

LA
REVOLUCION
DEL
LIBRO

**ROBERT
ESCARPIT**

**ALIANZA
EDITORIAL
UNESCO**

26 FEB. 1969

La revolución del libro

Sección: Humanidades

Robert Escarpit:
La revolución del libro

Unesco
París



El Libro de Bolsillo
Alianza Editorial
Madrid



Título original: *La révolution du livre*

© Unesco, 1965
Editado en castellano por Alianza Editorial, S. A.
Madrid, 1968
Calle Milán, N.º 38; ☎ 200 0045
Depósito legal: M. 21.612 - 1968
Cubierta: Daniel Gil
Impreso en España por Ediciones Castilla, S. A.
Calle Maestro Alonso, 21, Madrid

Dedico afectuosamente este libro a todos los que trabajan y han trabajado conmigo en el Centro de Sociología de la Literatura de Burdeos, y en especial a la señorita Nicole Robine, al señor Jean Boussinesq y al señor Henri Marquier, pues nunca lo hubiera pensado ni realizado sin su ayuda y su apoyo.

Los profundos cambios que se han producido en el mundo del libro durante los últimos decenios han tomado las proporciones de una revolución, la revolución que ha dado su título a esta obra. Una revolución que, como todas las demás, se debe a factores complejos y múltiples, entre los cuales podrían citarse la rápida expansión demográfica, la generalización de la enseñanza, el aumento del tiempo libre que va extendiendo el hábito de leer. Pero tampoco debe olvidarse el extraordinario adelanto de las técnicas de producción y distribución, que han permitido llegar a las grandes tiradas que la multiplicación del número de lectores exige. Nos encontramos así ante una mutación del libro que tiende a convertirse en uno de los grandes medios de información de nuestra época paralelamente a la prensa, el cine, la radio y la televisión.

Este fenómeno no podía dejar de suscitar el interés vigilante de una organización como la

Unesco que tiene con arreglo a su Constitución el deber de fomentar «la libre circulación de las ideas por medio de la palabra y de la imagen» y de «facilitar el acceso de todos los pueblos a lo que cada uno de ellos publique». Y, en efecto, la Conferencia General de la Unesco insistió, a fines de 1964, en la importancia de las publicaciones para la comprensión mutua y el desarrollo económico y social. Reconoció asimismo la necesidad de intensificar la cooperación internacional en la esfera de la edición y de la difusión de los libros y de alentar la publicación de libros baratos. Por último, preconizó un nuevo programa para estimular la producción y la distribución de libros en los países en vías de desarrollo.

El presente estudio aparece después del trabajo de R. E. Barker, Secretario de la Asociación de Editores de Gran Bretaña, publicado por la Unesco en 1956 con el título: Books for all¹. Su autor, Robert Escarpit, Catedrático de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas de Burdeos y Director del Centro de Sociología de la Literatura, ha publicado varias obras sobre ese tema. Basándose en la larga experiencia que personalmente tiene a ese respecto, estudia en este libro la situación actual de la edición. Por consiguiente, sus opiniones no son necesariamente las de la Unesco.*

Es de esperar que, al señalar la importancia de la revolución que se está produciendo en el mundo del libro, el estudio de Robert Escarpit contribuirá a poner plenamente las fuerzas de esa revolución al servicio de la humanidad.

* Las notas van al final del texto.

Introducción

El autor de este libro quiere, ante todo, reconocer lo que debe a R. E. Barker, que escribió el primer manual básico sobre el libro en el mundo cuando todavía no se había hecho ningún trabajo de síntesis a fondo. *Books for all*, publicado por la Unesco en junio de 1956, sigue siendo una obra de referencia importantísima, y de no haber dispuesto de ella como guía no me hubiera sido posible publicar mi *Sociologie de la littérature* en 1958.

Pero en el mundo del libro el tiempo transcurre muy aprisa. Todo ha cambiado en siete años: los libros, los lectores y la literatura. Las ideas más revolucionarias se han convertido en lugares comunes; y en todos los países, bajo todos los regímenes, investigadores individuales o equipos científicos estudian problemas decisivos que antes no se percibían. El libro de difusión de masas, que según los países se llama *paperback* o libro de bolsillo, es uno de esos problemas y quizá el más urgente.

No tenemos la pretensión de resolver ese problema en las páginas que siguen, sino únicamente de plantearlo e indicar algunos de los caminos que pueden llevar a una solución. Este libro no es definitivo: ningún libro honrado lo es. No es más que una etapa en una investigación colectiva. Muchos de los datos que en él se utilizan han sido recogidos por el Centro de Sociología de la Literatura que desde hace cinco años dirige en la Facultad de Letras y Ciencias Humanas de Burdeos, pero muchos otros proceden de los servicios de documentación de la Unesco, de las organizaciones nacionales o internacionales de editores y libreros y, sobre todo, de las numerosas obras publicadas estos últimos años.

Únicamente para cimentar el conjunto he añadido algunas de las conclusiones ideológicas a las que provisionalmente he llegado y cuya responsabilidad asumo personalmente. Aunque pueda haber quien las encuentre extrañas, es posible aceptarlas, al menos, como hipótesis de trabajo. De todos modos, dentro de algunos años todo estará de nuevo en tela de juicio. Nuestra época, estoy profundamente convencido de ello, volverá a hacer del libro lo que verdaderamente tiene que ser: un vehículo, y no un monumento.

R. E.

Primera Parte
El libro en el mundo actual

Capítulo 1

Unas páginas de historia

1. ¿Qué es un libro?

Como todo lo vivo, el libro es indefinible. En todo caso, nadie ha logrado nunca, de un modo completo y para siempre, definir lo que es un libro. Porque un libro no es un objeto como los demás. En la mano, no es sino papel; y el papel no es el libro. Y, sin embargo, también está el libro en las páginas; el pensamiento sólo, sin las palabras impresas, no formaría un libro. Un libro es una «máquina para leer», pero nunca se puede utilizar mecánicamente. Un libro se vende, se compra, se cambia, pero no se le debe tratar como una mercancía cualquiera, porque es a la vez múltiple y único, innumerable e insustituible.

Es el fruto de determinadas técnicas que se han puesto al servicio de determinadas intenciones y que permiten determinadas utilizaciones. Aunque podría decirse lo mismo de la mayoría de los

productos de la industria humana, lo peculiar del libro es que las intenciones, las utilizaciones y las técnicas que convergen para definirle, en vez de dejarse captar por el fenómeno, lo rebasan ampliamente, conservan en cierto modo su autonomía, evolucionan con las circunstancias históricas e influyen unas sobre otras, modificando mutuamente su contenido y haciendo que varíe hasta el infinito no sólo el libro propiamente dicho sino su situación y su función en la vida individual o social de los hombres.

En diversos momentos de esa evolución, el libro ha pasado varias veces por umbrales que hacían imposible aplicar antes y después las mismas definiciones, porque se trataba de verdaderas mutaciones. Una de esas mutaciones se está produciendo en la segunda mitad del siglo xx.

La aparición del libro en su primera forma parece corresponder a los comienzos del primer milenio antes de la era cristiana. Coincidió probablemente con el empleo de diversos tipos de soportes, flexibles y ligeros, para la escritura: corteza, fibra vegetal o tejido. *Biblos*, en griego, es la fibra interior de ciertas plantas, principalmente el papiro; *liber*, en latín, es la capa fibrosa situada debajo de la corteza de los árboles; *book*, en inglés, y *buch*, en alemán, tienen la misma raíz indoeuropea que *bois* en francés; *kniga*, en ruso, procede probablemente, por conducto del turco y del mongol, del chino *king*, que designa el libro clásico, pero que en un principio significaba la trama de la seda¹.

¿A qué se debe esa preocupación técnica, casi universal, esa exigencia de determinado tipo de material? ¿No existían libros antes de que se inventara el papiro o el tejido de seda? A medida que se descubren monumentos grabados cada vez más antiguos, la historia hace remontar cada vez más atrás los orígenes del libro. Las excava-

ciones del Oriente Cercano y Medio nos han revelado la existencia de verdaderas «bibliotecas», varias veces milenarias, compuestas de tabletas de barro cocido. Incluso las raíces de palabras como *gramma*, *littera*, *scribere* nos llevan a los tiempos en que se grababa en una materia dura para perpetuar la palabra. Así han llegado a nuestros días numerosas obras literarias. Cuando la escritura era sólo lapidaria existían ya literaturas, pero no había aún libros, porque el documento escrito no tenía una nota esencial: la movilidad.

Verba volant, scripta manent: la escritura permitió la conquista del tiempo por la palabra, mientras el libro le ha permitido la del espacio. Los soportes flexibles y ligeros que, hace aproximadamente treinta siglos, dieron sus diversos nombres al libro, abrieron el camino a dos progresos decisivos: por una parte, la posibilidad de copiar rápida y fácilmente un texto largo y, por otra, la de transportar rápida y fácilmente a cualquier sitio un número considerable de copias de ese texto.

Mientras el poeta fue un narrador, sólo pudo contar con la tradición oral para rebasar el círculo de sus auditores inmediatos. La escritura le ha permitido dirigirse a la posteridad. Gracias al libro, puede pretender, al menos en teoría, hablar a toda la humanidad. La revolución técnica que crea el libro, que lo revela a la conciencia de los pueblos, está así íntimamente ligada a la idea de difusión.

La idea de difusión es el hilo de Ariadna que nos permite seguir el libro en sus sucesivas mutaciones. Hay que insistir en ello porque es totalmente imposible comprender los problemas que plantean en el siglo xx la creación literaria, la edición, el comercio del libro y la lectura si nos contentamos con ver en el libro un depósito, una

reserva de nociones intelectuales o de formas verbales en que cada cual busca lo que le interesa, o incluso un medio de comunicación en dirección única. Como documento escrito, el libro es todo eso; pero como libro, es algo muy diferente. Por encerrar en reducido espacio un contenido intelectual y formal de gran densidad, porque puede pasar tan fácilmente de unas a otras manos, porque puede copiarse y multiplicarse cuantas veces se quiera, el libro es el más sencillo de los instrumentos que, a partir de un punto dado, puede liberar innumerables sonidos, imágenes, sentimientos, ideas y elementos de información, abriéndoles las puertas del tiempo y del espacio y, unido a otros libros, volver a concentrar esos datos dispersos hacia una multitud de otros puntos diseminados en el transcurso de los siglos y en la extensión de los continentes, en una infinidad de combinaciones totalmente distintas unas de otras.

Ese esquema varía mucho según sus aplicaciones, pero es siempre el mismo, independientemente de la calidad del material literario que pueda contener el libro, sea cual fuere la extensión geográfica, histórica o social del fenómeno que representa. El libro es lo que es su difusión. Así se explica que sus mutaciones estén estrechamente ligadas a las innovaciones técnicas que lo adaptan a las necesidades sucesivas de los escritores, cuya palabra registra, y de las sociedades en que la difunde.

