamando un *score*,^[1] y las personas que se encargan de los marcadores siguen apuntando las cifras del resultado en un tablero. Esas incisiones, antepasados de adjetivos y nombres, fueron el origen del lenguaje escrito. A la larga, los pictogramas, reducidos a sus fonemas —alfa, beta, etc.—, se convirtieron en alfabetos, y hace unos quinientos años esta poderosa tecnología fue ampliada en gran medida por la invención del tipo movable, que en su versión europea dio nacimiento a la Reforma, la Ilustración, las revoluciones científica e industrial y las sociedades de ellas resultantes: en otras palabras, nuestro mundo actual con todos sus prodigios y sus males. Los libros en los que esas historias se conservaron para su uso ulterior ya podían transportarse hasta los confines de la tierra y finalmente se convertirían en

objetos de compra y venta en las librerías.

En la última docena de años, el tipo movable ha sido sustituido por tecnologías que eran inimaginables en los años 1950, cuando yo entré en la industria del libro. Al igual que el tipo movable y las tecnologías del lenguaje oral y escrito, estas tecnologías electrónicas cambiarán radicalmente el modo en que la información se transmite, las historias se leen y las culturas se forman. Dentro de diez o veinte años, la edición de libros será muy distinta del pintoresco oficio que emprendí hace cincuenta años.

Las tecnologías cambian el mundo, pero la naturaleza humana sigue siendo la misma. De no ser así, obras de venta universal como la *Ilíada*, los Salmos de David y el *Beowulf* nos serían ininteligibles hoy en día. Las sucesivas tecnologías del lenguaje, la escritura y el tipo movable han puesto en manos de los narradores instrumentos cada vez más poderosos cuya utilidad no habríamos podido imaginar cuando dichas tecnologías eran nuevas. Nuestros hijos y sus hijos tendrán que aprender el significado de las tecnologías electrónicas que ahora se perfilan en el horizonte. La industria editorial tal como yo la he conocido es ya obsoleta, pero el arte humano, delimitatorio, de contar historias sobrevivirá, como siempre ha hecho, a la evolución de las culturas y sus instituciones. Las nuevas tecnologías cambian el mundo pero no borran el pasado ni alteran el genoma humano.

Los libros como objetos físicos no desaparecerán para ser reemplazados por señales electrónicas que se podrán leer en pantallas portátiles de cristal líquido. Tampoco perecerán las librerías. Pero de aquí en adelante coexistirán con listados multilingües bien surtidos de textos digitalizados procedentes de múltiples fuentes, tal vez «etiquetados» para facilitar su consulta, y difundidos electrónicamente. Los lectores de esos listados en sus ordenadores personales podrán transferir los materiales que seleccionen a máquinas capaces de imprimir y encuadernar ejemplares únicos, según demanda, en innumerables sitios remotos y quizá, finalmente, hasta en sus propias casas. Tales enclaves pueden ser un quiosco en la esquina de mi calle de Manhattan, mientras que los lectores de la cabecera del Nilo o de las estribaciones del Himalaya tendrán un acceso similar al saber del mundo en los quioscos que tengan cerca. La tecnología adecuada, en embrión, ya está disponible y yo la he visto. No se puede eludir el futuro que entraña. Lo aguardo con curiosidad y ansia.

Este libro es una versión ampliada de tres conferencias que dicté en octubre de 1999 en la Biblioteca Pública de Nueva York, patrocinadas por su Center for Scholars and Writers. Agradezco a Peter Gay, director del centro, y a Paul Leclerc, presidente de la biblioteca, su invitación a inaugurar esta serie de conferencias, y a Peter el haber leído y mejorado este manuscrito. Doy especiales gracias a mi amiga Barbara Goldsmith, del consejo de administración de la biblioteca, por alentarme a aceptar la invitación, cuando mi deseo ferviente había sido declinar ese honor en beneficio de

un orador más cualificado, elegido entre una docena o más de candidatos cuyos nombres vienen enseguida a la mente. Estoy igualmente agradecido a Drake McFeely, presidente de W. W. Norton, que me animó a ampliar mis conferencias y actuó como *editor*,^[2] tarea que trascendía la llamada del deber y cuyo rigor conozco demasiado bien. Doy nuevamente las gracias a McFeely por ponerme en manos de su competente colega Sarah Stewart y su ayudante, Eve Lazovitz. Robert Silvers y Barbara Epstein, de la *New York Review of Books*, que publicó el primer capítulo de este libro, fueron, como siempre, mentores brillantes. Mi condiscípulo de Columbia y antiguo colega editorial Robert Gottlieb, el *editor* más dotado de su generación, y quizá de todas, tuvo la amabilidad de leer el manuscrito y me ahorró no pocos errores y omisiones. Agradezco a Michael Kazmarek que comprobase los datos, a Alfred Knopf, Jr., y a Ashbel Green sus buenos consejos, y a Mary Bahr, Hilton Als y Veronica Windholtz su amistad, entusiasmo y sentido común. Mi gratitud a Hugh Rawson por la información adicional. Debo asimismo agradecer a Michael Smolens, mi intrépido amigo, y sus colegas visionarios de Three Billion Books que me introdujeran en las tecnologías emergentes, algunas todavía en sus garajes, que en su día cumplirán la visión que ellos y yo tenemos del futuro de la edición. Estoy en deuda, como siempre, con mi increíble mujer, Judith Miller, por su paciencia, valor y lucidez.

1. EL RUMOR DE GUIJARROS

La edición de libros es por naturaleza una industria artesanal, descentralizada, improvisada y personal; la realizan mejor grupos pequeños de gente con ideas afines, consagrada a su arte, celosa de su autonomía, sensible a las necesidades de los escritores y a los intereses diversos de los lectores. Si su objetivo primordial fuera el dinero, estas personas habrían elegido otras profesiones. Habrían elegido ser, por ejemplo, agentes literarios, muchos de los cuales han prosperado a medida que los anticipos sobre derechos de los autores han aumentado a un ritmo frenético en el fuertemente competitivo mercado actual de talento vendible. Pero la mayoría de los editores que he conocido prefieren considerarse, como yo, enamorados de un oficio cuya recompensa es el trabajo en sí y no su valor en metálico.

Hoy día, la industria editorial se halla al borde de una vasta transformación que promete grandes oportunidades de innovar: muchas pruebas, muchos errores, muchas mejoras. Mucho antes de que transcurra otro medio siglo, la industria que he conocido durante los cincuenta años pasados se habrá modificado hasta un punto irreconocible. En los años veinte, una brillante generación de jóvenes editores norteamericanos se sintió heredera de la transformación que dio en llamarse modernismo y la alimentaron con buen gusto, energía y pasión. Así como la generación de Einstein había introducido definitivamente los temas de la física moderna, y como Cézanne, Picasso y sus contemporáneos hicieron lo mismo en la pintura, así también los escritores de principios del siglo xx crearon definitivamente el vocabulario y los temas de la literatura moderna. Aún tendría que elaborarse mucho, pero la tarea fundamental estaba hecha y no podía hacerse de nuevo. Mi carrera editorial ha recorrido la larga, aunque en absoluto estéril, pendiente que comienza con aquel momento parnasiano.

El florecimiento cultural de los años veinte fue un acto de liberación —o eso creyeron entonces sus artífices— de una sociedad cuyas deficiencias morales, estéticas e intelectuales se habían vuelto intolerables. La transformación que aguarda a los escritores y editores de hoy es muy distinta y tendrá repercusiones más amplias. No surge de la desesperación cultural ni de una rebelión estética, sino de nuevas tecnologías cuya influencia cultural promete ser no menos revolucionaria que la invención del tipo movable, un vector de civilización al que dichas tecnologías, al cabo de medio milenio, han sustituido sin contemplaciones en los últimos doce años.

De igual manera que las consecuencias de la tecnología de Gutenberg no habrían podido preverse en su época, las de las nuevas tecnologías no están muy definidas hoy, pero no parecen ser menos cruciales.

Hace veinte años, cuando mis hijos y sus amigos llegaron a la mayoría de edad, les aconsejé que se apartaran de la industria editorial, que a la sazón yo consideraba en un estado de decrepitud terminal, si no de extinción. Actualmente daría el consejo opuesto a jóvenes que aprecien mucho los libros. La transformación que les espera anuncia ramificaciones culturales que auguran toda una vida de aventura creativa, de facetas mucho más trascendentes y distintas que las que encontró la generación de Horace Liveright, Alfred Knopf y Bennett Cerf hace ochenta años, cuando Joyce, Hemingway y Eliot y sus iguales surgieron del estercolero de la Segunda Guerra Mundial y la terrible inocencia que la generó.

En este libro quiero describir las primeras etapas de estas tecnologías tal como las entiendo. Pero no puedo hacerlo sin hablar de la industria cada vez más envejecida en la que he trabajado durante medio siglo. Durante ese periodo, la edición de libros se ha desviado de su verdadera naturaleza, y ha adoptado la actitud de un negocio como cualquier otro, bajo el dictado de unas condiciones de mercado poco favorables y los despropósitos de unos directivos que desconocen el medio. Ello ha provocado muchas dificultades, pues la industria del libro no es un negocio convencional. Se asemeja más a una vocación o a un deporte de aficionados cuyo objetivo primordial es la actividad en sí misma más que su resultado económico. Para los propietarios de las editoriales y para los colaboradores dispuestos a trabajar por amor al arte, la edición ha sido en mi época inmensamente gratificante. Para los inversores que buscaban ganancias convencionales, ha sido decepcionante.

En 1958, cuando yo entré en Random House, era una destacada editorial americana que publicaba libros de interés general, pero su guía de teléfonos interna, que incluía al centenar aproximado de empleados, no ocupaba una hoja del tamaño de una tarjeta postal. Para nosotros, en aquellos tiempos, Random House era una segunda familia, insólitamente feliz, cuyo domicilio diurno cabía cómodamente en el ala derecha de la antigua mansión Villard, en la esquina de Madison con la calle 50, con su vestíbulo de mármol blanco y negro, su inestable ascensor y su patio, donde teníamos derecho a seis preciosos espacios de aparcamiento: los otros doce pertenecían al arzobispado de Nueva York, que ocupaba las secciones central y meridional de la mansión. Mi despacho, de paredes verde oscuro, suelo de parquet gastado y un balcón a lo Julieta que daba al patio, había sido un dormitorio, y algunas veces, cuando llegaba al trabajo, encontraba a un autor caprichoso que había pasado allí la noche, no siempre solo. Aquellas oficinas eran un segundo hogar tanto para escritores como para nosotros. La señora Debanzie, nuestra recepcionista escocesa, solía mandarlos arriba para que los recibiésemos sin haber sido anunciados: W. H. Auden, con su abrigo raído y zapatillas de felpa, venía a entregar el manuscrito de *La mano del teñidor*; Ted Geisel, conocido como el Dr. Seuss, venía con sus guiones

gráficos a recitarnos *Huevos verdes con jamón* en el despacho espacioso y cuadrado de Bennett Cerf, al fondo del pasillo; el cardenal Spellman nos trajo sus poemas, que publicamos como un acto de buena vecindad y para evitar controversias con los monseñores acerca de nuestros aparcamientos. En mi memoria asocio a nuestros autores con partes concretas del edificio: Terry Southern sentado a una mesa de madera en la sala de correo del sótano, al lado de la máquina franquadora, cacareando con su exagerado acento de Texas escenas que había escrito para *Teléfono rojo: volamos hacia Moscú*; Andy Warhol fuera de mi despacho, en la cima de la en tiempos grandiosa pero ahora maltrecha escalera de mármol, haciendo una ligera reverencia y dirigiéndose a mí, en un susurro deferente, como señor Epstein, como si yo fuera un patriarca y no un tipo con un suéter astroso y pantalones de pana poco mayor que él; John O'Hara, con un terno de tres piezas, exhibiendo su Rolls-Royce en el patio un día soleado; Ralph Ellison en mi despacho, fumando un puro y explicando con las manos cómo Thelonius Monk perfeccionaba sus acordes.

Aunque nuestros autores delegaban en sus agentes las negociaciones con la casa, Random House era para muchos de ellos su familia, como lo era para nosotros. Hoy, muchos sellos editoriales se han disuelto dentro de vastos consorcios de medios de comunicación, y muchos autores dependen ahora de sus agentes como antaño dependían de sus editores para asegurarse el sustento. Pero, hace cuarenta años, el agente no era más que una necesidad secundaria, como el dentista, al que sólo visitamos cuando nos hace falta, no la figura predominante en la vida del autor en que se ha convertido de entonces acá. En la mansión Villard, los *editors* casi nunca celebrábamos reuniones, sino que intercambiábamos noticias y chismes o pedíamos consejo cuando nos apetecía, a menudo a autores que por casualidad estaban en el edificio. En muchos casos, esos autores se convertían en amigos para toda la vida. Pero en Random House, a diferencia de en Simon & Schuster, una familia mucho más íntima en aquel entonces, la vida privada de los *editors* rara vez se cruzaba, y muy pocas veces nos veíamos fuera del trabajo. La mayoría de nuestras amistades eran los autores, y celosamente nos reservábamos estas preciosas intimidades. Un ejército regular vive en cuarteles. Los ejércitos de guerrilla viven en medio del pueblo que les sostiene y por el que luchan. Igual que nosotros, los editores.

En la actualidad, la sección central de la mansión Villard es la entrada al Hotel Palace. El ala sur alberga un restaurante de moda. Desde su entrada, mirando hacia arriba, se ve mi antiguo balcón. En 1969, Random House había adquirido Alfred A. Knopf, había sido, a su vez, adquirida por RCA, y la mansión Villard se le había quedado pequeña. Aquella primavera nos trasladamos a un edificio anodino de cristal en la Tercera Avenida. No tengo un recuerdo alegre de aquel día. Habíamos perdido algo más que las plazas de parking. Sentí que perdíamos nuestra individualidad sin ganar nada a cambio. Aunque he sido responsable de algunas innovaciones en la industria editorial, ahora veo que todas ellas tenían por objeto recobrar el pasado efímero. Soy escéptico respecto al progreso. Mis instintos son arqueológicos. Soy

seguidor del dios Jano, que mira hacia atrás y hacia delante al mismo tiempo. Sin un vínculo intenso con el pasado, el presente es un caos y el futuro indescifrable. En nuestra cultura los libros constituyen ese vínculo, quizá el principal, sin duda indispensable. Me preguntaba cómo afectaría nuestra nueva situación al delicado proceso en virtud del cual la obra de un autor se convierte en un libro. Con estos pensamientos participé en la mudanza a nuestra nueva sede, tres manzanas más al este. En nuestras nuevas dependencias, con sus despachos enmoquetados, seguíamos gozando de libertad de movimientos con respecto a RCA, al menos en teoría, pero una industria artesanal dentro de un gran grupo no tiene sentido. Me inquietaba la disonancia entre la pretensión de que éramos una empresa corriente y la verdadera naturaleza de nuestro trabajo. Sólo retrospectivamente veo que nuestro traslado formó parte de una transformación más grande que afectaba a mucho más que a la industria editorial y a nuestra pequeña, elegante y amigable empresa.

En los años cincuenta, la industria del libro seguía siendo la actividad en pequeña escala y en gran medida personal que había sido desde los años veinte, cuando una notable generación de hombres jóvenes —y unas pocas mujeres—, muchos de los cuales eran judíos a los que no se admitía en las empresas de la vieja guardia, rompieron con sus remilgados antecesores, arriesgaron sus fortunas personales y encararon la desaprobación de sus mayores al promover agresivamente la literatura y las ideas del modernismo. Como los dueños de las galerías de arte de Manhattan en los años sesenta, llegaron a la mayoría de edad durante una revolución cultural y la explotaron brillantemente. Pero cuando les conocí, en los años cincuenta, aquellos editores me parecieron cualquier cosa menos revolucionarios. Al igual que los escritores de vanguardia a los que defendieron en los años veinte, ahora representaban el orden establecido y llevaban las canas con dignidad. Los recuerdo con gorras de tweed, envueltos en mantas en las cubiertas de primera clase de los transatlánticos; o paseando por la Quinta Avenida las mañanas de domingo con sus abrigos y sombreros de Locke; o en Hunterdon County en otoño, pasando el fin de semana con Faulkner. Almorzaban en el «21» y cenaban en Chambord o en el Colony. Un domingo, después de almorzar en casa de los Knopf, en Purchase, corrieron las cortinas y proyectaron películas caseras de Alfred Knopf y Thomas Mann, sentados en hamacas junto al lago Constanza, oscilando como autómatas al mover los brazos mientras conversaban. Nos quedamos a ver una segunda película muda en la que Mann aparecía disertando, probablemente sobre el fracaso moral del romanticismo alemán, pues había trazado en la pizarra una línea vertical y en un lado había escrito *belleza, enfermedad, genio y muerte*, y en el otro *vida y moralidad*. Por más que Alfred Knopf vistiera camisas oscuras y corbatas con un sol rodeado de sus rayos, y llevara un bigote de cosaco, él representaba, aún más que sus serios homólogos, la sobriedad y la dignidad incuestionable de una poderosa generación que había llegado a la mediana edad. La presencia de estos editores era una inspiración para recién llegados como yo. Derrocarlos como ellos habían derrocado a sus

antecedentes era impensable. Había que emularlos. Pero ¿cómo? *Ulises* y *Tierra baldía* no eran experimentos que las siguientes generaciones pudiesen perfeccionar. Eran monumentos que había que estudiar, pero insuperables. De modo que nosotros y nuestros autores hicimos lo que pudimos con lo que teníamos. En aquella época se me quedó grabada la magnífica respuesta de Yeats al valetudinario «Playa de Dover» de Matthew Arnold: «Aunque la gran canción ya no resuena / hay un vivo deleite en lo que es nuestro: / El rumor de guijarros en la orilla / bajo el reflujo de la ola».

Random House se trasladará pronto desde la Tercera Avenida a una nueva sede unificada que construirá en Broadway su actual propietario, un grupo mediático internacional que comprende varios sellos editoriales muy conocidos como, además de Random House y Knopf, Doubleday, Bantam, Pantheon, Dell, Crown y Ballantine, así como una serie de sellos británicos y alemanes. Cinco imperios dominan actualmente la edición de libros en los Estados Unidos. Dos tienen su sede en Alemania: Bertelsmann, que es propietario del grupo Random House, y Holtzbrinck, que posee St. Martin's y Farrar, Straus & Giroux. Longmans, Pearson, con sede en Londres, es dueño de Viking, Penguin, Putnam y el grupo Dutton, y la News Corporation de Rupert Murdoch posee HarperCollins y William Morrow. Simon & Schuster y Pocket Books pertenecen a Viacom, que es propietario de Paramount Pictures y de MTV, entre otras empresas de medios de comunicación. Al reducir gastos estructurales superfluos, estos grupos confían en mejorar los bajos márgenes de beneficios típicos de esta industria. Como los editores afrontan ahora graves problemas estructurales derivados de un mercado al por menor sumamente concentrado, los nuevos propietarios quizá encuentren el negocio menos rentable que nunca. Además, las innovaciones tecnológicas que indudablemente revolucionarán la industria no tardarán en convertir a su vez en superfluas muchas de las funciones de edición tradicionales de los grupos.

Hoy la guía telefónica del grupo Random House mide veintiún centímetros por veintiocho, tiene 116 páginas y contiene los nombres de más de 4.500 empleados, casi todos ellos, presumo, desconocidos entre sí. Sin embargo, las tareas esenciales todavía las hacen, como siempre las han hecho, *editors* y publicistas que trabajan en pequeños equipos con unos pocos escritores a la vez, aunque las condiciones en las cuales esta labor se realiza ahora difieren mucho de las que existían en la vieja mansión Villard. Los presupuestos de los grandes conglomerados exigen rendimientos y crean estructuras que son incompatibles con las conocidas extravagancias de la producción literaria, trabajo cuyo resultado sólo cabe intuir. ¿Cómo, por ejemplo, presupuesta un consorcio la próxima novela de Norman Mailer, o determina el valor en metálico de escritores como William Faulkner y Cormac McCarthy, cuyas novelas atravesaron un periodo letárgico que duró años antes de convertirse en activos valiosos en el fondo de Random House? Mientras tanto, el

mercado de libros lo dominan ahora unas pocas cadenas de grandes librerías cuyos elevados costes de explotación exigen elevados volúmenes de venta y en consecuencia un suministro constante de best-sellers, un objetivo imposible pero al que los editores han tenido forzosamente que comprometerse. La discordancia que noté cuando nos trasladamos a la Tercera Avenida fue premonitoria. Nuestra industria estaba perdiendo su diversidad natural por culpa de un mercado formado por grandes superficies que demandaba productos cada vez más uniformes. Los libros se escriben en todas partes, pero siempre han necesitado las culturas complejas de las grandes ciudades para obtener resonancia. Mis años de editor coincidieron con la gran dispersión posbélica de las poblaciones urbanas y el desgaste subsiguiente de las librerías de la ciudad cuando proliferaron los centros comerciales periféricos, con el resultado de que hasta las sucursales de las cadenas de librerías bien abastecidas que están situadas en las ciudades recuerdan la atmósfera uniforme de las galerías comerciales más que el aire cosmopolita de las urbes donde han sido abiertas.

En la criba selectiva que hoy día realizan las editoriales y los libreros, se tiende a despreciar muchos libros valiosos —casi todos, de hecho— que no pretenden ser best-sellers. No quiero decir que se publiquen menos libros de estas características. Muchos editores y sus plantillas, incluidos los *editors* actuales de Random House, perseveran en su determinación, la misma que en la antigua sede, de buscar y promover títulos no convencionales de valor permanente o hasta pasajero, un compromiso que reflejan los excelentes libros elegidos por los principales críticos de los distintos medios en sus listas de fin de año. Tengo la impresión de que se publican muchos más libros de este tipo que nunca, y de que los lee más gente, gracias en parte a las cadenas y las librerías virtuales, que han contribuido a que la compra de un libro sea una parte estimulante de la vida cotidiana. Pero la expectativa de vida de muchos libros de gran valor literario ha descendido porque los vendedores de las cadenas de librerías no tienen más remedio que aumentar el volumen de ventas, y la ética del negocio se resiente en consecuencia. Cuando este fenómeno se puso de manifiesto, hará cosa de unos treinta años, el chiste en el gremio era que la vida de un libro en la estantería había caído hasta situarse en un punto a medio camino entre la de la leche y la del yogur. Desde entonces la situación ha empeorado y la broma ya no se oye.

En la primavera de 1999, Random House publicó una monumental biografía de J. P. Morgan^[3] en la que la distinguida biógrafa Jean Strouse había trabajado durante casi catorce años. Proyectaba terminarla en cuatro o cinco años, pero Morgan era un tema sorprendentemente esquivo y Strouse es una erudita meticulosa. Los críticos consideraron que *Morgan* era una aportación destacada a la historia económica y social norteamericana y un vívido retrato de la figura tímida, ciclónica e incomprensible que creó el sistema financiero moderno. Aunque esta biografía será de interés para historiadores, banqueros y economistas, así como para historiadores del arte y coleccionistas, no hay nada abstruso en el libro de Strouse, que figuró en varias listas de best-sellers.

Los Angeles Times, en la lista de fin de año de los mejores libros de 1999, dijo que *Morgan* era «un relato policiaco fascinante y una obra maestra». *Morgan* fue seleccionada por *The New York Times Book Review*, *The New Yorker*, *Time*, *Business Week* y otras publicaciones de interés general como una de las mejores obras de no-ficción de 1999. Pero cuando esas listas se publicaron, nueve meses después de aparecido *Morgan*, había menos de mil ejemplares a la venta en las 530 grandes superficies de la cadena Barnes & Noble, que, junto con Borders, la segunda cadena más grande, controlan el mercado del libro. Con Navidad a un mes vista, Barnes & Noble, al parecer, había decidido que en un año en que millones de norteamericanos estaban obsesionados con la Bolsa, *Morgan* difícilmente se convertiría en regalo navideño. El día en que *The New York Times* publicó su lista, no había ya ejemplares de *Morgan* expuestos en la tienda de Barnes & Noble que está cuatro manzanas al norte del edificio de Random House en la Tercera Avenida. Fue el agente literario de Strouse el que aquel día visitó la librería de la Tercera Avenida, advirtió la omisión y se lo comunicó al gerente del establecimiento, quien hizo un pedido de cincuenta ejemplares. A partir de aquel momento, todas las cadenas de librerías volvieron a tener ejemplares de *Morgan*.

Entretanto el libro se vendía muy bien en las librerías independientes, cuyos empleados conocían los gustos de sus clientes y comprendían el atractivo de una obra como aquélla. Pero las cadenas de librerías, que ofrecen drásticos descuentos en títulos populares, han obligado a cerrar a centenares de librerías independientes, un proceso acelerado por el éxito de la venta de libros a través de Internet, de modo que sólo sobreviven las menos de setenta y cinco librerías independientes que se pueden permitir contratar personal altamente cualificado y acumular un stock de 100.000 títulos o más. *Morgan* y algunos de los «mejores libros» del año resistirán a la sangrienta criba que ahora es moneda corriente en la industria editorial, pero muchos cientos y hasta miles de nuevos títulos de calidad habrán desaparecido cuando se elijan los mejores libros del año siguiente. En 1999 se saldaron unos noventa mil libros —muchos sin valor, muchos otros valiosos—, según el compungido vicepresidente de Barnes & Noble, a su vez forzado por condiciones del mercado que escapan a su control.

Tradicionalmente, Random House y otras editoriales cultivaban sus fondos editoriales como su principal activo, escogiendo títulos tanto por su valor a largo plazo como por su atractivo inmediato, y de este modo empresas que con el tiempo se habían adormecido y abandonado iban tirando durante años con las ganancias provenientes de los títulos del fondo editorial hasta mucho después de que hubiese terminado su vida comercial efectiva. Pero incluso los editores más fuertes dependían de los fondos de sus catálogos y consideraban los best-sellers golpes de suerte. Bennett Cerf, el cofundador y presidente de Random House, escribió que cuando Random adquirió en 1960 la editorial de Alfred A. Knopf, las dos empresas juntas habrían podido cerrar «durante los próximos veinte años y ganar más dinero que el

que ganamos ahora, porque nuestro fondo es como... recoger oro de la acera». Aquel fondo incomparable incluía a Kafka, Proust, Camus, Faulkner, O'Neill, el Dr. Seuss, James Michener, Wallace Stevens, Ralph Ellison, Thomas Mann, W. H. Auden y muchos otros, así como la excelente lista de Knopf de libros de cocina e historiadores norteamericanos y la de Random House de diccionarios y ediciones para niños.

Cuando trabajábamos en la mansión Villard, topar con un best-seller era como si te tocara la lotería. En 1959, cuando *Act One*, las memorias de Moss Hart de su vida en el teatro, figuró en la lista de libros más vendidos de *The New York Times*, lo celebramos cerrando la oficina y tomándonos el día libre. Pero publicar a James Michener y John O'Hara, que escribían best-sellers con regularidad, fue como heredar una renta vitalicia. Todas las editoriales importantes contaban con tres o cuatro escritores famosos como éstos que producían continuamente best-sellers. Pero los cimientos sólidos —el capital acumulado— en que se apoyaban los editores eran los libros de sus catálogos que se vendían año tras año. Eran estos títulos los que proclamaban la fortaleza económica de un sello y su prestigio cultural: una fuente de orgullo que compensaban de sobra a los propietarios y a sus empleados por los beneficios mínimos y los sueldos bajos característicos del sector.

Para los autores representaba un honor figurar en los deslumbrantes catálogos de firmas como Random House, Knopf o Viking, o de editoriales más pequeñas pero no menos prestigiosas, como Farrar, Straus & Giroux y W. W. Norton. Pero esto también ha cambiado, pues la mayoría de las editoriales se han diluido en la masa homogénea de los grandes conglomerados a los que pertenecen. Aunque algunos autores siguen fieles a sus *editors*, cuyo consejo juzgan útil, la mayoría hoy delega en sus agentes la venta de sus libros en las subastas. Para muchos de esos agentes, la única diferencia significativa que hay entre editores es la cantidad de dinero que está dispuesto a pagar por un autor de éxito o por un libro de actualidad que los clientes de las cadenas de librerías posiblemente compren obedeciendo a un impulso o porque han visto en la televisión a sus autores. Es una ventaja obvia para los autores, pero es probable que muchos escritores, en especial principiantes con un futuro prometedor, sufran cuando sus ventas no cumplan las expectativas y los editores se cansen de sus proyectos futuros. Hoy, si un autor pasase la noche en el sofá de mi despacho, sería expulsado por el servicio de seguridad. Los autores ya no se presentan sin una cita previa. Son registrados por los guardias en la recepción y reciben una etiqueta de identificación que deben colocarse en la solapa.

Escritores de best-sellers con nombre de marca como Tom Clancy, Michael Crichton, Stephen King, Dean Koontz y John Grisham, cuyos lectores fieles son adictos a sus melodramas fabricados con arreglo a una fórmula, ya no necesitan corregir y promocionar sus libros como tampoco Nabisco necesita a Julia Child para mejorar y promocionar las galletas Oreo. Los autores con nombre de marca necesitan editores sólo para imprimir y anunciar sus libros y distribuirlos en las cadenas de librerías y otros puntos de venta masiva, tareas rutinarias que todos los editores saben

hacer bien y que pueden llevar a cabo, con igual eficacia, profesionales independientes que puedan alquilar sus servicios: asesores de producción, agencias de publicidad y empresas de distribución. Cuando los grandes grupos actuales se den cuenta, como sus predecesores, de que publicar libros es un negocio de alto riesgo y bajo margen de beneficios, y que no hay nuevos inversores que ocupen sus puestos —cuando, en suma, los editores dejen de existir en su forma presente—, esos escritores con nombre de marca, con ayuda de sus agentes o gestores, tal vez se conviertan en sus propios editores y se encarguen del proceso completo, desde la venta de sus libros y la red de producción hasta la publicidad y los costes de distribución. Para retener a esos poderosos autores, los editores tienen que renunciar a gran parte de sus ganancias normales, o sufrir grandes pérdidas pagando anticipos muy superiores a lo que pueden recuperar con las ventas. Por consiguiente, las ganancias obtenidas con libros de esos autores, si es que existen después de haber deducido de los ingresos el anticipo de los derechos, a menudo representan poco más que unos modestos honorarios de servicios. Teniendo en cuenta el escaso valor que los editores añaden a esos best-sellers garantizados en el mercado actual, gobernado por las marcas, esos honorarios son una recompensa justa.

