

EL DIA DEL LIBRO

EL MALDITO EMBROLLO DE LA CULTURA ESCRITA

ESTE año, el lío empezó pronto. Los editores, cobijados bajo las falda de distribuidores de enlace, han roto el fuego los primeros. A base de sucesivas descargas, querían preparar con tiempo el clima que conduce al barcelonés día del libro. Mediante caricías en las zonas erógenas del mercado, esperan ese impresionante clima de orgasmo colectivo cultural que tiene el día 23 de abril: libros y rosas. Montaron una exposición de librografismo, y durante la permanencia de la exposición distintas atracciones deleitaron a tan distinguida concurrencia. Para empezar, una inauguración a base de vino de Rioja. Sobre el vino de Rioja habría mucho que hablar, sobre todo después de haber estado en Rioja esta Semana Santa y comprobar *in situ* que los cosecheros no tienen la menor idea de relaciones públicas. Si quieres ver una bodega, hay que enviar una instancia a Baco, avalada quizá por algún diputado del tercio familiar.

Pero no es esta la cuestión. El vino de Rioja fue el común denominador del programa de festejos de enlace: un combate de lucha libre cultural entre un «fino estilista celtibérico» y un «violento catalán». Lo ganó este último por incomparancia del «fino estilista». A continuación, proyección de dos «cortos» de Buster Keaton. No asistió a la proyección la novia de Buster Keaton, que, según Alberti, era una vaca o estaba como una vaca. No es lo mismo.

El cuarto día fue destinado a la actuación del Perich y el Cesc. Hubo dificultades técnicas. A conti-

nuación se había programado un amplio debate entre casi setenta autores, setenta, de libros de bolsillo. Y para terminar, un fin de fiesta con vino de Rioja sin limitaciones.

Los editores se han despertado temprano. Quieren un día 23 de abril radiante y triunfal. Según mis datos, no hay editorial que en ese día deje de sacar al mercado una media de cinco títulos, cinco. Durante unas horas, comprar un libro se convierte en acto social ciudadano, en un signo externo de cultura y ciudadanía. No hay que desaprovechar la ocasión. De la noche a la mañana, las editoriales inundarán las librerías con sus novedades: Ariel pega fuerte este año con sus historiadores catalanes, Fontana, Termes, Balcells; Noguera replantea su política editorial e insiste sobre la base de sus viejos éxitos; Plaza y Janés quiere crearse un nuevo rostro mediante las colecciones *Testigos de España* y *Rotativa*, todavía es un título de pelea la última novela de un cerebro recuperado para la literatura: Mario Lacruz; Planeta apuesta por el futuro con una nueva colección, en la que, de momento, coexisten Palomino, Sender, Umbral, y menciono estas editoriales porque de una u otra manera demuestran que los grandes de otro tiempo o de siempre tratan de adecuar sus estrategias al futuro cultural.

¿Hay futuro para esta cultura?

Si se habla con editores, autores, distribuidores y librerías uno puede sacar consecuencias bastante deprimentes. Los editores se quejan de que ganarían más fabricando patatas fritas; los distribuidores preferirían distribuir productos de la industria conservera vi-guesa; los librerías se quejan de los pocos márgenes y lo poco que se lee; los autores, por término medio, tardan dos años en recibir balances editoriales en los que las ventas empiezan a compensar el valor del anticipo. De estos anticipos vale más no hablar.

Un escritor de los considerados de cartel me decía que sumando todo lo que ha percibido en concepto de derechos de autor en diez años le saldría una media de 345,75 pesetas al mes. Los editores viven de las apuestas. Apuestan sobre trescientos títulos al año y sólo con que vendan la mitad de la primera edición cubren gastos generales y pueden dar carrera a todos sus hijos. Incluso les permite enviar al mayor a estudiar técnicas de edición en USA, y tal vez, si aciertan en uno de los caballos, pueden incluso poner el rótulo editorial en un edificio de dos, tres, cuatro plantas.

