



Ha saltado a los grandes almacenes, y con él su hermano mayor. Se le encuentra en el autoservicio y se asoma a las aceras con los vivos colores de sus portadas...

LIBROS DE BOLSILLO

sido las variaciones de esta colección, que no se ha incorporado al «boom» de las nuevas colecciones de «quality paperback», ni tampoco a las que buscan un éxito rápido y masivo. Le ha faltado para lo primero desperezarse de su esclerosis en la presentación y en la temática (todavía los escritores del 98 acaparan el máximo de títulos y no recuerdo un libro de tema económico). Ese hueco es el que Alianza (con más de trescientos títulos publicados) empezó a llenar y con ella las que han venido detrás. Para lo segundo, la creación de un clima adecuado mediante la promoción publicitaria, entre otras cosas. Austral tiene en «El Quijote», casi con un millón de ejemplares, su número de más venta. De «La tía Tula» se habían hecho unas diez ediciones antes de su explosión RTV.

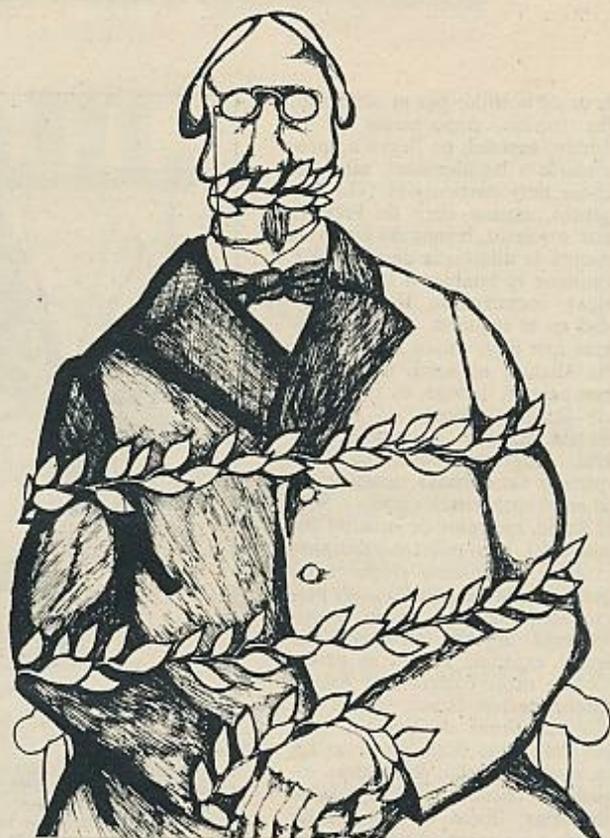
¿UN FILÓN AGOTADO?

El libro de bolsillo ha incidido con fuerza sobre el otro. Le ha quitado público. Por el precio de una obra normal pueden comprarse tres y la proliferación de colecciones y su frecuencia de publicación permiten al comprador elegir entre un amplio abanico. Es imposible ahora encontrar una librería de la que el libro de bolsillo esté ausente y difícil hallar una de ellas donde la proporción de ventas no vaya a su favor. Cubren un campo tan extenso (y no hablamos de las masivas), que hay librerías especializadas en bolsillo (en Madrid ya existe una, La Tarántula). Y también el libro «normal», empujado por su hermano menor, ha tenido que cambiar de presentación. La cubierta es algo que se estudia y cuida; el nombre del portadista va parejo al del traductor. Casi podríamos indicar la edad de una biblioteca por sus manchas de colores.

Escarpit señala un riesgo futuro para el libro de bolsillo de difusión de masas. Las colecciones basadas en la reedición de «best-sellers» y obras consagradas llegarán a un punto en que ya no tendrán qué editar. En un

país como Francia los libros de gran éxito no superan la veintena anual; los clásicos editables reunirían cinco mil obras. Por tanto, la materia prima disponible es un filón casi exhausto. Enzensberger («Detalles», Anagrama, 1969) señala que en la República Federal Alemana se habían lanzado al mercado ciento sesenta millones de ejemplares desde 1950 a 1961, que comprendían más de cuatro mil títulos, y daba un ritmo de edición para el último año de sesenta títulos mensuales. Es evidente que el problema puede plantearse. Un conjunto de empresas que lanzaban por entonces dos millones de ejemplares mensuales precisan un aparato y capital de tal envergadura que ha de funcionar como un cronómetro, sin tolerar la más pequeña detención. Una editorial modesta puede permitirse el lujo, que a veces es necesidad, de hacer pausas. Un Moloch bíblico, no. Es preferible para ellos producir un libro cualquier y venderlo como papel viejo antes que parar ese enorme tinglado.

No es este, por ahora, el caso de España. Las colecciones citadas, y otras parecidas, no son «de difusión de masas». Van a un público relativamente escaso, pero fiel, que ahora se encuentra quizá con más libros que nunca y que vivió la experiencia de leer libros de viejo o editados en Latinoamérica, porque aquí sólo hallaba a Lajos Zilahy, Vicky Baum y compañía. Las que podríamos considerar de difusión de masas (la citada RTV, que sólo tiene cien títulos; su sucesora, que hace Salvat en colaboración con Alianza; las de Bruguera y Plaza) parece que tienen un amplio campo por delante, no sabemos si de lectores, pero sí de compradores, al menos considerando la experiencia unamuniana del número 1 de RTV. Ciertamente, contaron la novedad y el poderoso impacto publicitario, y tal vez esas cifras no se vuelvan a alcanzar; sin embargo, el hecho de que se repita con una segunda colección es indicativo. ■ V. M. R. Fotografías: RAMON RODRIGUEZ y MANUEL URÍA.



OPS

OPS