En efecto, los autores con nombre de marca son ya sus propios editores, mientras que sus editores nominativos son una comodidad residual y prescindible, beneficiarios (o víctimas) de la inercia por parte de agentes reacios a renunciar a la seguridad de los derechos que paga un editor. Cuando los grandes grupos se cansen, como terminará ocurriendo, de pagar con exceso a esos protagonistas estelares, sus agentes elegirán entre producir ellos mismos los libros de sus clientes o correr el riesgo de perder la gallina de los huevos de oro en beneficio de los gerentes, que harán el trabajo por ellos. En el verano del año 2000, Tom Clancy dejó al agente que le había representado durante quince años y contrató a un gerente, Michael Ovitz. Explicó que su agente le había decepcionado al negociar con Hollywood en su nombre. Ovitz ha acordado con otros clientes producir sus propias películas y puede que ahora haga lo mismo para Clancy. También puede concertar que Clancy sea su propio editor, contratando con el ya existente los servicios de producción y distribución. Según *The New York Times*, varias estrellas del cine, entre ellas Leonardo DiCaprio, Kevin Costner y Robin Williams, también han dejado recientemente a sus agentes y contratado a gerentes que creen sus propias empresas de producción en lugar de firmar las cláusulas tradicionales con estudios o productores independientes. Para impedir conflictos de intereses, el Sindicato de Actores de Cine ha negado a los agentes el derecho a desempeñar esta función, prohibición confirmada por la legislación de California. Pero, sometido a presiones de agentes temerosos de perder a sus clientes, el Sindicato ha sopesado la conveniencia de cambiar su postura para que los agentes puedan asimismo ejercer como productores de sus clientes. Como, sin embargo, las estrellas de cine tienen que alquilar estudios que les proporcionen servicios técnicos, y entre ellos la distribución

de sus producciones, pocos actores están en condiciones de crear sus propias productoras. Pero los gerentes de escritores con nombre de marca como Clancy sólo necesitan contratar los servicios de producción y distribución de los libros de sus clientes, o utilizar las nuevas tecnologías para ofrecer sus obras electrónicamente.

Los pocos escritores de grandes ventas previsible no son los únicos que pueden terminar descubriendo que ya no necesitan editores. Hasta la fecha los grandes grupos editoriales han permitido a sus diversos sellos que pujen unos contra otros para adquirir autores deseables, pero puede que a la larga abandonen esta dispendiosa concesión a una independencia ilusoria cuya *reductio ad absurdum* sería permitir que los *editors* de un mismo sello compitieran entre sí del mismo modo. Cuando los consorcios pongan fin a esta práctica irracional, agentes emprendedores, al no poder ya conseguir sumas excesivas por sus clientes en las subastas, pueden verse tentados de crear sitios Web, con ayuda de redactores y publicistas, desde los que vender directamente la obra de sus clientes a los lectores, en forma impresa o electrónica.

Entretanto, varios editores han empezado a digitalizar sus fondos editoriales, y Time/Warner, Random House y Simon & Schuster han lanzado proyectos experimentales de publicar manuscritos originales en forma digital para su distribución on-line, ofreciendo los derechos de autor tradicionales. Pero la distribución on-line de textos digitalizados a consumidores que los encargan no exige inversión editorial en producción, inventario, almacenamiento y muchos de los gastos que origina la edición convencional. Digitalizar textos cuesta unos cuantos centenares de dólares comparados con los muchos miles necesarios para manufacturar y distribuir libros físicos. Además, el coste proporcional de un sitio Web por ejemplar es insignificante, por lo que la inversión real del editor en la publicación digital consiste meramente en asignar los gastos editoriales, la publicidad y los costes generales. Los agentes, en consecuencia, negociarán agresivamente un reparto de beneficios de acuerdo con la aportación del autor, proporcionalmente muy superior a la del editor, en el proceso digital. En el caso de sus autores de más éxito, los agentes ofrecerán su obra directamente en sitios Web independientes, puenteando por completo a los editores. Robert Gottlieb, de la poderosa agencia William Morris, previo la reacción de sus colegas cuando declaró en *The New York Times*, en julio de 2000, que los autores se resistirán a cobrar derechos convencionales por su obra en forma digitalizada. «Esos editores están intentando repartirse el nuevo mundo digital antes de que lo hayamos siquiera planificado... Hay una reducción tremenda de gastos generales en la edición, distribución y demás, y los autores no están percibiendo los beneficios de este aumento de la rentabilidad».

Para los editores, el resultado de esta batalla inminente por el reparto de los ingresos digitales no sólo afectará a las publicaciones digitales, sino que probablemente obligará a los editores a satisfacer cantidades similares por los textos digitalizados de su fondo editorial. Algunas agencias literarias, con sus carteras de clientes fieles, pueden por tanto convertirse en lo que Random House fue en su día,

cuando nuestros autores se sentían como en casa en la mansión Villard. Quién representará entonces a los autores en las negociaciones con sus antiguos agentes es una cuestión interesante, pero no preocupante. El perro viejo, sin embargo, no aprende rápido. Aunque el dinámico agente de Stephen King contrató con Simon & Schuster, en la primavera de 2000, vender el nuevo libro de King en forma electrónica en el sitio que tiene este autor en la Web, parece más probable que empresarios independientes, en competencia con los editores actuales más que con los agentes, creen sitios Web literarios para este propósito.

Como el autor conserva todos los derechos no cedidos expresamente al editor, los derechos de explotación electrónica de los libros publicados antes de mediados de los noventa, cuando empezó a hablarse de la edición electrónica, no pertenecen a los editores. Pero los contratos de edición también estipulan que los autores no pueden publicar versiones de su obra en competencia con sus editores. Esto significa que ni los autores ni los editores pueden vender ediciones electrónicas de la mayoría de sus títulos ya publicados hasta que las partes no lleguen a un acuerdo. Al negociarlo, autores y agentes disponen de las mejores bazas, lo que refleja no sólo el mayor valor proporcional de su aportación al producto electrónico, sino también la relativa fuerza de su posición negociadora. Los editores no pueden, por razones éticas o económicas, impedir que el extenso fondo editorial de que disponen se distribuya electrónicamente, pero la mayoría de autores puede esperar hasta que los editores desistan mientras sus agentes negocian por ellos como un colectivo. Lo más probable es que el reparto final de los ingresos procedentes de las versiones electrónicas de los títulos del fondo editorial refleje las condiciones para los nuevos títulos publicados en formato electrónico, y este reparto reflejará, a su vez, no sólo el valor relativamente mayor aportado por los autores, sino también las presiones competitivas que se ejercen sobre los editores para igualar los términos que ofrecen los sitios Web de los autores independientes. Como consecuencia de esto, los fondos editoriales perderán valor para los editores.

Hasta que las nuevas tecnologías de las que este futuro depende estén ampliamente disponibles en forma utilizable, los editores que antiguamente propiciaban con paciencia la carrera de sus autores como parte de su capital literario, seguirán jugando a corto plazo, apostando, a veces precipitadamente, por títulos que esperan que estén de moda durante una o dos temporadas, a menudo sin considerar su valor intrínseco o sus perspectivas a largo plazo. Esta desmoralizadora inversión de valores no ha sido elección de los editores, sino producto de una profunda transformación cultural que tiene sus raíces en el éxodo de la población ciudadana hacia las afueras de las ciudades durante la posguerra y la homogeneización del mercado resultante, una transformación que se produjo hace treinta años, cuando Random House emigró a su nueva sede en la Tercera Avenida, tres manzanas más al este. El dominio de las cadenas de librerías que dependen de un suministro asiduo de best-sellers, y la consiguiente conversión de editoriales antaño prestigiosas en células

de sociedades anónimas impersonales, no es obra de gente irreflexiva ni de fuerzas malignas, y desde luego no lo es de los defectos falsamente atribuidos a la cultura suburbana, sino de unas condiciones de mercado moralmente neutrales —en especial de los elevados costes de alquiler de locales comerciales— que exigen una rotación rápida e indiscriminada de los productos, unos volúmenes de venta incompatibles con la vida larga, lenta y a menudo errática de los libros importantes.

Ahora la gran transformación de la ciudad a los barrios residenciales que se produjo en la posguerra y que creó esas condiciones ha empezado, al cabo de medio siglo, a agotarse o, como dirían los marxistas, ha pasado a ser víctima de contradicciones internas creadas por tecnologías emergentes en conflicto con formas de producción más antiguas. Las viejas tecnologías de combustión interna y marketing de masas que crearon el mercado suburbano homogeneizado y sus cadenas de librerías están siendo amenazadas por tecnologías que anuncian un mercado muy descentralizado, que ofrece la posibilidad de una elección casi infinita a compradores situados en innumerables lugares lejanos. Como asimismo dirían los marxistas, esas nuevas formas de producción posiblemente generen nuevas relaciones económicas, por ejemplo proporcionando una mayor intimidad entre escritores y lectores, que ya no dependerán, para encontrarse, ni de editores ni de libreros tradicionales. Difícilmente se puede prever en detalle el futuro que esas tecnologías deparen a la edición de libros, pero su efecto general será facilitar a lectores y escritores un acceso entre sí más directo que en el pasado reciente, y forzar a los editores a que reconozcan su función reducida y se adapten a la nueva situación.

Esas nuevas tecnologías pondrán también a prueba la capacidad humana de distinguir el valor entre una infinidad de elecciones, pero la humanidad siempre ha afrontado este dilema y lo ha resuelto bastante bien a lo largo del tiempo. La World Wide Web (www) ofrece acceso a cualquier escritor en ciernes que tenga o no algo que decir o que sepa cómo decirlo. Algunos sitios Web literarios que han aparecido hasta ahora son en realidad publicaciones frívolas o impresores de todo tipo de textos, dispuestos a publicar cualquier cosa, al margen de su calidad y con frecuencia a costa del autor. Es sumamente improbable que de esa urdimbre salgan obras de valor. Pero el talento demostrado se plasmará en terrenos particulares, como siempre ha hecho. Los sitios Web meritorios, como las buenas librerías, atraerán, por lo tanto, a lectores. El filtro que discierne el valor es una facultad de la naturaleza humana, no de determinadas tecnologías.

Un ejemplo de ellas es la maquinaria que puede escanear, digitalizar y almacenar de forma permanente prácticamente cualquier texto creado, para que otras máquinas recuperen su contenido y reproduzcan a voluntad ejemplares instantáneos en cualquier parte del mundo, ya sea en forma electrónica, descargados previo pago de una tarifa a un libro electrónico o similar, o impresos y encuadernados por una módica cantidad el ejemplar, idéntico en apariencia a las ediciones en rústica manufacturadas de modo convencional. Máquinas capaces de imprimir y encuadernar

por encargo pequeñas cantidades de textos digitalizados son ya utilizadas por Ingram, la principal distribuidora de libros norteamericana, por Barnes & Noble y otras librerías, y en los almacenes de las editoriales, pero las versiones futuras y más baratas que se están desarrollando pueden almacenarse en bibliotecas públicas, en escuelas y universidades y quizá incluso en oficinas de correos y otros lugares idóneos: en Kinko's y Staples, por ejemplo; son, de hecho, dispensadores automáticos de libros. Las máquinas capaces de imprimir y encuadernar textos bajo pedido llegarán a ser artículos domésticos, ordinarios, como los aparatos de fax actuales. Es evidente la comodidad que supone para lectores de diversos lugares que sólo tienen que facilitar sus tarjetas de crédito y los números de serie adecuados para encargar cualquier texto que se haya publicado. Lectores de Ulan Bator, Samoa y Nome tendrán el mismo acceso a los libros que los lectores de Berkeley y Cambridge. No habrá ningún libro agotado, y los lectores que busquen uno concreto, o incluso partes de uno o de varios libros reunidos por encargo, ya no se verán frustrados por las normas de rotación dictadas por las grandes cadenas de librerías. Aunque los libros manufacturados uno por uno por esas máquinas tengan un coste de producción mayor que los producidos por la industria, su precio último para los lectores será inferior, ya que se habrán descontado los costes de distribución de la editorial y los márgenes de ganancia de los libreros. La existencia de estas máquinas en miles de emplazamientos y a la larga, quizá, en hogares y oficinas, con acceso a inventarios virtuales potencialmente ilimitados, catalogados, eficientemente anotados y localizables electrónicamente, cambiarán profundamente la actual práctica de comercializar libros, por no hablar de su efecto sobre lectores y escritores.

En el invierno de 2000, Scribners, una división de Simon & Schuster, en una labor conjunta con la propia editorial de Stephen King, Philtrum Press, puso a la venta, exclusivamente en Internet, durante un tiempo limitado, a 2,50 dólares el ejemplar, la nueva historia de fantasmas de King, *Riding the Bullet*, de 16.000 palabras, que los lectores podían descargar a sus soportes manuales de lectura o directamente a sus pantallas por medio de diversos programas de software. Al final del primer día de venta, se habían recibido 400.000 pedidos. Aunque entonces sólo había 10.000 soportes manuales de lectura, la tecnología que dé a los autores un acceso inmediato a los lectores se perfila ya en el horizonte. El resto depende de los escritores, de sus agentes o gerentes, y de sus editores.

Mucho más profundo que su impacto en escritores, lectores y editores, será el efecto que causen en la cultura estas y otras nuevas tecnologías. La decisión de Dante, hace setecientos años, de escribir su gran poema no en latín, sino en lo que él llamaba la elocuencia vulgar —el italiano, la lengua del pueblo—, y la innovación en el siglo siguiente de la impresión con el tipo movable constituyen hitos en la secularización de la alfabetización, así como una afrenta a la hegemonía de sacerdotes y tiranos. El impacto de las tecnologías emergentes hoy promete ser no menos revolucionario, suponiendo que no lo sea más. La tecnología de la imprenta

realizó el valor de la alfabetización, alentó la extensión de los conocimientos y se convirtió en el *sine qua non* de la civilización moderna. Las nuevas tecnologías tendrán un efecto aún mayor, estrechando la sima que separa a los ricos educados de los pobres iletrados, y repartiendo tanto los beneficios como los peligros de nuestra civilización a todos los habitantes del planeta. Una mayor alfabetización no reducirá la capacidad humana para el daño, de igual manera que el saber filosófico de Martin Heidegger no le impidió apoyar a los nazis, dilema que los filósofos deberían explorar más a fondo. No obstante, la difusión del conocimiento es buena en sí misma. Que estas tecnologías hayan surgido justo cuando la industria editorial ha caído en una decrepitud terminal es providencial y hasta podríamos decir que milagroso. Para los deístas contemporáneos, la oportuna llegada de la World Wide Web puede reemplazar al reloj hallado en el desierto como prueba del intrincado designio de un divino hacedor.

Hasta que esas nuevas tecnologías lleguen a ser habituales, fáciles de utilizar y capaces de codificar material sujeto a propiedad intelectual, los grupos editoriales que incluyen espectrales sellos de empresas de antaño seguirán obteniendo ganancias deshaciéndose de todo lo superfluo, pero a la postre tropezarán con los recortes de los beneficios que los editores siempre han tenido que afrontar. Cuando lo hagan, o bien disminuirán de tamaño o se derrumbarán bajo su propio peso en el momento en que sus gerentes descubran que una mezcla de sellos dentro de una misma empresa agrava los riesgos e ineficacias intrínsecos a este oficio. El negocio editorial siempre ha dependido de la generosidad de los mecenas y de la dedicación infracompensada de empleados y propietarios. Nunca ha recompensado a inversores que buscan rendimientos normales, motivo por el cual los consorcios de la industria del espectáculo —CBS, ABC, RCA, MCA-Universal— que adquirieron firmas tan prestigiosas como Henry Holt, G. P. Putnam y Random House, incluida Alfred A. Knopf, en los años 1970 y 1980, ofuscados por la falsa promesa de la sinergia, acabaron descubriendo que eran un fardo para sus balances y se desprendieron de ellas. La venta de millones de ejemplares de unos pocos autores de marca indujo a dichos consorcios a creer, erróneamente, que la edición de libros era un negocio de masas, como vender jabón, cuchillas de afeitar o películas. Del total de libros vendidos entre 1986 y 1996, la parte correspondiente a los primeros treinta best-sellers representaba casi el doble mientras la concentración del comercio al por menor aumentaba. Pero, aproximadamente en ese mismo periodo, sesenta y tres de los cien títulos de best-sellers fueron escritos por sólo seis escritores, Tom Clancy, John Grisham, Stephen King, Dean Koontz, Michael Crichton y Danielle Steel: una concentración mucho mayor que antaño y una bendición híbrida para sus editores, que sacrifican gran parte de sus ganancias normales, y con frecuencia sufren pérdidas, para conservar a autores tan poderosos. Pero estos escritores puede que

sigan la innovación de Stephen King hasta su lógico paso siguiente y exploten los derechos electrónicos de sus obras sin ayuda de sus editores. Un comunicado de prensa de Simon & Schuster celebró inocentemente que la distribución electrónica de la nueva novela de King «eluda el tradicional proceso de publicación, que dura un año», pero los futuros libros electrónicos de autores de gran venta pueden eludir completamente a los editores.^[4]

Las ventas atípicas de estos escritores populares constituyen un negocio totalmente distinto de la publicación fragmentada, idiosincrásica e imprevisible de todos los demás libros. Muchos de los libros que pertenecen a esta categoría más amplia llegan a ser igualmente best-sellers, pero en una escala mucho más pequeña. Vender 100.000 ejemplares de estos libros es ya un hecho notable. Miles de otros títulos que se dirigen a intereses especializados venden muchos menos ejemplares. Como descubrió una generación anterior de consorcios, los anticipos excesivos que exigen los autores de previsibles best-sellers hacen problemática su rentabilidad, mientras que la rentabilidad de libros incluidos en la categoría más amplia es problemática debido a lo imprevisible de sus ventas. Cuando los grupos empresariales de los años setenta y ochenta descubrieron que en vez de conseguir una escudería de figuras estelares se habían convertido en una fuente de capital de alto riesgo para la adquisición de futuros títulos por los editores que los integraban, abandonaron la partida.

Cuando General Electric, una empresa notoriamente bien dirigida, compró RCA en 1986, se deshizo inmediatamente de dos divisiones que no llegaban a los niveles de rentabilidad exigidos: una granja avícola y Random House. Doce años más tarde, Advance Publications, la nueva propietaria de Random House, llegó a la misma conclusión. Los grandes imperios de medios de comunicación del extranjero que desde entonces han comprado los restos de estas editoriales pueden descubrir pronto que la explotación electrónica de su fondo editorial es su único activo rentable. Pero es posible que estos fondos se estanquen si los autores imitan el ejemplo de King y venden sus futuras obras directamente a los lectores, como Dickens vendía sus novelas capítulo a capítulo en su propia revista, *Household Words*, o como Whitman vendió su edición, publicada por él mismo en 1855, de *Hojas de hierba*, o, si se quiere, como Shakespeare producía sus propias obras en el Globe. Los autores de una generación anterior a menudo ganaban grandes sumas de dinero vendiendo derechos de prepublicación de su obra a revistas de masas —*The Saturday Evening Post*, *Collier's* y otras—, práctica que data del siglo XIX, en que aparecieron revistas de circulación masiva. La televisión destruyó este mercado, pero los llamados derechos de «prepublicación por entregas» pueden volver a ser rentables cuando la distribución en sitios de la Web sea habitual y las tecnologías mejoradas faciliten un rápido acceso a Internet y métodos cómodos de descargar obras literarias electrónicamente distribuidas.

Las nuevas tecnologías cambiarán radicalmente el modo de distribuir los libros,

pero no eliminarán la tarea esencial de editar y promocionar. La conversión de manuscritos en libros es exclusivamente manual, paso a paso. Puesto que la tarea puede llevar años, a medida que los autores, con la ayuda de los *editors*, elaboran sus manuscritos, cuando el libro por fin se publica —si llega a publicarse; algunos no se publican nunca; el proceso está plagado de peligros y decepciones—, el *editor* está casi tan comprometido afectivamente con el resultado como el escritor. No tiene sentido acelerar esta tarea, por razones de calendario o de presupuesto, con libros de valor duradero. Las ganancias y los procedimientos metódicos, en la medida en que sea posible conseguirlos, son esenciales en esta labor, pero no son su propósito, del mismo modo que respirar no es el objetivo de la vida ni la tarjeta de anotaciones la finalidad de un partido de tenis. Exceptuando la discutible ventaja de los ordenadores sobre las máquinas de escribir y los tinteros, las nuevas tecnologías no simplificarán ni mejorarán este proceso, que con frecuencia es tan improvisado como el acto de escribir. La decisión de aceptar o rechazar un manuscrito, las estrategias de revisión y promoción, la elección de portadas y de la tipografía cuando finalmente se produce un manuscrito satisfactorio, el apoyo moral y económico al autor: todo esto sólo pueden hacerlo seres humanos dotados de las cualidades singulares que conforman a un editor consumado, al margen del modo en que el entorno tecnológico transforme el resto del proceso de publicación. Salvo en casos singulares, los autores siempre necesitarán ayudantes editoriales que pulan su sintaxis o abastezcan sus bolsillos, compartan su angustia o su euforia y eclipsen sus propios egos en provecho de la fama del autor.

No está tan claro de qué modo estas nuevas tecnologías transformarán la venta al por menor cuando las cadenas, en su mercado sobresaturado, se enfrenten con la competencia de los librereros de Internet y con la perspectiva de stocks virtuales ilimitados y disponibles según demanda en forma electrónica o impresa y en cualquier lugar, por lejano que esté. Estos factores ya han desalentado la inversión en las cadenas de librerías, cuyas acciones han quedado estancadas en niveles bastante bajos. Sin embargo, una civilización sin librereros es inimaginable. Como los santuarios y otros lugares de reunión sagrados, las librerías son componentes esenciales de la naturaleza humana. El tacto de un libro cogido de una estantería y sostenido en la mano es una experiencia mágica que une al lector y al escritor. Pero para competir con la World Wide Web las librerías del futuro serán distintas de las hipertiendas concebidas para masas que ahora dominan el mercado. Las tiendas del mañana tendrán que ser lo que la Web no puede ser: tangibles, íntimas y cercanas al domicilio; santuarios colectivos, quizá con cafeterías que ofrezcan placer y ciencia en compañía de otras personas que comparten tus mismos intereses, y donde el libro que uno quiere siempre pueda encontrarse y cada anaquel depare sorpresas y tentaciones.

2. UN JOVEN DE PROVINCIAS

En 1958, cuando yo entré en Random House, la casa era totalmente distinta de Doubleday, mi primer patrón, donde había pasado los ocho años anteriores. En Doubleday, los clubs del libro, sumamente rentables —el Literary Guild era el más grande—, definían la filosofía de la empresa, incluido el departamento editorial. La dirigían profesionales de la venta directa por correo que sabían optimizar los márgenes del club del libro pero no sabían nada sobre los textos que se concebían, gestaban y parían realmente. Aquellos hombres no eran lectores y no tenían nada en común con personas que lo eran. Para ellos, los libros eran una mercancía cuyas características individuales, por cierto, constituían un inconveniente inevitable. Habrían sido igualmente felices vendiendo capullos de rosas o naranjas por correo. Agradezco a aquellos cordiales empleados de Doubleday el haberme enseñado pacientemente el modo de crear campañas de venta por correo, lo que me sirvió de ayuda cuando algunos amigos y yo lanzamos en 1963 *The New York Review of Books* y cuando más tarde fuimos propietarios de algunos clubs del libro, y todavía más tarde, cuando creé la Library of America [Biblioteca de América] de venta por correo a mediados de los ochenta, cuando las librerías independientes con las que yo contaba para distribuir la colección habían empezado a desaparecer. Los ejecutivos de esta sección de Doubleday, hombres de la vieja escuela, corpulentos de sonrosados rostros, con trajes azules y zapatos lustrosos, eran gente decente, ávidos de transmitir sus conocimientos a novatos como yo, pero no estaban obsesionados por los libros ni compartían conmigo el sentido de su vital importancia. En los clubs del libro de Doubleday, las selecciones mensuales pasaban zumbando por la cadena de producción y salían a millones por la puerta, mientras por otra llovían las suscripciones en respuesta a campañas calculadas para generar ganancias si dos personas de cada cien respondían a la oferta de libros gratis como un incentivo para suscribirse. La dirección de la empresa esperaba que el proceso de publicación funcionase con la misma eficacia. En este sentido, Doubleday se anticipaba a las trabas de la hiperracionalizada industria actual. Tal eficacia, por supuesto, era imposible. Clara Claussen, la responsable editorial de libros de cocina, que no tenía pelos en la lengua y que se hizo amiga mía durante mis primeras semanas en el puesto, me previno de que la empresa en la que yo acababa de entrar estaba tan mal dirigida que si no estuviese ganando tanto dinero quebraría al día siguiente. A pesar

de su elipsis, yo no tardaría en descubrir que tenía razón. Sin los ingresos de la producción editorial del club del libro, encaminada a la producción de éxitos de ventas, Doubleday no habría sobrevivido.^[5]

Los clubs del libro pagaban las facturas y se equivocaban de batuta. El departamento editorial de Doubleday se dedicaba, por tanto, a publicar libros comerciales dirigidos a lectores sencillos, mientras su fondo se deterioraba y sus *editors* más literarios se quejaban de estar atrapados, como Chaplin, en los engranajes de una máquina que no iba a ninguna parte ni producía nada. No siempre había sido así. Bajo la dirección de su fundador, Doubleday publicó a Kipling, Conrad, Maugham y a muchos escritores de menor rango. Pero, dirigida por una segunda generación familiar más interesada en los rentables clubs del libro que en los propios libros, el catálogo de Doubleday, salvo contadas excepciones, carecía de sustancia. Sus *editors* cobraban los sueldos bajos característicos de la industria pero no obtenían la recompensa de la satisfacción por el trabajo bien hecho.

Como principiante, me asignaron un cubículo con tabiques de tablero blanco, un escritorio en forma de riñón, en lo que entonces era el estilo moderno, y un teléfono, y todas las mañanas me entregaban un montón de manuscritos que leer y rechazar. Exceptuando las frecuentes visitas de mi amiga Clara para avisarme de algún desastre, me dejaban que aprendiera por mi cuenta el funcionamiento de la empresa. Oficialmente, yo era un aprendiz. El proyecto era que trabajase durante un mes en el departamento editorial para luego ser trasladado a ventas y producción con objeto de ver dónde encajaba mejor. Pero era obvio que el departamento editorial era la cabeza y los demás departamentos los cuartos traseros necesarios de la empresa, y no me cabían dudas respecto al puesto que me correspondía. Al final de mi primer mes dije que prefería que no me trasladasen. Ken McCormick, director editorial de Doubleday y más tarde amigo entrañable, con un fino y silencioso sentido del absurdo que sólo imperfectamente encubría con un interés por el protocolo meramente superficial, dijo que podía quedarme donde estaba por un tiempo, cosa que hice hasta que abandoné la empresa, ocho años después.

Los *editors* de Doubleday tenían despachos privados de diversos tamaños, conforme a su rango, muebles modernos de formas libres y colores vivos, y una escasez de libros sorprendente en sus estanterías. Los pocos que tenían estaban expuestos en caballetes de cartón, detrás de pósters que los anunciaban como novelas de capa y espada y obras maestras del suspense. No se sentaban ante sus escritorios a leer manuscritos, como yo me había imaginado que hacían, sino que pasaban la mayor parte de su tiempo hablando por teléfono o asistiendo a reuniones. Los más literarios solían volver del almuerzo tarde, borrachos. Poco a poco me fui presentando a ellos y me acogieron efusivamente, pero durante varias semanas no me encargaron otra cosa que leer manuscritos no solicitados, que enseguida comprendí que se podían descartar después de leer un par de párrafos. El don de narrar no abunda. Hasta un principiante como yo lo veía de un vistazo. Hay raras excepciones.

Mi amigo William Styron, cuando era un joven lector de manuscritos en McGraw-Hill, juzgó tedioso leer un relato de un viaje de este a oeste a través del Pacífico en una balsa de madera. El libro se titulaba *Kon-Tiki*, un enorme éxito de ventas y un clásico de la antropología. Styron cuenta esta historia para mostrar que estaba destinado a ser novelista, no editor. Pero mi destino era ser editor, agradecido de dejar a otros los sufrimientos de la creación.

Había topado con aquel trabajo a los veintidós años sin tener idea de que permanecería en la industria editorial durante medio siglo. Tenía el proyecto de trabajar unos cuantos meses, el tiempo necesario para pagar el apartamento que acababa de alquilar en Greenwich Village, y luego dejar el trabajo para dedicarme a mis intereses literarios. Pero mis miras eran altas y sabía que no llegaría a ser un escritor a la altura de mis expectativas. No se me había ocurrido pensar que tal vez no pudiese subsistir sin un empleo. En la exuberancia de la juventud debí de suponer que algo surgiría. Y surgió: una carrera editorial absolutamente inesperada que durante cincuenta años consideré transitoria. Durante todo ese tiempo mantuve desnudas las paredes de mi despacho y vacíos los cajones de mi escritorio. Estaba dispuesto a huir en un instante sin echar una mirada atrás. Fue esta ilusión de libertad, esta creencia de que en realidad no estaba allí, lo que hizo posible que me pasara toda la vida en esta industria.

En el otoño dorado de 1950, el aire de Nueva York estaba cargado de promesas. Fue emocionante entrar en el edificio Time-Life, en la calle 14 Oeste con la 49, donde Doubleday tenía sus oficinas, y saber que ahora yo formaba parte de aquel mundo encantador. De la edición de libros no sabía nada más que lo que había aprendido la semana anterior a mi ingreso en una película titulada *The Scoundrel* [El granuja]. En este film, Noël Coward interpretaba a un editor de los años veinte, inspirado en la carrera del editor real Horace Liveright. El guión lo había escrito en parte Ben Hecht, un escritor muy conocido en la época pero ahora olvidado, que había trabajado antiguamente para Liveright y le odiaba. Más tarde supe que Liveright no había sido un granuja. Era un editor brillantemente innovador aunque suicida, adicto a la bebida y a los enredos de amor peligrosos. Era tan guapo como el propio Coward, y poseía un ojo increíble para el talento y el instinto publicitario del gran Phineas Taylor Barnum en un tiempo en que aparecían escritores de genio en ambas orillas del Atlántico pero eran generalmente rechazados por los remilgados editores de entonces. Liveright fue el primero de los llamados editores judíos, que como grupo pronto habrían de activar el somnoliento negocio del libro, dominado por editoriales enraizadas en los prejuicios del siglo anterior. A principios de los años veinte, tenía casi todo el terreno para él solo. Publicó a T. S. Eliot, Ernest Hemingway, Theodore Dreiser, Eugene O'Neill, Hart Crane, E. E. Cummings y William Faulkner, así como a Djuna Barnes, S. J. Perelman, Peter Arno, Dorothy Parker, Mike Gold, Nathanael West y Sigmund Freud. De no haber sido el asesor de Joyce, un norteamericano antisemita, Liveright habría combatido a los censores del

Ulises un decenio antes de que Random House llevara el caso a los tribunales y lo ganara. El scout^[6] de Liveright en Europa era Ezra Pound, que más adelante se haría célebre por sus emisiones de radio antisemitas durante la Segunda Guerra Mundial, pero que cuando trabajaba para Liveright le defendió de las quejas de Eliot contra su editor «judío». Eliot le había dicho a su amigo Wyndham Lewis, un fanático que atacó ferozmente a los escritores del grupo de Bloomsbury y más tarde se convirtió en un admirador de Hitler, que no publicase con Liveright, pero Pound le dijo a Lewis que ese editor «era el único norteamericano con suficiente orgullo para *querer* publicar un libro. El resto son gusanos, humildes gusanos sin suficiente amor propio para recurrir a ellos». Liveright también publicó la Modern Library [Biblioteca Moderna], la fuente indispensable de clásicos literarios en los años de entreguerras, de traducciones importantes y escritores modernos. En 1925 sus despilfarros le obligaron a vender la Modern Library a su joven empleado Bennett Cerf y a su amigo Donald Klopfer. Esta compra fue la plataforma desde la que lanzaron Random House, dos años más tarde.