2. Las mutaciones del libro

Indudablemente, la primera etapa fue la del *volumen*, rollo de hojas de papiro pegadas unas a otras que daba a una obra entera la forma manejable que exigía una vida literaria como la

que hubo en Atenas y, después, en Roma en la época clásica, con sus talleres de copistas, verdaderas editoriales, sus librerías y el «depósito legal» de las grandes bibliotecas².

La difusión era entonces relativamente reducida, limitada a los aficionados pudientes, a los intelectuales que vivían bajo la protección de un mecenas y, más tarde, a los universitarios, a las personas instruidas. En la ciudad antigua, la lectura pública era el medio más corriente de publicación. Los textos breves se escribían en tabletas de cera, y para los escritos corrientes se disponía, desde el siglo III antes de nuestra era, del pergamino, materia más vulgar pero menos frágil y más barata que el papiro.

Precisamente por ser resistente y barato el pergamino fue el instrumento de la mutación siguiente. Cortado en folios y cosido después en cuadernos, produjo el *codex*, que presenta ya la disposición en páginas características del libro moderno. Esta disposición se halla funcionalmente adaptada, mucho mejor que la del *volumen*, a la consulta y la investigación erudita. Es la forma ideal para el documento jurídico (*código* procede de *codex*), para el texto sagrado, para el documento erudito. Responde a las necesidades de una civilización en que la literatura tiene menos importancia que la seguridad política, la teología y la conservación del saber legado por la antigüedad. A partir del siglo IV de nuestra era y durante más de mil años, el manuscrito de hojas de pergamino encuadradas fue el medio universal de conservación, comunicación y difusión del pensamiento, no sólo en el mundo cristiano sino también en el mundo árabe y judío.

La importancia del libro es tan grande en la Edad Media que no hay trabajo más meritorio que el de copiar o iluminar un manuscrito. El transporte de los libros se organiza cuidadosa-

mente de un monasterio a otro y de una a otra ciudad, a veces a considerables distancias³.

Porque se han conservado debido a su valor artístico, recordamos sobre todo los magníficos manuscritos iluminados de la Baja Edad Media; había también, sin embargo, ediciones baratas para el uso cotidiano, sobre todo de libros de horas. Desde su creación las universidades organizaron el trabajo de copia de los textos clásicos con destino a los estudiantes. La adquisición de los libros de texto que necesitaba un estudiante en el siglo XIII no le suponía mayor gasto que a un estudiante del siglo XX⁴.

Sin embargo, por muy ingeniosa que fuera su organización, la copia a mano tenía sus límites. Ya en el siglo XIV empezaron a leer nuevos sectores de la sociedad, mientras que antes la lectura sólo estaba al alcance de las personas instruidas. Esos nuevos lectores, nobles o burgueses, mercaderes o magistrados, no querían que se emplease el latín en la vida cotidiana. Querían, desde luego, obras técnicas, pero también obras de esparcimiento y de imaginación escritas en buena letra romance. Así surgió la novela, cuyo auge precipitó la nueva y decisiva mutación del libro: la de la imprenta.

3. Del libro impreso al «best-seller»

Los efectos de la imprenta fueron inmediatos y espectaculares; pero la imprenta llegó precisamente a su debido tiempo, lo cual demuestra que la innovación técnica sólo se impone cuando responde a una necesidad social. El papel, indispensable para el desarrollo de la imprenta, como el neumático y el asfalto lo fueron más tarde para el del automóvil, ya se conocía en China desde hacía más de mil años antes cuando llegó, a me-

diados del siglo XIII, a Europa, donde no tuvo buena acogida por parte de las personas autorizadas, a las que preocupaba su fragilidad⁵. Para recorrer el mismo camino, la impresión en caracteres móviles necesitó mucho menos tiempo: sólo dos o tres años. Porque los tiempos eran otros. Las circunstancias exigían que se descubriese, inventase o importase la imprenta.

Es cierto que la imprenta tuvo la suerte de encontrar en Europa lenguas que tenían una escritura alfabética con veintiséis letras, la escritura que mejor se prestaba a su empleo; pero tuvo sobre todo la fortuna de encontrar allí civilizaciones en pleno auge económico y cultural, en las que la difusión de los documentos escritos comenzaba a plantear problemas imposibles de resolver.

El descubrimiento quizá más decisivo de la historia debió parecer prosaicamente a los primeros impresores un buen procedimiento para acelerar la copia de los libros, mejorar su presentación y reducir el precio de costo. Todo —la tipografía, la fabricación y el sistema de venta— prueba que su principal preocupación fue el rendimiento comercial. Lo mismo puede decirse de la selección de los primeros textos impresos, hecha siempre con miras a la venta. Lo que principalmente comprendía el catálogo de esos hombres prácticos eran obras religiosas, novelas, colecciones de anécdotas, manuales técnicos y libros de recetas⁶.

El éxito de la empresa rebasó sus esperanzas. Surgido en Maguncia en 1454, el libro impreso llegó a Roma en 1464, a París en 1470, a Valencia en 1474 y a Londres en 1476. Algunos autores calculan en veinte millones el número de incunables, es decir, de libros impresos entre 1450 y 1500 en una Europa que tenía menos de cien millones de habitantes, en su mayoría analfabe-

tos⁷. Hacia 1530 el libro llegó a América, a México; el virrey de Nueva España, Antonio de Mendoza, mandó llamar al lombardo Juan Pablos (o Giovanni Paoli), discípulo del impresor sevillano Juan Cromberger.

El libro había adquirido una nueva dimensión, cuyos límites no tardó en alcanzar. La tirada de los primeros incunables fue de unas cuantas centenas de ejemplares. La tirada media de los libros no pasó de 1.000 ejemplares hasta mediados del siglo XVI. En el siglo XVII oscilaba entre 2.000 y 3.000, y a ese nivel siguió hasta fines del siglo XVIII. Salvo excepciones, con la prensa de mano era difícil rebasar esas cifras. Por otra parte los impresores, que ya se distinguían de los libreros, es decir, de los agentes de distribución, preferían no rebajar el precio de la mercancía mediante su multiplicación. Ordenanzas corporativas limitaban tanto el número de imprentas como las tiradas de las ediciones. A pesar de una tendencia constante a la baja, el precio del libro en Europa occidental se mantuvo así a un nivel accesible para la burguesía acomodada, pero no para las clases medias y menos aún para los trabajadores. Estos, si no eran totalmente analfabetos, podían satisfacer su necesidad de lectura con publicaciones de carácter más efímero, que les ofrecía el vendedor ambulante: gacetillas, coplas o almanaques⁸.

Por consiguiente, puede decirse que el libro impreso, soporte y vehículo de la gran literatura europea de los siglos XVI, XVII y XVIII, sólo se difundió en un círculo social muy reducido.

Inglaterra era en el siglo XVIII el país más culto de Europa y en que la edición era más próspera. Y sin embargo, de los éxitos más famosos de librería —*Pamela* o *Joseph Andrews*— nunca se vendieron más que algunos miles de ejemplares⁹. En Francia, las tiradas eran francamente

inferiores; y si Voltaire exageró indudablemente al afirmar que había cincuenta lectores para un libro serio y quinientos para un libro divertido, no deja de ser cierto que los lectores de libros constituían una pequeña aristocracia de la cultura escrita, de la «literatura», como se decía entonces.

Esa aristocracia era internacional. Al no haber ningún acuerdo sobre la propiedad literaria, las ediciones piratas florecían de un modo moralmente dudoso pero culturalmente positivo. Así, la edición norteamericana tuvo un desarrollo extraordinario después de la independencia de los Estados Unidos como rama parasitaria de la edición británica. Por su tradición comercial o su situación política, ciudades como Amsterdam o Lyon fueron durante siglos centros internacionales de difusión para los intelectuales. Habían hecho falta más de cuatro siglos para que *La Divina Comedia* diera la vuelta a Europa: bastaban veinte años para *El Quijote* y cinco para *Werther*. Cinco o seis grandes lenguas se repartían el universo literario. La idea de una comunidad de los intelectuales nunca tuvo más fuerza que en el siglo XVIII.

Y sin embargo, pesaba sobre este cosmopolitismo aristocrático una amenaza inmediata. Desde hacía tiempo, el libro estaba preparado contra su cuarta mutación: la del maquinismo. Sus signos precursores eran ya perceptibles en la época de los filósofos. Como en el siglo XV, nuevas capas sociales, sobre todo la pequeña burguesía, empezaban a leer y pedían libros a un sistema que no estaba concebido para ellas y del que, por definición, estaban excluidas. Esta nueva necesidad de lectura fue una de las causas del desenvolvimiento de la prensa, aunque sus tiradas fuesen aún muy reducidas.

Ante un mercado que se desarrolla, la imprenta y la librería necesitan renovarse. La naciente empresa capitalista incorpora el libro a sus estructuras. Como empresario responsable aparece el editor, que relega al impresor y al librero a tareas anexas. De rechazo, se organiza la profesión literaria; basada hasta entonces en el aficionado pudiente o el mecenas, exige ahora la rentabilidad. Desde el doctor Johnson hasta Diderot, los hombres de letras plantean el problema de los derechos de autor y de la propiedad literaria.

En el último tercio del siglo XVIII, movimientos ideológicos contradictorios pero convergentes todos ellos hacia la difusión del libro entre lo que entonces se llamaba el pueblo —metodismo en Inglaterra, enciclopedismo y después espíritu revolucionario en Francia, y en menor grado, *Aufklärung* en Alemania— dieron de pronto una nota de urgencia a la necesidad de leer.

En unos cuantos años —de 1800 a 1820— una serie de invenciones revolucionaron la técnica de la imprenta: prensa metálica, prensa de rodillos y de pedal, prensa mecánica de vapor. No habían terminado los tiempos de Napoleón cuando ya podían imprimirse en una hora más folios que quince años antes en todo un día. Podía comenzar la era de las grandes tiradas.

Comenzó en Inglaterra porque la mayoría de los perfeccionamientos de la imprenta eran de origen inglés. La anunció con sus novelas Walter Scott, pero fue Byron quien la inició verdaderamente en 1814 con el famoso éxito de su *Corsario*, del que se vendieron 10.000 ejemplares el mismo día en que apareció. La oleada llegó a Francia hacia 1830, al mismo tiempo que la prensa de gran tirada¹⁰. En 1848 había ocurrido ya lo mismo en el resto de Europa y América.

Las consecuencias de ese cambio de escala fueron considerables. En primer lugar el escritor

perdió el contacto con la mayoría de sus lectores. Sólo los intelectuales siguieron participando, directamente o por medio de la crítica, en la elaboración de una opinión literaria influyente. Los demás lectores, convertidos en masa anónima, sólo fueron en lo sucesivo, en la mitología de las letras, el mar sin orillas al que el poeta lanza a ciegas su botella.

