

¿QUE PASA CON EL LIBRO ES



Concluye en este número la encuesta que abrimos la semana pasada y en la cual participaron don José Tortella (TÉCNOS), don Francisco García Pavón (TAURUS), don Juan Salvat Dalmau (SALVAT), don Carlos Plaza de Diego (PLAZA-JANES), don José Manuel Lara (PLANETA), don Antonio Munné (NOVA TERRA), señorita Esther Tusquets (LUMEN), don Carlos Aguilar (AGUILAR).

Las preguntas, al igual que la semana pasada, son las siguientes:

1 ¿Qué perspectivas ofrece la industria editorial española?

2 ¿Han cambiado los gustos del público en los últimos años? Si es así, ¿en qué sentido?

ALIANZA EDITORIAL

D. José Ortega Spottorno



1 Por el lado positivo, a nuestro juicio, la industria editorial española tiene un gran dinamismo, tanto en el volumen de la producción como en la variedad de colecciones y de tipos de edición, desde el libro de Arte, el libro tradicional, las publicaciones por fascículos, el libro de bolsillo y los clubs del libro.

Como nota negativa destacaríamos el exceso de editoriales, lo que sí, de un lado, crea un sano clima de competencia, por otro lleva a un exceso de producción con repetición excesiva de temas por distintas editoriales, y, además, determina una pluralidad de distribuciones. Como lo demuestra nuestro nombre editorial, «Alianza» nació de una conversación entre varios editores para unir sus servicios de distribución sin que se consiguiera la unión más que de los dos señalados y de Editorial Rivadeneyra.

También estamos pretendiendo que los editores que no tienen libros de bolsillo publiquen en nuestra colección, en una fórmula de reparto de gastos y beneficios por igual, con objeto de no multiplicar las colecciones de bolsillo excesivamente para evitar la competencia desaforada y mimética, que llevaría al fracaso de todas las colecciones de este tipo, como ocurrió en Italia. Pero esta pretensión nuestra es difícil de lograr por el individualismo y visión a corto plazo de muchos de nuestros colegas.

La exportación del libro, importante no sólo desde el punto de vista de las divisas, sino muy principalmente desde el punto de vista de la presencia e influencia culturales de España, requiere, para mantenerse y aumentar como es debido, también uniones en la distribución y ayudas por parte de los poderes públicos.

En este sentido, creemos que sería fundamental un seguro de crédito a la exportación obligatorio, de forma que, al ser general, fuera mucho más barato y que, automáticamente, el cliente que no pagara a un editor no podría recibir libros de ningún otro. Esto sancionaría mucho el mercado exterior, cuyo problema no está en vender sino en cobrar, lo que origina una penetración insuficiente.

2 No tiene duda que hoy se venden muchos más libros que antes y que el público culto se ha dilatado en el sentido de que temas que antes eran sólo para una estricta minoría, hoy los aceptan círculos más amplios. Seguimos creyendo que la librería es el lugar natural de enlace entre el editor y el lector, pero también creemos que las librerías no se han desarrollado, en número y dinamismo, con la velocidad con

AÑOL?

Y POR FIN... EL LIBRO OBJETO

Por MANUEL VAZQUEZ MONTALBAN

Hay que poner mucho ojo sobre esta ciudad. Por sus puertas han penetrado virus sociales tan dañinos como el verbo avoir, las canciones de Brassens, la breve ropa interior de caballero y expresiones tales como «laissez faire» «laissez passer». ¡Basta ya! Ahora en el Drugstore venden flores de papel y ataúdes cerilleros. En un «Pub» de Tuset Street, una condecoración pende del pecho no cubierto de una muchacha rubia. Y finalmente se han atrevido a importar libros con una galleta como Laus Deo... y libros redondos, triangulares, ilias, colgantes, táctiles... libros que no son libros, sino una solapada y nueva semilla del diablo.

Por los años 30 prosperaban heroicas colecciones de librillos populares, editadas por ateneos de barrio, ateneos de color amarronado, con un busto de Sócrates o Platón en la entrada y una reticulada fotografía de don Carlos Marx (Véase «Diccionario Enciclopédico Espasa Calpe»). Era real entonces la estampa del matricero, tornero, carpintero, impresor, quemándose las pupilas junto a una vela, leyendo a deshoras. La lectura alimentaba como una pierna de cordero a la segoviana. En las mañanas domingueras, el pueblo de Barcelona buscaba y rebuscaba por los montones de libros viejos de los Encantes y regresaba a casa con una confusa mezcla de Sismondi, la «Apicultura en diez lecciones» y Augusto Martínez Olmedilla. En los años 30, el libro conservaba el prestigio de material estratégico que había nacido con la invención de la imprenta. Cuando un miembro de la familia obrera se compraba un «Manual del Conductor» y un «Diccionario de la Real Academia», los vecinos adoptaban a su paso una cierta gravedad; aquel ser humano había penetrado por la puerta estrecha de la intelectualidad. De entonces procede la moda, aún hoy vigente en algunos barrios, de ir por esos mundos de Dios con un libro en la mano. Es un acto reverencial hacia el signo