La Modern Library incluía una traducción de *La Cartuja de Parma*, la espléndida novela de Stendhal sobre un joven tan astuto como cándido al considerar las posibilidades de la vida, y tan indiferente a sus albures como el propio Liveright. Gracias a una de esas yuxtaposiciones asombrosas que ponen los toques de elegancia en nuestra vida, resultó que yo había comprado un ejemplar de *La Cartuja*, en la edición de la Modern Library, en una librería de viejo en la parte baja de la Quinta Avenida, a pocos pasos del cine donde ese mismo día, más tarde, vi *The Scoundrel*. Pese al espantoso retrato de Liveright que hizo Ben Hecht, la película me persuadió de que aceptara la oferta de trabajo que Doubleday me había hecho la semana anterior. Dieciocho meses después, cuando fundé en Doubleday los Anchor Books, la colección en rústica de orientación intelectual que precipitaron lo que para mi sorpresa llegaría a conocerse como la revolución del libro en rústica que, efectivamente, remodeló la industria editorial, *La Cartuja de Parma* fue el primer título del catálogo.

Liveright era impulsivamente generoso. Sus oficinas, en una vetusta casa de ladrillo rojo en la calle 48 Oeste, eran famosas por las fiestas improvisadas que solían empezar a última hora de la tarde, cuando los contrabandistas de licor hacían sus entregas, y duraban hasta el alba, cuando los últimos escritores borrachos y las coristas a las que Liveright había estado entrevistando para los espectáculos de Broadway en los que no cesaba de invertir el dinero de su empresa se iban tambaleándose a casa. Era tan despreocupado en su vida personal como con los activos de su negocio, pero fue asimismo un innovador brillante y se consagraba a sus escritores, a los que promocionaba con tanta exuberancia como si fueran estrellas de cine. Fue en gran medida el responsable de la transformación de la aburrida industria editorial de su época en el oficio apasionante que yo descubrí al cabo de unas semanas, cuando me aventuré a salir de mi cubículo en Doubleday y empecé a ver

cómo era el mundo más amplio de la edición.

No recuerdo cómo acababa Liveright en la película, pero en la vida real no tuvo más remedio que ceder su empresa, tan seductora en su tiempo, a su contable, un hombre odioso llamado Arthur Pell, a quien había ido vendiendo sus acciones en un esfuerzo por conservar la solvencia. Posteriormente Pell se ganó la vida mercadeando con los derechos de reimpresión de lo que quedaba del glorioso fondo editorial de Liveright. A Pell le compré yo, para el primer catálogo de Anchor Books, los derechos de la traducción que C. K. Scott Moncrieff hizo de *La Cartuja de Parma*.^[7] De vez en cuando veía a Pell, un hombre bajo, de cabeza grande y facciones toscas, en el teatro, cortejando a las coristas a las que probablemente había conocido en las fiestas de Liveright en los años veinte. Después de vender su empresa, Liveright pasó un año mísero en Hollywood y regresó a Nueva York arruinado. Hacía tiempo que había perdido a su esposa rica y su apartamento en la calle 57 Oeste, y vivía en un sórdido hotel, no lejos de las lúgubres oficinas donde la editorial se había instalado cuando vendió la casa de ladrillo rojo para obtener liquidez. Como Liveright ya no tenía nada que hacer, alguna que otra vez pasaba por las nuevas oficinas para visitar a sus antiguos colegas. Un día estaba sentado en la recepción cuando Pell le vio. «Horace», le dijo, según el biógrafo de Liveright, Tom Dardis,^[8] «creo que no deberías venir más por aquí. No causa buena impresión para el negocio». Tras haberse apoderado de la empresa de Liveright, Pell procuraba ahora asumir su identidad y no quería que el original pudiese ser comparado con la copia. Pocos meses después, Liveright había muerto y Ben Hecht, a quien el difunto editor había ayudado antaño, se sentó a escribir *The Scoundrel*.

Las oficinas de Doubleday estaban una manzana más al norte de donde había estado la casa de ladrillo de Liveright. Pero a juzgar por la semejanza que tenía con su antiguo vecino, Doubleday podría haber estado en otro continente. Más en sintonía con el espíritu de Liveright y con el mío era el apartamento que yo había encontrado, por 69 dólares al mes, en la calle 10 Oeste del Greenwich Village. Había sido el desván de una casa espaciosa que un inquilino anterior había arreglado como un decorado para *La Bohème*. Tenía una claraboya en el gablete que daba al norte, y ventanas de bisagra debajo de los aleros, con jardineras llenas de geranios, que dominaban, hacia el sur, tejados y sombreretes de chimenea. Los días claros entraban raudales de luz. Las paredes, de descoloridos ladrillos rojos, mostraban huellas de pintura blanca, y la chimenea tenía una campana de cobre. De una tuba habían hecho una lámpara que en su día debía de encenderse y apagarse apretando los pistones, pero el mecanismo ya no funcionaba. Era un buen lugar para grandes fiestas, tan maltratado por sus antiguos inquilinos que los nuevos desperfectos apenas importaban.

En una de aquellas fiestas conocí a Wystan Auden y a su amigo Chester Kallman, y me percaté de la fastidiosa costumbre que tenía Auden de llegar una hora antes de lo convenido para estar ya acostado en su cama a las nueve de la noche. Sus amigos

norteamericanos, a los que Auden sermoneaba muchas veces sobre la importancia de los modales, eran pacientes con sus excentricidades, pero en Oxford, donde muchos años después fue profesor visitante, sus llegadas prematuras brindaron a sus colegas un pretexto para no invitarle por segunda vez. Pasó allí su trimestre en triste soledad.

Barbara, mi futura esposa, vivía a la vuelta de la esquina formada por la calle 10 y Bank y Hudson, y ella y sus amigos de Harvard, Frank O'Hara y John Ashbery, habían invitado a Auden y a Kallman, a los que hacía poco que habían conocido en una de sus precoces incursiones en el mundo literario de Nueva York. La fiesta empezaba a las seis. A las cuatro de la tarde yo salí a comprar provisiones. Cuando volví, media hora más tarde, Wystan y Chester estaban esperando sus bebidas mientras Barbara, que se había presentado en el ínterin, intentaba entretenerles. Como nadie más llegó hasta las siete, la segunda botella de vodka estaba ya bien mediada antes de que la fiesta comenzara y Wystan fuera a acostarse a su casa.

La apasionante Eighth Street Bookstore, un paraíso para bibliógrafos y una escuela informal para muchos editores novatos en aquellos tiempos, estaba entonces en la esquina entre la 8 y MacDougal, a diez minutos andando desde mi nuevo apartamento. Fue allí donde se me ocurrió la idea de crear Anchor Books, entre anaqueles ordenados donde se alineaban ediciones en tapa dura de todas las obras publicadas de Proust, Kafka, Yeats, Auden y Eliot, junto con Kant, Hegel, Marx y Weber, y junto con Pushkin, Chéjov, Turguéniev, Dostoievski y Tolstói, y asimismo Melville, Whitman, Dickinson, James, Frost y Faulkner, al lado de volúmenes de crítica de I. A. Richards, Edmund Wilson y John Crowe Ransom, entre otros, así como las obras de suficientes autores similares a los citados como para satisfacer toda una vida de lectura. Todavía recuerdo sus títulos, con la misma intensidad sentimental como la que despiertan las canciones antiguas: *En pos de dioses extraños*, *La escalera de caracol*, *El dieciocho brumario*, *América*, *La edad de la inquietud*, *Primicia*, *Primer amor*, *Las almas muertas*, *Curva siniestra*, *Amante*, *La escena americana*, *El futuro de una ilusión*, *Una máscara de razón*, *Crítica práctica*, *La herida y el arco*.

Visitaba la librería casi todas las tardes después del trabajo, y a veces me quedaba durante horas seguidas, pero mi sueldo en Doubleday era de 45 dólares a la semana y no podía costearme aquellos libros. Cuando les sugerí a Ted y Eli Wilentz, los hermanos propietarios de la tienda, que las ediciones en rústica de sus libros podrían venderse bien entre gente como yo, se mostraron de acuerdo, y con su aliento empecé a estudiar la posibilidad de publicar una colección así. En aquellos tiempos la mayoría de los libros en rústica eran reimpresiones baratas de novelas populares que los distribuidores de revistas colocaban sobre todo en los quioscos, junto con las remesas de revistas, y que retiraban a final de mes para hacer sitio a los títulos nuevos. Yo tenía en mente ediciones en rústica más sólidas y de libros de valor perdurable, como los que exponían los hermanos Wilentz.^[9] Se imprimirían en un papel mucho mejor que el que vendían en los *drugstores* y quedarían almacenados de

forma permanente en librerías para lectores que, como yo, no podían pagar las ediciones en tapa dura. Penguin había empezado a vender clásicos en rústica en Estados Unidos y su éxito me convenció de que posiblemente también triunfaría una colección igualmente sofisticada dirigida a los lectores norteamericanos. Al principio pensé en poner en marcha este negocio por mi cuenta. Pero al cabo de unos meses en Doubleday vi que aquel proyecto rebasaba mis capacidades. Calculé, además, que la inversión inicial sería de unos 25.000 dólares, una suma enorme e inaccesible entonces. De modo que volví a mi cubículo mientras la idea maduraba en mi mente.

Ya había instalado las estanterías en mi nuevo apartamento, y junto con mis ediciones de Oxford de los poetas ingleses y mi Shakespeare de Kittredge con la cubierta rasgada, una colección de las obras completas de Walter Pater, encuadernadas en piel, que todavía conservo. Pater, un esteta apasionado pero tímido, había sido el mentor de Oscar Wilde en Oxford. Era famoso por haber aconsejado a sus discípulos que el objetivo de la vida no eran los frutos de la experiencia, sino la experiencia misma. De haber escrito en los años veinte, habría recomendado exprimir el tiempo al máximo. En las décadas de los sesenta y setenta, se habría mantenido al margen de la rebelión cultural, que le habría horrorizado. Aunque Pater era demasiado timorato para seguir su propia doctrina y a la larga decepcionó a Wilde, su alumno más brillante, sin embargo incitaba a sus seguidores a «arder con una llama de piedra preciosa dura», cosa que Wilde hizo, por supuesto, y que yo, cuando leí de adolescente a Pater, había decidido hacer en cuanto aprendiese cómo. No lo hice nunca.

Ignoro qué combinación de genes y desventuras infantiles me indujo a abrazar el esteticismo de Pater hacia el final de mi adolescencia, pero esa propensión debió de existir en potencia cuando llegué de provincias y entré en Columbia en 1945, en una época muy prometedora de la ilustre historia de esa gran universidad. Los catedráticos eran doctos y desenvueltos, hombres de mundo, y consideraban que la educación de sus alumnos era su principal obligación, cuando no su máximo placer. En aquel entonces, la teoría literaria, en su forma de «*new criticism*», florecía en Yale, pero era desdeñada en Columbia, donde se esperaba que los estudiantes, con ayuda de sus profesores, sacaran el provecho que pudiesen de los libros que les encomendaban. Las clases eran reducidas, la matrícula costaba 400 dólares al trimestre y unos pocos estudiantes, y yo entre ellos, respondieron a sus profesores tan ávidamente que Dante, Shakespeare, Coleridge y Keats se convirtieron también en obsesiones nuestras. Pasábamos días y noches en la Butler Library, leyendo todo lo que hallábamos de estos y otros escritores, y formando los hábitos de toda una vida. En Columbia, entonces y ahora, todos los universitarios tenían que leer la gran literatura del mundo, que a la sazón se extendía desde Atenas a Londres y Dublín, con un territorio inexplorado en el Este de los Estados Unidos. Bien contento habría seguido siendo para siempre un estudiante que leía a los autores cuyos nombres varoniles circundaban el friso de la Butler Library, pero un año de posgrado —un

servicio de empleo para futuros profesores— me convenció de que no estaba hecho para la vida académica. En cambio, la industria editorial pasó a ser una extensión de mis años de estudiante, una universidad personal en la que mis autores habían sido mis maestros y sus obras en gestación mi programa de estudios. No acierto a imaginar una forma más feliz de haber pasado este medio siglo.

Cuando me convertí en editor, lo que quería transmitir al mundo era mi encuentro universitario con los libros. Creía, y todavía lo creo, que el ideal democrático es un seminario socrático constante e inconcluyente en el que todos aprendemos unos de otros. La tarea del editor es facilitar las lecturas necesarias. Pero en 1951 los editores no cumplían bien esta función y Anchor Books me pareció una rectificación evidente.

En 1945, entre los estudiantes de primer curso había muchos veteranos, algunos de los cuales todavía llevaban sus guerreras de la aviación y del cuerpo de infantería de marina, y la mayoría estaban ansiosos por volver a la vida civil. Entre ellos se encontraban unos cuantos estetas que habían pasado los años de guerra —algunos, de hecho, habían entrado en combate— recitando a Dante y Racine en Anzio o traduciendo poesía clásica china a bordo de un destructor en el Pacífico Sur. Este cenáculo me adoptó como alumno, y a sus cinco o seis miembros debo mi convicción, ahora muy modificada pero no abandonada, de que la literatura no es un pasatiempo como el golf o el bridge, sino una especie de religión cuyos dioses son visibles en las obras de grandes escritores. Me preguntaba con toda seriedad: ¿qué otra cosa, sino un espíritu divino, podría haber inspirado *La divina comedia* o *La tempestad*? Desde entonces he aprendido que Shakespeare no tuvo una ayuda sobrenatural, ni tampoco Dante, a pesar de lo que él mismo pudiera escribir. Los jóvenes, no obstante —y yo no fui una excepción— tienden a las grandes simplificaciones.

Whittaker Chambers, el ex comunista que denunció a su antiguo amigo Alger Hiss, y Thomas Merton, el monje trapense que se hizo célebre como autor de *La montaña de los siete círculos*, habían estudiado en Columbia en los años treinta, y tanto el marxismo como una forma intelectualizada de catolicismo seguían estando todavía muy en boga. Pero el marxismo era demasiado terrenal para mis gustos etéreos y demasiado limitadamente apocalíptico para ofrecer una explicación convincente de las posibilidades humanas. Con su promesa de una redención en un futuro indefinido y, entretanto, una disciplina de hierro bajo las leyes autoinventadas de la historia, para mí sólo difería del catolicismo en el decorado. Aunque prefería con mucho, y me intrigaba, la escenografía del catolicismo, la conversión exigía suspender una incredulidad en absurdos transparentes, cosa de la que yo era incapaz. Además, me había criado en una ciudad católica y había oído lo suficiente de mis aterrados condiscípulos sobre el crimen y castigo del afecto carnal como para saber que la iglesia dictatorial y obsesionada por el sexo no era para mí. En lugar de eso abracé las doctrinas de Platón. Para mi horror retrospectivo, discutí ácidamente con uno de mis profesores favoritos una noche en que estábamos en la entrada de la

Butler Library mientras la nieve se arremolinaba a nuestro alrededor, sobre que Plutarco era un insensato por interesarse por cualidades puramente humanas, y que debería haber meditado sobre formas ideales en vez de semblanzas escritas de personas reales.

No es de extrañar que el jefe de personal de Doubleday me dijera, mientras yo rellenaba unos impresos en mi primera semana en el empleo, que no veía cómo podía yo durar más de un par de semanas en la industria editorial. Pero al cabo de unos meses en la empresa descubrí que la literatura, como todas las religiones, es también un negocio, aunque no muy bueno. Mientras exploraba las perspectivas para la colección de libros en rústica que proyectaba hacer, me presenté al jefe de producción de Doubleday, un caballero risueño y rubicundo, de unos cincuenta años, con un mechón de cabello blanco. Tenía un surtido de chaquetas de tweed de colores vistosos, y aquel día llevaba una blanca y negra de pata de gallo con aberturas laterales, al estilo inglés. La insignia de su universidad en la solapa hacía juego con sus ojos. Creo recordar que encima de su escritorio colgaba una foto de él sacada en Belmont Park. Si la memoria no me engaña, llevaba la misma chaqueta y estaba junto a un caballo de carreras con una guirnalda al cuello en el cercado de los ganadores.

Se llamaba Harry Downey, y me enseñó a encontrar el punto a partir del cual un libro genera ganancias, sustrayendo de los ingresos netos obtenidos los costes del papel, la impresión, la encuadernación, los derechos de autor y la publicidad, junto con diversas partidas de gastos generales, y dividiendo el resto entre el coste de la composición, las planchas, el material gráfico y demás. Así pues, si el coste por ejemplar de papel, impresión, encuadernación, derechos y publicidad es de 1 dólar, y las partidas de gastos generales para ventas, alquiler, calefacción, luz y administración suponen otro dólar y los ingresos son de 3 dólares por ejemplar, y si el coste único de composición y de planchas —pongamos 3.000 dólares— se divide por el dólar que queda, cabe esperar que el libro alcance el nivel de equilibrio, es decir, que no genere beneficios pero que tampoco sea deficitario, en cuanto se hayan vendido 3.000 ejemplares, siempre que para entonces ya se haya recuperado el anticipo al autor. Llegado a este punto, el dólar por ejemplar del libro hipotético que amortiza el coste de composición y de planchas se convierte en ganancia en cada venta posterior. Por eso Bennett Cerf dijo que Random House podría ganar más dinero simplemente viviendo de su rico fondo que si continuaba especulando con títulos nuevos, pero fue Harry Downey el primero que me enseñó el principio fundamental de que la función de las novedades es realzar el fondo, un precepto del que Doubleday, por desgracia, hizo en gran medida caso omiso, y que las cadenas de librerías actuales, con su dependencia de libros efímeros, han dificultado que los editores obedezcan.

La colección de libros en rústica de calidad que yo proyectaba estaría integrada por títulos de previsible larga vida, libros que se vendieran año tras año a estudiantes como yo que ahora se contaban por millones. Por consiguiente, los beneficios

acumulados gracias a títulos ya publicados costearían las nuevas publicaciones, y pronto el proyecto sería autosuficiente, a diferencia de los libros de tapa dura de Doubleday, la mayoría de los cuales apenas sobrevivían a la temporada en que se publicaban, forzando así a la empresa a refundarse casi un año tras otro.

A principios de los años cincuenta, los editores, y en especial Doubleday, no se habían adaptado todavía a la generación de posguerra, que ya había empezado a poner patas arriba el mundo de sus padres. Como yo pertenecía a esa nueva generación, veía numerosas anomalías generadas por esta grieta demográfica que era invisible para mis mayores en Doubleday y en otras editoriales. La más obvia de esas deficiencias y la que condujo a la fundación de Anchor Books fue la dificultad innecesaria impuesta a lectores como yo, porque los escritores que habíamos descubierto en la universidad eran inhallables o sólo estaban disponibles en caras ediciones de tapa dura, como las que yo codiciaba en la Eighth Street Bookstore. Antes de la guerra, la universidad había sido un privilegio. Ahora era una necesidad, y, gracias a la Ley GI^[10] y otros programas federales, millones de mis contemporáneos se matricularon. No tengo una gran opinión sobre la política de aquella época, pero retrospectivamente es obvio que la Ley GI fue un glorioso intento de cumplir la promesa de la democracia norteamericana, junto con el Plan Marshall y, más tarde, la legislación sobre derechos civiles de los años sesenta, aunque estas dos últimas cosas fueron concebidas en parte menos en sí mismas que como estrategias de la guerra fría. Por entonces yo aplaudía una política tan heroica. Acabábamos de salvar al mundo de dos enemigos terribles. ¿Por qué no íbamos a seguir haciendo cosas grandes y decentes?

A los años cincuenta se les recuerda convencionalmente como conformistas y autocomplacientes, una verdad a medias propagada por dos títulos influyentes de la colección de Anchor Books: *La muchedumbre solitaria*, de David Riesman, y *The Organization Man*, de W. H. Whyte. Pero aquellos años fueron también una era dorada, sumamente creativa, en los que los derechos y privilegios de la ciudadanía pronto rebasarían sus fronteras prebélicas, aunque difícilmente hasta sus límites últimos. Por cierto, el senador McCarthy había inaugurado el vocabulario de la denuncia *ad hominem* en las diferencias políticas que obsesionaban al discurso público durante la guerra fría, y los Estados Unidos ya estaban entrando ciegamente, a trompicones, en una contienda muy peligrosa al apoyar el esfuerzo francés por recolonizar Vietnam. Pero la guerra de Corea había terminado en 1953 y el desastre de Vietnam todavía no era visible. En 1953 ningún político se hubiera atrevido a decir a los votantes que su felicidad dependía de lugares llamados Laos y el golfo de Tonkín. Eos terrores de la Depresión amainaban. Eisenhower sonreía y jugaba al golf, y para los que estábamos inquietos por la suficiencia presidencial ya estaba el pícaro de Adlai Stevenson listo para tirar benévolamente del faldón de Eisenhower en tiempo de elecciones. McCarthy no tardaría en destruirse a sí mismo, ya que no su legado, y las maternidades no daban abasto con el auge de la natalidad. Había surgido

una generación de posguerra de escritores y artistas norteamericanos. Manhattan pronto tomaría el relevo de París como el emporio cultural del mundo, y Duke Ellington y Billy Strayhorn componían su música. En las cálidas noches de verano se oía, sin pagar un centavo, la música de Tatum y Monk por las puertas abiertas de los clubs de la calle 52 Oeste, y si uno tenía algunas monedas podía tomarse una cerveza en el Vanguard o el Café Society y oír a Mabel Mercer y Ella Fitzgerald cantando las letras de las canciones.

Era una buena época para ser joven en América, y una época mágica para ser joven en Nueva York. A mí me parecía inevitable que triunfara mi nueva colección, y no me sorprendió tanto como debiera haberme sorprendido que Ken McCormick aprobara el plan comercial que tracé con ayuda de Harry Downey. Su visto bueno me pareció entonces algo natural, pero hacía falta valor para confiar semejante proyecto a un joven excéntrico de veintidós años con apenas un año de experiencia. Los libreros de Nueva York a los que visité me alentaron tanto como lo habían hecho los hermanos Wilentz, en especial Arnold Swenson, de la librería de la Universidad de Columbia, y Lillian Friedman, de Brentano, en la Quinta Avenida: al final ella cedió todo el sótano a Anchor Books y las muchas colecciones rivales que le siguieron. El primer catálogo de Anchor Books, integrado por doce títulos, incluía *Hacia una estación de Finlandia*, el estudio de Edmund Wilson sobre las fuentes intelectuales de las revoluciones francesa y rusa; los *Estudios sobre literatura clásica norteamericana* de D. H. Lawrence; novelas de André Gide y Joseph Conrad y, por supuesto, *La Cartuja de Parma*. Los precios oscilaban entre 65 centavos y 1,25 dólares, y calculé que cada título empezaría a ser rentable a partir de unos veinte mil ejemplares vendidos. Los libros en rústica para un mercado de masas que se vendían en *drugstores* y quioscos de prensa estaban impresos en un papel barato, llamado «ground wood» [madera triturada], que se volvía marrón al contacto con la luz, y tenían las tapas cubiertas por una especie de celofán que se despegaba con el uso. Decidí imprimir los títulos de Anchor en un papel sin ácido, más caro y duradero, que conservaba su blancura un poco más de tiempo, y hacer las cubiertas con una cartulina más gruesa de acabado mate. El diseño de las cubiertas corría a cargo de amigos artistas, el más notable de los cuales era Edward Gorey, otro condiscípulo de Barbara en Harvard. Más adelante se haría famoso por sus dibujos macabros. El formato distintivo anunciaba a las claras las intenciones de la colección y contribuyó mucho a su éxito, aunque eran los títulos en sí mismos los que identificaban a Anchor Books con el espíritu de la nueva era.

El éxito o el fracaso de los proyectos en los que he participado ha sido siempre evidente desde las primeras vibraciones. El sentido de la oportunidad es esencial, como sin duda lo será en la explotación del mercado literario electrónico que ya se perfila en el horizonte. Para Anchor Books fue perfecto. Al cabo de un año, otros editores, entre ellos Knopf y Random House, anunciaban sus propias colecciones en rústica de calidad, y pronto el sótano de Lillian Friedman en la Quinta Avenida hervía

de libros en rústica de primera calidad. Para mi consternación, también ocurría lo mismo en la antaño formal Eighth Street Bookstore, cuyas estanterías perfectamente ordenadas tanto me habían deleitado. Por contraste, los estantes de estos libros que los hermanos Wilentz habían instalado ahora parecían una afrenta a la serena dignidad del local.

Por vez primera caí en la cuenta de mi ambivalencia respecto a las innovaciones, por más que yo fuera el responsable de aquélla. A medida que mejoraban mis finanzas, descubrí que para mis estanterías prefería de lejos las ediciones en tapa dura, despojadas de sobrecubiertas. Aunque Anchor Books fue conocida enseguida como el origen de una revolución del libro en rústica, mi finalidad había sido restaurar y ampliar el *ancien régime* de la literatura, no crear un mundo nuevo. Tal ha sido siempre mi objetivo.

Sin embargo, me sorprendió descubrir que poseía olfato para el trabajo innovador, y quería hacer más cosas en este sentido. Me gustaba editar manuscritos y trabajar con autores de los cuales abusaba en beneficio de mi propia educación, pero disfrutaba aún más con los mecanismos de montar un negocio y deseaba descubrir otras anomalías por el placer de corregirlas. Me gustaba viajar en tren de una ciudad a otra para hablar con libreros y distribuidores, y cuando estaba en Nueva York cotilleaba con ellos a diario por teléfono. Me fascinaban los detalles de la producción y los presupuestos, y llevaba el control de los pedidos que llegaban todas las mañanas a Doubleday. En aquella época, antes de que se introdujeran los sistemas informatizados, con su abundancia de datos inútiles y confusos, las editoriales, incluso las grandes como Doubleday, eran lo suficientemente pequeñas como para que este grado de familiaridad con el trabajo fuese posible, necesario y placentero. De niño me gustaban los problemas de matemáticas. Calcular las variables de un nuevo negocio para obtener una orientación aproximada de la dirección a seguir era más satisfactorio todavía, puesto que el mundo real formaba parte del problema.

Pero no tenía paciencia para la gestión cotidiana de un negocio. Al cabo de un año, más o menos, Anchor Books se había consolidado y era muy rentable. Como los títulos pertenecían todos al *zeitgeist* intelectual de la posguerra, se vendían bien, en especial los que tenían cubiertas de Gorey. Además, la colección se había puesto de moda, y los lectores coleccionaban los libros de Anchor Books. Pero yo estaba inquieto. Había empezado a publicar la Biblia Anchor, una edición en muchos volúmenes del Antiguo y el Nuevo Testamento, libro por libro, basados en pruebas arqueológicas. Por entonces había editores que publicaban diversas revisiones de la versión del Rey Jaime, adaptada a los lectores modernos. Mi proyecto, bastante esotérico, tenía el fin opuesto: sus redactores querían distinguir de las interpolaciones posteriores lo que los autores bíblicos habían dicho realmente. La Biblia Anchor se vendió bien en el ámbito religioso y pronto funcionó como la seda sin mi ayuda. No obstante, yo quería emprender por mi cuenta futuros proyectos, aunque no para ganar dinero, actividad que entonces consideraba, para mi pesadumbre ulterior, con desdén

falstaffiano. Mi ambición era evangélica. Quería transmitir al mundo la euforia literaria que había experimentado en la Universidad de Columbia. En aquel tiempo me consideraba un misionero, aunque sólo era un editor de libros; las dos vocaciones, sin embargo, únicamente diferían en el contenido de sus respectivas escrituras.

3. ilusiones perdidas

A pesar del éxito de Anchor Books y de mi creciente afecto por mis colegas a medida que los fui conociendo, no estaba a gusto en Doubleday. Un amigo de Columbia me había advertido que allí acabaría teniendo problemas. Para demostrarlo me contó que medio siglo antes un joven *editor* de Doubleday llamado Frank Norris, que no tardaría en convertirse en un importante novelista —escribió *McTeague*, *The Pit* y *The Octopus*, entre otras obras, y murió jovencísimo a causa de una peritonitis— se había encontrado con el manuscrito de una primera novela titulada *Sister Carrie*, escrita por Theodore Dreiser, a la sazón un oscuro redactor y director de revistas del Medio Oeste, más conocido por ser el hermano menor de un compositor célebre. El destino de este manuscrito en Doubleday fue trágico. Por recomendación de Norris, la editorial firmó un contrato con Dreiser, pero cuando la mujer del propietario de Doubleday regresó al final del verano de sus vacaciones en Europa y supo que en la novela *Carrie*, una adúltera, no era castigada, sino que se convertía en una actriz famosa, le dijo a su marido que no publicase el libro. Dreiser, que era un cascarrabias a pesar de su juventud —más adelante se volvería mucho peor—, pleiteó en lugar de buscar otro editor. Doubleday, como era de prever, reaccionó publicando unos cientos de ejemplares, la mayoría de los cuales guardó en su almacén, que distribuyó lo justo para cumplir la definición legal de publicación. Se vendieron en total 450 ejemplares. Las críticas fueron variadas.

Los editores, en aquellos tiempos recatados, tenían buenos motivos para temer a la censura, pero la represión de la gran novela de Dreiser fue deleznable. El amigo que me contó esta historia me previno de que Doubleday seguía siendo una editorial filistea y que frustraría las aspiraciones de alguien cuyas ilusiones sobre la vida literaria eran tan ingenuas como las mías, pero no hice caso de su advertencia. Además de ser ingenuo, estaba muy seguro de mí mismo, y pensé que si Doubleday me decepcionaba sería una desventura para ella, no para mí. Además, supuse que habría aprendido la lección y que no volvería a cometer el mismo error. Pronto descubriría que me equivocaba, y el descubrimiento provocó mi dimisión.