Y sin embargo, ya no se podía ignorar la existencia de una masa de lectores de la que en lo sucesivo dependería la suerte del libro y su rentabilidad. Y así como en otros tiempos la burguesía de los siglos xiv y xv había impuesto la lengua vulgar frente al libro en latín de las personas instruidas, ahora los nuevos lectores populares del siglo xix imponen, a su vez, la lengua nacional al libro cosmopolita de los intelectuales. De esta forma, las grandes tiradas exigen y permiten, al mismo tiempo, la dispersión de las lenguas literarias y conducen a la autonomía nacional de las literaturas. Con el despertar de las nacionalidades, el libro se pone a tono de su siglo.

Lo mismo ocurre en el despertar de la conciencia de clase. Con la sala de lectura, el folleto y la biblioteca de préstamo, el libro se difunde cada vez más hondamente en los sectores sociales cuyas puertas los progresos de la educación le abren. En el pensamiento revolucionario de 1848 el libro llega a ser un símbolo fundamental. Se sabe ya que el camino de la libertad pasa por las conquistas culturales. En Francia, bajo el Segundo Imperio, el editor republicano Jules Hetzel y el fundador de la «Ligue de l'enseignement», Jean Macé, se asocian para hacer del libro de gran difusión un arma al servicio del pueblo.

Pero es en Inglaterra —en la que se producen, antes que en otros lugares, las consecuencias inevitables de la industrialización capitalista—

donde se observan sobre todo los primeros indicios de una nueva y quinta mutación del libro; mientras las novedades de librería se venden al precio, que se mantendría hasta la segunda guerra mundial, de 10 chelines 6 peniques (*half a guinea*, moneda con que se pagan los artículos de lujo), desde 1885 aparecen reimpresiones populares de obras de calidad a precios que oscilan en torno a 6 peniques y con tiradas que ascienden a decenas de miles de ejemplares. Al final del siglo se venderán por un penique novelas y poemas abreviados; y a partir de 1896 un editor llega a ofrecer por ese precio textos no abreviados de Goldsmith, Poe, Scott, Dickens, Dumas, Sue y Mérimée ¹¹.

Pero tales empresas eran aún prematuras. En una sociedad sin ninguna movilidad interna, las «masas» interesadas por esas lecturas no eran todavía más que minorías privilegiadas. Si por el rápido crecimiento de sus centros urbanos Inglaterra tenía a ese respecto cierta ventaja, la mayoría de la población de los demás países civilizados seguían dependiendo para leer del material de quiosco y de venta ambulante: ediciones mutiladas de antiguos clásicos, novelas sentimentales, relatos tradicionales, cuentos picarescos, coplas, almanaques, etc. ¹² En algunas partes del mundo la situación no cambió hasta después de la primera guerra mundial e incluso hasta la segunda mitad del siglo xx.

4. La comunicación de masas

Sin embargo, antes de comienzos del siglo había aparecido ya el más antiguo de los medios de comunicación de masas, que en casi todas partes fue reemplazando al vendedor ambulante: el diario de gran tirada, que había sucedido

a la prensa barata de 1830, rebasó, antes de 1900, la cifra de un millón de ejemplares. Medio siglo más tarde, la prensa británica batía todos los récords de difusión con la tirada jamás vista de 600 ejemplares diarios por cada mil habitantes. Mucho después del Reino Unido venían, con 400 ejemplares, los países escandinavos, Australia y Luxemburgo; con 300, Nueva Zelanda, Estados Unidos y Bélgica; y luego, con 200 y 100, el pelotón de las naciones técnicas y económicamente avanzadas, unos veinte países que se repartían en la práctica el resto de papel de periódico puesto en circulación en el mundo.

Hacia 1955 se llegó al punto culminante. Desde entonces, el diario, aunque ha continuado desarrollándose —si bien a un ritmo más lento— en los países que tienen que superar un retraso cultural, está en clara regresión en los demás¹³, por la seria competencia que le hacen el cine, la radio y la televisión.

En efecto, esos nuevos medios de comunicación de masas cuentan con posibilidades que el diario no posee. Permiten no sólo la difusión de las informaciones sino también la expresión artística. El diario intentó, en el siglo XIX, sustituir al libro en su función literaria; pero los folletines nunca estuvieron bien vistos entre los intelectuales. Aunque sean de buena calidad producen siempre mucho menos efecto que una película, una emisión radiofónica o un espectáculo de televisión.

Desde que terminó la primera guerra mundial, y sin más interrupción que los cinco años de la segunda, los medios audiovisuales de comunicación de masas distribuyen en cantidades cada vez más considerables información y material artístico (desde luego, una y otro de nivel muy variable) en sectores sociales hasta entonces totalmente desatendidos desde el punto de vista cul-

tural. En último término, la televisión penetra en los hogares y llega a imponer las más altas manifestaciones artísticas donde el analfabetismo, la ignorancia y la miseria habían impedido que entrara el libro.

Además de su polivalencia y de su ubicuidad esos medios de comunicación de masas tienen sobre el libro la doble ventaja de que cuestan relativamente poco y de que su presentación es agradable. En cambio el libro bien hecho es caro, mientras que el libro barato, con las tapas poco vistosas, el papel grisáceo y la letra muy pequeña, es horriblemente triste y feo. Así se explica que el cine, la radio y la televisión influyan, tanto económica como estéticamente, en el libro. Cuando en cualquier cine de barrio por el precio de una hora de trabajo se puede presenciar durante dos horas una historia interesante en un ambiente elegante y confortable, no hay razón para gastar el precio de tres o cuatro horas de trabajo o más para poder leer las mismas cosas en un libro de aspecto tanto más árido cuanto más barato resulta.

De todas esas consideraciones quizá las más importantes sean las de orden estético. Desde la segunda guerra mundial el empleo de las materias plásticas sintéticas y la vulgarización de la estética industrial han rodeado la vida cotidiana del hombre del pueblo de un marco sin fealdad. En la esfera comercial, esa evolución había comenzado ya antes de la guerra, con los almacenes de precio único, versión mejorada del Woolworth angloamericano. Para el consumidor modesto fue una gran sorpresa el verse de pronto atendido, en un local con mucha luz y al son de una música agradable, por vendedoras bien peinadas y con las manos arregladas. El año 1935 fue así en muchos países el año de los grandes almacenes

con sucursales múltiples; es decir, el año en que cierta forma de belleza comenzó a formar parte de la existencia colectiva como una especie de servicio público. No deja de ser interesante recordar que el metro de Moscú, cuyos dorados y mármoles han desempeñado en una estructura social diferente la misma función de embellecimiento de la vida cotidiana, data también de 1935.

Y 1935 fue asimismo el año en que sir Allen Lane fundó en Inglaterra la editorial Penguin. Los volúmenes Penguin no eran quizá libros de alta calidad, pero la camisa roja y blanca de esos *paperbacks* (volúmenes en rústica) a 6 peniques era inusitadamente agradable en libros de esa categoría. En Alemania, la vieja editorial Tauchnitz¹⁴ hubo de adaptarse muy pronto al gusto del día, al que había dado forma esa joven empresa rival, y cambiar la lúgubre concepción gráfica de sus tapas por cubiertas de colores agradables y adaptados a los diversos géneros literarios.

El libro Penguin no pretendía ser un libro para las masas. Incluso, con cierto snobismo, la dirección de la editorial hizo durante largo tiempo como si rechazara esa función; y quizá no era, en efecto, el fin que perseguía¹⁵. Pero el hombre propone y la historia dispone. Una vez más la mutación llegaba exactamente en el momento oportuno, y la aparición de los Penguin coincidió con una coyuntura histórica favorable al libro de masas. Algunos años antes, en Francia, ensayos como los de Fayard o Ferenczi, realizados con un espíritu análogo y probablemente en mejores condiciones económicas, no habían dado los resultados que se esperaban. El «Livre moderne illustré», de J. Ferenczi, donde fueron reimpresos los *best-sellers* de Colette, Mauriac y Giono, se vendía ya a 3,50 francos, es decir, aproximada-

mente un chelín, cuando aparecieron los Penguin. Pero su precaria supervivencia sólo la debió al hecho de abandonar sus intenciones de vulgarización. La colección Reklam en Alemania y la Colección Universal de Calpe en España probablemente fueron mejor concebidas en el aspecto comercial, pero a ambas les faltó un mercado lo suficientemente amplio como para permitir grandes tiradas.

En cambio, la empresa de los Penguin prosperó y se extendió en una dirección que quizá su fundador no había previsto. En todo caso, deliberadamente o no, al hacer su tentativa en el momento preciso en que históricamente debía hacerse, sir Allen Lane abrió el camino al libro de masas.

Tan es así que la editorial Penguin costea actualmente, en parte, en la Universidad de Birmingham, el «Centre for Contemporary Cultural Studies», donde entre otras cosas se estudian los problemas de la lectura en los medios populares. En el mundo entero —en Alemania, Bélgica, Francia, Estados Unidos, Japón y los países socialistas— son esos los problemas de que se ocupan no sólo los editores y libreros, cosa al fin y al cabo natural, sino los sociólogos que tratan de las actividades recreativas o de la cultura, los economistas y, lo que es aún más importante, los especialistas de la historia y de la crítica literaria. En la segunda mitad del siglo xx, en ello estriba la nueva verdad del libro.

La mutación se produjo rápidamente bajo el efecto de poderosos factores de aceleración. Los principales fueron la guerra, la instauración de regímenes socialistas en gran parte de las naciones productoras de libros, la descolonización y sus consecuencias culturales.

La necesidad de proporcionar lecturas abundantes y baratas a los millones de soldados norteamericanos dispersos por el mundo fue probablemente lo que llevó a los editores de los Estados Unidos a interesarse verdaderamente por el *paperback*. Prescindiendo de la orientación ideológica de los diversos países, el deseo de dar a conocer en el extranjero el pensamiento nacional ha incitado a las grandes tiradas y a los precios reducidos. Los centros culturales instalados en el extranjero por las grandes potencias han distribuido los libros por centenas de millares. Por último, en los países en que el adelanto cultural era más rápido que la evolución económica sólo el libro de masas podía responder a la demanda de los nuevos lectores.

Así apareció ese nuevo libro que, desde 1950, ha conquistado prácticamente el mundo, incluso Francia, donde había reinado, sin embargo, durante tanto tiempo la convicción de que, en materia de libros en rústica, se sabía más que en cualquier parte.

Este libro está impreso en papel corriente pero agradable, sólidamente encuadernado en rústica, con una cubierta de color, casi siempre ilustrada. Su tirada nunca es inferior a unas decenas de miles de ejemplares y nunca cuesta más por volumen de lo que se gana por una hora de trabajo. La selección de los títulos es ecléctica. Hay reimpressiones de *best-sellers*, pero también obras editadas por primera vez. Hay obras clásicas, novelas de moda, manuales técnicos, obras científicas e incluso obras de consulta, diccionarios o repertorios. La variedad intelectual es extraordinaria: un catálogo norteamericano ofrecía en 1961 más de 11.000 títulos en venta en *paperbacks*.