El autor más boyante de España, lo más que consigue es comprarse un apartamento de litoral con mucho crédito y muchas facilidades, y siempre hacia los cincuenta años de edad. La mayor parte de autores del país son «amateurs»

del libro, porque a la hora de la verdad tienen que vender las palabras a kilos, en mercancías comunicativas más asiduas y rentables.

La pesadilla libresca

Y, sin embargo, si uno tiene pocas cosas que hacer y se dedica a recorrer librerías, topará con una realidad aparentemente contradictoria con cuanto vengo diciendo. Jamás ha habido tantos libros, tanta variedad de libros. Con paciencia, uno puede encontrar setecientos libros sobre las maneras de guisar el cordero y doscientas novelas internacionales sobre el problema de la impenetrabilidad; quinientos treinta y tres ensayos sobre el tercer mundo y ciento setenta y dos ensayos sobre la nueva izquierda europea y su relación con las filosofías orientales; docenas de exégesis de Marx, Maura, Poincaré y la Bella Otero; mil setecientos títulos sobre las técnicas de marketing; un buen puñado de estudios sobre la estrategia internacional de los USA; setecientos libros de poemas «novísimos», doscientos treinta y tres libros de poemas «viejísimos» y media docena cumplida de libros de poemas intemporal; tres o cuatro toneladas métricas de enciclopedias ilustradas y didácticos volúmenes sobre las infinitas formas de combatir el chancro del cerezo y el sarpu-lido entre los esquimales.

El libro está ahí, como la falda de ternera en los supermercados, o el osobucco, o los cantimpalitos pequeños. Sus portadas nos hacen

MANUEL VAZQUEZ MONTALBAN

EL MALDITO EMBROLLO DE LA CULTURA ESCRITA

salivar, y el instinto de posesión nos penetra en la médula y no para hasta la zona del cerebro directamente conectada por el presupuesto familiar básico. Los libros de bolsillo, por ejemplo, son una auténtica golosina. No es que se vendan como rosquillas, es que son casi rosquillas. Uno se los comería, y no lo hace porque el grafismo no ha evolucionado lo suficiente como para crear el libro totalmente comestible.

El «boom» de la producción. Los editores producen y producen porque saben que venden poco de cada título, pero venden muchos títulos. Ello demuestra que el número de compradores no evoluciona y lo único que se hace es apurar al máximo la voluntad adquisitiva de los de siempre. Los de siempre constituyen la base del «boom» de títulos; pero que nadie se engañe. De una manera irracional, espontánea, anárquica, la oferta y demanda librera se adecúa sobre la base falsa de fomentar un apetito que tiene un techo. El día que los libro-ávidos recuperen la sensatez y sólo compren, por ejemplo, libros de portadas llanas o novedad sí, novedad no, se producirán hundimientos editoriales espectaculares y más de un tiro renovará sus ecos por los parnasos del país; último epitafio «in memoriam» del sacrificado editor suicida.

Por otra parte, los críticos literarios han pasado de la balbuciente búsqueda de un método de crítica a la exasperada búsqueda de ebanistas económicos para ampliar las estanterías. Es imposible que a ningún medio informativo se le pida una atención mínima ni siquiera a un 50 por 100 de las novedades del mercado. Porque el mercado no tiene otra cosa que nove-

dades. O mejor dicho: el mercado no tiene otra cosa que portadas.

Algunas editoriales que han comprado fondos de otras editoriales menos afortunadas, han comprobado con sorpresa que sólo cambiando la portada han conseguido vender los mismos libros que se habían vendido con la portada de la edición anterior. Como el libro jamás será abierto y no digamos ya leído, tardará en descubrirse la repetición, si es que alguna vez se descubre.

Cualquier semejanza con...