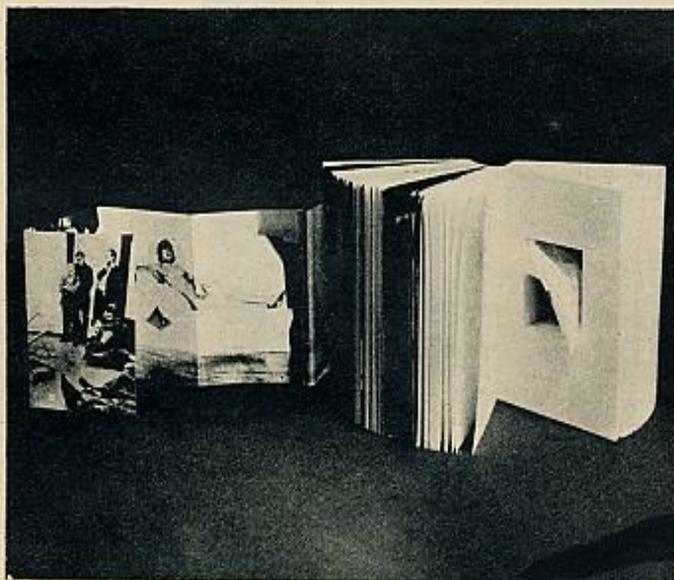
más representativo de la cultura: el libro.

Y, en efecto, el pueblo barcelonés sigue respetando los libros; cada vez más, porque cada vez más el libro adquiere contornos míticos. La cultura popular se conforma a base de discos, radio, televisión y cine; tal vez cumplan, todavía, algún papel las revistas ilustradas. Cuando la cadena de la SER descubrió a Guillermo Sautier Casaseca y a Luisa Alberca, estaba muy claro que era el principio del fin de Fernández Flórez y Blasco Ibáñez, últimos novelistas realmente populares que el país ha tolerado. Sautier, desde Madrid, y Antonio Losada, desde Barcelona, han creado el serial radiofónico *made in Spain*, un serial con música de fondo muy levadiza, con música que se pone dramática por un quitame ahí esas pajas; por ejemplo, cuando Marta dice «¡Arturo!», y Arturo contesta: «¡Martal!». Y ya muy poco que añadir ante el imperio de los telefilms. Necesitaríamos un Instituto Gallup Nacional para que nos dijera cuántos padres de familia han asimilado los «tics» del patriarca de «Bonanza», cuántos jovencitos en edad de merecer entran en las cafeterías en visita de inspección, como Elliot Ness.

Pero para toda esta masa de población alejada de las mieles de la

Cultura, con mayúscula, un libro sigue siendo algo importante, como el saber francés o taquígrafía. Y el Día del Libro está hecho a su medida. Acuden a los tenderetes y se compran esos libros que luego salen en los periódicos como los más vendidos del mes. En Cataluña hay que contar con un sector de población incondicional del libro; la pequeña burguesía. Sus miembros tienen cuentas abiertas en una o dos librerías; aceptan el diálogo con los vendedores a domicilio; se suscriben a la «Enciclopedia Catalana»; leen las excelentes traducciones al catalán de la colección policíaca «La Cua de Palla»; compran «Corazón», de Edmundo d'Amicis, para el niño que acaba de cumplir los siete años. Quizá sea el único sector social popular que en nuestro país ha prohibido la entrada de las fotonovelas en sus hogares. Y, sin embargo, las mujeres no pueden evitar los diez minutos diarios de «Correo del Corazón» radiofónico, a cargo de Elena Francis o de Montserrat Fortuny, una insuperable consejera que siempre encabeza sus cartas con un: «¡Hija...».

Hasta aquí hemos hablado de sectores sociales de ritmo lento. Van paso a paso descubriendo a Courrèges, cuando la vanguardia ya está en Mary Quant. Se asoman a Max Frisch, cuando la vanguardia ya empieza a cansarse de Peter Weiss. Comprenden el *Existo, luego pienso*, cuando la vanguardia ya ha llegado al ula, ula, capula... ug ug, expresión máxima del escepticismo relativista que domina la eticidad de la vanguardia. Y esa vanguardia en la ciudad se nota. Es uno de sus rasgos diferenciales desde que los intelectuales de los años 20 descubrieron la Costa Brava, casi a la par con los intelectuales americanos que descubrían la Costa Azul. Si uno quiere conocer a todos los miembros de esa vanguardia, absolutamente a todos, le basta ir un viernes por la noche al Jazz Colón. Es el día in para el local más in. Allí nadie pontifica, porque pontificar está out y, además, hay un estrépito de mil diablos que impide cualquier rastro de conversación. Por allí se pasea el intelectual que ha vendido o regalado todos sus libros, porque nada se aprende al margen de la observación de uno mismo y de lo circundante. Por allí se remueve, como si se amasara a sí mismo, el arquitecto promesa que ha descubierto un lenguaje bisilábico y algo gatural con el que expresa su desacuerdo. Y allí esté



De pronto uno se enfrenta a una caja de contraplacado. Es un libro, te dicen. Y lo abren. Y salen extrañas tabillitas acartonadas y «posters» poético-gráficos y una galleta de las de novela de roblinson... Y en otro rincón cuelgan minilibros redonditos y en un estante libros triangulares, circulares...