En 1960 una exposición organizada en Londres por la National Book League reunió 1.000 *paper-*

backs escritos en 30 lenguas y procedentes de países tan distintos como la República Federal de Alemania, Alemania Oriental, Canadá, Estados Unidos de América, Francia, India, Indonesia, Irán, Países Bajos, Pakistán, Reino Unido, Suecia y la U.R.S.S.¹⁶ Sólo era una muestra, que además algunos meses más tarde no correspondería ya a la realidad. Se estaba produciendo una revolución.

Capítulo 2

Las funciones del libro

1. Un arte impuro

La literatura es un arte impuro. En efecto, la letra, que es su medio de expresión característico y de la que incluso procede su denominación, es a la vez objeto y signo. Como objeto, tiene una forma que es percibida, interpretada y apreciada en virtud de un sistema de valores plásticos. Como signo, tiene un contenido que es percibido, interpretado y apreciado en virtud de un sistema de valores semánticos que no coincide con el de los valores plásticos.

La realidad es todavía más compleja. La letra-objeto no se presenta nunca sola. Forma parte de una tipografía, que a su vez no es más que un elemento del conjunto artístico constituido por la composición, la impresión, la ilustración, la encuadernación; en una palabra, la estética objetiva del libro. Y desde el momento en que consideramos el libro como un objeto de arte

del que el texto (en su realidad material) no es más que uno de los elementos, tenemos que encajarlo en el conjunto de circunstancias sociales que rigen la distribución de los objetos de arte: comercio, inversiones, fetichismo, consumo ostentativo, búsqueda del *status symbol*, etc.

Por otro lado, la letra-signo tiene un contenido ambiguo y múltiple. Combinada con otras letras para formar palabras que a su vez se combinan en frases, sirven en último término para transmitir, a diferentes niveles, mensajes de orden racional, práctico o afectivo, pero siempre intelectual. Elemento de ideas en cierto modo «congeladas» en la escritura pero que pueden ser reactivadas en cualquier momento o lugar por la lectura, la letra es un «instrumento de información». Pero al mismo tiempo, tomada aisladamente o en su contexto, es la imagen visible de un sonido. Escribir una palabra es, en definitiva, pronunciarla más tarde y por encargo. La lectura da nueva vida a ese contenido sonoro al igual que al contenido intelectual, sin que haya forzosamente coincidencia ni concomitancia entre uno y otro caso. La letra «instrumento de la palabra» puede muy bien dissociarse de la letra «instrumento de información».

De ello se deduce que el libro, además de objeto de arte, es a la vez un medio de expresión sonora (los sonidos pueden combinarse como una música sin significación) y un medio de comunicación intelectual (puede percibirse el sentido independientemente del esquema sonoro original, como ocurre cuando se lee una traducción).

Podrían señalarse muchas otras ambigüedades; pero esas tres orientaciones, independientes aunque no siempre divergentes, bastan para mostrar por qué es imposible aplicar a la literatura las mismas categorías y los mismos conceptos estéticos que a las demás artes. En la medida en que

el acto literario es un acto de comunicación mediante el libro, la literatura en sentido lato entraña el libro y es, al mismo tiempo, su razón de ser. Por ello participa también de su naturaleza incierta y comparte sus ambigüedades. Es éste un terreno en el que las definiciones son vagas y los criterios imprecisos.

El medio de restablecer la coherencia y el rigor estético, de «purificar», en suma, el arte literario, es darle precisamente como objeto la búsqueda y el mantenimiento de un difícil equilibrio entre la plástica gráfica, la melodía del lenguaje y la significación intelectual. En ello consiste exactamente el arte literario chino tradicional y, en general, el arte literario de Extremo Oriente en la medida en que emplea los ideogramas chinos. En efecto, esos ideogramas son a la vez dibujo, música y pensamiento. Todo el arte del poeta estriba en conciliar esas diversas naturalezas. En este sentido puede decirse que el libro chino antiguo es modelo de toda literatura. Nótese que nuestra Edad Media europea, con sus manuscritos iluminados y su afición por los juegos de palabras, los enigmas y el simbolismo verbal, tuvo la misma concepción estética; pero era mucho más difícil realizarla con instrumentos tan abstractos como las escrituras silábicas o alfabéticas y tan implacablemente racionales como las lenguas analíticas.

Por otro lado, todos los equilibrios tienen el inconveniente de ser incompatibles con el movimiento. Ahora bien, como hemos visto, el libro no ha dejado de evolucionar desde su aparición. El equilibrio establecido en un momento dado entre sus diversas escalas de valores se va rompiendo bajo la presión de circunstancias sociales, económicas y técnicas que cambian constantemente. Cristalizado por su éxito en un estilo, un lenguaje, una presentación, un precio y una

distribución, el libro no puede ya, sin degradarse o descomponerse, servir de mediador entre las nuevas generaciones de escritores que quieren que exprese lo que no puede decir y los nuevos lectores cuyas aspiraciones intelectuales y necesidades materiales no puede satisfacer. Entonces, cuando está a punto de degradarse, se produce una mutación que restablece el equilibrio. Hemos visto ya cómo a principios de siglo, por no haberse adaptado a las exigencias de la cultura de masas, el libro era feo o caro, pero nunca a la vez bien hecho y barato. Del mismo modo, salvo rarísimas y honrosas excepciones, casi nunca ocurría que los libros accesibles al lector de condición modesta estuviesen bien escritos y, a la vez, fuesen interesantes. La mutación del *paperback*, iniciada en 1935, ha sido lo que ha permitido al libro moderno adaptarse a la civilización de masas, logrando al mismo tiempo un nuevo equilibrio entre una estética gráfica adecuada a las condiciones económicas, una significación más amplia y un lenguaje más accesible.

Pero ese equilibrio no ha quedado establecido por entero ni universalmente. Pese a los éxitos espectaculares que ha conseguido en diversos países, en otros, mucho más numerosos, la mutación apenas se ha iniciado y nadie sabe si se impondrá en lo que queda de siglo.

En las sociedades del siglo xx, adelantadas o no, el libro es tanto más vulnerable cuanto más tiene que aceptar, en virtud de las necesidades de sus usuarios, especializaciones que lo desequilibran y lo desvirtúan. El libro-objeto y el libro funcional son las dos especializaciones más características.

2. El libro-objeto

Tomemos como ejemplo un matrimonio joven de una categoría socio-profesional media: artesanos, propietarios de un pequeño comercio o empleados. Supongamos que marido y mujer sean lectores asiduos y lean, además de periódicos y revistas, un libro por semana. En Francia, son menos del 10 % las personas que alcanzan o rebasan ese ritmo¹. Teniendo en cuenta la diversidad de gustos, ello supone que cada año entran 60 ó 70 libros en la casa. Aunque esos lectores sacarán probablemente libros prestados de una biblioteca, también dedicarán a la compra de libros una suma anual netamente superior a los 90 francos que representa el promedio de su categoría. Puede admitirse que adquirirán al menos 20 a 25 volúmenes por año, y hasta más si se trata de ediciones baratas. Descontando las pérdidas, al cabo de diez años poseerán una biblioteca de unos 200 libros, cifra compatible con la exigüidad de la vivienda moderna, pues corresponde a cuatro estantes de un metro de largo cada uno². Si ese matrimonio mantiene su ritmo de lectura —después de una baja hacia los treinta años, es muy probable que aumente— el número de libros en la biblioteca seguirá aumentando, y bien lo saben las empresas de mudanzas. Es fácil calcular entonces que si todos los libros que componen esa biblioteca tienen la misma posibilidad de volver a ser leídos, ninguno de ellos podrá, en el mejor de los casos, ser releído por sus propietarios más de una vez cada veinte años. En realidad, hay libros que se releen con más o menos frecuencia, y que por el hecho de ser releídos disminuyen paralelamente las probabilidades de que lo sean los demás. La selección histórica que hunde en el olvido el 80 %

de la producción literaria en un año y el 99 % en veinte años³ se hace también en este caso, aunque de forma menos implacable en una biblioteca privada que en una librería, pues la compra de un libro que se piensa conservar es ya de por sí una selección.

Todo ello muestra, en definitiva, que entre la enorme cantidad de libros que forman las bibliotecas particulares, casi ninguno sirve ya ni servirá jamás para ser leído. Cabe, pues, preguntarse para qué sirven. Si no son ya «máquinas de leer» ¿cuál es su utilidad y cuáles son los móviles que llevan a sus compradores a adquirirlos?

En general, el libro-objeto puede tener tres usos que, por lo demás, nunca se dan aisladamente, sino que se entrecruzan y se combinan hasta el infinito. Puede ser una inversión, un elemento de decoración o lo que se llama *status symbol*, o sea, el signo de pertenencia a una determinada categoría social. Incluso la biblioteca funcional del universitario o de la persona que ejerza una profesión liberal se ve influida por esas motivaciones extraliterarias.

El libro-inversión tiende a desaparecer, al menos en los circuitos comerciales de la edición y de la librería. El bibliófilo colecciona casi siempre libros antiguos. Cada vez es más raro que los editores hagan tiradas especiales, fuera de comercio, en papel de lujo. La producción literaria ha llegado a ser demasiado abundante y la selección histórica demasiado rigurosa para ello. Una edición de lujo de un libro olvidado es un peso muerto.

El libro-decoración subsiste en cierta medida. Ha llegado a ser incluso un accesorio indispensable para el decorador que desee crear un ambiente confortable en un rincón de la sala de estar. Pero en realidad también su uso declina, precisamente porque se lee más. La cabida para

libros de un piso moderno es limitada. Teniendo en cuenta el resto del mobiliario y una decoración razonable, en un piso corriente de dos habitaciones (sala de estar, dormitorio, cocina) apenas caben más de 200 ó 300 volúmenes. Si hay que sacrificar la movilidad de ese escaso fondo a las necesidades de la decoración (nada es menos estético ni está más desordenado que una biblioteca en actividad), saldrá perdiendo la lectura. Cada vez con mayor frecuencia el libro se considera como un producto «fungible» —*expendable*, se diría en inglés—, y la necesidad que tiende a satisfacer el *paperback* es, por naturaleza, efímera.

El *status symbol* subsiste todavía con fuerza en algunos países, ya porque las masas hayan accedido recientemente en ellos a la cultura escrita (en cuyo caso el libro vuelve a tener el valor casi religioso que tenía para las masas de la Europa Occidental del siglo XIX), ya por el contrario porque su estructura social comprende grupos con reacciones estereotipadas, como la pequeña burguesía de los Estados Unidos. En este último caso, por lo demás, no se trata ya de libros caros (encuadernación o tipografía artística) con auténtico valor de signo, sino de ediciones en serie de presentación falsamente lujosa, como las ediciones con que algunos clubs internacionales del libro (de origen precisamente norteamericano) inundan el mercado mundial.