En cuanto a Dreiser, finalmente Liveright firmó con él un generoso contrato para varios libros, la mayoría de los cuales ocasionaron pérdidas a la editorial. No obstante estas pérdidas y las hostiles exigencias de Dreiser de que le pagara todavía más, Liveright, que debía de considerar casi intolerable la conducta de este autor, confió en

que su paciencia acabaría siendo recompensada. Lo fue. Con un gran retraso, Dreiser entregó el manuscrito de *Una tragedia americana*, que provocó un escándalo, fue un gran éxito de ventas a pesar de las críticas poco receptivas y sigue siendo un clásico. Después de una pelea con Liveright —llegó a arrojarle una taza de calé a la cara durante un almuerzo en el Ritz, mientras discutían sobre el reparto de los ingresos en concepto de derechos cinematográficos de la novela—, Dreiser no volvió a dirigirle la palabra. La ascensión y caída de Liveright fueron análogas a las del trágico amante de Carrie, George Hurstwood, el encantador gerente de un restaurante de moda de Chicago a quien la pasión por ella nubla el juicio y que muere sin un céntimo en el Bowery, mientras el nombre de Carrie brilla en los carteles luminosos que coronaban el teatro de Herald Square donde actuaba. Me pareció extraño que Dreiser, que tanta simpatía sentía por Hurstwood, hubiese tratado tan mal a su homólogo viviente, Liveright, que tan generoso había sido con él, pero enseguida aprendí que los autores a veces muerden cuando no se alimenta lo suficiente a sus egos.

Mi descubrimiento de que Doubleday no había aprendido la lección del episodio Dreiser se produjo de la manera siguiente: cuando escribí a Edmund Wilson ofreciéndole un anticipo de 900 dólares por el permiso de incluir *Hacia una estación de Finlandia* en el primer catálogo de Anchor Books, me contestó con una postal manuscrita en la que aceptaba las condiciones y me proponía que le visitase en Wellfleet, en Cape Cod. Acepté encantado y llegué un fin de semana de Halloween a su casa de postigos verdes, porche bajo y tejas erosionadas por el viento que se aferraban a la casa como seda blanca.

El día de mi graduación en el instituto me regalaron un ejemplar de *El castillo de Axel*, la introducción de Wilson a los escritores simbolistas, y me había convertido en un admirador de su obra, pero no me esperaba que Wilson fuese también un mago consumado. El día de mi llegada había montado en su estudio un proscenio, y esa noche, a la luz de bombillas rojas, representó un espectáculo de magia para divertir a su hija Helen, que tenía seis años. Pero ella se cansó enseguida de los extraños graznidos de su padre y de los esqueletos que brillaban en la oscuridad —quizá se avergonzaba de aquellas payasadas en presencia de un extraño—, y al cabo de diez minutos se marchó de la habitación enfurruñada, arrastrando tras ella a su madre. Así que me dejaron solo mientras Wilson proseguía animosamente la función que debía de haber planeado durante semanas.

Wilson y yo nos hicimos amigos aquel fin de semana, y posteriormente Barbara y yo intercambiamos muchas visitas con él y su encantadora esposa Elena. Varios años después, al término de otro fin de semana de Acción de Gracias, mi mujer y yo nos estábamos despidiendo de los Wilson cuando Edmund me invitó a su estudio y me entregó un manuscrito en dos carpetas negras. Con su voz aguda y algo entrecortada, me dijo que el autor era su amigo Volodya Nabokov, que la novela que acababa de entregarme era repulsiva y no podría publicarse legalmente, pero que de todos modos debía leerla. Tal vez yo pensara de otro modo. Además, Nabokov no quería que su

nombre estuviese asociado con el manuscrito y yo no debía revelarlo a mis colegas si decidía enseñárselo.

El manuscrito era, por supuesto, *Lolita*. Hacía poco que Wilson había tenido problemas con la censura a causa de *Memorias del Condado de Hecate*, una novela bastante tórrida, y su editor —que casualmente era Doubleday— tuvo que retirarla del mercado cuando el Tribunal Supremo, del cual el juez Felix Frankfurter se había inhibido en la causa porque era amigo de los Wilson, confirmó un fallo de un tribunal inferior en contra de ella. La cuestión radicaba en si la Constitución protegía una obra que contiene, entre otros detalles íntimos, el relato de una mujer que pone la mano sobre o cerca de las partes pudendas de un hombre. «Cerca» podría haber sido aceptable en los años cuarenta. «Sobre» no lo era. El relato de Wilson era ambiguo. Incapaces de decidir, los magistrados llegaron a un punto muerto y el libro de Wilson fue prohibido. Mientras el Tribunal dirimía la cuestión, la novela se convirtió en un polémico best-seller. Naturalmente, Wilson siguió el caso de cerca y se consideraba un experto en las sutilezas constitucionales que se estaban debatiendo. A él no le inmutaban las descripciones de la relación sexual. Sus cuadernos publicados contienen numerosos relatos, tan vividos como las descripciones que hace Melville de las ballenas en celo, de sus propias prestaciones de cetáceo. Pero su comprensivo interés por las rarezas de la sexualidad humana no incluía a *Lolita*.

Esta novela no me pareció repulsiva, pero tampoco una obra genial, como ha sido calificada desde entonces. Admiraba las novelas anteriores de Nabokov, publicadas por New Directions, y prefería la fría precisión que había en ellas a la afectada y, a mi juicio, bastante cruel, aunque también muy divertida, *Lolita*, en la que Nabokov parecía reírse sus propias gracias. Sus intenciones me desconcertaban. Se diría que el relato equivalía a un atestado. ¿Intentaba Nabokov mostrar que Norteamérica no era un lugar seguro para emigrados como él, fuertemente arraigados en sus países de origen, que corren el riesgo de perder su identidad cultural en un país tan superficial y seductor como su heroína inocentemente corrompida? ¿O se limitaba a perfeccionar un tema erótico que había abordado en obras anteriores? Más adelante, cuando él y yo nos hicimos amigos, le pregunté cómo se le había ocurrido la idea de *Lolita*. Me contó que un día él, su mujer Vera y su hijo de diez años, Dmitri, volvían en coche a su casa en Ithaca de una expedición de caza de mariposas en las Rocosas y se detuvieron a pasar la noche en una pequeña ciudad de Ohio. Como no había ningún motel libre se alojaron en casa de un pastor metodista. Después de cenar, cuando el pastor y su esposa se habían retirado, Vladimir se percató de que Dmitri había desaparecido. Encontró a su hijo en el césped, debajo de un árbol, en brazos de la hija adolescente del reverendo. Vladimir me dijo que este incidente despertó su curiosidad por la precocidad sexual de las adolescentes norteamericanas, y que al volver a Ithaca empezó a sentarse detrás de ellas en el autobús escolar, libreta en mano, tomando nota de sus conversaciones, que pronto quedarían plasmadas en las páginas de su novela. Presumí que este detalle poco probable, al igual que la historia de la hija del

pastor metodista, era la manera que Vladimir tenía de decirme que no hiciera preguntas estúpidas.

Con el tiempo me enteré de que Nabokov tenía unas ganas locas de regresar a su ancestral San Petersburgo en cuanto su patria se hubiese librado de los comunistas, cosa que él no se equivocaba en suponer que acabaría ocurriendo, aunque no tan pronto como hubiera deseado. Esto probablemente explica su determinación de que Dmitri no fuera seducido por su entorno norteamericano y por qué él y Vera nunca se asentaron en los Estados Unidos, sino que vivían como cuclillos en casas alquiladas a profesores de Cornell con permiso sabático, listos para volar a sus propiedades familiares en cuanto las dejasen libres. Quizá esto explique también que Vladimir insistiese en que el *Eugene Onegin* de Pushkin (obra a la que le gustaba llamar *Gene One Gin*)^[11] era imposible de traducir al inglés, por la misma razón que sería imposible convertirles a él y a su hijo en norteamericanos. Nabokov llevaba muerto varios años cuando se derrumbó la Unión Soviética. Leí en alguna parte que la mansión de su familia en San Petersburgo fue adquirida por un joven de veinticinco años que se había hecho millonario de la noche a la mañana: un giro nabokoviano.

Más tarde, Nabokov defendió la guerra de Vietnam, con la errónea creencia de que la victoria sobre el Vietcong aceleraría la caída de la Unión Soviética. Como yo discrepaba, él me retiró su amistad y me destituyó como albacea de su legado literario. Una tarde de domingo de agosto, a principios de los años setenta, nos encontramos por azar en el Ritz de París, adonde yo había ido en busca de un habano y en vez de ello me topé con Vladimir sentado en un rincón del bar, por lo demás desierto, con una chillona camisa hawaiana, haciéndose pasar por un vocinglero turista norteamericano y dirigiéndose con una voz retumbante del Medio Oeste a Vera y a otra mujer, su traductora al francés. Esa noche, temprano, nos reunimos a cenar en el hotel. La guerra de Vietnam no había acabado, y Vladimir, todavía con su camisa hawaiana, propuso un brindis por el presidente Nixon. Vera puso objeciones en mi nombre, pero no vi motivo, teniendo en cuenta las circunstancias, para no levantar mi copa. Nos separamos entre expresiones de amistad reanudada. A pesar del exuberante estilo americano que había adoptado, Nabokov vivía ahora como un auténtico inmigrante en Montreux. No volví a verle.

Al volver del fin de semana en casa de los Wilson, y después de haber leído *Lolita*, pasé una nota a mis colegas de Doubleday en la que admitía los riesgos jurídicos pero les recomendaba publicar la novela. Mencionaba mis recelos literarios, pero decía que el libro era sin duda un logro serio que debíamos tomar en serio. Había olvidado por completo el caso Dreiser y la advertencia de mi amigo. Supuse que Doubleday estaría encantada de publicar *Lolita*. Entretanto visité a los Nabokov en uno de sus nidos prestados en Ithaca y me brindé a publicar *Pnin*, la maravillosa novela de Vladimir sobre un inmigrante, profesor de una universidad norteamericana, que a pesar de todos sus esfuerzos no consigue adaptarse al nuevo país. Vladimir me autorizó asimismo a publicar extensos fragmentos de *Lolita* en *The Anchor Review*,

una revista trimestral que yo publicaba como parte de la colección Anchor. Fue la primera publicación de la novela en Estados Unidos, y como no surgieron dificultades jurídicas, yo no veía objeciones a que Doubleday publicase la novela entera.

Pero el presidente en funciones de la editorial, un abogado que ocupaba el puesto hasta que la nueva generación de Doubleday llegase a la mayoría de edad, no era de la misma opinión. Se negó en redondo a leer el manuscrito y no estaba dispuesto a admitir ningún tipo de discusión sobre el tema, tal vez porque pensaba que ya había hecho un gran esfuerzo en nombre de la Primera Enmienda durante su infructuosa defensa de la novela de Wilson ante el Tribunal Supremo. Puede que también pensara que la familia Doubleday, a la que *Sister Carrie* ya había horrorizado anteriormente, no estaba preparada todavía para una noche de amor en *El Cazador Encantado*.^[12]

El tal presidente, que se llamaba Douglas Black, era un personaje inquietante. Bebía mucho y sus cambios de humor eran imprevisibles. Algunas veces se ponía a cantar —le encantaba «Some Enchanted Evening», de *South Pacific*, y le gustaba imitar la voz de bajo de Ezio Pinza— y en otras ocasiones montaba en cólera por una nadería. En un estado u otro aterraba a sus empleados, uno de los cuales le comparó con el millonario chiflado de *Luces de la ciudad*, que un día confiaba a Chaplin el gobierno de su casa y al siguiente ordenaba a su mayordomo que le pusiera de patitas en la calle. Una mañana, uno de mis colegas, al salir del despacho del presidente, hizo como si se espolsara con delicadeza los pantalones y recorrió con paso airoso el pasillo balanceando un bastón imaginario.

Durante el tiempo que duraron aquellas negociaciones estériles para la publicación de *Lolita*, yo me sentía como si me hubieran internado por error en un manicomio. Si me quedaba mucho más tiempo pronto sería incapaz de decir que estaba allí por equivocación. Pero el lío de *Lolita* no fue la causa de mi partida. Anchor Books ya se había convertido en una parte muy rentable —la más rentable, proporcionalmente— de la actividad editorial de Doubleday. Hoy, cincuenta años más tarde, es una parte floreciente del imperio Bertelsmann. Pero no era mía, y mi dedicación a su éxito se había convertido en una trampa. La ilusión de libertad creada por mis paredes desnudas y mi escritorio vacío era engañosa. La verdadera libertad significaba abandonar Anchor Books y emprender mi propio negocio si quería tomar mis propias decisiones sobre lo que había que publicar. El dinero en sí no era el problema, aunque quizá debiera haberlo sido. Ahora tenía una familia que mantener y mi sueldo en Doubleday apenas reflejaba el valor del activo que yo había creado. Pero la culpa era mía. Para obtener beneficios de Anchor Books tendría que haber creado el negocio por mi cuenta. Fue el asunto de *Lolita* lo que me convenció de que había llegado el momento de hacerlo. Cuando abandoné definitivamente las oficinas de Doubleday me sentí —el tópico es inevitable— como si caminara por las nubes, pero mi euforia no era nada comparada con la de Barbara; para ella, Doubleday, donde había trabajado brevemente, siempre había sido un lugar ridículo, y su

presidente un loco de remate.

Tres días después de dimitir, viajé a Londres con mi amigo Barney Rosset, propietario de Grove Press, cuyos libros en rústica Evergreen eran uno de los más serios rivales de Anchor Books. En aquel entonces el aeropuerto internacional de Nueva York se llamaba Idlewild, como un sector del barrio de Queens. Había una sala de embarque pero no terminales separadas como ahora. Los pasajeros cruzaban a pie la pista y embarcaban directamente. Cuando subía la escalerilla del avión, me volví para decir adiós a Barbara y a algunos amigos que habían venido a despedirnos a Barney y a mí. Barbara se reía. Los demás lloraban. Debían de pensar que yo había renunciado a una brillante carrera. En realidad, por fin había puesto en práctica una decisión tomada ocho años antes, cuando pensé quedarme en Doubleday un par de meses y luego ver qué ofrecía el mundo.

Barney era un editor brillante e intrépido que no habría dudado en publicar *Lolita* si Nabokov no hubiese tomado entretanto otras disposiciones. Barney era el descendiente espiritual de Liveright y el editor de Beckett, Genet y Ionesco. Si alguien merece recibir el premio Curtis Benjamin por la obra editorial de toda una vida, es Barney. Llevó adelante el caso *Chatterley* y en 1960 lo ganó en el Tribunal Supremo, derrotando a los censores de una vez por todas. Fue el editor de la generación *beat*. Era también tan testarudo, litigante y poco práctico como Liveright, y al igual que éste acabaría perdiendo su editorial. Éramos amigos, a pesar de la diferencia de nuestros temperamentos, y viajábamos a Londres con idea de comprar la división americana de Penguin Books. De haberla comprado, nuestros caracteres distintos habrían chocado y nuestra amistad se habría resentido.

Un año antes, Alan Lane, el fundador de Penguin en los años treinta, me había pedido que dirigiera su división en Estados Unidos, que se componía únicamente de un centro de distribución en Baltimore pero no tenía oficina en Nueva York ni actividad editorial en suelo americano. Los directores precedentes habían abandonado la editorial recientemente para crear su propia empresa, New American Library, que junto con Anchor y sus numerosos competidores dominaba el mercado norteamericano de ediciones en rústica de calidad, muy por delante de Penguin. Rechacé su oferta pero le dije que si quería vender su filial yo podría reunir el dinero para comprarla. Me propuso que siguiéramos hablando, y así lo hicimos cuando empeoró la situación con Nabokov.

Lo que yo no capté entonces era que Lane, como muchos editores británicos, no era el dueño de su empresa: los propietarios eran sus banqueros. La dirigía en descubierto y era, en la práctica, un empleado de sus acreedores. A medida que avanzaban nuestras conversaciones en Londres, descubrí que Barney y yo no éramos los únicos editores norteamericanos con quienes Lane hacía tratos. Había otros dos, por lo menos. Conjeturé lo que debería haberseme ocurrido cuando él trató de contratarme: que él esperaba pagar la deuda a sus banqueros vendiendo la filial americana conmigo como parte del paquete. Lane era un editor excelente, tan astuto

como afable, pero su banco no iba a permitirle que escapase de sus garras vendiendo a los norteamericanos su mercado extranjero más prometedor. Hacia la mitad de la semana era evidente que nuestro plan se quedaría en agua de borrajas, lo que a la postre fue una suerte, en vista de las escasas posibilidades que Barney y yo habríamos tenido como socios. Años después, cuando la editorial de Barney pasaba por un mal momento, intercedí para que Random House distribuyera sus libros. Los términos del acuerdo fueron, en mi opinión, generosos, pero no impidieron que Barney exigiera mejoras posteriores. Random House se negó y Barney le puso un pleito. Mi admiración por él sobrevivió, pero nuestra amistad sufrió un grave deterioro.

Barney fue a París a visitar a Beckett y yo accedí a pasar el fin de semana en la casa de campo de Lane en Staines, al otro lado de la pista del aeropuerto de Heathrow, donde Lane continuó fingiendo que todavía podíamos llegar a un acuerdo. Mientras yo estaba en su casa, Bennett Cerf telefoneó para preguntar cómo iban las cosas. Le dije que no iban a parar a ningún sitio, y me contestó que él podría haberme ahorrado el viaje. Los banqueros de Lane no le consentirían vender su filial norteamericana, del mismo modo que la Reina tampoco le permitiría al príncipe Felipe vender Canadá. Me propuso que trabajase con él y con su socio, Donald Klopfer, en Random House. Me dijo que allí podría trabajar de *editor* sin responsabilidades adicionales, y emprender mi propio negocio al mismo tiempo. Quizá él y Donald invirtiesen en mi proyecto. Las llamadas transoceánicas no se oían bien en aquella época, y los aviones que despegaban de Heathrow entorpecían aún más la conferencia. Pero después de una semana en Londres estaba encantado de oír el acento de Broadway que tenía Bennett, y convinimos en vernos cuando volviese a Estados Unidos.

Una semana más tarde llegamos a un acuerdo. Yo aportaría libros al catálogo de Random House y tendría libertad para montar una empresa propia, siempre, claro está, que eso no plantease conflictos. El acuerdo era insólito, pero tampoco abundaban las personas como Bennett y Donald. Éramos amigos. Cuando ahora pienso en ellos, y lo hago a menudo, pienso en su cortesía, su respeto instintivo por los sentimientos ajenos: una rara forma de sabiduría. Donald era un poco más solícito. Tenía una elegancia natural. Bennett, en cambio, no dudaba en interrumpir la soledad de alguien cuando tenía un nuevo chiste que contar. Una sola vez, creo, despidieron a un *editor*. Lo hicieron a regañadientes, pero los desastres del hombre no les dejaron más opción. Abordaron la tarea temerosos, pero él aceptó el despido estoicamente. Cuando se levantaba para irse se le ocurrió decir que había estado pensando en comprar una casa, pero que ahora no podría. Bennett y Donald le prestaron el dinero. Cuando entré en Random House no vi la necesidad de firmar un contrato, y no lo pedí. Ocho años después, cuando la editorial era propiedad de RCA y Bob Bernstein, que había sucedido a Bennett como director, sugirió que era el momento de hacer uno, pregunté: «¿Por qué? ¿No confiamos el uno en el otro?». Bob me miró fijamente. Yo le devolví la mirada y firmé el contrato. Nosotros no habíamos

cambiado, pero sí Random House.

Cuando trabajaba en Doubleday y vivía en Greenwich Village, veía de vez en cuando a William Faulkner esperando en la estación de Fourth Street, en la línea de metro Independent, un tren que le llevase a ver en Random House, en la vieja mansión Villard, a su *editor* Albert Erskine. Aunque no hubiera sabido quién era, me habría fijado en él, una gallina del Mississippi sin pelaje, de cresta blanca y cara colorada, en medio de la incolora volatería nortea que atestaba el andén a la hora punta en invierno. Bajo el brazo solía llevar un paquete envuelto en papel de estraza que en aquellos años podría haber contenido galeradas de *Una fábula* o de *La ciudad*, la segunda parte de la trilogía sobre los Snopes que por entonces estaba completando. Qué placer, pensaba yo, ser Albert Erskine y trabajar con los manuscritos de Faulkner. Era bien sabido que Bennett y Donald le habían dado dinero, pagado las facturas que se le acumulaban, intercedido ante sus patronos de Hollywood para que le subieran su sueldo de guionista, aguantado sus líos amorosos, sus noches de borrachera, sus resacas, las caídas de los caballos que se empeñaba en montar, y tratado, no siempre con éxito, de continuar publicando sus libros cuando poca gente los solicitaba. Aquel acto de fe costaba tiempo y dinero. Bennett y Donald no soportaban el caos en sus vidas privadas y no podía gustarles cuidar de aquel genio exótico durante sus noches de alcohol.

En 1946, el crítico literario Malcolm Cowley publicó una antología de escritos de Faulkner que afianzó su popularidad y alivió sus problemas económicos. Seguiría el Premio Nobel. A veces Random House tuvo que decir no a las repetidas peticiones de dinero de Faulkner, pero las negativas eran poco frecuentes y en ocasiones Bennett y Donald se rascaban el bolsillo cuando pensaban que la editorial ya había hecho bastante. El problema no eran los despilfarros de Faulkner. Hasta el espaldarazo de Cowley, sus libros no se vendían. A pesar de los esfuerzos de muchos libreros entusiastas para convencer a sus clientes de que Faulkner era un genio nato, los lectores no estaban dispuestos a leerle. Si Bennett y Donald le hubiesen tratado como una simple y poco prometedora partida presupuestaria, Faulkner habría continuado escribiendo sus novelas —la voluntad literaria no se frustra tan fácilmente—, pero quizá Random House no habría sido su editorial cuando finalmente captó la atención del público.

Cuando Bennett y Donald eran propietarios de Random House, lo último que esperaban era ganar dinero, como Bennett escribió en sus memorias, y en este sentido eran ejemplares típicos de la brillante generación de editores a la que pertenecían. Trabajaban por amor al arte, y les sorprendió amasar una fortuna inesperada con la salida a Bolsa del 30 por ciento de la empresa en octubre de 1959, y una fortuna mayor cuando en enero de 1966 RCA la adquirió por 40 millones de dólares. Aunque Random House era probablemente la editorial más rentable de su época, era un hecho conocido dentro de la empresa que los dueños cobraban sueldos modestos, inferiores

en algunos casos a los que pagaban a miembros de la plantilla, cuyos ingresos estaban, en efecto, subvencionando. Eran expertos en su oficio, y de los hombres más dichosos y, desde luego, más encantadores que he conocido. Hoy todavía se advierten huellas de su espíritu, por débiles que sean, en Random House, una industria muy diferente en un mundo también muy distinto.

Cuando la empresa salió a Bolsa, un año después de mi llegada, el talante de la casa cambió ligeramente. Bennett siempre había sido un hombre preocupado. Pero ahora que la editorial cotizaba en Bolsa, masticaba angustiado un extremo de su pañuelo blanco de hilo cada vez que las acciones bajaban. Cuando la empresa era suya y de Donald, una temporada floja no tenía importancia. Al año siguiente o al siguiente mejorarían las cosas. Entretanto el fondo mantenía la editorial a flote.

Finalmente las acciones de Random House, que habían subido rápidamente en el mercado al alza por razones que tenían mucho que ver con el *glamour*, cayeron junto con otras acciones del sector, y a Bennett, que se había convertido en una celebridad de la televisión nacional, le inquietó que los admiradores que habían invertido en su empresa pensarán que no conocía su negocio. Como todas las celebridades, Bennett se alimentaba del aplauso, que él imaginaba que ahora dependía de que los beneficios aumentasen cada trimestre, una meta imposible incluso para una empresa tan boyante como Random House. Unos cuantos best-sellers fortuitos distorsionaban las ganancias anuales y el año siguiente, en comparación, parecía ruinoso. Los editores comprendían esta pauta. Wall Street no.

En sus memorias, Bennett escribió que él y Donald habían «renunciado adrede a una auténtica fortuna por el gusto de hacer lo que queríamos, y de repente éramos ricos sin habérmelo propuesto». Pero cuando se lanzaron al mercado de valores dejaron de sentirse libres de hacer lo que quisieran. Bob Loomis, mi amigo y colega durante cuarenta y dos años, me dijo que Bennett solía entrar en su despacho para preguntarle si era feliz. Estoy seguro de que el interés de Bennett por el estado de ánimo de Bob era sincero. Pero sospecho que al mismo tiempo estaba pidiendo la aprobación de Bob respecto a su actuación como director de la casa. Ahora que éramos tanto sus empleados como sus accionistas tenía más motivos para preocuparse de nuestro ánimo. Era una inquietud superflua. Jamás hablábamos del precio de las acciones, que Bennett y Donald, generosamente, nos habían permitido adquirir, en varios casos con dinero prestado por ellos mismos, antes de que salieran a Bolsa, y dudo de que alguno de nosotros se ocupara tanto como Bennett de los altibajos bursátiles.

Escribió en sus memorias que él y Donald decidieron poner a la venta acciones con el fin de establecer el valor de la empresa a efectos patrimoniales, lo cual en parte era cierto. Otra razón, aparte del dinero que se proponían ganar, es que se estaban haciendo viejos y pensaban en quién habría de sucederles. Knopf, Viking, Simon & Schuster y las demás editoriales llamadas judías eran ahora empresas consolidadas con activos sustanciosos, aunque con los beneficios mínimos e inciertos

propios de la industria. Al vender acciones, Bennett y Donald habían empezado por fin a retirar su dinero de la editorial. Pero también lo hicieron de otras formas más discretas. Ahora Bennett era famoso gracias a *What's My Line*, su programa de televisión semanal, y un conferenciante muy bien pagado. Pasaba semanas lejos del despacho, alegando que sus largas ausencias por motivos de viaje eran buena publicidad para Random House y sus autores. Lo cual era cierto. Gran parte del encanto que todavía conserva Random House procede de la popularidad de Bennett. Era también un columnista conocido y llamó *The Columns* [Las Columnas] a su segunda residencia de Mount Kisco en agradecimiento a la actividad que le había permitido pagar el elevado precio de aquella propiedad en cuya piscina sirvientas de uniforme y camareros con chaquetilla blanca servían chuletas de cordero de doble grosor y patatas asadas acompañadas de tarritos de porcelana llenos de ketchup. Sus libros de chistes vendían cientos de miles de ejemplares. Para sobrevivir, no obstante, la empresa necesitaba una base sólida, independiente de la fama, el talento y la generosidad de sus avejentados fundadores.

Esto significaba expansión, la suficiente en todo caso para que los fundadores pudiesen ofrecer a sus eventuales sucesores unos razonables incentivos económicos. La expansión era inevitable, pero diluía la intimidad y la informalidad que habían hecho deliciosos mis primeros años en la casa. Cuando la dirigían Bennett y Donald, las ocasionales reuniones del personal eran caóticas. Donald jugueteaba con su pipa y por lo demás contemplaba inmóvil Madison Avenue por la ventana. Bennett, por su parte, no podía estarse quieto. Contaba chistes, cambiaba de tema, salía, regresaba, contaba otro chiste y volvía a salir. Pero ahora nuestras jornadas giraban en torno a reuniones a las que ellos no se dignaban asistir. Cuando RCA compró la editorial, Bob Bernstein, el sucesor de Bennett como presidente, hizo cuanto pudo para conservar el viejo estilo desenvuelto de Random House. Contaba chistes malos, a su vez, y ahorra a sus colegas los presupuestos quinquenales y otras majaderías empresariales que exigían los ejecutivos de RCA a los que Bob rendía cuentas. Pero a mediados de los setenta la casa se había convertido en una gran empresa y eso se hacía sentir. Yo prefería pasar el tiempo en el museo Frick, entre cuadros de Fragonard y de Coya, o al otro lado de la ciudad, en las oficinas de *The New York Review of Books*, cuyos muebles maltrechos y suelos llenos de pilas de libros eran un alivio de la atmósfera cada vez más formal que se respiraba en las nuevas oficinas de Random House en la Tercera Avenida.

Un año después de que la editorial saliese a Bolsa, Donald y Bennett compraron Knopf. Alfred era mayor que ellos, y su hijo Pat había abandonado hacía poco la empresa para crear una propia. La mujer de Alfred, Blanche —su socia y la más brillante de sus editoras—, no estaba bien de salud, y la decisión de Alfred de vender, que supuso una conmoción, era, vista en retrospectiva, inevitable. Unos años más tarde, cuando el estado de Blanche empeoró y sólo le quedaban un par de días de vida, dejó una nota a Alfred para que la leyera en casa de Frank Campbell, en

Madison Avenue, donde un cuarteto de cuerda, con faldas negras y blusas blancas, aguardaba a amigos y familiares en un escenario ornamentado con camelias. Blanche agradecía a todo el mundo su asistencia, se disculpaba por haberles molestado en una atareada mañana de lunes y confiaba en que apreciaran una música que a ella y a Alfred les gustaba. Fue la despedida elegante de una excelente editora. Análoga fue la de Bennett, varios años después, en la que su amiga Phyllis Newman cantó canciones del mundo del espectáculo en St. Paul's Chapel, en el campus de Columbia, donde Bennett había sido amigo y condiscípulo de Richard Rodgers y Lorenz Hart y se había hecho adicto al teatro de Broadway. Asistieron docenas de escritores, editores y agentes, y cuando después charlamos al resguardo de la Low Library, aquella mañana desapacible y lluviosa, supe que habíamos despedido algo más que a un gran editor y un amigo querido.

4. ADIÓS A TODO AQUELLO

Los jóvenes de talento, hombres y mujeres, que habían fundado sus editoriales en los años veinte y ofrecido la literatura del modernismo a los lectores norteamericanos, arriesgando su fortuna y su destino por Faulkner y Joyce, Proust, Gide, Lawrence, Stein, Stevens y Pound, pronto desaparecerían, así como su personalísima y artesanal forma de editar libros. No eran, por supuesto, los únicos editores distinguidos que florecieron en los años de entreguerras. Estaban también Harper y Scribner, en cuyo catálogo figuraban Hemingway y Fitzgerald; Harcourt, Brace, que publicó a Eliot y a varios escritores del grupo de Bloomsbury; Macmillan y las editoriales de Boston, Houghton Mifflin y Little, Brown; y W. W. Norton, con sus traducciones de Freud y su excelente catálogo de música. Pero esas empresas consolidadas desde antiguo sufrirían también las transformaciones que ya habían empezado cuando entré en Random House, en 1958. Al principio los cambios eran imperceptibles. Al igual que mis colegas, supuse que Random House, a comienzos de los años sesenta era una estrella fija dentro de su universo. Sólo poco a poco vi que este universo estaba también cambiando.