Cualquier semejanza con lo que se entiende por «crecimiento cultural» hay que rechazarla. Lo único que crece es el consumo de portadas. Aunque, ¿alguien puede señalar quién está subjetivamente interesado en ese crecimiento cultural real? La anarquía del mercado y el miedo a la cultura han coincidido en la realización de este fin de fiesta. No hay la menor posibilidad de una orientación cultural conectada con las necesidades históricas de la realidad nacional. Los editores, por bien intencionados que sean, no pueden renunciar a comportarse como empresarios y, como tales, lo que les interesa es capitalizar una tendencia, un nombre, una moda. Para unos, la capitalización va vía Papillón. Para otros, la capitalización va vía Marx-Engels. Pero en ningún caso dejan de estar poseídos por el análisis de lo que pueden vender.

Ya no se trata de medir cuantitativamente la cantidad de comunicados que mediante el instrumento libro circulan por el mercado español. Sin duda, es el más variado de toda nuestra historia cultural y el más interesante des-

de el esplendor cultural de los años treinta. Pero esos libros se dan un contexto cultural anormal o subnormal. En pocos casos se plantea una relación propicia entre emisor y receptor, la relación que crea las condiciones reales de la comunicación.

Se escribe crispadamente, se edita crispadamente, se vende crispadamente y se lee crispadamente o no se lee. Los únicos que leen, en el sentido real de esta expresión, son los de siempre y leen lo de siempre. La última estadística valorativa sobre lectura de libros publicada por la «Revista de la Opinión Pública» daba los siguientes títulos y proporciones:

El español y los siete pecados capitales. Leído por un 42 por 100 de los consultados. Según los encuestadores, el libro ha gustado mucho a los «líderes de los medios de comunicación de masas» (especie estadística cuya verdadera naturaleza desconozco) y a los políticos (Indeterminada adjetivación, a fe mía).

Hacia un mundo mejor (Robert Kennedy).—Lo ha leído un 15 por ciento, y entre los consultados ha gustado sobre todo a los mayores de cincuenta y cuatro años (ni uno más ni uno menos).

El desafío americano (Servan-Schreiber).—Leído por un 49 por ciento. También se llevan la palma los misteriosos líderes de medios de comunicación.

No fue posible la paz (Gil Robles).—Treinta y tres por ciento de los consultados.

Las últimas banderas (Angel María de Lera).—Un 32 por 100 (55 por 100 políticos y 51 por 100 los ya inquietantes líderes de medios de comunicación).

El marxismo soviético (Marcuse).—Un 18 por 100. Fatal: un 32

por 100 de ese 18 por 100 son líderes de medios de comunicación.

Estos datos estimativos publicados en el tránsito entre 1970 y 1971 podrían suscribirse hoy. Si convertimos los títulos citados en temáticas, tendremos: guerra civil, profecía política avalada por profetas de postín, sexto mandamiento (de los siete pecados capitales del español interesa fundamentalmente uno) y marxismo. La relación cultural de nuestro público con estas temáticas sólo es «normal» en una de ellas: en las profecías políticas a cargo de profetas de postín. Pero en los temas de guerra civil, peculiaridad del vecino del sexto y marxismo, la relación no es normal, está forzada por un buen puñado de inhibiciones mejor o peor canalizadas. La peculiaridad histórica española tiene sorprendentes resultantes en este tipo de valoraciones. Por ejemplo. Desde no hace mucho ha prosperado un mensaje publicitario a propósito de una loción capilar. Nada que decir sobre la marca, pero si mucho que decir sobre las palabras-reclamo que la acompañan. El lector de ese anuncio se ve atraído ante todo por la palabra **indulto**. Esta palabra no tiene las mismas significaciones para un lector sueco que para un lector español. Se entra el buen lector que la loción le idulta su cabello, le levanta el emplazamiento de la caída. A continuación aparece una valoración ligada a la marca: «macho». Tampoco es lo mismo esta significación para un sueco que para un español. Aquí es una significación muy significada y adecuadísima para compensar el riesgo de pérdida de masculinidad que podría correr el «macho» medio al aplicarse la loción cada mañana.