(Continúa página siguiente)

ENCUESTA A EDITORES

que se han desarrollado las editoriales. De aquí que muchos editores busquen al lector directamente, lo cual es complicado y caro. Entendemos que la modernización y perfeccionamiento de las librerías y la creación en gran escala de librerías populares en las nuevas zonas creadas por el desarrollo urbano y por los cambios de población es un tema fundamental y que para ello se deben dar toda clase de facilidades, no sólo por parte de los editores, sino también por los poderes públicos. Particularmente, las escuelas de librería debían adquirir un rango y volumen mayores, y creemos en la urgente necesidad de una política audaz de extensión bibliotecaria, tanto en los métodos como en los elementos. El Libro de Bolsillo, como tal, jugaría un papel extraordinario.



¡Pronto leerá usted esta frase! ¡Dentro de pocos meses, si todo marcha bien! Nosotros le ofrecemos ahora la oportunidad de tomarle la delantera al hombre que alunice primero, y llevársela en algo importante, en su reloj. El cosmonauta llevará dentro de una cápsula presurizada **un reloj con diapasón** del mismo sistema que UNISONIC. Algo especial en relojería y en su precisión.

Además Ud. tendrá otra ventaja. Con UNISONIC hará de su reloj el tema de conversación, en cambio a él nadie lo observará.

Sin volante,
Sin espiral,
Sin muelles...
Sin Tic-Tac
UNISONIC de
UNIVERSAL GENEVE
con su diapasón
también los ha hecho
pasar a la historia.

El UNISONIC ya no está en relación con el pasado relojero, sino con el futuro de la electrónica. Su principio vital, el diapasón, divide el segundo en 360 partes, lo que elimina el tic-tac tan conocido para sustituirlo por un "susurro", ¡un unisón fascinante! UNISONIC ha obtenido así la precisión que no existía, la precisión del diapasón, en oposición a la no tan exacta precisión del volante. ¡Y lo ha logrado!



UNIVERSAL GENEVE
con su modelo UNISONIC
le brinda a usted
la garantía internacional por escrito
de la precisión más increíble,
menos de 2 segundos al día.
Esta precisión no es un milagro
¡es el fruto de la electrónica!



UNISONIC
el reloj electrónico
con diapasón

Siempre en vanguardia de los últimos adelantos técnicos

UNIVERSAL GENEVE

LA PRIMERA MARCA DEL MUNDO QUE HA ADOPTADO
EL SISTEMA ELECTRONICO CON DIAPASON

Y POR FIN... EL LIBRO OBJETO

EL LIBRO ESPAÑOL

ARIEL

D. Alexandre Argullós



I Constantemente se manejan cifras optimistas relativas a la producción editorial española: aumenta el número de títulos editados por año, aumentan las cifras de exportación, aumenta, incluso, el número de editores. No cabe duda de que las perspectivas son optimistas en el mundo entero: con el aumento del nivel de vida y del nivel cultural y con la progresiva transformación de la Universidad clasista en Universidad de masas, la industria editorial tiene una perspectiva brillante. Por lo que se refiere a la industria editorial española, la cosa no es tan clara, por lo menos a corto plazo. El mercado de lengua castellana es un mercado muy difícil de afrontar por su extensión física (que obliga a crear redes comerciales muy vastas y diversificadas para cada república latinoamericana) y por su bajo poder adquisitivo. Si partimos del hecho de que es necesario abaratar los libros para su difusión entre las clases populares, vemos que la dispersión de la industria editorial en multitud de pequeñas empresas—descapitalizadas, incapaces de afrontar los riesgos de grandes tiradas que permiten vender los libros más baratos— atenta, en cierto modo, contra los intereses de la gran masa del pueblo. Pero lo contradictorio es que la concentración de empresas, necesaria desde el punto de vista de la racionalidad económica, concentra también, en pocas manos, el poder de difusión de ideas y conocimientos, lo cual es gravemente peligroso desde el punto de vista político-cultural por la posibilidad de manipulación de conciencias que representa. El problema de la industria editorial española consiste en hacer compatible la concentración económica con un control democrático de las decisiones a nivel político-cultural. La actual dispersión de empresas es irracional económicamente, pero representa, en las actuales circunstancias, un embrión "democrático" por su misma descentralización.

2 Sin entrar aquí en el hecho de que el mercado de lectores está condicionado, en gran parte, por lo que se le ofrece, es

tata se ha convertido en la medida de todas las cosas. Es una empresa sólida. Los americanos han puesto el dinero y los alemanes han puesto la ideología del neo capitalismo y el pleno consumo. Nosotros ponemos el peonaje y el «joh» en el Fumetti.