Desde sus orígenes, hace casi dos siglos, hasta el decenio de los sesenta, cuando el éxodo hacia las afueras de las ciudades y la hegemonía de los centros comerciales alteraron radicalmente el mercado del libro, la industria editorial norteamericana había seguido una pauta histórica. Los editores enviaban los manuscritos a un cajista para que los compusiera, a mano hasta la invención en 1884 de las linotipias y, tres años más tarde, del monotipo, el sistema de composición en caliente que permitía fundir el plomo en tipos sueltos y obtener nuevos caracteres a partir de matrices ya compuestas. Una vez ajustada y atada la composición, se entregaba el molde al impresor y se colocaba sobre una prensa, de la cual salían hojas impresas que luego se doblaban y se ordenaban por signaturas —o pliegos—, se cosían y se encuadernaban: era en esencia el mismo procedimiento que se había utilizado desde Gutenberg. El olor a tinta y a metal caliente que impregnaba las imprentas de Varick Street, donde Random House imprimía algunos de sus títulos a principios de los años sesenta, probablemente habría resultado familiar a los impresores renacentistas de Verona. A comienzos del siglo XIX se habían introducido algunas innovaciones. En 1810 se inventaron las prensas de vapor, y en 1846 las planchas de estereotipo permitieron la producción de tiradas más largas y de este modo reducir el coste de

cada ejemplar. El impresor enviaba los libros al almacén de la editorial, y desde allí se enviaban a los libreros que previamente habían hecho pedidos a través de los comerciales de la editorial. Algunos libros —colecciones, por ejemplo, y ediciones lujosamente ilustradas, como *Birds of America*, de Audubon— se vendían por suscripción. Pero la mayor parte se vendía en las librerías que con el cambio del siglo habían abierto sus puertas en cientos de ciudades y pueblos de todo el país.

Una peculiaridad del comercio de libros ha sido la costumbre, establecida durante la Depresión, en los años treinta, de que los ejemplares no vendidos pueden devolverse a los editores sin ningún cargo. Así pues, los libros se venden a cuenta. Como, por lo general, era imposible saber de antemano si un libro iba a venderse o no, los libreros no podían permitirse arriesgar su precioso capital en autores desconocidos sin una garantía por parte del editor. Los editores, que no querían que sus clientes quebrasen, y de acuerdo con la práctica iniciada por Simon & Schuster, accedieron a quedarse con los ejemplares no vendidos a cuenta de pedidos futuros. «Sale hoy. Vuelve mañana», era el comentario de Alfred Knopf sobre esta penosa condición de venta. Los editores han aprendido desde entonces a cubrir el coste de las devoluciones inflando el precio de venta al público, de forma que sus compradores no sólo pagan el ejemplar que compran, sino una parte proporcional de los ejemplares devueltos a los almacenes de los editores para ser guillotizados y reciclados. En el futuro tecnológico, el problema de las devoluciones quedará eliminado en la medida en que los libros se impriman por encargo, a petición de los clientes, en lugar de ser impresos y repartidos en las librerías a la espera de que los clientes quieran o no comprarlos.

Harper Bros., una de las primeras editoriales norteamericanas, empezó a imprimir libros en Nueva York en 1817. Pronto la empresa competía con otras imprentas neoyorquinas, enviando libros, entre ellos ediciones pirata de autores británicos, a través del canal del Erie hacia el interior del país, donde las imprentas locales no podían igualar los precios de Nueva York. El canal confería a los impresores neoyorquinos una ventaja sobre sus competidores de Boston y Filadelfia, lo que ayuda a explicar la primacía de Nueva York como centro editorial. Había otros motivos, por supuesto. Boston era una teocracia congregacionalista con fuertes resabios puritanos, y Filadelfia una aristocracia cuáquera. Nueva York, por el contrario, era una ciudad políglota, cosmopolita, abierta a cualquier persona con talento y ambición. John Jacob Astor, comerciante de pieles, habría podido sobrevivir en Boston o Filadelfia. En Nueva York se convirtió, a pesar de sus orígenes humildes, de su acento y de su condición de extranjero, en el hombre más rico de los Estados Unidos y en el fundador de un imperio. Cuando estalló la guerra civil, la posición destacada de Nueva York como capital de la edición estaba ya consolidada.

Los Estados Unidos, con pocos escritores propios a los que proteger y una industria impresora que cuidar, hizo caso omiso de las leyes internacionales de la propiedad intelectual internacional a lo largo de casi todo el siglo XIX. En 1853,

Harper Bros., con una plantilla de quinientos trabajadores, era la empresa más grande de Nueva York y la editorial más importante del mundo, tras haber añadido biblias y manuales escolares, así como libros de escritores americanos a su colección de obras pirateadas de Dickens, Thackeray, las Brontë y otros. Según explican Edwin G. Burrows y Mike Wallace en *Gotham*, la magistral historia de Nueva York hasta 1898, y sin duda la historia más grande y, con sus casi dos kilos y medio, más pesada que jamás se ha escrito de una ciudad, Thomas Babington Macaulay fue el más rentable de los autores pirateados por Harper. Su *Historia de Inglaterra desde el ascenso de Jacobo II* vendió, según Burrows y Wallace, la asombrosa cantidad de 400.000 ejemplares, una cifra de ventas comparable a la de un best-seller de no-ficción actual en una América hoy mucho más grande, a lectores ansiosos de superar el ascenso de Inglaterra al poder mundial.

Hacia la década de 1840, el mercado americano había crecido lo suficiente como para que Charles Dickens cruzara el Atlántico con el fin de protestar por el robo de sus derechos de autor. La sociedad literaria neoyorquina organizó un baile en su honor para 2.500 invitados en el Park Theatre, y Washington Irving le agasajó con otra cena para un grupo más selecto en el City Hotel. Pero la petición de Dickens de que se respetaran sus derechos de autor fue desoída, y partió a Canadá deprimido por la aspereza que había advertido en los Estados Unidos. Expresó su desilusión en un libro corto y, para ser de él, insólitamente lúgubre —*Notas americanas*—, que Harper pirateó de inmediato y vendió a 12 centavos y medio el ejemplar. La lectura del libro vale la pena aunque sólo sea por el relato de un viaje en tren que hace Dickens de Washington a Filadelfia, y durante el cual creyó que era una tormenta de plumas lo que resultó ser saliva procedente de los pasajeros que viajaban en los vagones delanteros. Los escupitajos del país ofendieron al británico. Cuando visitó el Senado se quejó de que los senadores escupían tan lejos de las escupideras que las alfombras parecían pantanos. Poco después de la estéril llamada de Dickens, los escritores americanos solicitaron protección para las ediciones extranjeras de sus obras, y a finales del siglo el Congreso promulgó una Ley internacional de la propiedad intelectual beneficiosa para los editores, que ahora podían contratar los derechos exclusivos de obras de escritores del Reino Unido y otros países y obtener de ellas ganancias normales.

A mediados de 1850, los editores de Nueva York enviaban millones de libros al interior del país. La novela más popular de la época, según Burrows y Wallace, era *The Wide, Wide World*, escrita por una dama de la alta sociedad venida a menos que se llamaba Susan Warner. Harper rechazó aquel manuscrito «fariseo y sensiblero», tachándolo de «acaramelado», pero G. P. Putnam, siempre atento al género, entonces como hoy, lo aceptó y vendió catorce ediciones. En el decenio anterior a la guerra civil había 112 editores en Nueva York y otros más en Boston, Filadelfia y otras ciudades. Nueva York gozaba ante ellas de la ventaja, en palabras de Burrows y Wallace, de su actitud relativamente desenfadada hacia «los melodramas, las novelas

de amor sadomasoquistas con buenas dosis de sexo, los relatos escabrosos y horribles de infamia patricia y bajezas plebeyas», ingredientes básicos de la industria, tanto entonces como ahora. Las editoriales neoyorquinas dominaban el mercado del género hasta que, hacia 1870, Anthony Comstock, un ex adicto confeso al vicio solitario, convenció a líderes políticos de la ciudad de que, para guardar las apariencias respetables, un electorado hipócrita no pondría reparos a la represión de sus vergonzosas fantasías. En adelante los editores más importantes atendieron las pretensiones cursis de lectores que reverenciaban una idealización del recato femenino. Hasta los años veinte, cuando los editores introdujeron la literatura del modernismo y su crítica de todos los ideales, la edición norteamericana no alcanzó, por emplear el término de Van Wyck Brooks, su mayoría de edad, conjuntamente con la propia nación.

Los años veinte fueron la época dorada de la edición norteamericana, una era cuya aureola todavía brillaba, aunque débilmente, cuando entré a trabajar en Doubleday. En 1950, las empresas creadas en los años veinte eran todavía pequeñas. Cuando entré en Random House, en 1958, sus ventas andaban justo por debajo de los 5 millones de dólares, probablemente una cifra equiparable a la de Simon & Schuster. Knopf y Viking eran más pequeñas. Todas estas editoriales aún estaban dirigidas por sus fundadores, y cada una tenía su personalidad propia. Desde nuestra perspectiva en Random House, Knopf y Viking habían envejecido más que nosotros, mientras que Simon & Schuster permanecía en un estado de adolescencia eterna. Había todavía miles de pequeñas librerías en ciudades y poblaciones de todo el país. La mayoría no eran más anchas que un pasillo y tenían nombres como Smile-a-While, Book Nook y Bide-a-Wee,^[13] pero muchas estaban llenas de todo género de títulos, entre ellos colecciones regionales y otras especiales que reflejaban los gustos de los propietarios. Era una aventura bibliográfica deambular durante un par de horas, entre el olor de las cubiertas, por aquellas tiendas donde estaban en venta los conocimientos acumulados de la especie humana, alineados en anaqueles alfabéticamente según las categorías del pensamiento. Para los editores y los libreros de los años veinte, la cantidad de escritores nuevos y estimulantes que había era más que suficiente para hacer de la edición una aventura constante. Irving, Cooper y Twain habían sido celebridades en su época, pero jamás tanto como los escritores que surgieron en los años de entreguerras y los decenios de posguerra. Cuando el orgulloso editor de *Forever Amber*, el gran éxito de Kathleen Windsor en 1944, promovía su libro con un retrato encantador de su guapa autora, Bennett Cerf respondió poniendo un anuncio en el *Times* sobre la autora de Random House Gertrude Stein, en el que había una foto de la señorita Stein y de Alice Toklas debajo del titular «Nosotros también tenemos chicas con *glamour*».

Cuando empecé en la industria editorial, la generación de prometedores escritores americanos y europeos de posguerra había empezado a aparecer, y el mercado formado por varios miles de libreros independientes se adaptaba bien a la gran

variedad de títulos que se estaban publicando. No sabía que aquel mercado no tardaría en hundirse por culpa de un desplazamiento demográfico cuyo sordo estruendo podía haber sido captado, incluso entonces, por un oído más fino que el mío. En 1960 preparé para Random House la edición de *Muerte y vida de las grandes ciudades*, el clásico de Jane Jacobs que defendía el urbanismo frente a las poderosas fuerzas que lo amenazaban, entre ellas los partidarios de las zonas residenciales de las afueras como entorno más saludable que las ciudades densamente pobladas, pero no percibí lo que significaban aquellas fuerzas para escritores y editores.

Por la época en que entré en Random House, el éxodo hacia los barrios residenciales de las afueras de las ciudades ya estaba muy avanzado, pero en Nueva York los lectores podían comprar todavía los best-sellers del momento y colecciones caras en Macy's, en Scribner y en Brentano's, en la Quinta Avenida, mientras que en Greenwich Village y en la parte alta de Broadway, cerca de Columbia, o en la Cuarta Avenida, como entonces se llamaba Park Avenue South, los libreros almacenaban existencias y lectores de toda la ciudad podían elegir entre una infinita variedad de títulos especializados, nuevos y de segunda mano. Ocurría lo mismo en otras ciudades. En Nueva York y otras capitales, muchos libreros conseguían financiar el lento movimiento de su stock trabajando en locales de su propiedad, por los que no pagaban alquiler. Otros instalaban su comercio en bocacalles donde el alquiler era barato y dependían menos de una situación privilegiada, en una zona cara y muy concurrida, que de clientes que les visitaban regularmente o a los que podían avisar mediante una tarjeta postal o por teléfono de la llegada de títulos interesantes. Pero a medida que los clientes se mudaban a las afueras, los propietarios de estas tiendas, al principio por veintenas y después a centenares, cerraban sus puertas. Sólo unos cuantos abrieron otra en los nuevos barrios, donde la población estaba dispersa y los alquileres de los centros comerciales eran demasiado altos para sostener negocios tan excéntricos y escasamente rentables, con unos stocks enormes de libros a menudo desconocidos y poco comerciales y unos volúmenes de venta peligrosamente bajos. En una librería, como en cualquier otro establecimiento dedicado a la venta al por menor, existe una relación de equilibrio (*trade-off*) entre el stock y el alquiler. Cuanto más pagas por uno, menos puedes gastar en el otro. Los alquileres de los centros comerciales acabaron con la estructura de comercio que había evolucionado de la mano con la industria editorial norteamericana durante casi dos siglos.

Para los editores, la red informal de libreros independientes ha sido un indicador fiable de un mercado literario variado y fluctuante, un Internet primitivo que nos conectaba estrechamente con las diversas comunidades de lectores. No quiero decir con esto que los editores dependiesen del mercado para confeccionar sus catálogos de la misma forma que los productores de cine y los políticos dependen de los estudios de grupo y de los sondeos de opinión. Pero la desaparición de los libreros independientes privó a los editores de un órgano sensorial, les hizo perder el contacto con el mundo externo. El resultado fue una leve paranoia, una reacción típica de la

desorientación, a medida que el mercado, ahora concentrado en un nuevo tipo de librería integrada en las galerías comerciales, se volvía mecanizado e impersonal, una fuerza uniforme para la que los libros no eran objetos preciosos o peculiares, sino una mercancía más. Hacia los años setenta, mis llamadas cotidianas a librerías se hicieron menos frecuentes y finalmente dejé de hacerlas.

Tradicionalmente, los grandes almacenes mantenían sus secciones de libros como una manera de atraer clientes. Pero cuando se trasladaron a los centros comerciales, casi todos abandonaron sus librerías poco rentables y contaron con la capacidad de los propios centros para generar tráfico. No obstante, en 1969 dos cadenas de grandes almacenes del Medio Oeste —Carter, Hawley, Hale y Dayton, Hudson— abrieron sus secciones de libros como si se tratase de cadenas independientes, una llamada Waldenbooks y la otra B. Dalton. Estas cadenas, a su vez, no tardaron en abrir cientos de puntos de venta uniformes y con una gestión centralizada, que ampliaron mucho, democratizaron y pronto dominaron el mercado del libro. Pero los editores pagaron muy caro esta beneficiosa expansión del mercado. Las grandes superficies cambiaron radicalmente la naturaleza de la edición, pues la regla de oro de que el stock y el alquiler son inversamente proporcionales exigía un gran volumen de existencias y también de ventas. Las librerías de los centros comerciales pagaban el mismo alquiler que la zapatería de al lado, y se regían por las mismas leyes fiscales. Necesitaban productos reconocibles que el cliente comprara de una forma impulsiva. Esto significaba libros de autores de marca, con sus legiones de lectores leales, o de celebridades que lanzaban sus libros en los programas de televisión matutinos y, más adelante, en el programa de Oprah Winfrey, líder de audiencia: princesas reales, fanáticos de la salud, mafiosos reformados, descubridores de los doce secretos del éxito en los negocios o en el amor, políticos, místicos orientales, luchadores, entrenadores de fútbol con carisma, culturistas, especialistas en dietética, cotillas, evangelistas, estrellas del baloncesto y un largo etcétera. Entretanto, los editores que durante años habían cultivado sus fondos editoriales ahora tenían menos establecimientos donde colocar los títulos de sus catálogos.^[14] El éxodo hacia las zonas residenciales estaba dividiendo la industria en dos negocios completamente distintos e incompatibles: uno dominante, basado en la venta de productos de consumo masivo en los grandes centros comerciales, y otro consagrado a la búsqueda tradicional de candidatos para el fondo editorial.

El modelo para la edición dirigida al mercado de masas había sido establecido en los años treinta y cuarenta por las editoriales de libros en rústica —Pocket Books y sus imitadores—, que distribuían sus títulos mensualmente a través de los distribuidores de revistas, ante todo a quioscos y, con el tiempo, a supermercados y otros puntos de venta masiva. Al principio eran distribuidores a escala nacional con sucursales en las ciudades más importantes. En la década de los cincuenta, los distribuidores independientes que copaban los principales mercados periféricos habían desplazado a los distribuidores nacionales establecidos en la ciudad, y también

incorporaron los libros a su negocio de revistas. Puesto que estos libros en rústica solían ser reimpresiones baratas de los best-sellers antiguos, la labor del editor en rústica para el mercado de masas era mínima, más que nada una selección y adquisición de títulos publicados. El marketing era ahora la función fundamental, y los *editors* de las editoriales de rústica eran sus sirvientes, invirtiéndose así la relación tradicional.

Como el suministro de best-sellers de los años anteriores era limitado y sus precios de compra cada vez más caros, las editoriales más pequeñas del mercado de masas solicitaban manuscritos directamente de los autores y los comercializaban directamente en rústica clasificados por géneros: novelas del Oeste, de misterio, románticas, etc. Algunos de estos autores atrajeron a un público fiel y a la larga fueron contratados por las editoriales que publicaban libros en tapa dura. Estos escritores, vendidos ahora en ediciones caras, y los tradicionales escritores de best-sellers pagaban el alquiler de los establecimientos de los centros comerciales y llegarían a pagar también el de las grandes cadenas de librerías que los sucedieron. Inevitablemente, las editoriales que publicaban libros en tapa dura de orientación más comercial adoptaron las características de las que editaban grandes tiradas en rústica. Aunque sus *editors* se mantenían, por lo general, fieles a su función tradicional, las cuestiones de marketing dominaban la política editorial de estas empresas, en detrimento de la amplia gama de títulos demasiado especializados o especulativos para ser promovidos y vendidos en las cadenas. En general, a estos títulos se los abandonaba —y se los abandona— a su suerte.

Muchos encuentran salida, sin embargo, en especial los que pueden incluirse en los programas de los cursos universitarios o los que atraen a grupos de lectores especializados. Hoy, la supremacía en las editoriales de los especialistas de marketing y de las cadenas a las que abastecen no es absoluta. Algunos de los libros que, sin ser novedades, tampoco forman parte aún del fondo editorial [los libros de la *midlist*] se convierten en best-sellers por razones misteriosas y sin el apoyo inicial de las cadenas de librerías: por ejemplo, *Medianoche en el jardín del bien y del mal*, de John Berendt, cuyo perspicaz *editor* lo publicó con mucho acierto. Sus ventas trascendieron el límite de las librerías independientes, como si se tratase de un fenómeno de fisión nuclear, a medida que los lectores recomendaban el libro a sus amigos. Al final las grandes cadenas lo incluyeron en su stock y se convirtió en un éxito histórico. *Medianoche* vendió más de dos millones de ejemplares, mientras que otros muchos libros de *midlist* venden cientos de miles a pesar de las limitaciones de un mercado excesivamente concentrado. En el futuro tecnológico, la lectura de esos libros se expandirá a medida que los autores, con ayuda de los *editors* y los publicistas, y ya sin el escollo de las exigencias del volumen de ventas de un mercado físico como el actual, ofrezcan sus obras directamente a los lectores en la World Wide Web, donde el boca a oreja es instantáneo, creíble y se extiende con rapidez. Los editores saludaron la televisión como un instrumento poderoso para promover sus

títulos en el mercado de masas creado por los grandes centros comerciales. Pero la televisión es un medio unilateral que se dirige a un público homogéneo cuyo acceso depende del presentador de turno. Internet, al conectar directamente a lectores y escritores, ofrece la posibilidad de una elección casi ilimitada, y anuncia una cultura literaria fascinante, aunque también alarmante en su diversidad potencial.

Narrar —transmitir la sabiduría y la historia de la tribu por medio de palabras, gestos y canciones— es una capacidad humana innata que floreció mucho antes de que existiera la industria editorial moderna, y continuará floreciendo mucho después de que ésta haya desaparecido. Esta industria, limitada por tecnologías obsoletas y un mercado de difícil acceso, sólo permite la transmisión de escritor a lector. Pero las nuevas tecnologías anuncian la posibilidad de una industria reconstruida que realizará, creo, su tarea histórica con un abanico de posibilidades sin precedentes y unas consecuencias inimaginables. A la vista de la accidentada historia de nuestra especie, no podemos esperar un futuro de gozo ilimitado, pero hay, con todo, razones para el optimismo.

5. GUERRAS CULTURALES

En parte a través de mis amigos de Columbia y de los amigos de Harvard de Barbara, y a causa de mi búsqueda de títulos que añadir a la colección Anchor, hacia finales de los años cincuenta Barbara y yo nos encontramos en medio de lo que acabaría llamándose la comunidad intelectual de Nueva York, y de un grupo de carácter similar que se denominó escuela neoyorquina de poetas y artistas. Se ha escrito ya tanto sobre este Bloomsbury del sur de Manhattan que dudo a la hora de añadir algo más. En aquella época, para Barbara y para mí eran simplemente los brillantes y polémicos escritores y *editors* vinculados a *Partisan Review*: Robert Lowell y su mujer, Elizabeth Hardwick; Will Barrett, cuya útil introducción al existencialismo, *Irrational Man*, publiqué; Dwight Macdonald y Fred Dupee, a quien también publiqué; Hannah Arendt, los Trilling, Clement Greenberg, Mary McCarthy y un largo etcétera.

Partisan Review, donde Barbara había trabajado un tiempo, prestó dos servicios indispensables desde su fundación, en los años treinta, como órgano del John Reed Club, un componente de la Liga de Jóvenes Comunistas. Un año después rompió con el comunismo y comenzó su crítica del estalinismo, una herejía atrevida en aquel entonces. La tirada de *Partisan* era insignificante, pero su influencia fue enorme. A lo largo de los dos decenios siguientes configuró en los Estados Unidos la crítica al comunismo soviético, al tiempo que iniciaba a los lectores americanos en los escritores y los temas relacionados con el modernismo en la literatura y el arte. *Partisan* encabezó, por no decir que en realidad lo creó, el discurso intelectual americano durante los años de guerra y después, hasta que perdió el rumbo en el caos moral e intelectual de la guerra de Vietnam y la agitación cultural de los años sesenta.

Este mundo intelectual, que antaño se había unido para criticar el estalinismo y defender el modernismo —los dos aspectos, por supuesto, están ligados: la victoria del estalinismo significaría el fin del arte y la literatura—, ahora se escindió en facciones enfrentadas sobre diversas cuestiones de la guerra fría. ¿Había que silenciar la crítica de la cultura americana, para no favorecer a la Unión Soviética y a sus propagandistas, o cumplía dicha crítica una función esencial dentro de la democracia? ¿Había que defender al senador McCarthy, a pesar de la caza de brujas, por haber alertado al país de la amenaza que representaba el comunismo doméstico? ¿Cómo era de grave esta amenaza? ¿Y qué había que hacer en cuanto a la ofensiva cultural

soviética? ¿Debían los intelectuales responder aceptando una financiación encubierta por parte de la CIA para apoyar a las publicaciones que fomentasen nuestras posiciones? ¿Estaba bien que los que lo sabían escondiesen a sus colegas escritores estas conexiones? ¿Era la guerra de Vietnam una defensa de los intereses americanos o una trampa de la cual los políticos, temiendo ataques de la derecha, no tenían el valor de liberarnos?

Éstas eran cuestiones legítimas y hasta urgentes, pero el debate devino provinciano y personal. El Dr. Johnson dijo en alguna parte que la crítica literaria no debería incluir elementos de «autobiografía impertinente». Lo que a un crítico le guste o le disguste es una confesión personal irrelevante, como preferir el color verde al azul o el queso stilton al cheddar. Lo que importa es cómo está hecho el queso, si es de sabor fuerte o suave, comestible o tóxico. Pero ahora las cuestiones trascendentes se formulaban como ataques *ad hominem*, justificados metafísicamente como una defensa de la «cultura occidental», como si las opiniones contrarias no fueran simplemente otros puntos de vista, sino insultos a la civilización de la que todos formábamos parte. La comunidad intelectual, cuya crítica del estalinismo y defensa del modernismo habían sido tan heroicas, ahora se desintegraba frente a cuestiones que se encontraban fuera de su alcance moral e intelectual. Sus miembros más preclaros se alejaron, y los que quedaron abrazaron diversas ortodoxias con una intensidad apasionada y a menudo pueril.

En diciembre de 1962, los trabajadores de *The New York Times* se declararon en huelga. Por entonces Barbara y yo vivíamos en la calle 67 Oeste, en uno de esos apartamentos románticos contruidos para artistas a comienzos de siglo, con salones de dos plantas y ventanales orientados al norte que llegaban desde el respaldo de la silla hasta el techo; una versión adulta de mi ático bohemio en la calle 10. Un balcón dominaba el salón, el manto de la chimenea tenía molduras intrincadas y las paredes estaban revestidas de madera. En 1913, el Armory Show de arte de vanguardia, que exhibió el *Desnudo bajando una escalera* de Marcel Duchamp, contenía obras de la colección Arensberg que habían sido reunidas en este edificio en 1907. Los Lowell, amigos nuestros, vivían en un apartamento similar en nuestra misma manzana. Al principio no teníamos muebles, pero entonces ya disponíamos de suficientes sillas para invitar a cenar a amigos. Una noche, durante la segunda semana de la huelga, los Lowell y nosotros estábamos terminando de tomar el café cuando les pregunté si estaban de acuerdo en que el mundo parecía haberse vuelto mucho más pequeño sin el *Times*. La calle 67 Oeste se había convertido en un pueblo, aislado del mundo exterior. Añadí que la ausencia de *The Times Book Review* era otra bendición.

Para exponer a la luz más caritativa de que soy capaz el problema del *The Times Book Review* en aquel tiempo, diré que sus directores no se habían adaptado a la sofisticada generación de lectores de posguerra, una generación de lectores con formación universitaria. Sus críticas eran ignorantes, insulsas, algunas veces maliciosas y por lo general chapuceras. Los autores vivían aterrados de que sus libros

fueran confiados a un crítico que no tenía la menor idea de lo que querían decir. Elizabeth Hardwick, en un artículo que acababa de escribir para nuestro amigo Bob Silvers, que era a la sazón redactor del *Harper's Magazine*, expuso la cuestión vigorosamente: «La alabanza rotunda y la crítica débil», escribió, «la falta de estilo y el artículo pequeño y ligero, la ausencia de implicación, de pasión, de carácter, de excentricidad —la ausencia de tono literario en definitiva— han hecho de *The New York Times Book Review* una publicación provinciana».

La huelga nos ofrecía la posibilidad —en realidad, impuso la obligación, dadas nuestras quejas— de publicar una revista que representase todas las cualidades que Lizzie echaba en falta en el *Times*. Nadie lo dijo esa noche, pero quizá también estuviésemos pensando en una alternativa al *Partisan Review*, que al llegar a su madurez también se había vuelto provinciana. La huelga no nos dejó otra opción. O aprovechábamos la oportunidad o dejábamos de quejarnos.

A la mañana siguiente Lowell pidió un crédito de 4.000 dólares a su fondo fiduciario. La idea consistía en publicar un solo número durante la huelga y decidir más tarde si continuar. Mi posición era complicada. Aunque Bennett y Donald habían accedido a que yo empezase a trabajar por mi cuenta, difícilmente podía involucrarme en una publicación que reseñaría los libros de Random House y Knopf y los de sus competidores, ni tampoco podía esperar que Bennett y Donald colaborasen económicamente si decidíamos que la publicación fuese regular. Mientras Lowell negociaba las condiciones de su préstamo, les hablé de nuestro proyecto. «Guarda las distancias desde el punto de vista editorial», dijo Donald, «y todo irá bien». Bennett contó un chiste sobre gente de Beverly Hills y se acabó la conversación.

Aquella tarde llamamos a nuestro brillante amigo Bob Silvers, que accedió a dejar *Harper's*, cuyo director le dijo que el mundo no necesitaba otra revista literaria y que pronto volvería a ocupar su puesto. Con la ayuda de Elizabeth Hardwick, Bob y Barbara editarían el número especial y venderían espacios publicitarios a los editores, que, debido a la huelga, no tenían otro sitio donde anunciar sus novedades. Al final de esa semana, Barbara y Bob habían vendido anuncios por valor de 10.000 dólares, una cantidad que nos permitía cubrir los costes de impresión. Entretanto, el distribuidor que vendía Anchor Books a quioscos y librerías universitarias se avino a distribuir 100.000 ejemplares de la revista. Bob y Barbara instalaron su despacho editorial en el escritorio que Bob tenía en *Harper's*, y yo permanecí al margen.

No obstante, cuando pusieron en marcha el negocio hice un par de sugerencias importantes: en primer lugar, que si optábamos por la publicación regular, los fundadores —Bob, Barbara, los Lowell y yo— seríamos propietarios de todas las acciones con derecho a voto (al final ofrecimos acciones a Whitney Ellsworth, que pasó a ser nuestra editora) y, en segundo, que la revista se autofinanciaría. *Partisan*, *The New Republic*, *The Nation* y revistas similares dependían de patrocinadores ricos cuyos prejuicios tenían que tener en cuenta los directores. Nosotros procuraríamos ser

rentables para mantener nuestra independencia. Calculé que podríamos hacerlo si manteníamos bajos nuestros costes y actuábamos de un modo eficiente desde el punto de vista empresarial.

Los Lowell, Bob, Barbara y yo compartíamos determinados valores pero no teníamos un planteamiento ideológico ni un programa político.^[15] Considerábamos que la literatura, el arte y la ciencia eran los más grandes logros humanos. Creíamos que los buenos escritores podían hacer interesante y comprensible prácticamente cualquier tema, y que estaban en la obligación de hacerlo en la medida de sus capacidades; que había que juzgar con escepticismo los criterios oficiales y las actividades del gobierno; y que había que denunciar las violaciones de los derechos humanos, ya las cometiesen comunistas, fascistas, fanáticos religiosos o nosotros mismos. Nos oponíamos tanto a la Unión Soviética como a la guerra de Vietnam. También nos oponíamos a la pena capital como acto de venganza, impropio de un gran país y un insulto al carácter sagrado de la vida. Pero estas convicciones constituían el fundamento implícito de nuestra amistad y no elementos de un programa político o ideológico.