Pues bien. Las temáticas predo-



De Marcuse a Gil Robles el «best-seller» español responde a gustos prácticamente universales. Lo que ocurre es que hay demasiada diferencia entre lo que es «best-seller» y lo que no lo es. Entre aquéllos, Servan-Schreiber, A. M. de Lera y Robert Kennedy.

minantes en los libros españoles de éxito hablan de la peculiaridad del público lector y hablan de un cierto traumatismo, de una relación morbosa con la cultura escrita. Esto nos conduce a una de las principales rémoras que se oponen a la normalidad de esa relación: el control político de la escritura, que es, en última instancia, control político de la lectura, control político del público.

Los editores

Los editores se quejan, desde su óptica con razón, de que se apoya poco la cultura escrita y encuadrada. Por una parte no hay el suficiente apoyo difusor a cargo de los medios de comunicación de masas, por otra se agrava el proceso editorial con una serie de prevenciones lastimosas, entre las que destaca un excesivo control político de lo que se publica.

Si no fuera por la falta de plataformas de concienciación lectora y por «la censura», se leería más. Es cierto. Pero también es cierto que el que se lea más (paso totalmente necesario, insisto) no va a solucionar el problema, entre nosotros gravísimo, de que se lea tan mal o tan poco.

Hay dos momentos muy equivalentes en estos últimos treinta años de vida cultural española. Uno hay que situarlo a comienzo de la década de los cincuenta y otro en la segunda mitad de la década de los sesenta. Tanto en uno como en otro, el poder abre un poco la mano, y de la noche a la mañana se activa la variedad de títulos, ideologías y modas presentes en el mercado. Hay que pensar que gracias a la primera apertura pasamos de Marquand a Hemingway o de Cecilio Benítez de Castro a Vittorini. Y que gracias a la segunda

apertura se marxistizaron los escaparates y los economistas pudieron leer **Salario, precio y ganancia** a pleno sol.

Los editores razonan: ¿se ha debilitado el poder por esas dos aperturas?, ¿por qué no se da la apertura definitiva? Con todo y ser importante, esta condición, no sería suficiente para romper el círculo vicioso de la producción librera española, pendiente de ese esforzado libro-adicto, pendiente del limitado «ghetto» de lectores. Los sociólogos responden al editor que en el país del pluriempleo y del desfase cultural permanente y del relativamente bajo nivel de vida, la operación de leer sólo puede tener dificultades.

Podría estimularse la operación de vender con un apoyo masivo por parte de los medios audiovisuales en manos del Estado. Pero si observamos las campañas de beneficencia cultural que realiza Televisión Española nos daremos cuenta de que pertenecen más al partado de la higiene mental pública que al del fomento cultural. Si hay que comprar un libro porque «no hace daño», y si hay que comprar un libro para no ser un majara o un bárbaro, ¿quién va a comprarlo si nadie se autorreconoce como enfermo, majara o bárbaro? El estímulo no debiera ser la amenaza psicopatológica.

La operación de leer acarrea las prevenciones que siempre ha habido frente a ella en un país pobre e inculto a cierto nivel. A ese acarreo se suman impotencias derivadas de la jerarquía de objetos-necesidad que se plantea ante cualquier ciudadano. Además hay que tener en cuenta la pugna cultural entre imagen y palabra y que España está todavía pasando el sarampión televisivo, el primer amor con la cultura de la imagen. Otras

taurus ediciones, s.a.

le ofrece para el día del libro:

GEORGES BATAILLE

SOBRE NIETZSCHE

ANTONIO MACHADO

LOS COMPLEMENTARIOS

OSCAR WILDE

INTENCIONES

ANGELA SELKE

LOS CHUETAS Y LA INQUISICION

HARVEY COX

LAS FIESTAS DE LOCOS

J. P. QUIÑONERO

PROUST Y LA REVOLUCION

taurus

PLAZA DE SALAMANCA, 7. MADRID-6
CONSEJO DE CIENTO, 167. BARCELONA-15



EL MALDITO EMBROLLO DE LA CULTURA ESCRITA

realidades nacionales que ya pasaron antes por esta experiencia registran en los sismógrafos culturales el síntoma de una cierta vuelta a la lectura. El televisor sólo se emplea para programas muy concretos, y el libro recupera su función dentro del ocio cotidiano.