Cuesta vender estos libros. Sus precios son prohibitivos. Lo precario del alto poder adquisitivo nacional impide la mercadería de la exquisitez. Este es el país donde hay menos abrigos de visón *per capita*, y, como consecuencia, donde hay menos libros-objeto por cada treinta millones de habitantes. Pero es un síntoma el que alguien se haya decidido a importarlos y a proponerlos a nuestra capacidad de sorpresa. Cuando Gutenberg, o quien fuera, inventó el tipo móvil, guardó el secreto cuanto pudo. Imprimir fue una concesión real hasta la revolución burguesa y su consiguiente nuevo cuerpo legal. El Quijote fue el primer ciudadano del mundo que enloqueció por la lectura. Los libros del siglo XIX fueron los elementos fundamentales en las transfusiones de sangre ideológica. Un manual de taquigrafía puede cambiar la vida de una muchacha (de ganar 3.500 pesetas mensuales como chupatintas vulgar pasa a ganar 7.000 u 8.000 como taquimecanógrafa). Miles de adultos recién peinados se aplican cada noche sobre el Catón para aprender a leer. Aún hay libros que cruzan las fronteras de noche. Aún quedan palabras Impresas que pueden cambiar la marcha de la Historia...

... pero al fin y al cabo, y por si no fuera así, por si todos estos alegatos en defensa de la cultura gutenbergiana fueran anacronismos o un simple quedar out..., bien está comprarse un libro-objeto con galleta.

Confiamos en los libros con galletas. Por una alimentación más sana para nuestra juventud, por una raza más alta y más deportiva, consumamos libros con galletas.

M. V. M.

(Fotos: Xavier Miserachs)



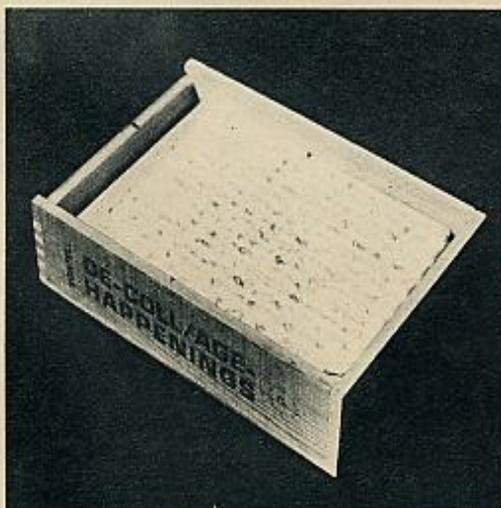
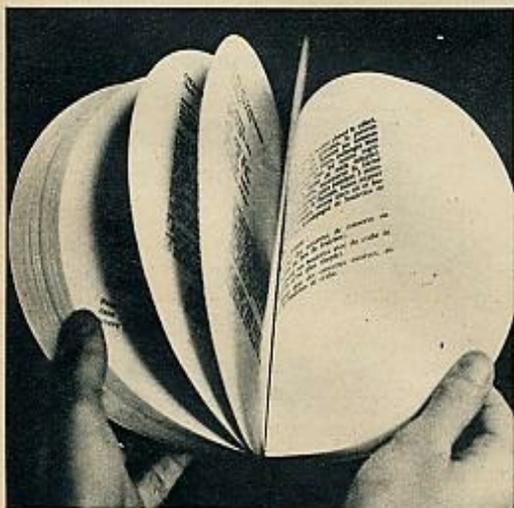
más doctrinales han recurrido al Club de Fútbol Barcelona y los menos a la cría del lirón.

En este contexto ha brotado frente al Drugstore una nueva librería: Letteradura. Vista desde fuera parece un ambiente de Hitchcock, aparentemente armónico, claro, pero algún crimen se está gestando. Uno sospecha de inmediato que entre las páginas de un libro va a salir un despojo de Sartre asesinado o un rizo del marqués de Sade. Y la evidencia llega. Esta librería es un réquiem a Gutenberg. Predominan los libros gutenbergianos, pero es una pura trampa. De pronto uno se enfrenta a una caja de contraplacado. Es un libro, te dicen. Y lo abren. Y salen extrañas tabillitas acartonadas y «posters» poético-gráficos y, finalmente, una galleta de las de novela de robinson. Si uno se come la galleta, dicen, puede sustituirla por galleta nacional de producción seriada. Y de pronto, en otro rincón, cuelgan minilibros redonditos, y en un estante reposan libros triangulares, circulares...