Sólo se trata, naturalmente, de uno de los aspectos de la edición «de club» que, si bien en países relativamente inaccesibles a la noción de *status symbol* como Francia ha tenido un éxito limitado, ha representado en cambio hasta una quinta parte de la cifra de negocios total⁴ de la edición en los Estados Unidos o en la República Federal de Alemania. Como decía ya en 1956 un artículo francés dedicado a este tipo de edi-

ción: «El interés que ha suscitado la aparición del volumen de club responde a la afición que ha conservado por el libro encuadernado y bien presentado un público instruido que gustó de los buenos libros, pero que por las devaluaciones sucesivas de la moneda y la disminución constante de su poder adquisitivo, al mismo tiempo que por el costo de la encuadernación de artesanía, no ha podido formar una biblioteca selecta»⁵.

Tal es, en efecto, uno de los puntos finales de la trayectoria del libro-objeto en nuestro mundo nivelado. Pero sería injusto no ver en ello más que una desvalorización. Los progresos técnicos realizados especialmente en la fabricación del papel, la reproducción de los colores y el empleo de las materias plásticas han permitido, en numerosos casos, elevar a un nivel muy alto el valor-objeto del libro sin disminuir por ello su valor en uso.

Un caso particularmente interesante es el de las colecciones del tipo Pléiade en Francia o Aguilar en España. Mediante el empleo de un papel biblia muy bueno y de una encuadernación de badana sintética, esas editoriales producen libros que son valores de inversión y objetos decorativos, pero que, al mismo tiempo, proporcionan, en forma a la vez agradable y funcionalmente adecuada para el uso cotidiano, un material de lectura cuyo precio, teniendo en cuenta la densidad de los volúmenes, no es superior al del material proporcionado por las ediciones corrientes.

Añadamos que la belleza del libro moderno le devuelve a veces, incluso cuando es deliberadamente funcional, un valor estético casi literario. Así sucede, por ejemplo, con los libros de texto en un país como Francia en que el perfeccionamiento y la difusión de los métodos pedagógicos

hace prácticamente vana la competencia en torno al valor en uso del libro y en que la rivalidad de los editores se dirige a su valor como objeto. El libro de texto francés, en la segunda mitad del siglo xx, es con frecuencia un verdadero objeto de arte, pero conserva o aumenta incluso su eficacia funcional como instrumento pedagógico. Y más allá de esa eficacia llega a ser un instrumento de lectura literaria, puesto que, según el testimonio de numerosas librerías, algunos lectores adultos lo compran con ese fin.

Pero éste no es sino un caso extremo, del que no puede deducirse una ley general. El libro de texto sigue siendo, en todo caso, el prototipo del libro-instrumento, del libro funcional.

3. El libro funcional

Es más fácil definir el libro funcional que el libro-objeto. Se presenta como tal y su intención utilitaria no da lugar a equívocos. De las diez categorías reconocidas por la clasificación decimal de Dewey, cuatro son totalmente funcionales (ciencias sociales, filología, ciencias puras, ciencias aplicadas) y cinco lo son parcialmente (generalidades, filosofía, religión, bellas artes, historia y geografía).

Considerado numéricamente, el libro funcional representa la parte más importante de la edición mundial: el 75 %, aproximadamente, de los títulos publicados cada año y aproximadamente la misma proporción de la tirada global.

Esa indicación debe considerarse, no obstante, con mucha prudencia, ya que los criterios de la clasificación decimal son muy imprecisos. Si se consideran como más o menos funcionales todos los libros que no pertenecen a la categoría 8 (literatura), es posible formarse una idea aproximada de la situación en cada país, pero hay que

tener siempre en cuenta que esa categoría comprende a veces obras funcionales. En Francia, por ejemplo, se tiene la costumbre de incluir en ella no sólo los trabajos de crítica y de historia literaria, incluso universitarios y escolares, sino también las obras de la categoría 4 (filología).

Cuadro 1. Evolución del porcentaje de libros funcionales

País	1938	1952	1962	1964
Alemania (Rep. fed.)	75	70	75	75
Alemania oriental	—	75	80	75
España	?	50	60	70
Estados Unidos de América ...	60	55	60	75
Francia	70	65	60	65
Italia	80	70	65	60
Japón	?	75	75	70
Países Bajos	?	50	70	75
Reino Unido	55	65	65	70
U.R.S.S.	75	70	85	90

En el cuadro 1 puede verse de forma muy aproximada la evolución del porcentaje efectivo de libros funcionales (en número de títulos) en relación con la producción total de los años 1938 (último año completo antes de la segunda guerra mundial), 1952 y 1962.

Pese a su imprecisión, este cuadro nos aporta algunas indicaciones útiles:

1. En un cuarto de siglo la situación ha cambiado menos de lo que hubiera podido esperarse.

2. En los países de industria «joven» y en vías de desarrollo económico intenso, aumenta la producción de libros funcionales. Por lo demás, se puede comprobar fácilmente que las categorías favorecidas son las ciencias sociales y las ciencias aplicadas.

3. En los países industrializados desde hace ya tiempo se observa una estabilidad relativa.

4. Los Países Bajos constituyen un caso aparte. Desde hace algunos años este país vuelve a tener en el mercado mundial la especialidad del libro erudito que tradicionalmente había ostentado.

En el renglón de los libros funcionales se dispone sobre todo de información sobre los libros de texto, que son también los más importantes. Los progresos de la instrucción pública en el mundo han hecho de los libros de ese tipo un artículo de primera necesidad en todos los países.

En Francia representan del 20 al 25 % de los títulos publicados cada año, el 30 % de las tiradas y el 20 % de la cifra de negocios de la edición⁶. Puede considerarse que estas cifras corresponden a un promedio mundial. En efecto, Francia tiene un sistema de enseñanza muy centralizado y una industria del libro fragmentada. Estos dos hechos se compensan entre sí, por lo que no se observa ni el fraccionamiento extremo de las tiradas característico de un estado federal como la República Federal de Alemania, ni la concentración propia de los países muy centralizados.

El caso del libro de texto permite ver claramente cuál es la diferencia entre el libro funcional y el libro literario, quedando definido este último por el diálogo entre el autor y el lector. Mientras que cada libro literario publicado —por ejemplo, cada novela— es una aventura con un desenlace imprevisible, el libro funcional responde a una demanda técnica que es fácil determinar, definir, evaluar. El riesgo se reduce al mínimo y no es necesario correrlo de nuevo mientras subsiste la demanda. Los títulos tienen, por consiguiente, una vida comercial mucho más larga.

Cuadro 2. El libro de texto en Francia (1959)

	Conjunto de la producción	Libros de texto	Porcentaje
Cifras totales:			
Cifra de negocios (en millones de frascos)	740	173	23,5
Títulos	11.878	3.025	25,5
Tiradas (número de ejemplares)	178.667.000	56.350.000	31,5
Tirada media	15.041	18.628	
Primeras ediciones:			
Títulos	5.580	650	11,6
Tiradas (número de ejemplares)	80.211.000	12.600.000	15,7
Tirada media	14.373	19.384	
Reimpresiones:			
Títulos	6.298	2.375	37,7
Tiradas (número de ejemplares)	98.456.000	43.750.000	44,4
Tirada media	15.727	18.421	

Así se explica, por una parte, que la tirada de obras de ese tipo sea mucho más elevada que la de una obra literaria y, por otra, que la reimpresión se haga con más frecuencia y en proporciones más considerables. Véanse, por ejemplo (Cuadro 2), las cifras relativas al libro de texto en Francia en 1959, calculadas por el Sindicato Nacional de Editores⁷ Para interpretar esas cifras conviene recordar que la tirada media de los libros en el mundo es de unos 11.000 ejemplares por título, pero que la tirada media de las novelas en Francia está muy por debajo de los 10.000 ejemplares.

Las cifras del cuadro 2 indican, ante todo, la importancia del libro de texto en el conjunto de la edición, puesto que, sea cual fuere el modo de

evaluación, representa entre un cuarto y un tercio del total. Su importancia sigue, además, aumentando constantemente. En 1959, por ejemplo, el libro de texto no representaba más que el 23,1 % de la cifra de negocios, el 20,9 % de los títulos y el 28 % de las tiradas. Pero el fenómeno capital y más característico es que, en el caso del libro de texto, las reimpressiones representan, tanto en títulos como en tiradas, cerca de cuatro veces más que las primeras ediciones, mientras que en el conjunto de la producción los dos grupos son prácticamente iguales. Esto significa que el libro de texto implica menos trabajo creador que los demás tipos de libros. Aunque el refinamiento de la presentación permita en el libro de texto una especie de diálogo entre usuario y productor⁸, es uno de los sectores en que con mayor fuerza persisten los estereotipos. En 1964, en un libro humorístico titulado *Qui a cassé le vase de Soissons?*, Gaston Bonheur hizo, con mucha gracia pero también con mucho acierto, el inventario de los mitos que las ediciones sucesivas de libros de texto han inculcado durante más de un siglo a cinco generaciones francesas⁹.

Pero la situación está cambiando rápidamente. Como lo señalaba en 1961 Edward E. Booher, editor norteamericano especializado en ese ramo, el *textbook*, o sea, el manual que contiene los textos en que el profesor basa su enseñanza oral, está en vías de desaparición¹⁰. El libro de texto es un marco a la vez demasiado rígido y demasiado estrecho. No se adapta a las cuatro grandes características de la enseñanza de nuestra época: a) la expansión y el cambio rápido de los conocimientos fundamentales; b) el aumento necesario e incontrolable del número de alumnos y estudiantes; c) la necesidad de sustituir la formación escolar de una «élite» por una educación permanen-

te que permita aprovechar todas las aptitudes; d) el empleo sistemático de las técnicas audiovisuales de comunicación como medios auxiliares de la enseñanza.

En definitiva, la misma especialización que desde hace algunos siglos ha separado el libro funcional del libro literario le impone ahora una nueva metamorfosis, pero en sentido inverso. Al sustituir pedagógicamente la imagen y el sonido al libro erudito, éste pierde mucho de su carácter funcional y deja de quedar reducido a la función de máquina de enseñar. En lugar de difundir la información en un círculo determinado y con arreglo a un programa establecido, el libro puede publicarla de nuevo, o sea, ofrecerla libremente a un público anónimo.

En 1962, en el Congreso que reúne cada año a los editores norteamericanos se señaló que durante los tres años precedentes habían sido cada vez más las escuelas y universidades que habían adoptado *paperbacks* como libros de estudio¹¹. Esta tendencia es cada vez más marcada no sólo en los Estados Unidos sino en el mundo entero.