Esta situación está todavía hoy tan alejada de la óptica española como la semana laboral de cuarenta horas, o el mes y medio de vacaciones anual. Son hechos que sueñan a otra galaxia o casi a bulo de conspiración propagandística. Los editores miran al televisor como un enemigo acérrimo y, sin embargo, la desidia lectora del público no procede exclusivamente de esa herramienta de evasión. Ya se ha visto que en esa desidia coinciden multitud de factores y que a los factores peculiares derivados de la peculiar situación española se suma el reajuste cósmico que la palabra sufre en relación con la imagen, y además un cierto descrédito de la palabra como medio de comunicación y un cierto descrédito de la posibilidad de comunicación mediante **l e n g u a j e s** ideologizados.

Todos aquellos lenguajes cuya interpretación pueda sufrir manipulación en el largo viaje del emisor al receptor están en descrédito en el seno de las vanguardias del mundo entero. El descubrimiento de que el hombre del siglo veinte es el más controlado precisamente porque es el que dispone de un mayor número de argumentos y herramientas de liberación, desacredita el papel concienciador y liberador de la cultura. ¿Cómo puede presentarse la cultura como panacea de la liberación si pasa por el control político, empresarial, mercantil y además conlleva el condicionamiento estuchador de la estructura libro?

Precisamente el lector más inteligente es el que lee peor, porque exige que el libro confirme tesis a las que ha llegado por su cuenta y riesgo. En cambio, el lector beato sigue leyendo para asentir siempre, ante el fabuloso espectáculo de tener metidita en doscientas o trescientas páginas un alma tan fabulosa como la de fulano de tal, escritor. Este tipo de lector beato va desapareciendo, como desaparece el politizado beato y como desaparecen los beatos a secas.

Y en este clima, que afecta por distintos motivos a todos los niveles socio-culturales, escribir, publicar y leer es cosa difícil. Pero de una u otra manera, los editores van saliendo del empeño. Que yo sepa, sus números serán muy dificultosos, pero salen. Una editorial nunca es un negocio de fábula, pero a las que se sostienen ni les va tan mal, y además es un negocio que reporta múltiples satisfacciones estéticas y morales.



Sender aparece relanzado entre gente más joven y para gente más joven. Es la operación «rejuvenecimiento» de Editorial Planeta.

Igual puede decirse de distribuidores y libreros.

Es el autor el principal afectado por esta situación española, tan crítica en todo, tan crítica en lo que afecta a la cultura. Es su papel el más desairado, porque su fatal situación de brujo cultural ni siquiera está medianamente pagada y además no recibe ni siquiera la compensación de haber trabajado a favor de la ola de la dinámica cultural. Apresado por una parte por los derrumbamientos periódicos de la peculiaridad política, por otra por la mercantilización suprema y precaria de sus productos y, finalmente, responsable principal ante el público de lo que se dice o no se dice y del cómo se dice.

Por otra parte, el público se desconoce como víctima principal de una organización de la cultura inhibidora. El público aún se cree que está en disposición de decir sí o no cuando de hecho él mismo, como tal, está sumergido en un inmenso NO, en una inmensa negación que le impide una relación libre y protagonista con lo cultural.

La palabra encadenada

El público más escéptico hacia el libro, más legítimamente escéptico hacia el libro, es el más culturalizado. Es consciente de que la liturgia de la compra y venta de cultura contribuye a la mistificación de la relación cultural, sobre todo cuando se da como única opción de relación. La única posibilidad de comunicación mediante palabra escrita es la que puede canalizarse como mercancía mediante unos instrumentos archiasimilados.

La palabra escrita como medio de comunicación padece de esta manera una evolución forzada, alternativamente o a la vez, por la vigilancia política, las relaciones de producción y la mercantilización ulterior. Un síntoma de esa condicionada manera de entender la producción de **cultura escrita** lo encontramos en las convocatorias de premios literarios. El convocante encarece a los convocados que envíen comunicaciones escritas con un mínimo de doscientos folios.