El libro objeto. Por fin estamos en presencia del libro objeto. La mayoría son de procedencia alemana. País que camina por las sendas del postindustrialismo. País donde el diseño industrial se aplica incluso sobre las hortalizas. País donde la pa-

el experto en «comics» y el experto en cultura de la imagen y el más experto que nadie en Antonio Machin (un economista que va disfrazado de Robespierre y prepara un excelente *steak tartare*) y los expertos en expertas y las expertas en expertos. Creo que esta vanguardia cada vez lee menos. Cuando descubre un ejemplar de las aventuras de «Roberto Alcázar y Pedrín» o un «poster» de la vacuna antirrábica de los años 20, alzan las cejas como los lectores de *The Times* y de sus bocas sale un «fumetti» donde se lee: Hum. Y es que, de siempre, las vanguardias han exigido el precio de la sorpresa para entregarse a algo. El desencanto de la realidad es evidente. Para ellos han caducado casi todos los signos convencionales que expresaban una cultura y sienten la vaga angustia por la ausencia de una codificación de señales que les sirva de repuesto. Es prematuro decidir si se les ha subido el relativismo a la cabeza o si se les ha bajado el realismo a los pies. Lo evidente es que se aburren.

Hay que ver, don Tancredo, cómo se han despachado al Marcuse ese. No les ha durado ni un mes. Ya está más visto que el «tebeo». Marcuse había heredado una efímera y sorprendente gloria de Ferdinand Saussure, adquirida de la noche a la mañana porque alguien hizo circular el rumor de que había escrito una «Gramática Estructural» y el estructuralismo estaba por ver. Y lo terrible es que nadie ha heredado el nicho de Marcuse. Tal vez las ciencias ocultas y el vampirismo pasen al candelero, mientras se remastican las últimas briznas de «hipplismo» (alguien se lo ha tomado en serio y está camino del Nepal montado en burro). De momento, los augures editoriales están a la expectativa, pegan la oreja a tierra, olfatean el aire... Consumir un Marcuse requiere cincuenta años de formación intelectual de Marcuse; consumir un Che, requiere lo que requiere. No se puede improvisar ni un boxeador vasco del peso pesado. Y en este «Impasse» que refleja una profunda crisis a la que nadie es ajeno, los



Ahora puede darle vuelos a sus vacaciones familiares pagando a plazos con Credivuelo Iberia



¿Le gustaría pasar sus vacaciones familiares en Lisboa, Roma, Frankfurt, París... o cualquier ciudad española con costa o montaña?

Si antes no se decidió, es quizá porque pensaba

que sus ahorros no daban para tanto, pero ahora con Credivuelo Iberia puede volar a cualquier parte del mundo y abonar su pasaje en 6 ó 12 plazos.

Todo un año de esfuerzos bien merece la com-

pensación de unas vacaciones más alegres, más dinámicas.

Solicite un Credivuelo en una Agencia de Viajes o en la oficina de Iberia más próxima.

Envíenos hoy este cupón a "Credivuelo" Apartado 432 Madrid y recibirá un amplio folleto explicativo

Nombre Apellidos

Domicilio Ciudad

Provincia Profesión

Edad:

Menos de 20 años 21 á 35 36 á 50 Más de 50

Hombre Mujer

Tengo interés en el tipo de viaje señalado con X

Vacaciones familiares Jóvenes Novios Empresa

5-03

Bancos colaboradores:
Banco Central
Banco Popular Español
Banco Exterior de España

Viaje rápido
pagando lento



IBERIA

LINEAS AEREAS INTERNACIONALES DE ESPAÑA

Donde sólo el avión
recibe más atenciones que usted

EL LIBRO ESPAÑOL?

decir, por decisiones de las empresas editoriales, todo parece indicar que, efectivamente, han cambiado los gustos de los lectores en los últimos años. El interés, cada vez creciente, por los temas que afectan a todo el mundo —los problemas políticos y económicos, la historia contemporánea, la realidad social, etcétera— se refleja en el mercado editorial por una atención creciente hacia las ciencias sociales. Al mismo tiempo, las necesidades del desarrollo económico imponen una preocupación de los temas técnicos y científicos en general. De lo que se deduce que, ahora, proporcionalmente, es menor el interés por la literatura de creación en general, lo cual es un fenómeno que se está produciendo en todo el mundo, sólo que aquí llega, como casi todo, con retraso. (Y ello no implica, claro está, que la buena literatura no se venda; la buena literatura se sigue vendiendo: para acudir a un ejemplo nada lejano, ahí está para probarlo el mercedísimo éxito de mi viejo y admirado amigo Salvador Espriu.)