En el despacho de Bob, rodeados de pilas de libros para reseñar, Lizzie, Barbara y Bob confeccionaron una lista de escritores que tal vez quisieran escribir para la publicación que teníamos pensada. Estos escritores representaban el nivel de discurso que la *Review* ambicionaba y que ha intentado mantener desde entonces. Entre ellos figuraban Edmund Wilson, Richard Wilbur, Roger Shattuck, Alfred Kazin, V. S. Pritchett, Fred Dupee, W. H. Auden, Dwight Macdonald y unos cincuenta o sesenta más de los que los redactores dependerían si la recepción del número especial les alentaba a participar. Estos escritores tenían en común su curiosidad ecléctica y su capacidad para hacer inteligibles temas difíciles para el lector medio. Fuesen cuales fuesen sus intereses concretos, eran, para los propósitos de *The New York Review of Books*, como decidimos llamar a la revista, periodistas: escépticos, abiertos y objetivos.

Mientras la huelga continuaba, la primera edición de *The New York Review* fue impresa y distribuida. El artículo de fondo era una crítica elogiosa, firmada por Fred Dupee, de *The Fire Next Time*, de James Baldwin. Dupee admiraba la prosa de Baldwin y respetaba su fervor, pero discrepaba de su amenaza de apocalipsis, un juicio que ha mantenido con el tiempo. El primer número contenía asimismo una crítica negativa de *El centauro*, una novela de John Updike, importante autor de Knopf. El jefe de prensa de Knopf en aquel tiempo consideró esto una traición por mi parte, y recomendó a Alfred que me despidiera. Posteriormente, el jefe de prensa cambió de trabajo y Updike llegó a convertirse en un destacado colaborador de *The New York Review*. Una semana después de distribuir el número especial, recibimos las primeras de las dos mil cartas que nos apremiaban a continuar. Teniendo en cuenta que sólo habíamos tirado 100.000 ejemplares, no todos los cuales habían podido distribuirse, era una reacción fantástica que hubiese dejado boquiabiertos a los

mismísimos comerciales de Doubleday. Resolvimos lanzar un segundo número experimental que saldría en otoño. Si todo iba bien, sin la ventaja que había representado la huelga, recaudaríamos el capital necesario para lanzar un número quincenal. Recaudamos un total de 145.000 dólares, todo ello a cambio de acciones sin derecho a voto.

Los sueldos eran mínimos, el papel barato, las oficinas en la calle 57 con Broadway estaban atiborradas y el mobiliario era de segunda mano. Bob y Barbara trabajaban juntos hasta la noche y los fines de semana, y al tercer año *The New York Review* empezó a ser rentable, y ha seguido siéndolo, la única publicación de su género, creo, que ha trabajado sin números rojos año tras año. Al final creamos un club del libro para jardineros y compramos otro dirigido a lectores serios, por si la revista se quedaba sin liquidez. Pero esto no sucedió nunca.

Hoy, unos treinta y siete años después, Bob y Barbara siguen trabajando hasta la noche y los fines de semana, y los pocos colaboradores iniciales que continúan vivos siguen escribiendo para la revista, mientras que los que han desaparecido han sido sustituidos por escritores jóvenes como Ian Buruma, Luke Menand, Pankaj Mishra, Geoffrey O'Brien y Timothy Garton Ash, entre otros muchos. La *Review* hizo muchos amigos y muchos enemigos. Philip Rahv, el famoso cascarrabias y brillante codirector de *Partisan Review*, llegó a ser un importante amigo de *The New York Review*. Su socio, un hombre de buen carácter llamado William Phillips, me despidió en cambio del consejo consultivo de *Partisan*, un desaire sin sentido porque la única función del consejo consistía en conseguir dinero para poner remedio al empobrecimiento crónico de la revista.

Hasta que mis propios autores fueron reseñados, no se me había ocurrido pensar que los autores de Random House y de Knopf no siempre acogerían bien lo que se escribía sobre sus libros en *The New York Review*. Aún hoy, años después, siento el dolor infligido por aquellas críticas. James Thurber comparó una vez en *The New Yorker* la consternación en la cara de un hombre con la que expresó la de Albert Payson Terhune, el autor de *Lassie* y otros clásicos sobre perros pastores, al ser mordido por un collie. Así me sentía yo, pero no dije nada, como tampoco los escritores agraviados. No obstante, los opositores derechistas de *The New York Review*, sobre todo durante la guerra de Vietnam, acusaron a los escritores de la revista de elogiarse recíprocamente sus propios libros, comentarios que eran tendenciosos y que se olvidaron fácilmente, de la misma manera que no se hizo caso a comentarios más siniestros que durante la guerra tildaban la *Review* de izquierdista, antiamericana y culturalmente subversiva entre otros calificativos.

El mismo año en que entré en Random House tuve un contacto breve y desinteresado con la CIA. Un amigo que trabajaba para la agencia me invitó a acompañarle en calidad de consultor al África occidental, donde la CIA estaba sopesando la conveniencia de financiar un programa de libros de texto de orientación pro americana para los escolares de Nigeria y Ghana. Por entonces, la Unión

Soviética era muy activa en Ghana, y la CIA temía, al parecer, que las escuelas de la región se viesan inundadas de propaganda antiamericana. Era un temor infundado. Los británicos controlaban el mercado de los libros de texto en África occidental, y su producto era mucho mejor que el que nosotros o los rusos podíamos ofrecer. Fue un viaje placentero pero estéril. Bebimos vino de palma y comimos estofado de cacahuètes. Pasamos tardes en la playa. Viajamos en coche hacia el interior. Enseñé a preparar dry martinis al camarero del Federal Palace Hotel de Lagos. Pero los británicos controlaban las escuelas primarias del país y ni nosotros ni los rusos les quitaríamos el sitio.

Mi amigo, sin embargo, tenía planes más ambiciosos para África. Estaba decidido a que la juventud africana no sucumbiese al estalinismo, y previamente había concertado con el gobierno de Sudáfrica que permitiese a jóvenes intelectuales africanos aceptar becas subvencionadas por la agencia para estudiar en universidades británicas y americanas. La condición era que no volviesen a Sudáfrica cuando expirasen sus becas. Mi amigo creía de veras que estaba ofreciendo a aquellos jóvenes la oportunidad de una vida mejor. De hecho estaba conspirando con el régimen sudafricano para exiliar de modo permanente a sus opositores potenciales. Una mañana ventosa de día de Acción de Gracias, nuestro amigo nos invitó a Barbara y a mí a tomar una copa en su apartamento, en el lindero con Harlem. Cuando llegamos, el piso se encontraba en un estado lamentable, las ventanas estaban abiertas y el suelo estaba hecho un desastre. Permanecimos en la entrada, sin quitarnos el abrigo. Nuestro anfitrión se hallaba en peor estado que su piso. Había bebido, pero logró decirnos que durante la noche uno de sus jóvenes sudafricanos, que había llegado de Harvard para pasar con él el fin de semana, se había arrojado por una ventana y había muerto en el asfalto helado.

Me pregunté de qué modo la muerte de aquel pobre exiliado contribuía a la causa que mi amigo creía estar defendiendo. ¿Cómo, en mayor escala, nuestro craso error en Vietnam contribuía a la causa americana en aquel país?

6. EL MUNDO ACADÉMICO

El gran aumento de matrículas universitarias que siguió a la Segunda Guerra Mundial produjo una generación de lectores serios de diversas procedencias sociales, a los que se dirigían *Anchor Books* y *The New York Review of Books*. Esta generación marcó una auténtica ruptura con el pasado. La Ley GI había democratizado la educación superior y la había liberado de su tradición aristocrática. Una consecuencia de esta nueva diversidad cultural fue el descubrimiento de que los escritores norteamericanos del siglo XIX no eran antiguallas provincianas de un pretérito refinado, sino críticos insolentes, en la mayoría de los casos, de un ayer que había sido cualquier cosa menos pintoresco. Cuando yo estudiaba, en los años cuarenta, en la Universidad de Columbia, sólo se impartía un curso de literatura norteamericana, a cargo de Quentin Anderson. Pero bajo la influencia de D. H. Lawrence, Perry Miller, Van Wick Brooks, F. O. Matthiessen, Newton Arvin, Edmund Wilson, Alfred Kazin, F. W. Dupee, Lionel Trilling y otros escritores, la literatura nacional se convertiría en una industria académica, y se necesitarían ediciones decentes de autores largo tiempo descuidados.

Una tibia tarde de otoño, cuando Random House estaba todavía en la mansión Villard, recorrí andando diez manzanas hacia el sur para reunirme a tomar unas copas con Edmund Wilson en el viejo Princeton Club de Park Avenue, un poco más abajo de la estación Grand Central Terminal. Llegué pronto, como de costumbre, y me senté en la barra. Cuando llegó Wilson, con su sombrero de fieltro aplastado y lo que su amigo Scott Fitzgerald llamaba su habitual gabardina tostada, pidió media docena de martinis. Yo no pedí nada, pensando que uno o dos de ellos quizá fuesen para mí. Cuando llegaron las bebidas y el camarero, obviamente al corriente de los gustos de Wilson, las colocó formando una especie de falange, Wilson se volvió hacia mí y me preguntó si también me apetecía otra media docena. Dije que no y luego, tras haber despachado los cócteles, anunció con su brusquedad característica que los americanos deberían tener ediciones de las obras de sus escritores comparables a las que publicaba la Pléiade, la colección francesa de ediciones compactas y uniformes de las obras más importantes y, en muchos casos, de la obra completa de escritores franceses de prestigio.

Wilson no necesitaba decirme que nuestros escritores apenas estaban publicados: existían ediciones escolares en rústica de *Moby Dick*, *La letra escarlata* y

Huckleberry Finn, pero los lectores americanos no disponían de nada equiparable a las compactas ediciones francesas o a las ediciones de autores clásicos británicos publicadas por Oxford y Cambridge. Hasta los rusos habían hecho mejor las cosas que nosotros con respecto a su literatura nacional, en la medida en que lo permitía la censura. Lo que Wilson planeaba era una colección de volúmenes gordos de poca altura —como él mismo decía—, impresos en papel fino y sin ácidos y encuadernados de forma flexible, que por fin abarcasen toda la literatura americana que valiese la pena. Confiaba en que los volúmenes cupiesen en el bolsillo de una gabardina como la que él llevaba y de la que sacó un volumen de Flaubert editado por la Pléiade, que depositó en la barra al lado del último martini intacto.

La idea me pareció espléndida y urgente, pero no creí que semejante proyecto pudiera financiarse comercialmente. En los primeros años sesenta era todavía posible presumir que unas mil o más librerías podrían almacenar y dar salida a los autores más populares, pero el objeto de la colección era vender todos los títulos. Esto significaba que a lo largo del tiempo una parte importante del stock, los libros de salida lenta, se acumularía, y que habría que contar por lo tanto con una base mínima no rentable. Probablemente la colección completa sólo podría almacenarse en poco más de unos centenares de librerías, cálculo muy optimista, como acabaría comprobando. Cuando la Biblioteca de América apareció finalmente, a mediados de los ochenta, posiblemente no había veinte librerías, si es que las había, que pudieran exhibir cada volumen.

En las semanas siguientes, Wilson y yo confeccionamos una lista de autores candidatos, escogimos un formato aproximado, basado en la Pléiade pero encuadernado no en piel, sino en tela, y elaboramos un prospecto de recaudación de fondos para presentarlo a las fundaciones. El prospecto fue aprobado por un comité de patrocinadores compuesto por muchos de los más importantes críticos y escritores del país, así como por el presidente Kennedy, con un texto redactado para el presidente, sospecho, por nuestro amigo Arthur Schlesinger, Jr., que trabajaba para la Casa Blanca. Omitimos de nuestra lista de patrocinadores, no por principio sino porque no conocíamos su existencia, a representantes de un oscuro grupo de catedráticos de universidad que se habían especializado en establecer textos fidedignos de la obra de escritores americanos y británicos. Esta omisión, no trascendente en sí misma, fue un error político que retrasó veinticinco años el proyecto. Sin reparar en nuestro error, me entrevisté con gente de las fundaciones principales, ninguna de las cuales se mostró interesada por lo que Wilson y yo teníamos en mente. No tardé en descubrir que nuestro problema consistía en que pocos de nuestros ilustres patrocinadores poseían las correctas credenciales académicas, y ninguno representaba a una organización académica consolidada. Nuestro estatuto de aficionados había asustado a las fundaciones, y su respuesta fue aparentar que nuestro proyecto, que habría de convertirse en la Biblioteca de América, no tenía sentido o no cabía en sus agendas. Hasta después de varios de estos

rechazos no caí en la cuenta de que el origen de nuestras dificultades residía en un subgrupo de especialistas textuales con un plan de edición propio y el respaldo de la Modern Language Association.

Cuando estos especialistas oyeron hablar del proyecto de Wilson, previnieron al National Endowment for the Humanities^[16] (NEH), a la sazón en su infancia burocrática, de que únicamente sus técnicas especiales y sus complicados programas de archivo podían resolver los innumerables problemas textuales que afligían a la literatura americana, y de que Wilson y yo, que carecíamos de sus arcanos conocimientos, sólo empeoraríamos las cosas si se nos permitía proseguir por nuestra cuenta. De hecho, la tarea editorial no era una cuestión de recuperación arqueológica, como en el caso de la Biblia de Anchor. Un equipo de redactores competentes, capaces de analizar lecturas con variantes, podían resolver todos los problemas textuales salvo los más desconcertantes, que probablemente no podría solucionar nadie. Wilson, que era un experto en este tipo de tarea relacionada con sus escritos críticos, había previsto la situación y conocía en Nueva York a varios competentes *editors* textuales, no vinculados al grupo académico, a los que podía confiarse la clasificación de las variantes. Si los catedráticos hubiesen tenido interés en difundir textos fieles, se habrían ofrecido a colaborar con Wilson y conmigo en lugar de oponerse a nuestro proyecto. De haber actuado así, la Biblioteca de América habría podido publicarse a mediados de los años sesenta, en vez de un cuarto de siglo más tarde. En lugar de eso, los académicos convencieron al NEH de que financiara sus ediciones, producidas con gran gasto y que consistían en página tras página de variantes de lectura, muchas de ellas triviales, algunas desconcertantes y otras útiles, que oscurecían los textos hasta el punto de que en ocasiones era difícil saber lo que los autores habían escrito realmente.

En 1968, Wilson escribió *The Fruits of the MLA*, un virulento panfleto publicado por *The New York Review of Books* en el que criticaba severamente a los especialistas académicos que, a su entender, se habían apropiado de la financiación de su proyecto. Aunque reconocía la existencia del problema textual, Wilson demolía la versión que el grupo daba de la gravedad de ese problema y su pretensión de que solamente ellos, con sus programas y técnicas especiales, podían facilitar las lecturas correctas. Como un ejemplo de su método de trabajo, Wilson mencionaba a los dieciocho especialistas encargados de leer *Tom Sawyer* en voz alta y de atrás hacia delante, con objeto de que no les distrajera el argumento del libro o el estilo de Twain mientras buscaban erratas. El catedrático que explicó a Wilson este procedimiento absurdo figuraba a su vez en la nómina del proyecto sobre Twain y admitió alegremente que era un «despilfarro», creyendo que Wilson estaba suficientemente *au courant* de la práctica académica para apreciar este ingenioso sistema de obtener fondos de fundaciones. Pero Wilson no aprobaba este aspecto de la vida académica y la confesión no le hizo gracia.

Impertérritos, de hecho jubilosos, a pesar de nuestro contratiempo e ingenuamente convencidos de que la absurdidad de las ediciones llenas de notas

inútiles pronto sería patente para el NEH (nos equivocábamos, por supuesto), Wilson y yo reanudamos nuestra campaña. Yo proseguí solo cuando Wilson murió, en 1972. Entretanto había surgido una nueva complicación. El furioso panfleto de Wilson no sólo había divulgado su conflicto con los especialistas textuales, sino que había puesto en entredicho la competencia de la Modern Language Association. Los ejecutivos de la Fundación estaban ahora menos inclinados que nunca a tomar partido por Wilson en la lucha contra aquella poderosa burocracia.

En los años que siguieron a la muerte de Wilson llegué a conocer a un funcionario de la Fundación Ford llamado Roger Kennedy, miembro atípico de su gremio, que más adelante se convirtió en un destacado historiador. Intrigado por el plan de Wilson, se lo había descrito a McGeorge Bundy, que a la sazón estaba a punto de jubilarse como presidente de la Fundación Ford. Como un favor de despedida a Bundy, los miembros del consejo de la Ford accedieron a contribuir con 500.000 dólares al proyecto de Wilson, siempre que el NEH igualara esta suma. Bundy, con quien discrepaba profundamente sobre el tema de Vietnam, era sin embargo un hombre muy inteligente, con un fuerte sentido del deber y notables habilidades políticas. Le admiraba a pesar de nuestras diferencias, y llegamos a ser buenos amigos. Accedió a negociar con el NEH y me encomendó la tarea de añadir lo que denominó «mucho escaparate académico» a nuestra solicitud de fondos.

Puesto que yo era un editor comercial y, peor todavía, el representante de Wilson en este mundo, Bundy me recomendó que me hiciera lo menos visible que pudiera. Me advirtió de que mi presencia daría a los académicos un pretexto para «bombardear» al personal del NEH, como habían hecho en vida de Wilson. Estuve de acuerdo con Bundy y pensé que, debido al panfleto de Wilson, el personal del NEH se mostraría más cauto que nunca ante el proyecto. Lamenté que Ford nos hubiese puesto en manos del NEH, pero sabía que lo había hecho para legitimar su propio compromiso con lo que tuvo que parecerles, incluso entonces, un plan audaz.

Seguí el consejo de Bundy y preparé el «escaparate», que incluía a un ex alto funcionario de la Modern Language Association, de forma que apenas se advertía mi presencia entre la media docena aproximada de políticos académicos que se habían adherido a nuestro equipo. Entre nuestro camuflaje figuraba un especialista textual que, ahora que estaba en nuestro bando, accedió a que los *editors* del proyecto pudiesen trabajar con seguridad sobre los mejores textos disponibles durante la vida de los autores, y remitir todos los demás problemas a un especialista adecuado. Este enfoque sensato había sido el plan original de Wilson.^[17]

Siguieron varias reuniones entre Bundy, una muestra representativa de nuestros académicos y yo, por un lado, y por el otro Joe Duffy, el presidente del NEH, y su personal. En la reunión final y decisiva la actitud del personal fue indescifrable. En las reuniones anteriores habían sido afables, aunque sabíamos que su amabilidad no era sincera. Si el NEH igualaba la suma de Ford, sus presupuestos se reducirían en consonancia. Cuando Mac y yo entramos en el despacho del presidente Duffy, sus

funcionarios de programación estaban tan juntos que habrían podido cogerse de la mano. Sonreían, miraban al techo o al suelo, tosían, intercambiaban entre ellos inescrutables señales faciales, se brindaban a traer café o a hacerse cargo de nuestros abrigos, formularon otras cortesías, pero el zorro había conseguido entrar por fin en su gallinero y la afabilidad de aquel día a duras penas ocultaba su pánico. Su presidente iba de un lado para otro, susurrando a un miembro de la plantilla, dando una palmada en la espalda de otro, sin perder de vista a Bundy, que, con las manos cruzadas, sonreía anticipándose a la decisión. Era evidente que el presidente confiaba en evitar un enfrentamiento con un adversario cuyo legendario poder burocrático nacía de años de entusiasmo en el trabajo y de sus vínculos tanto con los dos partidos políticos como con la Ford y otras fundaciones poderosas. Eira asimismo obvio que el personal de Duffy se oponía frontalmente a nuestra solicitud.

Había nevado copiosamente todo el día. Los aeropuertos estaban cerrados. Bundy y yo disponíamos de menos de una hora para llegar a la Union Station y pillar un Metroliner para llegar a Nueva York a tiempo de cumplir nuestras sendas citas para la cena. De repente la escena en el despacho del presidente parecía desvelarse súbitamente, como en un sueño o una colisión de vehículos. Mientras Duffy continuaba deambulando de un lado a otro de la hilera de sus subordinados, Bundy extendió una mano para recordarle que nevaba, lo avanzado de la hora, la retirada de la subvención de Ford si el NEH no la igualaba, el hecho de que no habría una segunda oportunidad. «Resolvamos esto ahora», dijo Bundy, con la misma sonrisa radiante que había mantenido a lo largo de toda la reunión.

El presidente, devolviendo la sonrisa, se alejó de la mano extendida de Bundy hacia la fila de funcionarios del NEH que estaban a su espalda. Atrapado física, así como burocráticamente, entre Bundy y su propio personal, Duffy hizo un alto. Abrió la boca pero no emitió sonido alguno. Bundy se lanzó hacia delante, cogió la mano de Duffy con las suyas, la apretó una vez y dijo: «Bien. Trato hecho».

Duffy sonrió, aunque no estaba claro si con angustia o alivio. Mac se había puesto ya el abrigo y estrechaba la mano de cada funcionario, felicitándoles por su decisión. Ellos también sonrieron, y el acuerdo quedó cerrado. Cogí mi abrigo y bajamos juntos en el ascensor, sin decir nada. Mac tenía la tez colorada, como de costumbre, y sus ojos brillaban por detrás de las gafas. En el ascensor era imposible saber si estaba complacido con su victoria o simplemente encantado por la expectativa de nuestro siguiente desafío: la carrera hasta el tren en medio de una tormenta de nieve que había paralizado todo el tráfico en Connecticut Avenue.

Gracias a Mac Bundy, la Biblioteca de América existe hoy exactamente tal como Wilson la concibió en el bar del Princeton Club. Los textos, impecables, están íntegros y carecen de introducciones o notas a pie de página, como él quería. Los volúmenes son bajitos, robustos y de buena factura, al igual que aquél, y caben perfectamente en el bolsillo de una gabardina. La colección es un monumento permanente a la visión de futuro y a la tenacidad de Wilson, aunque no figura en

ningún lugar como padre.

Siguiendo el consejo de Bundy, mantuve una presencia algo fantasmal en la Biblioteca de América, al tiempo que me ocupaba de los detalles de diseño, formato, producción y distribución, así como de la estructura financiera. La selección editorial y el estilo se ajustaban estrictamente al plan original de Wilson. Los especialistas y el coordinador que habíamos contratado no sabían nada del negocio editorial y se abstuvieron de intervenir mientras yo ponía el proyecto en marcha. La Biblioteca de América tuvo una buena acogida, y parecía que, con un poco de suerte, nuestra subvención original duraría hasta que la colección pudiese ponerse en las manos seguras de una editorial universitaria provista de una dotación suficiente para mantenerla en el mercado y contar con un equipo editorial que produjera cuatro nuevos volúmenes al año, hasta que la Biblioteca hubiera cumplido el objetivo fijado por Wilson. En mi opinión, esto sería una manera mejor y mucho más barata de garantizar una estabilidad a largo plazo que mantener una organización separada, con sus propias oficinas, sueldos, estipendios y demás. El modelo que yo tenía en mente era la Loeb Classical Library, dirigida con éxito durante años por la Harvard University Press. Pero los académicos y el resto del equipo se opusieron rotundamente a esta idea.

En el Princeton Club, Wilson y yo habíamos comentado la posibilidad de añadir finalmente a la colección volúmenes de arte y arquitectura americanos, e incluso de diseño industrial. Consideré esta propuesta durante varios meses, pero llegué a la conclusión de que nuestro equipo no era capaz de realizar un proyecto tan ambicioso.

Tres años después, la Biblioteca de América se había convertido en una institución respetada. Para entonces el grupo académico que yo había reunido a sugerencia de Bundy había vencido su reticencia inicial y había empezado a solicitar fondos para proyectos que no satisfacían la alta exigencia editorial de la Biblioteca. Aunque yo sólo disponía de un voto en el consejo, me opuse enérgicamente a esta actividad. Se intercambiaron palabras ásperas y abandoné el consejo sin el menor remordimiento.

La selección editorial se ha atenido al plan inicial de Wilson, pero con desviaciones preocupantes. Entre ellas figuran un volumen de sermones, *la mayoría de los cuales carece* en sí mismo de valor literario o interés histórico; compendios de descripciones de batallas americanas redactadas de primera mano por periodistas, interesantes en sí pero de escaso interés para la literatura; las novelas traducidas de Vladimir Nabokov, que es un escritor tan poco americano como Joseph Brodsky poeta nacional; y una antología en cuatro volúmenes de poesía del país, financiada separadamente por el NEH, que contiene, inexplicablemente, mucho material de segunda fila o peor. Habría sido preferible, aunque quizá no lo bastante grandioso para justificar una subvención del Endowment, un solo volumen consagrado a la importante poesía del siglo XIX y otro más sustancioso a la poesía norteamericana del XX. Se prevé un problema similar con el anuncio de una antología inminente de textos

norteamericanos sobre *océanos*, financiada aparte por un generoso donante. Puesto que el propósito de la Biblioteca de América es que esté permanentemente disponible la obra completa o la más destacada de importantes escritores del país, esta antología temática representa no sólo una merma del objetivo, sino el desperdicio de unos recursos escasos, y cabe prever un futuro esfuerzo de recaudación de fondos en el que se aborde a millonarios bienintencionados, aunque ingenuos, para que patrocinen antologías que ostenten sus nombres y traten de otros aspectos de la naturaleza como montañas, ríos, lagos y demás. Hospitales y bibliotecas recaudan fondos apelando de un modo parecido a la vanidad de los mecenas. Pero las antologías temáticas, a diferencia de los pabellones de hospital y las salas de lectura, son de poco valor en sí mismas. No sirven a ningún propósito literario, suelen tener pocos lectores y se agotan rápidamente. Además, a los lectores que *puedan* querer conocer lo que los escritores han dicho sobre océanos y otros sistemas naturales no les sirve de mucho una antología que se rige por unos criterios de selección limitados por la identidad nacional de sus mecenas. Hasta hoy la Biblioteca de América ha publicado toda la obra para la que fue creada y cuyos derechos estaban disponibles. Su obligación en lo sucesivo es administrar sus recursos para que esta obra se siga imprimiendo y sea accesible a los lectores, y garantizar que existan fondos para la publicación de escritores del siglo xx, en la medida en que lo permitan los derechos de autor.

El 30 de junio de 1999, la Biblioteca de América disponía de un activo de 8.300.000 dólares, de los que 4.500.000 eran dinero en metálico e inversiones. Para ese ejercicio fiscal, su margen bruto de ganancias con unas ventas de 6.600.000 dólares, tras deducir costes de producción y pago de derechos, era de 4.300.000. De este importe, unos 2.300.000 dólares iban destinados a ventas y promoción. Quedaban 2.000.000 para cubrir los gastos fijos, que en circunstancias normales habrían aportado un superávit considerable. Sin embargo, la partida más importante de estos gastos fijos era la suma de 1.750.000 para los sueldos y para el alquiler de dos plantas en el centro de Manhattan, lo cual supone más de 400.000 dólares para cada uno de los cuatro títulos, consistentes en material reimpresso de escritores consagrados, que la Biblioteca publica anualmente. De este elevado importe, cinco de los doce directores recibieron 600.000 dólares, sin incluir beneficios. Casi la mitad de esta suma fue a parar al bolsillo del presidente del consejo de administración y al presidente de la empresa. Estas partidas y otras conexas absorbieron la totalidad de los dos millones de dólares. No obstante, las subvenciones y donaciones de 700.000 dólares aportaron un superávit de 780.000 al final del ejercicio. Contratando con una editorial universitaria los servicios básicos de gastos de mantenimiento, la Biblioteca podría eliminar muchas de estas partidas estructurales y se aseguraría una vida larga y serena bajo la protección de un pequeño equipo editorial y un consejo administrativo sin sueldo. Sin recaudación adicional de fondos, la Biblioteca podría entonces aportar un *cash-flow* positivo de aproximadamente un millón de dólares anuales a su activo ya considerable.

Veinticinco años después de que Wilson propusiera lo que habría de convertirse en la Biblioteca de América, había poco espacio en las grandes cadenas de los centros comerciales para estos cuidados volúmenes de Emerson, James, Melville y de casi una sesentena más de escritores americanos. Las mil librerías, más o menos, que yo confiaba en que incluyesen en su stock los títulos más populares prácticamente ya habían desaparecido. Por consiguiente concerté con un amigo de Doubleday, que se ocupaba de la comercialización directa y que ahora dirige Time-Life Books, la venta de la colección por suscripción. El éxito de esta campaña de venta por correo y las grandes ventas a través del club del libro de *The New York Review* revelaron la existencia de un mercado considerable para estos libros, de un público lector al que no se podía llegar por medio de los libreros. Internet ya existía, pero sus posibilidades comerciales eran aún invisibles. Si la Biblioteca de América se hubiera fundado diez años más tarde, probablemente yo la habría promovido y vendido a través de la Red, su terreno natural.

7. TIEMPOS MODERNOS

Tuve mi primer presentimiento de lo que llegaría a ser Internet a finales de los años cincuenta, cuando todavía trabajaba en Doubleday y acababa de publicar en Anchor un libro titulado *The Human Use of Human Beings*, de Norbert Wiener, profesor de ingeniería eléctrica en el MIT. Wiener había sido un niño prodigio que ingresó en el Tufts College a los once años y obtuvo en Harvard su doctorado en matemáticas a los dieciocho. Durante cuarenta años enseñó en el MIT, donde adquirió una reputación de excéntrico. Pero esta fama oscurecía el alcance y la naturaleza extraordinaria de su mente, que poseía un intenso componente poético. En los años cincuenta, Wiener se hizo famoso de la noche a la mañana como autor de un best-seller inesperado: un libro titulado *Cibernética*. Era un estudio principalmente técnico de los llamados mecanismos de realimentación tal como actúan en los ordenadores y en el cerebro humano. Él no creía que los dos fenómenos fuesen literalmente análogos, sino que ejemplificaban de maneras distintas sistemas de realimentación autocorrectores, de los que el medio ambiente en su conjunto constituía otro ejemplo. En este libro profético, Wiener explicaba el modo en que los interruptores de encendido y apagado de los ordenadores calculan rápidamente variables complejas, y que algo similar ocurre en el cerebro cuando alargamos la mano, por ejemplo, para asir un objeto móvil: una pelota de tenis, pongamos. No la cogemos directamente, sino que corregimos gradualmente (y en fracciones de segundo) el error de nuestra mano en respuesta a señales digitales de las sinapsis del cerebro. La analogía que Wiener empleó en sus conversaciones conmigo fue la de un artillero que apunta a su objetivo atendiendo a las señales de sí/no que le transmite su observador.

Wiener sabía algo de artillería. En los años de entreguerras se había ofrecido a construir para el ejército un mecanismo de cañón antiaéreo basado en un ordenador experimental que estaba desarrollando. Wiener era un pacifista, pero pensaba que las numerosas variables que intervienen en el acto de apuntar el cañón —la velocidad y las maniobras evasivas del avión enemigo, la dirección y velocidad del viento, el diseño del mecanismo ofensivo, las imperfecciones de sus engranajes y demás— brindaban la oportunidad de probar los interruptores electrónicos de gran velocidad que había diseñado para reemplazar los sistemas mecánicos utilizados en los componentes informáticos primitivos de aquella época. Más adelante, cuando el ejército decidió adoptar su invento, Wiener se quejó de que le habían engañado. No

quería que su trabajo se utilizase para matar gente. Se quejó al ejército pero no le hicieron caso. Su fama de excéntrico aumentó a raíz de estos episodios.