Desde hace ya tiempo, la editorial Penguin publicaba, además de su serie literaria, una serie funcional, la colección «Pelican», en la que han aparecido numerosas obras científicas de alta calidad. Señalemos que se trata sobre todo de obras de ciencias humanas —arqueología, historia, sociología, economía, etc.—, probablemente porque estas ciencias (que han sido las últimas en separarse de la literatura) permiten la desespecialización más que otras. Lo mismo sucede ahora corrientemente en la mayoría de los países occidentales. En los Estados Unidos, muchas obras científicas se editan en *paperback* después de haber sido publicadas como libro caro, encuadernado, lo que por otra parte lleva a las bibliotecas universitarias a modificar en consecuencia

su política de adquisiciones. En efecto, el libro de trabajo que las bibliotecas ponen a disposición de los estudiantes y de los profesores deja de ser un instrumento de referencia fijo, único y tanto más caro cuanto más rápidamente queda anticuado, para integrarse en una gran corriente de unidades de información de toda índole que se sustituyen y se ponen al día fácilmente a medida que se van utilizando. Este diálogo constante entre producción y consumo erudito existía ya en algunas colecciones de semivulgarización de gran tirada que precedieron al *paperback* científico; por ejemplo, en Francia la famosa colección «Que sais-je»? Ahora, sobre todo en los Estados Unidos, se aplica corrientemente la misma técnica de edición a los grandes manuales básicos y a las obras científicas fundamentales¹².

Este cambio de actitud ha tenido, entre otras consecuencias, la de dar a la edición moderna del *paperback* características que no dejan de presentar analogías, *mutatis mutandis*, con las de los incunables de los primeros tiempos de la imprenta. Se encuentran ahora, a precios análogos y con presentaciones comparables, obras eruditas, colecciones de palabras cruzadas o de chistes, guías de turismo, manuales de mecánica o carpintería doméstica, de costura, de cocina, novelas policíacas, diccionarios, obras piadosas (en Francia, por ejemplo, el «Livre de poche chrétien») y reediciones de las principales obras clásicas.

Estas últimas son, al mismo tiempo, obras funcionales y libros literarios. Cuando, por ejemplo, en Francia, las editoriales Flammarion y Garnier publican conjuntamente en una colección de tipo *paperback* los grandes textos de la literatura francesa y de la literatura extranjera, atienden simultáneamente, por una parte, a la necesidad funcional de los alumnos y estudiantes, que encuen-

tran así, al mismo precio pero en forma muchísimo más agradable, los textos de estudio que les proporcionaban antes las «ediciones clásicas» y, por otra, a la demanda literaria de un gran público que está descubriendo un patrimonio cultural que hasta ahora no estaba a su alcance por la carestía y la escasez de las ediciones «de librería».

4. El libro literario

Antes de continuar, es necesario dar una definición, por lo menos provisional, del libro literario. En mi *Sociologie de la littérature*, publicada en 1958, no di del libro literario —y me lo han reprochado con razón— más que una definición negativa: «Es indudable que no definimos la literatura por ningún criterio cualitativo. Nuestro criterio sigue siendo lo que llamamos la aptitud para la gratuidad. Es literaria la obra que no es un instrumento sino un fin en sí. Es literatura la lectura no funcional, la que satisface una necesidad cultural no utilitaria¹³.»

Sin abandonar esta definición, he de reconocer que es insuficiente. Una cosa es afirmar que el libro literario no es ni el libro-instrumento ni el libro-objeto, y otra creer que con eso está dicho todo. En realidad, como lo subrayé en otra parte, el libro literario no puede definirse más que por un *uso* literario: «Las motivaciones propiamente literarias son la que respetan la gratuidad de la obra y no hacen de la lectura un medio sino un fin. Se observará que la lectura así concebida supone y excluye, al mismo tiempo, la soledad. En efecto, leer un libro como creación original y no como instrumento destinado a la satisfacción funcional de una necesidad, supone 'ir hacia otro', 'recurrir a otro' y, por consiguiente,

salir de sí mismo. En este sentido, el libro-compañero se opone al libro-instrumento, subordinado por entero a las exigencias del individuo ¹⁴». En realidad, allí estaban ya los elementos de una definición que no encerraba al libro literario en la gratuidad, sino que por el contrario le daba una significación más elevada, más fecunda en todo caso que la del libro-instrumento. En efecto, el libro literario supone, decía yo, «ir hacia otro»; supone que haya intercambio. El intercambio es el criterio de lo literario y de lo no literario. Por lo demás también escribí, en el mismo libro, sin darme cuenta de todo lo que ello implicaba: «No se puede contar, por consiguiente, con las clasificaciones formales o materiales sistemáticas para hacerse una idea clara de las relaciones entre lectura y literatura. Más bien es la naturaleza del intercambio entre autor y público lo que nos permite decir lo que es literario y lo que no lo es. Tanto en la prensa como en la edición, hay muchos textos escritos con un propósito funcional de los que se hace corrientemente un uso no funcional y propiamente literario ¹⁵.» A este respecto citaba el ejemplo de G. K. Chesterton que, en *The man who was Thursday*, muestra que puede haber un uso literario de la guía de ferrocarriles.

En realidad no existen obras literarias sino hechos literarios, o sea, diálogos entre un escritor y un público. Un libro puede tener intenciones, pretensiones literarias, o sea, invitar al diálogo; pero no es seguro que lo consiga. Por el contrario, un libro puede haber sido lanzado al vacío como la botella al mar y obtener ese diálogo que otros no logran. Caracterizaremos así el hecho literario por la existencia de un juicio estético consciente por parte del lector. En el caso más favorable, este juicio llega a conocimiento del autor por conducto de la crítica, por inter-

medio del editor o en último extremo, por el contacto personal que el autor pueda tener con su público. Pero sabemos que, precisamente desde comienzos del siglo XIX, la literatura se caracteriza por una ruptura entre el escritor y el público. Para el sentido común, el acto literario es el prototipo del acto de comunicación: un autor transmite a un público, por medio del idioma, las imágenes y las ideas que han surgido en su espíritu. Como contrapartida, obtiene el elogio o la censura, la indiferencia o la simpatía de ese público. Hoy sabemos que este esquema, aplicable al narrador oral, no lo es ya al escritor y menos todavía al escritor cuyas obras se imprimen y se venden en grandes tiradas. En nuestros días, la comunicación en literatura es ante todo difusión, y difusión en dirección única. A partir del momento en que lanza su mensaje, o sea, a partir del momento en que se publica su obra, el autor no puede ni rectificar su contenido, ni controlar su circulación, ni determinar los destinatarios, ni comprobar la recepción, ni dirigir la lectura y la interpretación. Se trata verdaderamente de un viaje sin regreso. Por otra parte, el lector anónimo, cuando recibe el mensaje así dirigido hacia él, puede tener la seguridad de que, salvo una coincidencia muy poco probable, ese mensaje no le está destinado personal ni concretamente. Le es imposible pedir una explicación, un complemento, un comentario. Le es imposible representarse la masa de los demás destinatarios y, por consiguiente, comparar sus reacciones con las de ellos ¹⁶.

Tenemos así, en los dos extremos de la cadena, una doble soledad. Por lo demás, tal soledad es lo que da al acto literario su aparente gratuidad. La falta de un vínculo directo de persona a persona, o por lo menos, de un conocimiento mutuo entre el individuo emisor y el individuo receptor,

hace que sea muy difícil la explotación utilitaria del mensaje. Naturalmente, esa explotación no es imposible, pero sí muy aleatoria y de un rendimiento insignificante. No ocurre lo mismo con el libro funcional, el libro de texto por ejemplo, cuyo autor y cuyo público se definen uno en relación con el otro con mucha precisión y cuyos trayectos de distribución se conocen con exactitud. El libro de texto, como hemos visto, no tiene utilización ni significación literarias sino en las condiciones de anonimato y gratuidad del libro literario: cuando un adulto hojea, al azar de una lectura, un libro de texto particularmente bien ilustrado, o cuando un aficionado a los viejos libros saborea las ingenuidades y los arcaísmos de un libro de texto de otros tiempos.

La soledad del autor y del lector, su ignorancia recíproca, parecen, pues, en nuestros días inseparables del acto literario. Esa es la situación que trata de expresar la vieja metáfora de la botella lanzada al mar. Hay que decir que la metáfora es imperfecta, pues se basa en una interpretación peligrosamente romántica del gesto del naufrago, que utiliza la botella y las corrientes marinas para establecer contacto con sus salvadores eventuales porque no dispone de ningún otro medio de trasmisión más perfeccionado, más eficaz, pero cuyo S. O. S. es estrictamente utilitario y va dirigido a una persona determinada. En rigor, ese gesto podrá ser novelesco y lograr un contenido literario si se pierde en algún relato de aventuras y llega a destinatarios que no puedan darle respuesta.

Por otra parte, la botella tiene el defecto de ser única: la metáfora no tiene en cuenta la difusión, la multiplicación de la obra, que es, quiérase o no, una de las características fundamentales de la literatura. Sería preferible sustituir esa imagen por el llamamiento radiofónico lanzado al azar

de las ondas, recogido débilmente por algún que otro aficionado y retransmitido después así por toda la superficie del planeta. Hay que reconocer que los medios técnicos modernos han disminuído considerablemente la soledad del que clamaba en el desierto.

En cambio, no han influido en la soledad del escritor. Para él habría que encontrar otra metáfora. Por ejemplo, un espeleólogo que ha quedado encerrado en el fondo de una cueva y arroja fluoresceína en una corriente subterránea; a cientos de kilómetros de allí, unos paseantes, unos pescadores o unos marineros observan el reflejo verde del río y se preguntan sin sospechar su origen a qué se debe, admiran el efecto o ven en él un mensaje de los dioses.

¿Quiere ello decir que es imposible cualquier contacto entre el autor y su público? En modo alguno. Ese contacto existe pero sigue una trayectoria que no es la de la obra literaria. Porque la doble soledad de que hablábamos no existe más que literariamente; no tiene sentido más que en el proceso del intercambio literario. El autor y el lector anónimo no son los únicos autores que toman parte en ese proceso. Ambos existen en una realidad social a la que están incorporados; y es a través de esa realidad social como puede establecerse el contacto, al igual como dos conductores eléctricos, aislados, se conectan «a la masa».

Llegamos así a la significación profunda de nociones como «humanismo» o «*engagement*». Tales nociones se interpretan muchas veces como valores morales, destinados a reemplazar a los valores estéticos o, por lo menos, a unirse a ellos en la creación de la obra. Se produce así un conflicto sin solución entre las exigencias del «mensaje» y las del arte. En realidad, decir de un escritor que es humanista no significa que dé a su

obra un carácter filosófico determinado ni que la impregne de una sabiduría basada en determinadas lecturas; el *engagement* no significa que el escritor utilice su obra con fines militantes, que la conciba, la sienta y la piense como un instrumento, un medio de acción. Uno y otro término tienden sencillamente a indicar que el escritor de que se trata está profundamente arraigado en una realidad colectiva, sea cual fuere la naturaleza de esa realidad. Tienden a expresar la identidad completa en el escritor del hombre social y el hombre poético. Jean Paul Sartre, al definir la literatura, preguntaba con razón: ¿para quién se escribe?¹⁷ La exteriorización que constituye la composición de una obra literaria sólo tiene sentido si se hace ante alguien, para alguien. Incluso cuando se personifica un objeto inanimado (el agujero del barbero de Midas, el micrófono del aparato grabador) o cuando se dirige uno a un animal, hace falta un presunto interlocutor. Ese interlocutor sirve de caja de resonancia. Su papel es doble, ya que actúa por una parte como factor determinante en la creación de la obra, cuya formulación se hace con relación a él, y por otra como mediador entre la obra y el público anónimo, pues es su presencia en la imaginación del escritor la que da su sentido literario a la confidencia o a la confesión. De él depende, pues, la riqueza social de la obra, o sea, el número, la intensidad, la calidad de los intercambios «en la masa» entre el autor y sus lectores.