CIENCIA NUEVA

D. Jesús Munárriz



Respondiendo de una vez a ambas preguntas, diré que el fenómeno que lo desborda todo en este momento es el libro popular (cuadernos, libros de bolsillo), que resulta asequible para un público cada vez más amplio, aunque aún minoritario en relación a las posibilidades del país. Estos libros populares están empezando a ser un vehículo eficaz de transmisión de cultura y de ideas, y es de esperar que acaben eliminando, en gran parte, la infraliteratura que hasta ahora se vendía en los quioscos. Se trata de libros que están rompiendo con las estructuras de venta tradicionales y abriendo nuevos caminos: los propios quioscos, las fábricas, las universidades, el campo, sitios a donde las librerías ni habían llegado ni podían llegar nunca suficientemente. Se trata,

igualmente, de un nuevo público lector, compuesto, en su mayor parte, por menores de treinta años que saben lo que buscan y seleccionan cuidadosamente sus lecturas. Detrás de todo ello hay, naturalmente, una cierta capacidad adquisitiva, no tan baja como la de años anteriores. Junto a este nuevo público lector, siguen los de siempre comprando sus tomos encuadernados en piel, con lo que la industria librera crece cada año. Estamos aún muy lejos de las grandes tiradas y los grandes aparatos de distribución de los EE. UU. o la URSS, porque nuestro gran mercado puede ser América Latina, pero desgraciadamente el grado de subdesarrollo de estos países de nuestra misma lengua no va a favorecer, hasta que las cosas cambien, la formación allí de un gran público lector. Esencial es también, si pretendemos que en América se lea en nuestros libros, editar y exportar sin trabas lo más vivo de nuestra cultura y también de la europea, cuyo puente de difusión pueden ser nuestras traducciones. Dificultades y trabas que en años anteriores llevaron a tantos libros y autores a editarse en tierras americanas e incluso dieron pie a la creación y el florecimiento de importantes editoriales dedicadas a editar lo que ya no les llegaba de España. Creo que todos deberíamos preocuparnos de cuidar nuestra industria editorial, porque al contrario de lo que ocurre con las manufacturas o los productos industriales, con los libros nuestras posibilidades de exportación van a crecer cada año, y en este terreno es poca la competencia que pueden hacer los países industrializados.

CUADERNOS PARA EL DIALOGO

D. Pedro Altares



La industria editorial en España, como cualquier otro tipo de industria o de actividad, no puede desconectarse de un

torno social más amplio. Es más, casi puede decirse que su sensibilidad o, si se quiere, su debilidad es mayor que ninguna otra en relación con un amplio contexto que, para entendernos, podemos denominar ambigüamente como sociopolítico. Ello significa que las perspectivas editoriales españolas van indisolublemente unidas a las perspectivas sociopolíticas de la sociedad española. Y adivinar esas perspectivas es, en estos momentos especialmente, una ardua y compleja tarea. Mientras tanto, podemos decir también que, en el presente, el panorama editorial español remite a una realidad mucho más amplia. Sus problemas son los problemas de un amplio sector de la sociedad española. A saber: minifundismo, monopolios, servidumbre de los "royalties" por falta de investigadores ("versus escritores"), desolador panorama cultural (que condiciona, de manera irremediable, el panorama del libro), desinterés por la investigación y falta de medios para llevarla a cabo de los que podían interesarse por ella, organización comercial y de canales distributivos que piadosamente podemos denominar como "artesanales", injerencia de la Administración, vinculación muy estrecha entre los organismos que representan a los editores y el Estado, atonía y provincialismo de la vida cultural, amplios sectores de población en un estado de analfabetismo más o menos encubierto, precariedad e insuficiencia de medios económicos, etcétera, etcétera... y podemos poner tantos más etcéteras cuanto más ampliemos el radio de conexión entre la llamada industria editorial y la sociedad española, dentro de la cual se desarrolla o intenta desarrollarse...

No parece excesivamente aventurado señalar que los gustos y preferencias del público han evolucionado en función del itinerario seguido por la sociedad española en estos últimos años. Hay que decir que esa evolución ha sido bastante independiente de las corrientes dirigistas propias de un país estructurado como el nuestro. Lo que significa que las preferencias del público lector han sido bastante internacionalistas. Han interesado cada día más aquellos temas, ideologías y problemática de mayor peso específico en nuestro tiempo. No es necesario especificar cuáles han sido éstas. Están en la mente de todos. Quizá no sea gratuito añadir con la diversidad pluralista real que en estos momentos señala la sociedad española ha tenido una acusada incidencia en el panorama editorial. Hay editoriales y libros casi para todos los gustos. Lo que evidentemente significa un enriquecimiento considerable que es imposible desconocer. Ha habido, pues, un importante cambio cualitativo, lo que no es poco. Por algo se empieza.

CULTURA POPULAR

D. Luis del Castillo



Las estadísticas señalan un auge notable del volumen editorial en títulos editados en estos últimos años. Debemos preguntarnos si este proceso va a continuar y en qué dirección o direcciones. Continuará mientras el país no detenga su lenta marcha de integración en el consumismo, por una parte, y mientras no se alcance un tope de difusión entre el público lector, por otra. Con ello, ya se hace referencia al sentido o dirección de este proceso. Una cosa son los objeto-libros consumistas, cuyo máximo exponente son los «fascículos para el hogar», y otra cosa son los libros de «literatura y ciencias sociales», por llamarlos de alguna manera. De no presentarse en el futuro una coyuntura económica crítica, los primeros pueden seguir su proceso inflacionista, ampliando cada día el número de lectores y engordando las estadísticas, sin que por ello nos podamos sentir culturalmente satisfechos.