Wiener acuñó el título de su best-seller, cuyas dos primeras sílabas han pasado a ser omnipresentes y perdido su significado, de la palabra griega que significa *timonel*. Su idea consistía en que los mecanismos de realimentación autorreguladores en busca de equilibrio eran análogos al timonel que ajusta su timón según las corrientes de aire y de agua, el peso y el equilibrio del barco y otras variables imprevisibles. La lección moral implícita para el medio ambiente es que acciones inadecuadas propiciarán reacciones indeseadas: un timonel que maneja mal el rumbo hundirá la embarcación; una ciudad que envenena su aire enfermará y morirá; una sociedad rígida o individualista que no sepa procesar nueva información fracasará. Wiener era un ecologista adelantado que advertía que a la naturaleza sólo se la puede empujar hasta que empieza a devolver el empujón. Su advertencia sobre sistemas rígidos incapaces de procesar nueva información llegaría a ser para mí una metáfora aplicable al mercado del libro excesivamente concentrado y a la censura implícita que un mercado así imponía al proceso de autocorrección que suponía una discusión sin intermediarios.

Me interesaban mucho mis visitas a Wiener en Cambridge y sus especulaciones sobre adónde podrían conducir aquellos nuevos mecanismos electrónicos de realimentación, cuyo sistema de circuitos él había contribuido a desarrollar. Wiener era un hombre risueño, rechoncho como una bola y con brazos y piernas demasiado cortos para su cuerpo. Llevaba un terno tejido con algo parecido al hierro, una especialidad de los sastres de Boston en aquellos tiempos. Como Wiener tenía muy mala vista, veía por dónde iba levantando la cabeza para atisbar por encima de los bordes superiores de la montura gruesa y negra de sus gafas. En consecuencia parecía que estaba observando planetas lejanos cuando atravesábamos el campus del MIT hacia la cantina donde tomaba su comida habitual del mediodía, un cartón de leche y una bolsa de patatas fritas. Era notoriamente distraído. Cuentan que irritaba a sus colegas porque irrumpía en sus aulas para garabatear en la pizarra mientras ellos impartían su clase. Pero sus excentricidades eran superficiales. De su mente brotaban con toda facilidad poderosas metáforas que vinculaban su trabajo teórico con el mundo visible. A diferencia de muchos científicos que se imaginan el mundo en el lenguaje de las matemáticas, Wiener era capaz de exponer sus ideas en un lenguaje sencillo de insólita claridad.

A él le oí hablar por primera vez en los años cincuenta de la segunda ley de la termodinámica, que postula el deterioro inexorable de los sistemas cerrados de la naturaleza a medida que su temperatura iguala a la del entorno con el transcurso del tiempo. No hay nada esotérico en esta ley: un fuego no alimentado se consumirá solo, y cuando lo haga la temperatura de sus cenizas no se distinguirá de la temperatura de la atmósfera circundante. Lo mismo puede decirse de mí mismo, cuando ya no pueda asimilar energía y me transforme en polvo. Según esta ley, tanto el polvo como la

atmósfera llegarán a convertirse en moléculas aleatorias que a su vez sufrirán un deterioro hasta que toda la energía haya fluido fuera del sistema y toda la temperatura se haya vuelto uniforme. La medida de este deterioro se llama entropía. Puesto que la segunda ley predice el fin hipotético de todo, incluido el presumible universo finito y todos sus innumerables soles, la entropía cobrará pronto vida propia en las mentes de los Hamlets de posguerra. La entropía representaba el autoproclamado empobrecimiento de sus propias vidas aisladas en la América residencial, aisladas de fuentes de vida externas. En términos cosmológicos, esta uniformidad terminal de la temperatura a medida que el universo consume su energía irremplazable se conoce como *muerte térmica*, y este concepto también se convirtió en una metáfora de la vida en los años cincuenta.

En los términos electromagnéticos que interesaban a Wiener, la entropía mide asimismo la pérdida de información transmitida por un circuito o a través de la atmósfera a medida que las señales se debilitan o desintegran en el curso del tiempo, y se convierten primero en ruido y después en silencio, si el sistema no se alimenta con energía nueva. Pero Wiener era un optimista. En un hipotético plazo muy largo, el universo perecerá cuando todas las temperaturas se extingan en la indiferenciada muerte térmica. Entretanto, sin embargo, existe vida, que crea orden y significado. La metáfora que Wiener empleaba para ilustrar la segunda ley era un salmón que nada río arriba para sembrar nueva vida. Conforme el río discurre hacia el mar y pierde su identidad junto con su temperatura distintiva, el salmón se abre camino a contracorriente y temporalmente genera nuevo sentido, nuevo orden, nueva vida. Aunque el salmón acabará regresando al mar y muriendo, su lucha representa la victoria temporal de la vida, el arte y la moral sobre la vasta fuerza desplegada contra ellos. El salmón era el héroe de Wiener.

Un día en que estábamos sentados en la cantina, donde solíamos mantener nuestras conversaciones, Wiener predijo que en un decenio o menos los ordenadores, que por entonces eran máquinas del tamaño de una habitación, se miniaturizarían, de la misma manera que los dispositivos electrónicos de estado sólido habían sustituido a las válvulas de vacío. Estas máquinas —extendió la palma de la mano para indicar su tamaño final— estarían conectadas por líneas telefónicas o inalámbricas con bibliotecas y otras fuentes de información, de tal forma que todos los habitantes del planeta tendrían, en teoría, acceso a los datos casi ilimitados en un circuito de realimentación global que se corregiría y actualizaría incesantemente por sí solo. Dijo que los científicos no tendrían que esperar meses o años para ver publicados los resultados de sus investigaciones y tampoco tendrían que esperar la respuesta de los colegas de otros países, sino que podrían comunicarse directamente con sus pares. Además, los dictadores y censores no controlarían la circulación de la información. Los materiales de referencia podrían almacenarse y renovarse digitalmente y los datos actuales recuperarse a voluntad. Vaticinó que los libros de referencia, que se vuelven obsoletos en cuanto son publicados, ya no serían volúmenes encuadernados,

sino que bancos de datos centrales los mantendrían al día mediante información nueva. Se imaginaba un palimpsesto de mapas, desde los antiguos hasta los modernos, en que pudiesen trazarse las migraciones humanas y el apogeo y caída de las civilizaciones.

Lo que Wiener estaba prediciendo era el seminario abierto y sin mediadores que a mí me parecía la democracia ideal. Él era más optimista que yo sobre la naturaleza humana. Pensaba que un sistema de realimentación global podría crear una comunidad humana que se corrigiese a sí misma. Yo creía que esto presagiaba una confrontación intensificada entre las fuerzas creativas y destructivas dentro de la naturaleza humana, pero preferíamos no debatir estas diferencias meramente temperamentales. Las palabras «Internet» y «desintermediación», esta última puesta de moda por una generación posterior del MIT, aún no habían sido acuñadas. Pero Wiener había previsto la sustancia de ambas con su penetración y su entusiasmo característicos.

Deseché esta profecía como ciencia ficción, al igual que otra de las ideas de Wiener aquel día: que los seres humanos podrían ser codificados, como cualquier otro compendio de información, transmitidos electrónicamente a la velocidad de la luz y desedificados en el otro extremo. De este modo podríamos viajar más allá del sistema solar. Esto, por supuesto, llegó a ser una preocupación real de los escritores de ciencia ficción. Pero yo no debería haber despreciado así la visión que Wiener tenía de los ordenadores interconectados. En la forma de World Wide Web, esos ordenadores acabarían ofreciendo una solución a la excesiva concentración del mercado del libro que pronto habría de preocuparme a mí. Además, al describir a los seres humanos como paquetes de información susceptibles de desintegrarse aisladamente, Wiener creaba una nueva metáfora: la del remedio que suponía la interactividad como fuente de renovación cultural.

Mi incapacidad para tomar en serio las profecías de Wiener reflejaba las limitaciones de mi propia visión del mundo en aquella época y las de mis amigos intelectuales, que estaban cada vez más enfrascados en cuestiones de la guerra fría y pensaban que el destino de la civilización occidental dependía de las posiciones que ellos adoptaran en sus artículos para *Partisan Review* y en las conversaciones que mantenían en sus cenas. A diferencia de estos amigos, a mí nunca me había atraído el socialismo, que presupone una visión ultraoptimista de la naturaleza humana y una respuesta prematura a preguntas sin respuesta. Coincidió, sin embargo, con los marxistas en que los cambios tecnológicos —lo que Marx denominaba cambios en las formas de producción— producen cambios en la conciencia. Las nuevas tecnologías industriales, por ejemplo, alteraron a principios del siglo XIX la relación entre los artesanos y sus patronos, que ya no trabajaban juntos como colegas sino que evolucionaron hacia clases distintas de trabajadores y propietarios en conflicto. La profecía de Marx de que esta nueva conciencia de clase conduciría a la revolución, seguida finalmente por un paraíso del proletariado, una versión ilusoria del

apocalipsis cristiano, me parecía insensata. Pero su idea de que las nuevas tecnologías transforman las culturas parecía verdadera, aunque no sus fantasías revolucionarias. El tipo movible, en definitiva, tuvo enormes consecuencias culturales, y en los años cincuenta la cultura literaria se vio transformada aún más por la tecnología de la combustión interna, que condujo al éxodo de la población hacia las zonas residenciales, a la expansión de las cadenas de librerías y al dominio de los best-sellers en detrimento de stocks más extensos y variados. Debería haber visto que Wiener estaba describiendo un cambio tecnológico incluso más profundo que ninguno de los mencionados, pero yo había caído bajo el sortilegio de mis amigos neoyorquinos. Como Wiener no era uno de ellos, sus vaticinios me parecieron irreales y no los tomé en cuenta.

A mediados de los ochenta, cuando apareció la Biblioteca de América, Wiener ya había muerto y sus profecías eran un recuerdo lejano. Había empezado a oír hablar de Internet y de empresas llamadas Compu-Serve y Prodigy a colegas más jóvenes de Random House, pero su aplicación a la industria del libro no se me pasó por la cabeza. Si me hubieran informado de tales posibilidades, quizá mi siguiente proyecto hubiese tenido un resultado distinto y tal vez desastroso.

El puñado de librerías independientes de primera fila lo bastante fuertes para haber sobrevivido a mediados de los ochenta eran los últimos ejemplares de una especie en vías de extinción. Elliott Bay en Seattle, Powell's en Portland, Book Soup y Dutton's en Los Ángeles, Black Oak y Cody's en Bay Area, Books and Co. en Coral Gables, Coliseum en Nueva York, Square Books en Oxford, Mississippi, la maravillosa Northshire Books en Manchester, Vermont, eran establecimientos vigorosos y arraigados en sus respectivos hábitats, aunque era difícil que se reprodujeran. De este grupo, la más destacada era la Tattered Cover, en Denver, cuyos doce mil metros cuadrados de superficie para la venta contenían a mediados de los ochenta, cuando yo la visité, mucho más de 100.000 títulos catalogados en innumerables categorías, muchas de las cuales incluían todo lo editado sobre determinados temas, títulos tan esotéricos en algunos casos que era imposible imaginar para quién habían sido escritos. Los curiosos podían leer a sus anchas en sofás y butacas, y empleados dinámicos se mantenían fuera de la vista hasta que les llamaban. El departamento de libros infantiles era como una escuela con una sola aula donde niños de diversos tamaños leían sentados en taburetes o tumbados en el suelo. Denver nunca había sido una ciudad con mucha vocación lectora, pero la Tattered Cover había pasado en el plazo de unos veinte años de ser la típica librería de nombre coqueto en una callejuela a convertirse en una de las grandes librerías del mundo. Había creado un mercado que nunca había existido o que habría sido impensable que llegase a existir en Denver.

La Tattered Cover demostraba que existía un público potencialmente amplio para la miríada de libros publicados que ya no se encontraban en los centros comerciales y que a los editores les costaba cada vez más trabajo mantener en el mercado. Por

añadidura, Denver es la típica ciudad del Oeste sin una gran población universitaria ni la fama lectora de ciudades como San Francisco y Boston. Me pregunté por qué, si una librería así florecía en Denver, su éxito no podía repetirse en otras ciudades. Había una razón evidente. El propietario de la Tattered Cover es un genio del marketing que decidió vender libros en vez de otros productos más rentables que atraen a otros comerciantes de talento. Que estas dotes se consagren al libro es algo infrecuente. Unas semanas después, cuando visité la tienda original de Borders, en Ann Arbor, descubrí que había otra razón para que tales comercios prosperasen en determinadas poblaciones y no en otras.

Debido a su ubicación universitaria, Borders ofrecía una apariencia más académica que la Tattered Cover, pero sus secciones eran igualmente numerosas y su stock casi igual de exhaustivo. A diferencia de ésta, Borders no presentaba pilas de best-sellers del momento, pero exponía en un pequeño estante cerca de la entrada una selección semanal de títulos, viejos y nuevos, oscuros y actuales, que la tienda consideraba que podrían interesar a sus clientes. Por lo demás, los libros se exhibían con el lomo hacia fuera en centenares de metros de estanterías en las que Joe Gable, el encargado, que me guió a través de la librería, podía escoger un título con los ojos cerrados. La Tattered Cover daba la impresión de ser una feria del libro mágica donde podían encontrarse todos los libros del mundo simplemente pronunciando el nombre de su autor, pero Borders era como la biblioteca privada de un mítico erudito resuelto a devorar todo el conocimiento del planeta.

Visité Borders con mi amigo y gran amante de los libros Mort Zuckerman, que casualmente era agente inmobiliario. Yo pensaba que sería posible abrir una librería como Borders o como Tattered Cover en Nueva York, donde no había habido nada comparable desde que la Eighth Street había cerrado, diez años antes. Volar con Mort a Denver con este propósito habría significado pernoctar en la ciudad. Un viaje a Ann Arbor respondería a nuestros interrogantes en una tarde. Sucedió, sin embargo, que nuestras preguntas se respondieron solas cuando Tom Borders dijo que necesitaba más espacio, pero que no podía permitirse alquilar la superficie recientemente desocupada en un rincón del mismo edificio y que pertenecía a otro propietario. Lo que Tom había descubierto era la conocida relación entre el alquiler y el stock: un alquiler alto exige un volumen de ventas elevado, y un volumen de ventas elevado requiere best-sellers. La naturaleza del stock de Tom le impedía aceptar el sacrificio que suponía pagar un alquiler elevado a cambio de un poco más de espacio. Yo no sabía nada de la estructura financiera de la Tattered Cover, pero Denver, en la época de mi visita, sufría un estancamiento inmobiliario. La Tattered Cover estaba situada aproximadamente a un kilómetro y medio del centro de negocios de la ciudad, en el edificio que antes habían albergado unos grandes almacenes. Era evidente que no pagaba un alquiler de Nueva York, como tampoco Borders. Esto ayudaba a explicar la magnitud de los stocks de estas dos librerías.

Las escasas posibilidades de mantener un stock bien surtido en un local caro de

Nueva York y de contratar a personal cualificado con sueldos neoyorquinos nos disuadió de la idea a Mort y a mí. Pensamos que una versión con alquiler alto de la Tattered Cover o de Borders en grandes ciudades desembocaría inevitablemente en tiendas de galerías comerciales a mayor escala, dependientes de porcentajes de rentabilidad incompatibles con stocks muy amplios y de salida lenta. Además, nosotros no nos dedicábamos al comercio al por menor, y regentar una librería no nos seducía. En vez de eso decidí crear una librería virtual: la Tattered Cover o la Borders en forma de catálogo para venta directa por correo, un listado en el que figurasen miles de títulos publicados que podrían encargarse por teléfono marcando un número gratuito. El resultado, un año más tarde, fue *The Reader's Catalog*, un catálogo de dos mil páginas con más de cuarenta mil títulos, tantos como cabían en un volumen de siete y medio centímetros de grosor.

Al igual que Anchor Books y *The New York Review of Books*, *The Reader's Catalog* se explicaba por sí solo al público al que se dirigía, y los ejemplares a 25 dólares se vendieron rápidamente. Conectamos nuestro ordenador con el de un distribuidor nacional, de cuyos extensos stocks servíamos pedidos en el plazo de veinticuatro horas, y no tardamos en descubrir que existía un mercado mundial potencialmente vasto para la gran variedad de libros que no se encontraban en los centros comerciales y sólo estaban, por lo demás, disponibles en las pocas grandes librerías independientes que atendían a mercados locales cuyo acceso estaba vedado a la mayoría de los americanos. Al principio parecía que *The Reader's Catalog* se convertiría en una librería mundial sin paredes que ofrecía una amplia oferta de títulos, a la larga en todos los idiomas: en la práctica, lo que ha llegado a ser Amazon.com. Pero yo había calculado mal: supuse que el catálogo obtendría beneficios operando con el margen del 40 por ciento entre lo que pagábamos al distribuidor y lo que cobrábamos al cliente, junto con los gastos de expedición y portes, también incluidos en el precio de venta al público. Me equivoqué. Aunque enviábamos los pedidos en cuanto el distribuidor los hacía llegar a nuestro almacén, los costes de embalaje, los sueldos de los empleados y los gastos de ordenador y tarjetas de crédito superaban lo que yo había presupuestado. Presumí que a medida que el negocio creciese estos costes en forma de porcentaje deducible de las ventas se reducirían. No obstante, conforme contratábamos más personal para atender el aumento de las ventas, descubrí que nuestro margen sería insuficiente por mucho que el negocio creciera, aun cuando tuviéramos la ventaja del cobro inmediato a nuestros clientes y un plazo de treinta días para pagar a nuestro proveedor, y a pesar de que estábamos cursando cada vez más pedidos directamente a los editores a cambio de mayores descuentos.

El problema no residía en el tamaño. Era estructural. Aunque no tuviésemos que pagar el mantenimiento de un stock, ni el alquiler de un local, ni los sueldos de los dependientes, y aun cuando cobrásemos por adelantado, un pedido estándar de 25 o 30 dólares sencillamente no producía un margen suficiente para cubrir el coste de

embalaje y jamás lo haría, por grande que se hiciera el negocio, ya que cuanto más creciera, tanta más infraestructura necesitaríamos para atender a nuestra clientela en expansión. Mis apuros me recordaron los líos en que se metía un pequeño comerciante de una ciudad pequeña, interpretado por W. C. Fields, en un cortometraje de los años treinta. Para competir con el otro *drugstore* de la localidad, Fields ofrecía una entrega gratuita a cualquier hora del día y de la noche. Encantado con su estrategia, instalaba un teléfono y se frotaba las manos al pensar en el primer pedido. Pronto sonaba el teléfono y a Fields se le veía repitiendo algo parecido a unas instrucciones: «Doble a la izquierda en la calle Mayor y camine dieciséis kilómetros, luego gire a la derecha y siga un camino que entra en el bosque hasta llegar a un arroyo...». Y a continuación, con la voz entrecortada, Fields preguntaba: «¿Y dice que sólo quiere un sello de dos centavos?». El aspecto económico de servir a domicilio productos baratos no había cambiado desde la época de Fields. Entretanto surgió otro problema que yo tampoco había previsto.

A mediados de los años ochenta, las cadenas de tiendas en galerías comerciales se acercaban a los límites de su expansión, y sus propietarios iniciales se deshicieron de ellas. En 1984 Kmart compró Walden, y en 1986 Barnes & Noble compró B. Dalton. Los nuevos dueños no sólo descubrieron que los nuevos emplazamientos eran cada vez más periféricos, sino que las ventas de los establecimientos consolidados se estabilizaban, de tal modo que el crecimiento anual previsto por los inversores era insostenible. Mientras tanto, la Tattered Cover y otras librerías independientes supervivientes habían demostrado que los stocks bien surtidos atraían a clientes a las librerías que no pertenecían a ninguna cadena, con a menudo menos coste por metro cuadrado que un espacio comparable en galerías de alquiler elevado. En consecuencia, los propietarios de la cadena Walden adquirieron la librería Borders con el propósito de reproducirla a escala nacional, y en 1989 Barnes & Noble compraba Bookstop, una cadena de grandes almacenes del Sur en la línea de los grandes supermercados. Éste fue el origen de la gran cadena de librerías Barnes & Noble. Desde el punto de vista de los escritores y los lectores, estas supertiendas, con sus stocks relativamente amplios, representaban una mejora con respecto a centros comerciales. Pero la guerra de precios en la que se embarcaron inmediatamente ocasionó que los lectores ahora pudiesen encontrar los títulos que buscaban en *The Reader's Catalog* y pedirlos con descuentos a las cadenas. El catálogo, cuyos márgenes, de entrada, eran insatisfactorios, no podía sobrevivir a esta competencia. Al final los inversores decidieron que las grandes librerías tampoco podían sobrevivir a su guerra de descuentos. En el primer trimestre del año 2000, el precio de sus acciones, que habían bajado a lo largo de meses, sufrieron nuevas caídas.

Es posible que a los inversores les desalentara aún más el hecho de que las grandes cadenas, tras haberse expandido rápidamente, saturasen los emplazamientos limitados donde los libros podían venderse, y que conocieran las mismas

restricciones al crecimiento futuro que sus antecesores en las galerías habían conocido cuando los locales disponibles se hicieron cada vez más periféricos. Entretanto, muchas de estas supertiendas, presionadas para incrementar sus márgenes de beneficios, redujeron sus stocks y, al igual que los centros comerciales, ofrecían best-sellers de la temporada y ediciones publicadas por ellos mismos de títulos de promoción, a menudo, en mi opinión, en detrimento de los grandes stocks bien surtidos que habían sido su punto fuerte original. Esto les situó en desventaja con respecto a los vendedores de Internet y brindó a los inversores un tercer motivo para huir. La viabilidad de las grandes cadenas de librerías, presionadas por los vendedores de Internet y que encaran un reto electrónico aún más serio en el futuro, a medida que autores y lectores se vayan conectando electrónicamente, es discutible. Mientras tanto las cadenas, que buscan mejorar sus frágiles márgenes de beneficios, ejercen una presión creciente sobre los editores para que apuesten por best-sellers en potencia y proporcionen incentivos que se sumen a los descuentos adicionales. Ni editores ni libreros eligieron esta danza de la muerte, pero ninguno de los dos puede eludir el abrazo del otro.

Cuando, a mediados de los ochenta, concebí *The Readers Catalog*, acordé con Prodigy, un precoz y fracasado intento de crear un servicio de ventas por Internet, que lo promoviera. La estrategia de Prodigy, sin embargo, fue convertirse en un centro comercial virtual. Sus creadores no entendieron que el fondo editorial era la principal fuerza del catálogo, y que la ventaja de Internet sobre los vendedores convencionales es su oferta ilimitada y original de títulos al servicio de una gran variedad de intereses. Prodigy, imprudentemente, utilizó *The Reader's Catalog* para promover sólo best-sellers del momento, y el experimento, como era de esperar, fracasó.

Entretanto, los editores independientes creaban sus propios sitios Web, pero tenían sólo una vaga idea de cómo explotarlos. Los resultados fueron insignificantes. Los editores se mostraban reacios a vender sus títulos directamente a consumidores, en competencia con los libreros, ni siquiera a su precio completo, y no digamos con descuentos competitivos. Además, los lectores no tenían en cuenta si compraban un libro de Random House o de HarperCollins, como los espectadores de cine no distinguen entre una película de la Paramount o una de la Fox. Los sitios Web experimentales de los editores fueron un oneroso callejón sin salida. Como demostró el éxito de la Tattered Cover, los lectores querían un único stock bien surtido donde pudiesen encontrar sus libros.

Amazon.com satisfizo esta necesidad al ofrecer un stock de estas características en su sitio Web, un decenio después de que Prodigy fracasara con *The Readers Catalog*. Pero Amazon.com tropezó inmediatamente con el mismo problema estructural del margen insuficiente que *The Reader's Catalog* había afrontado y que desanimó a W. C. Fields cuando le encargaron que sirviera un sello de dos centavos. Además, Amazon.com, en su competencia con otros sitios Web, se vio obligada a descuentos suicidas, de los cuales las comparaciones de precio instantáneas

disponibles en la Web no dejaban escapatoria. Amazon.com estaba vendiendo sellos de dos centavos con un 20 % de descuento.

En la primavera de 1997, Rea Hederman, el editor de *The New York Review of Books*, que se había hecho cargo de *The Reader's Catalog*, acababa de sacar una segunda edición. Él y yo habíamos sopesado la posibilidad de crear para ella un sitio Web, pero abandonamos el proyecto cuando el director comercial de Rea nos mostró que Internet no resolvería el problema estructural del margen insuficiente que había echado al traste mi tentativa anterior de gestionar el catálogo como una librería virtual. En vez de eso, decidimos subastar a un vendedor ya existente en Internet el derecho de utilizar los listados anotados y actualizados de nuestro catálogo. Los candidatos principales eran barnesandnoble.com y Amazon.com, y en abril nos reunimos con Jeff Bezos, el fundador de Amazon, en mi apartamento de Nueva York. Le dijimos que nos encantaría trabajar con él si ganaba la subasta, pero también le enseñamos los resultados de mi intento inicial de vender libros de *The Reader's Catalog* por medio de un número de teléfono gratuito y las previsiones aún peores formuladas por el director comercial de Rea si ahora operábamos en Internet. Bezos desechó estos números y dijo que, según sus cálculos, cubriría sus costes fijos cuando sus ventas alcanzaran los 200 millones de dólares. Lo mismo que yo cuando concebí, diez años antes, *The Reader's Catalog*, Bezos no vio que se guiaba por un modelo comercial erróneo, en el que los costes crecerían en proporción con las ventas mientras que los márgenes de beneficio permanecerían sometidos a la presión constante de los descuentos competitivos y los altos costes del servicio.

Tres años después de esta reunión, Amazon.com había perdido casi 900 millones de dólares, una trayectoria quizá disculpable para empresas prometedoras que dan sus primeros pasos en la economía hiperactiva de hoy, pero una pérdida catastrófica para lo que en esencia sigue siendo una librería que también ofrece discos, juguetes, aparatos electrónicos y otros tipos de productos. El comercio electrónico, el e-commerce, no está exento de las reglas que rigen el cálculo de costes. Sears y Wal-Mart empezaron con una estructura sólida y mantuvieron su rentabilidad a medida que crecían. Los problemas estructurales de los vendedores on-line, por el contrario, son intrínsecos e insoslayables. El comercio on-line premia las transacciones sin intermediarios entre productor y consumidor. Aborrece los mediadores, un vestigio de tecnologías anteriores y obsoletas, y devora su liquidez. En 1999, barnesandnoble.com, el principal competidor de Amazon, perdió 102 millones de dólares sobre unas ventas de 202 millones, el punto el que Bezos nos había dicho a Rea Hederman y a mí que proyectaba amortizar, mientras que Amazon.com, por su parte, perdía 719 millones de dólares con unas ventas de 1.630 millones de dólares. Amazon combinó el anuncio de sus pérdidas en 1999 con la buena noticia de que su negocio de venta de libros igualaría la inversión en el trimestre siguiente, pero este vaticinio más que anunciar el incremento del flujo de caja general, anunciaba la reasignación de los costes generales de los libros a otras

líneas de productos Amazon de bajo margen.

Tal vez Amazon.com evolucione hacia otra clase de negocio, una especie de agencia para una gran variedad de productos y servicios o incluso un medio publicitario. Tal vez se transforme en un distribuidor on-line de textos electrónicos. Conforme aumentaban sus pérdidas, se habló de «compra de su clientela básica», expresión que significa vender el acceso a sus millones de clientes a vendedores de otros productos. Pero es posible que los compradores de libros Amazon no estén necesariamente interesados en otros productos, al tiempo que los vendedores afiliados a Amazon afrontarán los mismos márgenes bajos que afligen a esta empresa. Como la tienda de Fields, Amazon.com ha adquirido una clientela vendiendo productos y servicios deficitarios. Pero su clientela es volátil, libre de desertar en un instante electrónico si otro vendedor ofrece un servicio mejor y precios aún más baratos, o si la propia Amazon.com llega a la conclusión de que ya no puede permitirse continuar ofreciendo a sus clientes productos y servicios por los que no hay que pagar.

Ya en 1998 era evidente para muchos miembros de esta industria que Amazon no podría superar los problemas estructurales que derrotaron a *The Reader's Catalog*. Pero también era obvia otra posible alternativa. Si los editores formaban un consorcio para vender sus libros directamente a los lectores a través de Internet, la lógica del comercio electrónico, ajena a la presencia de intermediarios, se impondría y quedaría resuelto el problema del margen insuficiente. Mi idea consistía en un consorcio abierto a todos los editores, veteranos y noveles, grandes y pequeños, en igualdad de condiciones. Este consorcio crearía un catálogo combinado con todos sus títulos y mantendría almacenes donde los libros de diversas editoriales serían empaquetados y enviados directamente a los compradores por Internet. La supresión de los distribuidores y los libreros permitiría a los editores miembros del consorcio rebajar los precios a los consumidores, pagar derechos de autor más elevados a los escritores e incrementar sus propios márgenes de beneficios. En la medida en que el consorcio vendiese directamente los libros a los consumidores, se eliminaría asimismo el problema de las devoluciones de los libreros con excedentes.

La concepción de un consorcio así era sencilla. Ponerlo en práctica resultó imposible. Aunque Internet, tarde o temprano, hacía inevitable dicho consorcio, los ejecutivos de los grandes grupos a los que expuse la idea no se mostraron entusiasmados, ni tampoco Jeff Bezos cuando le sugerí que una solución a su problema del margen insuficiente sería quizá que Amazon se convirtiese en una agencia que transmitiese los pedidos, a cambio de unas tarifas, al hipotético consorcio de editores.

Una objeción inmediata que pusieron los editores a quienes expuse mi proyecto fue la probable reacción de los libreros, pero había otros escollos menos tangibles y seguramente más decisivos. Aquellos ejecutivos extranjeros no eran editores y no habían experimentado la descentralización de la industria americana y su mercado al por menor. Los más ingenuos estaban obsesionados con los best-sellers y

subestimaban el valor de los fondos editoriales. A todos les preocupa hacer avanzar los barcos obsoletos e inservibles que acababan de adquirir por arrecifes inexplorados en aguas desconocidas. Aunque un consorcio de editores era una estrategia bastante evidente, tácticamente exigía la audacia y la astucia del almirante Nelson. Un contraataque de los libreros, por ejemplo, era inevitable, pero el consorcio podría argumentar que la venta directa por parte de los editores no incrementaría la participación en el mercado de la venta on-line más de lo que ya lo habían hecho Amazon.com y barnesandnoble.com. Por otra parte, el consorcio haría viable la venta de libros on-line, en la que Amazon.com y sus competidores en Internet actuarían como agentes. Pero para ello eran necesarias maniobras demasiado hábiles por parte de unos directores demasiado ocupados apedazando velas, achicando vías de agua y vigilando para que no les arrojaran por la borda mientras aprendían a distinguir babor de estribor.