En efecto, es evidente que, según el grado de «humanismo», de *engagement* o de cualquier otra calidad que implique que el autor tiene vínculos sociales numerosos y diversos, el interlocutor al que se dirija y cuyo lenguaje utilice responderá más o menos; y con ello el escritor tendrá más probabilidades de utilizar el lenguaje, de responder a las expectativas y de satisfacer

la necesidad de un lector cualquiera. Por otra parte, ese lector cualquiera, en la medida en que participe de la misma naturaleza social que el supuesto interlocutor (y cuanto más rica sea esa naturaleza más probabilidades tendrá de participar en ella), participará también en la determinación de la obra: el autor escuchará, por así decirlo, anticipadamente.

Así, pues, aunque no exista ningún contacto visible entre el autor y su público, hay, sin embargo, intercambio, comunicación entre ellos, a condición de que el público supuesto al que se dirige la obra implique en el autor una riqueza suficiente de la vida social.

Es más, la institucionalización de la vida literaria que se va imponiendo en las sociedades adelantadas favorece o dificulta la comunicación entre el escritor y el público. En efecto, para que el hecho literario sea completo, no sólo es preciso que el escritor transmita al lector un mensaje comprensible o por lo menos utilizable, sino también que el juicio motivado de ese lector sea, de una u otra manera, retransmitido hacia el escritor, ya sea directamente, ya en el plano del editor que condiciona indirectamente su producción. Dicho en otras palabras, la clave del hecho literario estriba en que exista o no una opinión literaria; o sea, en que el público tenga conciencia de sus gustos, sus preferencias, sus necesidades y sus orientaciones. Es la expresión de esa opinión, su transmisión al nivel de los productores y de los empresarios de la literatura, es decir, de los escritores y de los editores. Esa expresión debe ser lo bastante clara como para que se comprenda, pero lo bastante discreta como para que no sea coactiva y no prive a la creación literaria de la libertad que necesita.

Ahora bien, en la mayor parte de los países, todo lo que representa la crítica, la «vida de las

letras», tiende hoy a limitar la opinión literaria a la de una capa social y casi siempre a la de una clase. El hecho no es nuevo. Hemos visto incluso que la historia del libro es la historia de la participación en el intercambio literario de sectores cada vez más numerosos de la población. Siempre ha habido una literatura «cultá», que implica intercambios conscientes entre ciertos públicos y ciertos escritores y, por otra parte, una literatura «otorgada», que es sencillamente el consumo anónimo de lecturas por masas cuyo volumen y composición han variado de un siglo a otro.

Se empieza apenas a sospechar la importancia de esa «subliteratura» al lado de la «buena literatura». Sin embargo, entre ellas existen vínculos numerosos. Algunas formas literarias que aparecieron en una de ellas han pasado a la otra por la evolución de las sociedades, permitiéndolo sobre todo el tipo de institucionalización de su vida cultural. Así, la comedia, la novela, la canción, se consideraron en determinados momentos de su historia como subliteratura y sólo «ascendieron» de categoría cuando ascendieron sus lectores. En tiempos más recientes, la novela policíaca ha sufrido una mutación análoga. No es absurdo pensar que las historietas de dibujos, tan despreciadas, tan criticadas, merecerán un día la consideración de género literario, cuando los que hacen de ellas su lectura habitual posean los medios intelectuales y materiales necesarios, por una parte, para formular un juicio estético sobre ellas y, por otra, para lograr que ese juicio se tenga en cuenta, pudiendo participar así en la vida literaria.

Al lado de la literatura existe, pues, el inmenso campo de lo que se llama ora subliteratura, ora infraliteratura, ora literatura marginal. En el límite de ese campo está el libro literario, determinado, como puede verse, no sólo por factores

estéticos sino también y, principalmente, por factores sociales. Se comprende, por ejemplo, que un libro sea más o menos literario según el público a que se dirija, y el reciente fenómeno del *paperback* plantea precisamente de manera aguda el problema de lo paraliterario al margen de lo literario. En efecto, libros que habían surgido en determinado grupo social, que habían corrido su suerte y recibido su consagración, han sido repentinamente puestos en contacto, gracias a las grandes tiradas, con públicos nuevos e insospechados. Hasta entonces la literatura «otorgada» era una subliteratura, un producto de segunda categoría, en cierto modo industrial, destinado al consumo de las masas anónimas. Pero de repente la literatura de calidad reconocida por determinado grupo social se pone en circulación en otros grupos sociales que no la han suscitado y que no tienen los medios de dar a conocer su opinión sobre ella. Se vende Steinbeck en el *drugstore* y Camus en los almacenes con sucursales múltiples. Pero ni el cliente del *drugstore* ni el de esos almacenes tienen los medios para participar en el intercambio que la aparición de nuevos Steinbeck y nuevos Camus puede suscitar. Para el porvenir de la cultura escrita, éste es seguramente, a la vez, el más angustioso y el más difícil de los problemas que plantea la moderna revolución del libro.

Segunda Parte
Las nuevas características de la edición

Capítulo 3

La producción mundial

1. Interpretación de los datos estadísticos

El carácter ambiguo del libro y la imposibilidad de dar de él una definición rigurosa hacen que el establecimiento y la interpretación de las estadísticas en materia de edición no puedan por menos de ser sumamente imprecisos.

Ya en 1956, R. E. Barker señalaba la gran variedad de los criterios aplicados en los diversos países para definir el libro ¹. En Italia, por ejemplo, se exigía que un volumen tuviera por lo menos 100 páginas para que pudiera considerarse como libro, mientras que en la India no se imponía ninguna condición de ese género; en la mayoría de los países la definición se basaba en el número de páginas, y en el Reino Unido se fundaba en un precio mínimo.

Por suerte, últimamente se ha llegado a un acuerdo sobre la definición internacional del libro. En efecto, la Conferencia General de la Unes-

co aprobó el 19 de noviembre de 1964 una «Recomendación sobre la normalización internacional de las estadísticas relativas a la edición de libros y publicaciones periódicas». Si todos los Estados la respetan, esa recomendación, preparada desde hacía tiempo, puede resolver el problema, generalizando en lo futuro el empleo de definiciones uniformes. Un *libro* es «una publicación impresa no periódica que consta como mínimo de 49 páginas, sin contar las de cubierta». Se entiende por *folleto* la «publicación impresa no periódica que consta de 5 a 48 páginas, sin contar las de cubierta». En la recomendación se definen asimismo la *primera edición*, la *reedición*, *reimpresión*, la *traducción*, y el *título*, y se formulan sugerencias detalladas acerca de la clasificación, los modos de enumeración y los diversos tipos de estadística que conviene establecer anualmente en cada esfera nacional. Se establece igualmente que deberían quedar excluidas de las estadísticas ciertas categorías de publicaciones, a saber: *a)* las publicaciones editadas con fines publicitarios; *b)* las publicaciones de carácter efímero; *c)* las publicaciones cuya parte más importante no es el texto.

Es, pues, de esperar que con esta recomendación se evitará dentro de relativamente poco tiempo la imprecisión de las estadísticas de que ahora disponemos. Por el momento, sólo podemos avanzar a tientos y contentarnos con descubrir tendencias o rumbos. Lo esencial es que tengamos una noción clara de lo que los diversos datos ahora disponibles puedan indicarnos².

Las estadísticas más fáciles de realizar y las más frecuentes son las de los títulos publicados. En efecto, en la mayoría de los países, el «depósito legal» obliga a los editores a poner a disposición del Estado uno o más ejemplares de cada libro que publican.

Con la lista de obras depositadas anualmente por las editoriales es bastante fácil hacerse una idea de sus actividades. Sin embargo, observemos que esas estadísticas por títulos nos dan únicamente el número de «aventuras de edición», pero no nos proporcionan ningún dato sobre la importancia económica de esas aventuras ni, lo que es más importante, sobre su contenido cultural. No puede decirse que cada «aventura» de un editor sea también la «aventura» de un escritor, un hecho intelectual o artístico nuevo. Para apreciar esta producción «real» habría que descontar de las cifras brutas, por un lado, las reediciones y, por otro, las traducciones. En algunos países, se hacen en las estadísticas una u otra de estas dos correcciones, aunque raramente las dos a la vez, lo que no facilita naturalmente las comparaciones. Mientras no se generalice la aplicación de la recomendación de la Unesco, seguiremos mal informados sobre el número de «primeras ediciones». En cuanto al número de traducciones, su evaluación empieza a ser posible gracias al *Index translationum* publicado por la Unesco. La única forma de llegar a una crítica relativamente rigurosa de las estadísticas globales por títulos consistiría en combinar ambos tipos de datos. Y aun así, para que la labor fuera realmente útil habría que hacerla por clases de obras, especialmente en la clase 8, la de las obras consideradas como literarias. Sin embargo, tal como están las cosas actualmente, se trata de un deseo irrealizable. Todo lo más pueden hacerse algunas evaluaciones, tan hipotéticas como imprecisas.

En materia económica las evaluaciones son aún más inseguras, dado que las palabras no tienen en los países socialistas el mismo sentido que en los países capitalistas. En estos últimos, que asignan importancia primordial a la cifra de negocios, sólo se incluyen en las estadísticas las obras

puestas en venta (comercializadas). En los Estados Unidos, por ejemplo, se excluyen las ediciones oficiales, que se distribuyen gratuitamente, lo cual tampoco constituye por otra parte un criterio suficiente, puesto que los volúmenes comprados por el Estado a las editoriales privadas y distribuidos gratuitamente como ayuda o propaganda figuran en las estadísticas. ¿Debe hacerse la misma distinción en la producción de la U.R.S.S., país donde la «comercialización» no significa lo mismo que en los Estados Unidos? Según se haga o no, la cifra de la producción soviética puede variar en más de un 20 por 100.

El sistema más riguroso de evaluación sería combinar las estadísticas por títulos con las estadísticas por tiradas, es decir, por número de ejemplares impresos. Se trata de datos materiales comparables, que dan información, tanto sobre la importancia económica de la actividad editorial como sobre el lugar que ocupa en la vida del país.