La difusión de los segundos tiene un tope sociológico evidente. Ha existido auge porque había un público minoritario hambriento. En el futuro, una expansión real dependerá de la mayor o menor flexibilidad de las estructuras, para que se «culturalice» en situación de normalidad una base sociológica amplia. No hay que olvidar el papel importantísimo que juega en este proceso el propio libro. Pero tampoco hay que olvidar las limitaciones de nuestra realidad.

El comprador consumista quiere lo que le vende un vendedor hábil, en combinación con una campaña de publicidad que le crea necesidades pseudo-culturales. No puede hablarse de evolución del gusto, sino de integración a un proceso industrial.

El «otro» comprador cada día más crítico, exigente y especializado. Esta minoría, si bien no podía ampliarse espectacularmente, cada día está más preparada. Quizá en el futuro —y contra nuestros intereses comerciales a corto plazo—, desaparecerá este tipo de lector, absolutamente «fiel» a una colección o editorial determinada. Serán los propios lectores quienes difundan aquello que realmente tenga algo que de

¿Posee usted el honroso «título de familia numerosa»?



Si es así, RENFE le ofrece un kilométrico con descuentos especiales: 52% para las familias compuestas de 8 o más HIJOS. 36% para las familias compuestas de 4 a 7 HIJOS.

Presente su título de familia numerosa en cualquier oficina o estación de la RENFE, y obtenga su kilométrico de primera o segunda clase. Con él toda su familia o cualquiera de sus miembros independientemente, podrá viajar en cualquier momento, sin ningún problema, ¡y hasta por la mitad del precio normal! Y además, viajar con todas las comodidades, todas las ventajas y toda la seguridad que el tren le ofrece. Obtenga su kilométrico y ofrezca a su familia 10.000 kilómetros de viaje y vacación, para todo un año.



RED NACIONAL DE LOS FERROCARRILES ESPAÑOLES

Información:
En las Oficinas de Viajes-RENFE
y en Agencias de Viajes

Viva la familiar seguridad del viaje en tren

EL LIBRO ESPAÑOL?

cir. Sería interesante conocer, por ejemplo, el número exacto de miles de ejemplares vendidos en España de «Cien años de soledad», antes de que apareciera una sola página de crítica o de publicidad. Esto revaloriza mucho el papel del librero y exige mucho de él.

GUADIANA

D. Ignacio Camuñas



1 Las perspectivas que presenta la industria editorial en nuestro país diría que son optimistas, debido, fundamentalmente, a dos importantes factores: el crecimiento de la Renta Nacional y el aumento sostenido del nivel educacional y cultural de los españoles. Ello hace que a largo plazo se pueda considerar al sector editorial de gran porvenir si, al mismo tiempo que se produce este crecimiento en las cifras de nuestra economía, se procede a una justa distribución de la riqueza nacional que haga real y posible "El crecimiento para todos".

Ahora bien, para que esta visión optimista sobre la industria editorial se vea confirmada en el futuro, creo yo, además, que debería venir acompañada de estas cinco condiciones:

1. Uniformidad y claridad de la Administración en la aplicación e interpretación de la Ley de Prensa e Imprenta. (Nada hay que perjudique más a nuestra presencia exterior y, por tanto, a nuestras exportaciones que el fantasma de la censura.)
2. Corrección del minifundismo editorial mediante colaboraciones y agrupaciones que podrían perfectamente empezar en el campo de la comercialización como paso previo a una más amplia y completa integración.
3. Un esfuerzo paralelo de modernización en nuestro sector librero, pasando de la vieja idea de la "tienda familiar" a la "empresa comercial".
4. El crecimiento y apoyo de Bibliotecas y otras Instituciones Públicas, importantes

clientes del sector editorial en todos los países del mundo occidental, muy insuficiente, cuando no existente, en el nuestro.

5. Y, por fin, un último punto que juzgo importante y que no tiene raíces políticas ni económicas, sino más complejas, por estar enraizado en nuestra forma particular de vida. Me refiero al horario de trabajo y una secuela del mismo: el pluriempleo. Ambos factores los considero nefastos para el desarrollo del índice de lectura en nuestro país.

Sin embargo, todas estas perspectivas halagüeñas que, a mi juicio, presenta el mundo editorial, sufren, sin duda, el reto del poderoso crecimiento de los medios audiovisuales. No cabe duda que el desafío tecnológico de las próximas décadas para el mundo editorial se presentará, se está presentando ya en el sector educativo, a través de los nuevos procedimientos audiovisuales de difusión de la cultura.

2 Contesto muy sintéticamente, aun a riesgo de simplificar en demasía, y citándome a las parcelas del mundo editorial que mejor conozco.

A este respecto se observa un notable crecimiento del ensayo, en temas político y económico, un relativo mantenimiento del interés por la novela y un franco descenso del libro religioso. Todo ello junto al fenómeno significativo y novedoso de la aparición, hasta ahora con éxito, del libro informativo y documental, nueva fórmula de expresión entre el ensayo y el reportaje.

