

# Una cuarta de forros que se lee como un *thriller*

por **Eduardo Huchín Sosa**

A veces exageradas y repetitivas, a merced de los elogios rimbombantes, las contratapas son un elemento ineludible en la vida de los libros. Sus compromisos comerciales, sin embargo, no les impiden ser también un espacio para la creatividad, el humor y el ejercicio del estilo.

42

**E**scribí las cuatro líneas que preceden a este artículo. Mis obligaciones como editor me llevan a presentar con alguna frecuencia mis propias colaboraciones como si fueran de otro. Una labor ingrata, si me preguntan, porque nunca hay que excederse con los adjetivos, las adulaciones y los juicios, pero una sinopsis aséptica, objetiva, sin ganas, es todavía peor. La extensión disponible para una secundaria –según me hace saber el diseñador de estas páginas cada mes– termina siempre por ser insuficiente, de modo que a última hora me veo orillado a suprimir adverbios y reducir oraciones subordinadas. Y es que el texto de presentación –desde un post en X en busca de clics, la secundaria que precede a un ensayo o los cuatro párrafos en la contratapa de un libro– exige una capacidad de concisión y un amor por las especificidades que lo vuelven un género en sí mismo. Una “forma literaria humilde y difícil”, como señaló Roberto Calasso.

El mundo editorial anglosajón ha acuñado la palabra *blurb* para referirse a ese tipo de “ganchos”, en particular aquellos que te hablan desde una cuarta de forros. Puede tratarse de extractos de críticas positivas o de aventuradas interpretaciones como las que escribía el propio Calasso para Adelphi. Algunas de estas contratapas confían en que la trama de una novela hable por sí sola, mientras otras necesitan algún veredicto hiperbólico –*Trainspotting* “merece vender más ejemplares que la Biblia”, según mi edición de Anagrama– para apremiar al público a su lectura. Hay las que revelan demasiado y también las que ocultan casi todo, en ocasiones para mejor. Unas abusan de las preguntas retóricas, otras llaman *tour de force* a casi cualquier trama con más de seis personajes, y unas más, para irnos pronto: las de ciertos libros de poesía, parecen el resultado de sacar recortes de palabras de un sombrero.

Pero el arte del *blurb* es todo menos una frivolidad, si consideramos su estrecho espacio de influencia: los 30 segundos

en los que un lector está dispuesto a comprar un libro o dejarlo de nuevo en la mesa de novedades. Es posible pensarlo, de acuerdo con Calasso, como “la única ocasión que tiene el editor de señalar explícitamente los motivos que lo han impulsado a escoger un libro determinado”, pero eso no es del todo cierto. Más que nada pretenden vender, tomar la estafeta de la atención ahí donde la dejó la portada o el título o el autor y llevarte casi de la mano a la caja registradora. Y es precisamente en esa zona de incertidumbre donde la situación se pone mejor y en consecuencia más complicada: ¿cómo hacerte comprar la enésima novela sobre una célula rebelde en una sociedad distópica? ¿Qué decir de este nuevo conjunto de cuentos sobre la violencia del narco, que lo diferencie del anterior conjunto de cuentos sobre la violencia del narco que escribió la misma persona hace tres años? ¿De qué manera interesarte en esa narración sin acciones, tal vez sin personajes, en donde lo que sucede –*lo que de verdad sucede*– es la inestabilidad del yo, el lenguaje en tensión, un *continuo* de la escritura o un ilegible *performance*?

Existen, como cabe esperar, autores que odian el género. Graham Greene se molestó tanto por el *blurb* de una de sus novelas que sugirió publicar la siguiente sin presentación de contratapa y es famoso que Salinger exigió, mientras pudo, las cuartas de forros en blanco. Abundan también los casos a medio camino entre la adulación y la displicencia. En su calidad de *publisher*, T. S. Eliot escribió alguna vez que la obra del poeta Louis MacNeice “es inteligible pero impopular, y tiene el orgullo y la modestia de las cosas que perduran”, una frase que hoy le subiría la presión arterial a cualquier director de *marketing*.

A la gran mayoría de los escritores, no obstante, les encantan las cubiertas innegablemente laudatorias: sin importar cuántas veces se reciclen expresiones como “entrañable”, “belleza palpitante” o “de su generación”, casi todos aprueban que un redactor anónimo ensalce sus virtudes o que sus mejores amigos escriban breves panegíricos para

los cintillos. Esa mala costumbre ha llevado a algunos críticos y poetas a denunciar una supuesta República de los Elogios Mutuos, en la que los favores se intercambian demasiado a menudo y que vuelve sospechosas, deshonestas por definición, todas las contratapas. Sin embargo, tales prácticas no le quitan un ápice de complejidad, exigencia formal y desafío comercial a la redacción de *blurbs*, porque, aunque elogios los suda cualquiera, no cualquiera escribe elogios que terminen por convencer a un lector de que este es el libro que necesita.