Curiosa condición.

Tal vez al cabo de varios milenios de cultura escrita haya la suficiente experiencia acumulada para decidir que la transustanciación cualitativa del comunicado óptimo empieza a darse en el folio 199 y que irremediamente, el autor, para cumplir con los dioses y los hombres, con sus antepasados y sus descendientes, debe escribir el folio 200.

Pero abstenerse de una interpretación tan científica. El motivo de ese límite óptimo de los doscientos folios es el peso y grosor del producto. Un relato impresionante de ciento cincuenta folios plantearía serios problemas en la conciencia de uno de esos editores que saben leer. Porque el libro probablemente le gustaría (el libro podría titularse, por ejemplo, **El viejo y el mar**, escrito por un prometedor trotamundos americano), pero, ¿a qué precio puede salir una novelita de 150 páginas? Probablemente **El viejo y el mar** habría sido rechazada o se habría encarecido al autor que escribiese aunque sólo fueran veinte o veinticinco folios más. Y, finalmente, con un trémolo cordial por la ocasión perdida, el editor habría metido el librito en una colección de bolsillo a 75 pesetas. Sobre una edición de 5.000 ejemplares, Hemingway habría percibido un 7 por ciento de derechos de autor. Es decir, al totalizarse la venta de esa primera edición (uno o dos años, porque hoy día **El viejo y el mar** pasaría inadvertida por la sencilla razón de que sus compradores no tendrían tiempo de leerla), Hemingway percibiría unas 40.000 pesetas. Esa cantidad, repartida entre el año de escribir la obra y los dos de venderla, da un ingreso anual de unas 13.000 pesetas. Repartido por meses no da ni para un bocadillo de jamón dos veces al día.

Volvamos al discurso.

Esta mediocre situación frena por una parte la existencia de una literatura nacional concorde con la marcha de los tiempos. El autor indígena es un «amateur» de por vida y con la obligación de trabajar más que nunca, porque las cosas están mucho más caras y hay muchas más cosas que en tiempos de Valle-Inclán.

Por otra parte, esta situación coarta la evolución misma de la experiencia de la palabra escrita. **Todo lo que no sea encuadernable no merece vivir** (primera parte del axioma). **Porque todo lo que no es encuadernable, ¿cómo se puede vender?** Esta es la versión del deterioro experimental de la palabra escrita como medio de comunicación, vista desde la perspectiva empresarial. **Todo lo que no sea mercantilizable no se puede controlar.** Esta es la versión del deterioro desde la perspectiva de un político cultural.

Todo lo que no sea mercantilizable, ¿cómo diablos lo someto a la consideración del público? Esta es la versión desde la ocultadísima caverna del autor.

¿Y el público qué? El público se divide en **litúrgico** y **escéptico**. Otra posible clasificación es la de los que no leen por lo de siempre y la de los que no leen por razones nuevas. Pero sólo es posible recuperar la relación literaria si la palabra se libera de su controlador empresarial, de su controlador político y de su controlador instrumental. Si la palabra se libera del libro, la revista, el diario. Si la palabra escrita dispusiera de la página en blanco de las fachadas y las tapias, de los anuncios viales, blancos de la noche a la mañana, esperando la aventura de la palabra gratuita y libre, de la auténtica libertad de expresión. Entonces el libro, como «otra» posible opción de la relación cultural, recuperaría todo su sentido. Hay comunicados que no pueden tener otro vehículo. Pero el lenguaje escrito no sólo merece, sino que necesita una renovación instrumental radical para alcanzar la verdadera libertad de expresión y comunicación.

Palabras sobre las bolsas de la basura, en el fondo de las jarras de cerveza, en el trasero de «Miss Vía Láctea» y de «Mr. Júpiter & Saturno», palabras en un recodo del camino, palabras dando significaciones increíbles a un bosque de abetos, palabras sobre el asfalto, en hojas volantes y libres, la palabra escrita libre en la ciudad libre.