NOVELAS Y CUENTOS

D. Manuel Cereales



1 Esta perspectiva está subordinada, en mi opinión, a varios factores: al desarrollo económico y social, a la política del

meyba®

BANADORES

(Los banadores con que ellas los prefieren)



BANADORES



MEYIBA®



PAIRA TODOS

buenos artículos de



MESTRE & BALLBE SA



AMERICANAS Terlenka® YOUNG



Es una selección de tejidos y confección en el marco de una moda joven. TERLENKA YOUNG marca el estilo, en línea y color, para esta primavera. Los jóvenes lo saben y ya han hecho de TERLENKA YOUNG su etiqueta. Están de moda los colores marrón roble, verde musgo, gris niebla y azul. Las americanas son largas y entalladas y con una sola abertura hasta la cintura. Los pantalones rectos o evasés.

TERLENKA YOUNG ES LA MODA QUE IMPONEN LOS JÓVENES.



Izquierda a noaguera TY - 7 - 80

EL LIBRO ESPAÑOL?

libro del Gobierno español y a la iniciativa de los editores.

El II Plan de Desarrollo, de carácter selectivo, considera a la enseñanza como sector prioritario. Pongamos, pues, nuestra confianza en el cuatrienio que abarca el Plan. Si efectivamente se da un impulso a la enseñanza podemos contemplar con optimismo la perspectiva, no a corto plazo, claro está, de la industria editorial española. La base de esta industria es el desarrollo cultural.

En cuanto a la política gubernamental esperemos la anunciada Ley del Libro, y nuevas medidas que permitan al libro español alcanzar un nivel competitivo frente a las industrias editoriales extranjeras que le disputan el mercado de habla española. Las peticiones de los editores son de sobra conocidas. Como lo son también las medidas tomadas en su favor por los organismos oficiales correspondientes.

En cuanto a las iniciativas editoriales, que están demostrando la vitalidad y el espíritu de lucha de los editores españoles, sólo quiero referirme a la que me concierne: las colecciones de libros de bolsillo. Se reconoce unánimemente que está contribuyendo poderosamente a fomentar entre los españoles la afición a la lectura.

Creo que sí, aunque la evolución sólo puede advertirse contemplando amplios espacios de tiempo. En los últimos diez años se observa una tendencia hacia los libros políticos y sociológicos. Y en lo que respecta a la literatura española, un auge de los clásicos. Nunca se editaron tantas obras clásicas como ahora. «La Celestina», hace diez años, era conocida por una minoría. Hoy es un libro casi popular.

lidad de un sector económico dentro del cual la edición de literatura o de obras humanísticas ocupa un lugar modesto. No sé, verdaderamente, cuál es el futuro de la llamada industria editorial en España y, a decir verdad, no me importa mucho. El futuro del consumo, en España, de literatura de creación y humanística de un cierto nivel de exigencia, que es lo que me importa, es halagador en la medida en que el desarrollo económico del país incorpora nuevas capas de público a la vida cultural y las hace participar en ella.

Si, han cambiado. Los gustos literarios cambian continuamente, y los cambios se hacen notorios al ritmo del paso de las generaciones. También ha cambiado el público mismo, en el sentido de que ha crecido enormemente y de que su influencia en los cambios de gusto se hace sentir de una manera masiva. Un público ya extenso hace difícil la función conservadora que en los gustos literarios ejercían, hasta hace unos lustros, ciertas minorías, como los grupos académicos, las tertulias de entendidos o los habituales de los "joyers" de los teatros. Por otra parte, como en todo en estos años, en literatura, uno de los sectores más influyentes ha sido el de los jóvenes, el de las gentes no emancipadas económicamente y no comprometidas todavía con "les idées reçues", y esa influencia ha sido tan sana como notable.

También han cambiado los editores. Desde hace unos años, los catálogos de los editores literarios se disputan las novedades extranjeras que hace diez hubieran parecido, a la mayoría, extravagancias, y mantienen una cierta lucha por incluir en sus páginas lo más renovador de la producción nacional.

Pero lo más importante que ha ocurrido en los últimos años es, probablemente, la aparición de colecciones de bolsillo con programas realmente serios y sin concesiones al supuesto gusto popular. Ese tipo de colecciones están destinadas a provocar un crecimiento gigantesco del público literario de criterios exigentes.

El gusto ha cambiado mucho y en el mejor de los sentidos. Hoy se pueden publicar en España desde las novelas de Gombrowicz a los poemas de Octavio Paz, toda clase de muestras de la mejor literatura hispánica o extranjera, con la seguridad de que encontrarán un público numeroso y atento. Se dice que el público joven prefiere el ensayo a la novela y que la poesía se vende más que antes; tal vez, pero la mayor parte de ese público lee y aprueba todo aquello que le parece ofrecer garantías de verdadera calidad.

SEIX BARRAL

D. Carlos Barral



1 Cuando se habla de industria editorial o del sector del libro se hace referencia a la tota-