Pocas personas saben tanto sobre los esplendores y miserias de redactar contratapas como Louise Willder (Gravesend, Inglaterra, 1972), autora de unas cinco mil cuartas de forros para Penguin Books, que comenzó su carrera como asistente de publicidad hasta que descubrió su gusto por sintetizar contenidos, aderezar las descripciones con elogios verosímiles y, en pocas palabras, engatusar a potenciales compradores. Después de más de dos décadas en el oficio, Willder publicó hace unos años *Blurb your enthusiasm*, un libro donde explora la historia, crítica y taxonomía de la contratapa, cuya versión abreviada en español acaba de editar Gris Tormenta con el título de *Cien palabras a un desconocido*. El pequeño volumen, generoso en ejemplos históricos, mordaces pies de página e indiscretos vistazos al mundo editorial anglosajón, comienza determinando los alcances y límites de la contracubierta para concluir con su obligada caducidad. Un *blurb* está unido a la existencia física de un libro, pero no a su arte perdurable, en caso de que lo tuviera.

Con la mala prensa que tienen los cebos para inocentes que ahora denominamos *clickbait*s, la idea de pequeños textos que buscan pescar lectores hace pensar en una industria tramposa, descarada a la hora de prometer cosas imposibles, como si de políticos en campaña se tratara. Willder ni siquiera intenta dulcificar la capacidad embustera del *blurb*, pero su enfoque profesional ayuda, sin llegar al cinismo, a entender las necesidades concretas de las contratapas. Su función no va a desaparecer, de modo que sobra denunciarlas como prosa mercantil, tomando en cuenta que hasta los más radicales proyectos editoriales —reacios a las novelas costumbristas, los poemas puntuados y los ensayos con tema— acuden a ellas, las piensan, redactan y pulen, a fin de colgarlas en sus tiendas en línea. Aunque a veces pasan como ejercicios mínimos de crítica literaria, se acercan más a pequeños artefactos persuasivos que materializan en sus mejores momentos aquella vieja petición de Chéjov: no decir que la luna resplandece, sino mostrar el reflejo de su luz en un cristal roto. Lo esencial del *blurb* es a qué detalles presta atención, qué tanta información proporciona, con qué lenguaje expresa esas elecciones y de qué modo construye una satisfacción que una gran parte de los lectores está dispuesta a prolongar.

El mejor capítulo del libro es el dedicado a *Lolita*, de Vladimir Nabokov, en el que la autora se pregunta si habrá



**LOUISE WILLDER**  
**CIENT PALABRAS A UN DESCONOCIDO**  
Traducción de Jacobo Zanella  
Querétaro, Gris Tormenta, 2025, 136 pp.

algunos libros más difíciles de describir que otros. La historia de una niña de doce años secuestrada por un cuarentón ha transitado de “obra pornográfica” a “la única historia de amor convincente del siglo”, según la llamó *Vanity Fair*, pero la intención de Willder no solo es documentar los malentendidos alrededor de este clásico sino plantear la cuestión de qué punto de vista debería adoptar la contratapa: ¿el del manipulador Humbert Humbert que relata su obsesión como si se tratara de un enamoramiento auténtico? ¿El del propio Nabokov para quien el “inmundo señor Humbert” había corrompido a “una pobre niña”? O mejor aún, ¿tendríamos que poner a un lado los juicios sobre los personajes para centrarnos en la maestría del novelista, en el retrato que hace de Estados Unidos y en el lugar que ocupa en la tradición, aunque caigamos en eso que todos conocemos como “escurrir el bulto”? Willder cita varios ejemplos de *blurbs* reales —desde el que describe a Humbert Humbert como “poeta y pervertido” hasta el que lo define como “un profesor universitario de mediana edad”, ambos más o menos apegados a la verdad— para mostrar que no hay una manera única de lidiar con un libro de estas características, y acaso la solución más prudente —y a su vez la más cobarde— sea la que presentó cierta contratapa donde la trama de seducción era apenas “una de las muchas dimensiones de la vertiginosa obra maestra de Nabokov”.

Más que simples ardides publicitarios, los *blurbs* evidencian formas fechadas de leer, lo cual no quita sus posibilidades para ser inspirados, desafiantes y originales. Es posible que, en esta nueva era de automatización, las inteligencias artificiales terminen por adueñarse de la redacción de contratapas —como han estado haciendo con el diseño de portadas—. Sin embargo, todavía dudo de que alguna llegue al nivel de la apretada sinopsis de *El mago de Oz* que Louise Willder encontró en una guía televisiva: “Transportada a un paisaje surrealista, una niña asesina a la primera persona con la que se encuentra, y luego se junta con tres extraños para asesinar de nuevo.” A menos que la escriba, claro está, la mejor IA de su generación. ~

**EDUARDO HUCHÍN SOSA** (Campeche, 1979) es músico, ensayista y editor responsable de *Letras Libres* (México). Es autor —incluida la contratapa— de *Calla y escucha. Ensayos sobre música: de Bach a los Beatles* (Turner, 2022).