Las nuevas tecnologías crean sus propias infraestructuras. Un catálogo universal de títulos digitalizados que pueda descargarse en diversos formatos es un componente esencial de la futura venta de libros por Internet. Lo mismo cabe decir de máquinas capaces de imprimir un libro bajo pedido desde cualquier lugar del mundo. Estas nuevas tecnologías, a mi juicio, no erradicarán las librerías de toda la vida. Tiendas como la Tattered Cover y Northshire, o las filiales de cadenas que han sobrevivido, prosperarán por la misma razón que los cines prosperan a pesar de la televisión y las cintas de vídeo. Las nuevas tecnologías no suprimen el pasado, sino que edifican sobre él.

Las viejas historias de East Hampton hablan de un buhonero con una voz de oro llamado Locke Weems, que en otro tiempo había sido predicador y que seguía llamándose «reverendo» a sí mismo. Un día de otoño, no mucho después de la muerte del presidente Washington, en 1799, Weems llegó a un pequeño pueblo muy instruido de Long Island con un tambor atado a la espalda. Se colocó debajo de los grandes olmos que flanqueaban la plaza del pueblo, se desató el tambor y tras algunos porrazos había convocado a un corro de gente. Probablemente fue un impresor de Filadelfia llamado John Ormrod, que de vez en cuando recorría los caminos vendiendo libros, quien informó a Weems de que la federalista East Hampton era un buen mercado para el libro que proyectaba escribir sobre George Washington. El año anterior, Weems y Ormrod habían sido contratados para vender suscripciones a la biografía en cinco volúmenes de Washington que habían escrito John Marshall, el tercer gran presidente del Tribunal Supremo, y su colega jurista, el sobrino predilecto de George Washington, Bushrod Washington. A Ormrod le asignaron los estados del Norte y a Weems le habían encomendado la venta al son de tambor en el mucho menos promisorio territorio del Sur antifederalista. Ahora Weems se presentaba en el Norte, en el federalista East Hampton, en busca de suscriptores para su propia y en

gran parte ficticia biografía de Washington, con su cerezo, su hacha y el dólar arrojado a través del río Rappahanock.

Weems no necesitaba un editor para vender su libro en la plaza del pueblo de East Hampton. Lo anunciaba y vendía él mismo, cubriendo los gastos y obteniendo su ganancia directamente de los futuros lectores, a los que posteriormente enviaba su ejemplar por correo. Tal vez también confiase en que esos mismos lectores le prestaran ayuda editorial, tomando nota de las invenciones que les gustaban y moldeando el libro en consonancia. Cuando Weems visitó East Hampton, la industria editorial aún no había nacido en los Estados Unidos. Había impresores en las ciudades y localidades importantes, pero en East Hampton no había libreros. Como Weems, muchos escritores en aquella época vendían sus libros ellos mismos —según el biógrafo de Marshall, Weems era un narrador capaz de cautivar a su auditorio tanto con el violín como con el tambor— o, si carecían del magnetismo de Weems, encargaban a otros esa tarea, como John Marshall y Bushrod Washington cuando contrataron en Richmond al editor de un periódico federalista, quien a su vez contrató a Ormrod y a Weems para que recorrieran los caminos.^[18]

Escritores y lectores no tardarán en reunirse de nuevo en una plaza de aldea mundial donde los primeros vuelvan a tocar el tambor o a contratar a un Weems para que lo haga por ellos. En la World Wide Web, los futuros narradores y sus lectores podrán mezclarse a su gusto y hablar por extenso. Escritores de libros de cocina, de jardinería, de guías regionales y otros textos informativos y de referencia pueden, si quieren, componerlos interactivamente con sus futuros lectores, al igual que Weems hizo probablemente con los suyos. Del mismo modo, poetas y otros narradores descubrirán al final del proceso que los compradores, identificables por sus direcciones de e-mail, aguardan la obra terminada en forma impresa, electrónica u otras formas que aún no han sido inventadas. Pero las guías, repertorios, catálogos, almanaques y demás, que quedan anticuados desde el día en que se publican, no necesitan reeditarse. En vez de eso, sus ciatos pueden actualizarse y recuperarse electrónicamente cuando sea preciso.

La mejor publicidad para cualquier libro es la divulgación del boca a oreja. A este respecto, la aldea global ofrece un horizonte ilimitado. Pero la Web será algo más que una plataforma para la venta y promoción de libros. Algunos se compondrán interactivamente en la Web y otros estarán compilados a la espera de que los pidan desde fuentes aleatorias para ser expedidos electrónicamente en un solo bloque o en entregas periódicas. Empleados trasladados a nuevos emplazamientos en Seattle, Nairobi, Taipei o Poughkeepsie recibirán de diversas fuentes de sus empresas compilaciones sobre las condiciones locales, historia, y prestaciones y acceso a un sitio Web que responda a preguntas adicionales a medida que vayan surgiendo. Pueden transmitirse programas de estudios interactivos desde un sitio determinado a estudiantes situados en lugares lejanos. Asimismo es posible enviar interactivamente asesoramiento médico, jurídico y financiero a usuarios individuales. Las perspectivas

de la investigación multidimensional son seductoras para los historiadores y otros estudiosos. Al no estar ya los libros encerrados de por vida dentro de encuadernaciones fijas, los editores disponen en Internet de oportunidades inagotables de crear productos nuevos, útiles y lucrativos. La Web habría sido ideal para Walt Whitman y sus cambiantes ediciones de *Hojas de hierba*. También lo habría sido para Theodore Dreiser y Vladimir Nabokov, amargados por editores melindrosos e ignorantes, así como para los escritores de *samizdat*^[19] en la antigua Unión Soviética, y lo será para sus homólogos sometidos a las tiranías actuales.

Entre las muchas esclavitudes que suprimirá la World Wide Web figura la de las exigencias de rotación de que son víctimas los libreros. En las estanterías infinitamente ampliables de la Web habrá espacio para una variedad prácticamente ilimitada de libros que pueden imprimirse por encargo o reproducirse en libros electrónicos o aparatos similares. La invención del tipo movable creó oportunidades que no podían preverse en la época de Gutenberg. Las que aguardan a los escritores y a sus lectores en el futuro próximo son infinitamente mayores.

Desaparecerán los obstáculos que entre escritores y lectores han impuesto las prácticas de edición tradicionales: un sistema de improvisaciones acumuladas a lo largo de generaciones por los caprichos y el estancamiento de tecnologías obsoletas. La plaza de la aldea global no será un paraíso. Será indisciplinada, polimórfica y políglota, como ha sido nuestro destino y nuestro medio desde que la autocracia divina mostró su fuerza derribando la torre de Babel monolingüe. Pese a las objeciones de incontables dioses locales y de sus vicarios, los escritores han improvisado desde entonces muchas torres imperfectas —claros en el bosque, mercados en Atenas, catacumbas en Roma, graffitis en paredes de mazmorras, *samizdat* en los campos de Siberia—, y seguirán haciéndolo en lo sucesivo, en una escala sin precedentes, en la World Wide Web. En este punto hay sólidos fundamentos para el optimismo. La facultad crítica que nos permite distinguir el sentido del caos forma parte de nuestro bagaje instintivo, así como el don de crear y recrear civilizaciones y sus leyes sin seguir una guía externa. Los seres humanos poseen un genio para hallar su camino, crear dioses, organizar mercados, distinguir la calidad y atribuir valor. Esta facultad puede darse por supuesta. No hay motivo para temer que la aplaste la imponente diversidad de la Web. De hecho, esa diversidad ampliará estos poderes, o al menos eso es lo que mi experiencia como individuo de la especie humana me permite esperar.

Que los editores se adapten con previsión a esta oportunidad o dejen que lo hagan otros no está claro. Lo que sí lo está es que en la World Wide Web las tareas de los editores pueden reducirse a un puñado crucial: soporte editorial, publicidad, diseño, digitalización y financiación. Para estas funciones, el tamaño no confiere una ventaja y, en determinadas magnitudes, se convierte en un engorro. Presumo que las futuras unidades de edición serán pequeñas, aunque quizá dependan de una financiera central. En la medida en que los escritores entreguen el contenido de su mente

directamente a la de sus lectores en la Web, como ha hecho Stephen King, la labor editorial obsoleta, como el marketing, las ventas, los envíos y el almacenamiento, junto con sus burocracias e ineficiencias inherentes, puede minimizarse y confiarse a empresas especializadas. Así, hay razones para creer que la edición de libros puede, en consecuencia, volver a ser una industria artesanal compuesta de diversas y creativas unidades autónomas.

ÍNDICE ANALÍTICO

ABC,
Act One (Hart),
Advance Publications,
África, inquietudes de la CIA en la Guerra Fría,
África occidental, investigaciones de la CIA en,
agentes literarios,
Alfred A. Knopf; propiedad de,
alfabetos,
Amazon.com,
Anchor Books; títulos publicados por,
Anchor Review,
Anderson, Quentin,
anticipos sobre derechos de autor,
antologías temáticas,
Arendt, Hannah,
Armory Show,
Arno, Peter,
Arnold, Matthew,
Arvin, Newton,
Ash, Timothy Garton,
Ash, Timothy Garton,
Ashbery, John,
Astor, John Jacob,
Auden, W. H.,
Audubon, John J.,
autores: celebridad de los; con nombre de marca; pagos de derechos a;
posibilidades de revisión continua de; publicación electrónica directa de;
relaciones de los *editors* con,

Bahr, Mary,
Baldwin, James,
Ballantine,

Bantam,
Barnes, Djuna,
Barnes & Noble,
barnesandnoble.com,
Barnum, Phineas Taylor,
Barrett, Will,
B. Dalton,
Beckett, Samuel,
Beowulf,
Berendt, John,
Bernstein, Bob,
Bertelsmann,
best-sellers,
Beyle, Marie-Henri (Stendhal),
Bezos, Jeff,
Biblia, La,
Biblioteca de América; adversarios académicos de; financiación de NEH;
selecciones editoriales de,
Birds of America (Audubon),
Black, Douglas,
Black Oak,
Bohème, La,
Book Soup,
Books and Co.,
Bookstop,
Borders,
Borders, Tom,
Brentano,
Brodsky, Joseph,
Brontë, Anne,
Brontë, Charlotte,
Brontë, Emily,
Brooks, Van Wyck,
Bundy, McGeorge,
Burrows, Edwin G.,
Buruma, Ian,
Business Week,
Butler Library,

cadena de librerías: alto volumen de facturación que exigen; límites al
crecimiento de; modelo del supermercado; políticas de descuentos de; la

variedad del mercado inhibida por; ventas de libros en Internet vs.; cambio
tecnológico, impactos culturales del,
Campbell, Frank,
Camus, Albert,
Carey, Matthew,
Carter, Hawley, Hale,
Cartuja de Parma, La (Stendhal),
castillo de Axel, El (Wilson),
catolicismo,
CBS,
censura: de Dreiser, de *El amante de Lady Chatterley*; de *Lolita*; *Memorias del
Condado de Hecate*; de mercado de libros minorista hiperconcentrado; de
Ulises; libertad de, en Internet,
centauro, El (Updike),
Cerf, Bennet, humor de; estilo empresarial de; fundación de Random House por,
Chambers, Whittaker,
Chaplin, Charlie,
Chejov, Antón,
CIA (Central Intelligence Agency),
Cibernética (Wiener),
ciencia ficción,
Clancy, Tom,
Claussen, Clara,
Clubs del libro,
Colección Arensberg,
Columbia College [Universidad de Columbia],
comunismo,
Comstock, Anthony,
Conrad, Joseph,
Cooper, James Fenimore,
Costner, Kevin,
Coward, Noël,
Cowley, Malcolm,
Crane, Hart,
Crichton, Michael,
crítica literaria,
Crown,
Cummings, E. E.,
Cunliffe, Marcus,

Dangerfield, George,

Dante Alighieri,
Dardis, Tom,
Dayton, Hudson,
Dell,
derechos humanos,
Desnudo bajando una escalera (Duchamp),
DiCaprio, Leonardo,
Dickens, Charles,
Dickinson, Emily,
divina comedia, La (Dante),
Dostoievski, Fiódor,
Doubleday, arranque de Anchor Books en,
decisiones de edición conservadoras,
Dover Books,
Downey, Harry,
Dreiser, Theodore,
Duchamp, Marcel,
Duffy, Joe,
Dupee, Fred,
Dutton, grupo,
Dutton's,

edición, véase edición de libros,

edición de libros: autores de marca; costes de producción; de libros en rústica de calidad; dentro de consorcios de los medios de comunicación; desarrollo histórico de la; devoluciones de tiendas; dinámica del mercado de masas; diversidad del producto en; editores judíos; en Inglaterra; esfuerzos de marketing; exigencia de rotación; fondos editoriales; generación modernista de la; Nueva York como centro de; potencial on-line de; protección internacional de los derechos de autor; relaciones autores-redactores; relaciones personales dentro de la; rentabilidad; satisfacciones personales de; sistemas de venta por suscripción; ventas de editores en sitios Web y; volúmenes de venta; véanse también editoriales concretas,

edición electrónica digital; como mercado descentralizado; costes de producción vs.

derechos de autor; de fondos; determinación del valor en; efectos culturales; material continuamente actualizado; potencial de composición interactiva; proceso de edición; tecnologías de escaneo y descarga de; uso directo por parte de autores,

editores ingleses,

editores judíos,

Eighth Street Bookstore,
Eisenhower, Dwight,
Eliot, T. S.,
Ellington, Duke,
Elliot Bay,
Ellison, Ralph,
Ellsworth, Whitney,
Emerson, Ralph Waldo,
entropía,
Epstein, Barbara; revista literaria fundada por,
Epstein, Jason: apartamentos en Nueva York de; ediciones en rústica de calidad
desarrollada por; educación universitaria de; en Random House; primer
empleo editorial de; revista literaria fundada por; series de literatura
norteamericana creadas por; venta directa por correo de catálogos de
fondos organizada por,
Erie, canal del,
Erskine, Albert,
escritores *samizdat*,
escupir,
estalinismo,
estudiantes de Sudáfrica patrocinados por la CIA,
Estudios sobre literatura clásica norteamericana (Lawrence),
Eugene Onegin (Pushkin),
Evergreen,

Farrar, Straus & Giroux,
Faulkner, William,
Fields, W. C.,
Fitzgerald, Francis Scott,
fondos editoriales, catálogo directo por correo; tecnología electrónica de
distribución de,
Fire Next Time, The (Baldwin),
Firebrand (Dardis),
Fitzgerald, Ella,
Fitzgerald, F. Scott Flaubert, Gustave,
Ford, Fundación,
Forever Amber (Windsor),
Fox,
Fragonard, Jean,
Frankfurter, Felix,
Freud, Sigmund,

Friedman, Lillian,
Frost, Robert,
Fruits of the MLA, The (Wilson), 136 funcionamiento del cerebro, mecanismos de
realimentación en el,

Gable, Joe,
galerías comerciales,
Gay, Peter,
Geisel, Theodor Seuss (Dr. Seuss),
generación de posguerra clima intelectual de la,
General Electric,
Genet, Jean,
gerente, agentes literarios vs.,
GI, Ley,
Gide, André,
Gold, Mike,
Goldsmith, Barbara,
Gorey, Edward,
Gotham (Burrows y Wallace),
Gottlieb, Robert,
Goya, Francisco,
G. P. Putnam,
grandes almacenes, libros en,
Green, Ashbel,
Greenberg, Clement,
Grisham, John,
Grove Press,
guerra fría,
Gutenberg, Johannes,

Hacia una estación de Finlandia (Wilson),
Haldemann-Julius, E.,
Harcourt, Brace,
Hardwick, Elizabeth,
Harper,
HarperCollins,
Harper's Magazine,
Hart, Lorenz,
Hart Moss,
Harvard University Press,
Hawthorne, Nataniel,

Hecht, Ben,
Hederman, Rea,
Hegel, G. W. F.,
Heidegger, Martin,
Hemingway, Ernest,
Henry Holt,
Hiss, Alger,
Historia de Inglaterra desde el ascenso de Jacobo II (Macaulay),
Hitler, Adolf,
Hojas de hierba (Whitman),
Holtzbrinck,
Houghton Mifflin,
Household Words,
Howard, Richard,
Huckleberry Finn (Twain),
Huevos verdes con jamón (Seuss),
Human Use of Human Beings, The (Wiener),

Ilíada,
industria de la impresión,
Ingram,
Internet (World Wide Web): edición en; presunciones teóricas sobre; venta de
libros en,
Ionesco, Eugène,
Irrational Man (Barrett),
Irving, Washington,

Jacobs, Jane,
James, Henry,
John Reed Club,
Johnson, Samuel,
Joyce, James,

Kafka, Franz,
Kallman, Chester,
Kant, Immanuel,
Kazin, Alfred,
Kazmarek, Michael,
Keats, John,
Kennedy, John F.,
Kennedy, Roger,
King, Stephen,

Kinko's,
Kipling, Rudyard,
Kittredge,
Klopfer, Donald,
Kmart,
Knopf, Alfred,
Knopf, Alfred, Jr. (Pat),
Knopf, Blanche,
Kon-Tiki (Heyerdahl),
Koontz, Dean,

Lane, Alan,
Lassie,
Lawrence, D. H.,
Lazovitz, Eve,
Leclerc, Paul,
lenguaje, escrito,
legislación sobre derechos civiles,
letra escarlata, La (Hawthorne),
Lewis (Percy) Wyndham,
Library of America, véase Biblioteca de América,
librerías: ejemplares invendidos devueltos; ventas por Internet vs.,
librerías independientes; alquiler vs. stock; competencia en descuentos de las
 cadenas de tiendas; disminución de,
libro electrónico,
libros en rústica; ediciones de calidad en; marketing masivo de,
Liga de Jóvenes Comunistas,
Literary Guild,
literatura norteamericana; publicación de series de,
Little, Brown,
Little Blue Books,
Liveright, Horace,
Loeb Classical Library,
Lolita (Nabokov),
Longmans, Pearson,
Loomis, Bob,
Low Library,
Lowell, Robert,
Luces de la ciudad,

Macaulay, Thomas Babington,

MacDonald, Dwight,
MacMillan,
Macy's,
Mailer, Norman,
Mann, Thomas,
mano del teñidor, La (Auden),
manuscritos no solicitados,
Marshall, John,
Marshall, Plan,
Marx, Karl,
marxismo,
materiales de referencia, continuas adiciones digitales,
Mathiessen, F. O.,
Maugham, W. Somerset,
MCA-Universal,
McCarthy, Cormac,
McCarthy, Joseph R.,
McCarthy, Mary,
McCormick, Ken,
McFeely, Drake,
McGraw-Hill,
McTeague (Norris),
mecanismos de realimentación,
mecanismos de realimentación del medio ambiente,
Medianoche en el jardín del bien y del mal (Berendt),
Melville, Herman,
Memorias del Condado de Hecate (Wilson),
Menand, Luke,
Mercer, Mabel,
Merton, Thomas,
Michcner, James,
midlist,
migración a los suburbios,
Miller, Judith,
Miller, Ferry,
minoristas on-line, problemas estructurales de,
Mishra, Pankaj,
MIT,
Moby Dick (Melville),
Modern Language Association (MLA),
Modern Library,

modernismo,
Moncrieff, C. K. Scott,
Monk, Thelonius,
montaña de los siete círculos, La (Merton),
Morgan (Strouse),
Morgan, J. P.,
MTV,
muerte térmica,
Muerte y vida de las grandes ciudades (Jacob),
muchedumbre solitaria, La (Riesman),
Murdoch, Rupert,

Nabisco,
Nabokov, Dmitri,
Nabokov, Vera,
Nabokov, Vladimir,
Nation, The,
National Endowment for the Humanities (NEH),
Nelson, Horatio,
NEH, véase National Endowment for the Humanities,
New American Library,
New Directions,
New Republic, The,
New York Review of Books, The,
New York Times, The,
New York Times Book Review, The,
New Yorker, The,
Newman, Phyllis,
News Corporation,
Nixon, Richard,
Nobel, premio,
Norris, Frank,
Northshire Books,
Notas americanas (Dickens),
novelas de amor,
Nueva York, N. Y.: centro editorial; círculos literarios/intelectuales de posguerra;
librerías independientes en,

O'Brien, Geoffrey,
Octopus, The (Norris),
Odisea,

O'Hara, Frank,
O'Hara, John,
O'Neill, Eugene,
Organización Man, The (Whyte),
Ormrod, John,
Ovitz, Michael,

Pantheon,
Paramount Pictures,
Parker, Dorothy,
Partisan Review,
Pater, Walter,
Pell, Arthur,
pena capital,
Penguin Books,
Perelman, S. J.,
Phillips, William,
Philtrum Press,
Picasso, Pablo,
pictogramas,
Pinza, Ezio,
Pit, The (Norris),
Platón,
Pléiade,
Plutarco,
Pnin (Nabokov),
Pocket Books,
Pound, Ezra,
Powell's,
Pritchett, V. S.,
Prodigy,
productoras dirigidas por estrellas de cine,
Proust, Marcel,
publicación digital electrónica: véanse editoriales específicas,
Publishers Weekly,
Pushkin, Aleksandr,
Putnam, véase G. P. Putnam,

Racine, Jean,
Rahv, Philip,
Random House, anterior atmósfera íntima; censura de *Ulises*; dentro de los

consorcios de medios de comunicación; distribución on-line explorada por;
 ediciones en rústica de calidad; estilo de dirección en; fondo de; fundación
 de; impresores de; libros de Grove distribuidos por; locales de oficinas;
 niveles de ventas; otros sellos adquiridos por; propiedad de; salida a Bolsa,
 Ransom, John Crowe,
 Rawson, Hugh,
 RCA,
Reader's Catalog, The,
 revistas: derechos adquiridos de prepublicación; literarias; rentabilidad,
 Richards, I. A.,
Riding the Bullet (King),
 Riesman, David,
 Rodgers, Richard,
 Rosset, Barney,

Saturday Evening Post, The,
 Schlesinger, Arthur, Jr.,
score,
Scoundrel, The,
 Scribner,
 Sears,
 secularización de la alfabetización,
 Senado de EEUU, usanza de escupir en,
 Seuss, Dr., véase Geisel, Theodor Seuss,
 Shakespeare, William,
 Shattuck, Roger,
 Silvers, Robert,
 Simon & Schuster, devoluciones aceptadas por; distribución on-line explorada
 por; intentos de edición on-line; niveles de ventas de; propiedad de;
 redactores,
 Sindicato de Actores de Cine,
Sister Carrie (Dreiser),
 Smolens, Michael,
 socialismo,
South Pacific,
 Southern, Terry,
 Spellman, Francis Joseph, cardenal,
 Square Books,
 St. Martin's,
 Staples,
 Steel, Danielle,

Stein, Gertrude,
Stendhal (Marie-Henry Beyle),
Stevens, Wallace,
Stevenson, Adlai,
Stewart, Sarah,
Strange Death of Liberal England, The (Dangerfield),
Strayhorn, Billy,
Strouse, Jean,
Styron, William,
Swenson, Arnold,

Tattered Cover,
Tatum, Art,
tecnologías electrónicas, véanse edición electrónica digital; Internet,
Teléfono rojo: volamos hacia Moscú (Southern),
televisión,
tempestad, La (Shakespeare),
Terhune, Albert Payson,
termodinámica, segunda ley de la,
Thackeray, William M.,
Three Billion Books,
Thurber, James,
Time,
Time-Life Books,
Time/Warner,
Toklas, Alice B.,
Tolstói, Lev,
Tom Sawyer (Twain),
Trilling, Lionel,
Turguéniev, Ivan,
Twain, Mark,

Ulyses (Joyce),
Una fábula (Faulkner),
Una tragedia americana (Dreiser),
Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas: caída de; criterios norteamericanos
sobre la guerra fría; escritores *samizdat* en la,
Updike, John,
urbanismo, migración suburbana del,

venta por correo,
Viacom,

Vietnam, guerra de,
Viking Press,
Villard, mansión,

Waldenbooks,
Wallace, Mike,
Wal-Mart,
Warhol, Andy,
Warner, Susan,
Washington, Bushrod,
Washington, George,
Weber, Max,
Weems, Mason Llocke,
West, Nathanael,
What's My Line,
Whitman, Walt,
Whyte, W. H.,
Wide, Wide World, The (Warner),
Wiener, Norbert,
Wilbur, Richard,
Wilde, Oscar,
Wilentz, Eli,
Wilentz, Ted,
William Morris, agencia,
William Morrow,
Williams, Robin,
Wilson, Edmund, muerte de; problemas con la censura; series de literatura
norteamericana concebidas por,
Wilson, Elena,
Wilson, Helen,
Windholtz, Veronica,
Windsor, Kathleen,
Winfrey, Oprah,
World Wide Web, véase también edición digital electrónica: Internet,
W. W. Norton,

Yeats, William Butler,

Zuckerman, Mort.

Notas

[1] A *score*, que significa en inglés una veintena, es de la misma familia semántica que el verbo *score* («contar», «llevar la cuenta», «marcar») y el sustantivo *score* («puntuación», «número de puntos», «marcador»). (*N. del T.*). <<

[2] En cursiva, en el sentido anglosajón del término de empleado editorial que ayuda al autor a dar forma definitiva a su original y también de persona con capacidad para recomendar e incluso adquirir títulos en una editorial. En general se ha mantenido esta grafía o se ha sustituido en alguna ocasión por vocablos como «redactor», etc., para diferenciarlo del término inglés *publisher*, que se traduce siempre como «editor». (N. del T.). <<

[3] Yo fui el *editor*. <<

[4] «En vista de la popularidad de su e-libro *Riding the Bullet...*, el novelista Stephen King proyecta lanzar otro —esta vez por entregas— y pedir a los lectores que paguen vía *honor system*. Al parecer también tiene el proyecto de ofrecer el nuevo e-libro sin ayuda de Simon & Schuster, su antiguo editor de los antiguos medios de comunicación, lo que plantea nuevas cuestiones sobre la posibilidad que tienen los autores poderosos de convertirse en editores de sus propias obras dentro de los nuevos medios de difusión», *Publishers Weekly*, 19 de junio de 2000. *The New York Times* informó el 1 de agosto de que se calculaba que se habían «descargado» 152.132 «ejemplares» de la primera entrega al cabo de una semana desu lanzamiento on-line. <<

[5] Un antiguo colega de Doubleday me dijo hace poco que el tesorero de la empresa en aquel entonces aconsejó a la propietaria que sería mejor que vendiese la empresa e invirtiera el dinero en bonos del gobierno. Su hijo, al final, vendió el negocio y compró con el dinero un equipo de béisbol, una inversión rentable. <<

[6] Término inglés que se usa en el mundo editorial y que designa a un cazatalentos que explora los círculos literarios y editoriales en busca de nuevos escritores. (*N. del T.*). <<

[7] Ahora sustituida por la brillante versión de Richard Howard para la Modern Library. <<

[8] Baso en *Firebrand*, la biografía de Liveright escrita por Dardis, muchas de las cosas que aquí cuento sobre el tema. <<

[9] Este tipo de libros, por supuesto, no era nada nuevo. Desde antes del siglo XIX, en Estados Unidos se publicaban sermones, catecismos, folletos políticos, domésticos y otros en ediciones en rústica. En el siglo XX E. Haldemann-Julius había empezado a publicar Little Blue Books a cinco centavos cada uno. Estos folletos enseñaban a los inmigrantes trucos útiles y costumbres norteamericanas. Dover Books, fundada en los años cuarenta, reimprimió una colección fascinante de títulos, en su mayoría de dominio público, que estaban agotados. Pero estos libros no se distribuían ampliamente y estaban dirigidos a satisfacer intereses oscuros.

Anchor Books y otras colecciones de libros en rústica llamada de calidad pondría a disposición de lectores serios con recursos limitados una amplia gama de títulos activos que hasta entonces sólo se habían publicado en ediciones caras en tapa dura. Así como los Little Blue Books presentaron a los nuevos norteamericanos los rudimentos de la cultura del país, los «*quality paperbacks*» [«rústica de calidad»] expondrían a generaciones de estudiantes universitarios los materiales de la cultura mundial. <<

[10] Proyecto de ley para excombatientes que durante los años cuarenta financió los estudios universitarios de los soldados norteamericanos que volvían de la Segunda Guerra Mundial. (*N. del T.*). <<

[11] Juego de palabras múltiple, basado en la similitud fonética con la pronunciación inglesa de la obra de Pushkin. Podría leerse, en principio, como *Gene, one gin*, es decir, «Gene, una ginebra», o bien, literalmente, «Gen uno ginebra». (*N. del T.*). <<

[12] Alusión al nombre de un motel donde Humbert Humbert, el protagonista de *Lolita*, se aloja con Lolita. (N. del T.). <<

[13] Sonríe-un-Poco, Rincón del Libro, Párate-un-Segundo. (*N. del T.*). <<

[14] Una modificación de la normativa fiscal en lo referente a la valoración de inventarios dificultó aún más que los editores mantuviesen los enormes stocks de títulos de sus fondos editoriales. <<

[15] Algunos lectores han percibido una tendencia ideológica soterrada por parte de *The New York Review*, pero puede que esto sea un reflejo de sus propios compromisos intelectuales. La *Review* siempre se ha mostrado escéptica por lo que respecta a cualquier tipo de doctrina, excepto en el sentido que se expone a continuación. <<

[16] Institución —o Fondo— Nacional para Humanidades. (*N. del T.*). <<

[17] Las ediciones de la Biblioteca de América también contaron con el trabajo textual de los especialistas académicos que en principio se habían opuesto al proyecto de Wilson. <<

[18] Más que un buen vendedor, Weems presintió el futuro de la edición. En una carta escrita el 22 de enero de 1797 dirigida a Matthew Carey, un librero de Filadelfia para quien actuaba como agente, Weems predecía la revolución del libro en rústica: «La experiencia me ha enseñado que los libros pequeños, es decir, que cuesten un cuarto de dólar, sobre temas pensados para despertar la curiosidad popular, con una buena tirada y debidamente distribuidos, reportarían unos ingresos enormes a empresarios prudentes e industriosos». (De M. L. Weems, *The Life of Washington*, edición a cargo de Marcus Cunliffe, Harvard University Press, 1962. El autor da las gracias a Hugh Rawson por haberle facilitado la historia). <<

[19] Literatura impresa y divulgada de forma clandestina en la Unión Soviética y otros países de su órbita comunista. (*N. del T.*). <<