Mario Lacruz ha reaparecido tras muchos años de ausencia. El autor de «La tarde» y «El inocente» también tiene algo que decir en el nuevo día del libro.



Pero, por favor, que no se intente integrar un ensayo general de esta literatura libre en la próxima Feria de Muestras de Barcelona. Lo que se está manifestando es el hastio de la cultura escrita, condicionado por su propia impotencia para evolucionar. Una impotencia que está como encadenada a todas las prisiones estructurales del sistema.

Pero... un libro al año no hace daño

Con todo, un libro al año no hace daño. Y el próximo 23 de abril, poseídos por esta convicción, los barceloneses se echarán a la calle en busca de uno o dos libros. Los autores pondremos dedicatorias y firmas. Los editores no quitarán el ojo al número de reposiciones. Los distribuidores y librerías se vaciarán en un día agotador. Los Informadores dirán que se ha superado el volumen de ventas del año anterior, a su vez muy superior al volumen de ventas de aquellos heroicos años del Cid Campeador.

La satisfacción de comprar un libro, al menos una vez al año, forma parte de ese tipo de satisfacciones litúrgicas tan variadamente formalizadas en viajes a la Meca o al Monasterio de Piedra, o en la posesión de una alfonsoña moneda de plata o un filipino mantón de Manila. Desconexión de una campaña real de culturalización, desconexión de cualquier posibilidad de una real culturalización, la venta de libros es tan reveladora del papel que cumple como del que no cumple.

Con todo, un tinglado tan cargado de defectos, tan distante de las metas que ya estaríamos en condiciones de fijarle, sigue siendo un asunto valioso e insustituible, si no queremos perecer aplastados por nuestro propio escepticismo. Hay cientos de españoles que pueden empezar a ver el mundo de distinta manera gracias a la lectura de un libro. La palabra impresa, encadenada, estuchada, aún conserva dinamita histórica.

Y sólo esta consideración nos invita a poner una palabra detrás de otra, un libro detrás de otro, a ser drogadictos de la escritura, la lectura y las estanterías. Incluso, si hace sol, el día 23 de abril tiene posibles encantos. Las gentes han dejado de ver el mundo como un inmenso escaparate de electrodomésticos y jabones adyacentes. Hurgan en los montones sanguinolentos de libros en busca de la viscera más entrañable, del intestino más conspicuo del alma de los poetas.

Desde el parnaso sangran editores, distribuidores, librerías. Y el mundo... gira. ■ M. V. M.

EN EL DIA DEL LIBRO, LLEVE A SU CASA

Nueva Galería Literaria

EL VERANO DEL LOBO ROJO Morris L. West

Un canto a la arriesgada y maravillosa aventura de vivir. Nuevo libro del autor de «Las Sandalias del Pescador». Formato 14 x 21,5 cm. 225 pesetas.

El documento vivo

EL ORIGEN DE LA VIDA F. L. Boschke

Una tentativa de llegar a conocer qué y quiénes somos en realidad, del autor de «La Creación no ha terminado todavía». Formato 14,5 x 21,5 cm. 275 pesetas.

Esfinge

LADRON CONTRA ASESINO Giorgio Scerbanenco

Nuevo título de la colección y del gran autor que ha elevado el «género negro» a la más alta expresión. Formato 11,7 x 18 cm. 150 pesetas.

Historia contemporánea

CANARIS, La Guerra Española

y la II Guerra Mundial André Brissaud

Primer libro de una colección que ofrece una visión objetiva de los hechos históricos contemporáneos de mayor relieve. Formato 14,5 x 21,5 cm. 350 pesetas.

OBRAS COMPLETAS, Tomo 4 Juan Antonio de Zunzunegui

Las obras completas del gran escritor vasco que es ya un clásico de la literatura en lengua española de nuestros días. Formato 13 x 18 cm. 550 pesetas.



Editorial Noguer, S.A.