Desgraciadamente, no se sabe mucho más sobre tiradas que sobre títulos. Es cierto que algo se ha adelantado desde que se han dejado de considerar esas estadísticas como secreto comercial. Ahora se puede saber, al menos aproximadamente, el número de ejemplares impresos en las grandes naciones productoras. Los países socialistas no han tratado nunca de ocultar nada a ese respecto. En los otros países, comienza a descorrerse el velo y ya es posible hacer evaluaciones que no sean ya meras hipótesis. Para orientar esas evaluaciones, para confirmarlas y en ciertos casos para rebasarlas, se dispone de un dato publicado por las organizaciones internacionales: el consumo de papel de imprenta y de escribir. Naturalmente, no existe una relación invariable entre la producción de libros y el consumo de esa clase de papel; pero, como sucede con las estadísticas

por títulos, mediante la comparación de las cifras de años sucesivos puede uno hacerse una idea de las tendencias generales y compararlas con las que se han observado o comprobado en otros terrenos.

El cuadro de la edición así obtenido sería incompleto si sólo fuera una yuxtaposición de estadísticas nacionales. Hay que tener en cuenta una tercera serie de datos, los correspondientes a la «dinámica» del libro; es decir, las traducciones, las exportaciones e importaciones, las coediciones y, en general, los intercambios culturales. Como ya vimos, el libro constituye el modo más cómodo y eficaz de comunicación del pensamiento y del arte. Le caracteriza ante todo la movilidad, la posibilidad de difusión. Por consiguiente, con los datos estadísticos sobre títulos y tiradas hay que combinar las indicaciones dinámicas sobre las grandes corrientes que tienden hoy a transformar el mercado del libro, que antes era nacional, en mercado mundial.

2. Estadísticas brutas por títulos

En el cuadro 3 figuran las cifras de la producción global por títulos en los diferentes países del mundo en 1962 y 1964, o al menos, en los años más cercanos a 1962 y 1964 sobre los que se hayan publicado tales datos.

A fin de permitir el cotejo y de poner de manifiesto algunas de las principales orientaciones que predominan en la edición mundial, se indican asimismo las cifras del año 1952 o, por lo menos, las del año más próximo a 1952. Los doce años así abarcados bastan para un estudio comparativo.

Lo primero que puede verse en este cuadro es que existen unos cuantos «gigantes» de la edición.

Cuadro 3. Producción mundial por

País	1952	1962	1964
Afganistán	—	60 [1963]	60 [1963]
Albania	98	571	464
Alemania (Rep. Fed.)	13.913	21.481	25.204
Alemania oriental	4.310 [1953]	6.540	5.594
Arabia Saudita	—	321	—
Argentina	4.257	3.323	3.319
Australia	627	1.793	2.379
Austria	3.179	3.557	3.594
Bélgica	4.610	3.465	3.668
Birmania	82 [1951]	330 [1960]	—
Brasil	3.208	3.911	5.133 [1963]
Bulgaria	2.031	3.716 [1961]	3.436
Burundi	—	—	29
Camboya	392 [1953]	159	193 [1963]
Camerún	—	18	—
Canadá	684	3.600	3.000
Ceilán	268	1.969	1.488
Corea (Rep. de)	1.393	3.720	2.459
Costa Rica	—	164	13 [1963]
Cuba	615 [1953]	736	509 [1963]
Checoslovaquia	5.837	8.703	8.533
Chile	—	1.040	1.577
China continental	2.507	26.414 [1958]	50.000 [ev.]
China (Taiwan)	427	2.625	3.095
Chipre	—	—	170
Dinamarca	2.186	4.157	4.658
El Salvador	—	139	75 [1963]
España	3.455 ¹	12.243 ²	15.540
Estados Unidos de América rica	11.840	21.904	28.451
Etiopía	—	178 [1961]	—
Filipinas	195 [1953]	595 [1963]	621
Finlandia	1.748	2.646	3.540
Francia	11.954	13.282	13.479
Ghana	—	269 [1963]	315 [1963]
Grecia	1.016	1.277	1.320
Guatemala	70 [1953]	500	90 [1963]
Guinea	—	4 [1963]	5
Haití	—	106 [1961]	39
Honduras	—	189	—
Hon-Kong	—	—	437
Hungría	3.195	5.236	4.789
India	18.252	11.506	13.128
Indonesia	778	869 [1961]	791 [1963]
Irak	248 [1953]	143 [1959]	286
Irán	391 [1954]	569 [1961]	600 [ev.]
Irlanda	149	217	170
Islandia	420	579	513 [1963]
Israel	822 [1950]	2.532 [1961]	3.000 [ev.]
Italia	8.949	8.797	9.000 [ev.]

* Cuando faltan los datos de 1952 ó 1962 se indican las cifras correspondientes al año más próximo, que figuran en tales casos entre corchetes.

¹ Cifra no revisada.

² Cifra revisada retroactivamente (anteriormente: 9.556).

títulos (evolución de 1952 a 1964)^a

País	1952	1962	1964
Japón	17.306	22.010	24.049
Jordania	—	162 [1963]	162 [1963]
Kenia	—	98	70 [1963]
Kuweit	—	161 [1963]	158
Laos	—	—	52
Líbano	396 [1950]	402	350
Liberia	—	4 [1960]	—
Libia	—	5 [1960]	—
Luxemburgo	420	134 [1961]	127
Madagascar	—	—	164
Malasia	—	338	494
Marruecos	100	161 [1961]	—
México	—	3.760	4.661
Mónaco	104	38	76
Mongolia	—	—	352
Nicaragua	122 [1947]	—	—
Nigeria	—	262 [1963]	159
Noruega	2.704	3.340	2.792
Nueva Zelanda	327	1.212	1.624
Países Bajos	6.728	9.674	10.026
Pakistán	—	1.787	1.545
Panamá	22	—	—
Perú	702	791	946
Polonia	6.632	7.162	8.260
Portugal	4.153	4.461	5.728
Reino Unido de Gran Bre- taña e Irlanda del Norte.	18.741	25.079	26.123
República Árabe Unida ...	654 [1953]	3.294	2.656
República Dominicana ...	115 [1949]	71 [1963]	71 [1963]
Rhodesia	—	369	75
Ruanda	5.381	7.359	6.090
Rumania	—	23	—
Senegal	—	67	—
Sierra Leona	—	48	42
Singapur	—	237	—
Sudáfrica	834	1.289 [1963]	1.444
Sudán	—	83 [1963]	83 [1963]
Suecia	3.286	5.472	6.602
Suiza	3.245	5.633	5.470
Tailandia	3.953	1.397 [1961]	4.083
Tanzania	—	75	—
Túnez	56 [1953]	—	107
Turquía	2.447	4.842	5.744
Uganda	—	70 [1963]	65
U.R.S.S.	43.135	79.140	78.204
Uruguay	—	217	194
Venezuela	—	338 [1961]	743 [1963]
Vietnam	936	1.515	532
Yugoslavia	5.184	5.637	8.019

Cuando faltan datos, damos una evaluación cuando resulta posible o reproducimos las cifras del año más cercano. En tal caso, la fecha de referencia va indicada entre corchetes. 1963 puede valer tanto para 1962 como para 1964.

Fuente: Unesco.

Seis países rebasan los 20.000 títulos por año: la U.R.S.S., la China continental, el Reino Unido, Alemania (tanto la República Federal de Alemania únicamente o con Alemania Oriental), el Japón y los Estados Unidos. Cuatro países sobrepasan los 10.000 títulos: Francia, la India, España y los Países Bajos. Otros cuatro se aproximan a esa cifra: Italia, Polonia, Checoslovaquia y Yugoslavia. Esos catorce países representan el 75 por 100 de la producción mundial.

Naturalmente, deberían hacerse diversas correcciones en esta lista. En la U.R.S.S. se publican unos 80.000 libros, pero no todos son libros en el sentido que se da a esa palabra en Occidente. Además, muchos de los títulos soviéticos se encuentran repetidos varias veces en las estadísticas, porque la cifra no se refiere a la producción en ruso solamente sino al conjunto de la producción en 93 lenguas, 61 de las cuales son de lenguas de pueblos de la Unión Soviética y 32 son idiomas extranjeros³.

Con todo, aunque sólo se contaran las obras publicadas en ruso y destinadas a los circuitos normales de distribución comercial, la producción soviética sobrepasaría aun los 30.000 títulos y seguiría siendo la primera del mundo.

Ya se ha indicado por qué figura la India entre los primeros productores: su definición del libro le permite considerar como tal cualquier folleto. En realidad, debería clasificarse en un lugar muy inferior. En cuanto a España, el enorme salto desde 3.455 títulos en 1952 a 12.243 en 1962 tiene dos explicaciones. La primera es que, a partir de 1959, las estadísticas del Instituto Nacional del Libro han sido sustituidas por las estadísticas del Depósito legal, más completas y más ajustadas a las normas internacionales. En cualquier caso, la producción española progresa a un ritmo de crecimiento anual del 10 al 12 por 100. La segun-

da explicación reside en el hecho de que la producción de los demás países de lengua española se ha estancado o disminuye. España, que se ha convertido en uno de los países de mayor volumen de exportación del mundo produce la mayor parte de los libros del mundo hispánico: el 25 por 100 en 1952, el 55 por 100 en 1964.

Como siempre, Italia sufre las consecuencias de su definición demasiado estricta del libro; en realidad debería estar al mismo nivel que Francia. Lo mismo ocurre con Checoslovaquia. En cuanto a la China continental, no tenemos datos precisos sobre los criterios de clasificación que en ella se aplican.

Comparando las cifras de 1952 y 1962 se comprueba que, si bien la producción mundial en su conjunto ha aumentado aproximadamente en un 40 por 100, entre tanto la de varios países ha disminuido. Exceptuando la India, ninguno de esos países figura entre los «grandes» (repetamos que las cifras relativas a la producción india no son quizás perfectamente comparables, dadas las diferencias de definición). Con todo, merecen citarse, entre los países de producción media, Bélgica, donde la producción ha disminuido en un 25 por 100, e Italia, donde ha bajado un 16 por 100. Entre los países que mantienen su nivel, es decir, en que la producción no ha variado o ha aumentado aproximadamente en las mismas proporciones que la producción mundial, figuran Francia, con 5,3 por 100, Austria, con 11 por 100, el Japón, con 27 por 100, y el Reino Unido, con 35 por 100. Pero cambios más espectaculares son los aumentos de más de un 40 por 100. Por ejemplo, la producción de la China continental se ha multiplicado por más de 10 en seis años. Por su parte, los Estados Unidos, con un aumento de 85 por 100, amenazan con arrebatarse el cuarto lugar al Japón, mientras diez años antes estaban sólo en sexto lugar, más

o menos a la misma altura que Francia. Esta importancia adquirida por la América anglosajona, a la que volveremos a referirnos, la confirma por otra parte lo ocurrido en el Canadá, cuya producción pasa en diez años de 684 a 3.600 títulos, lo que representa un aumento de 426,2 por 100. Es indudable que se va imponiendo una nueva clasificación general, por más que todavía no se haya roto el equilibrio anterior. Las mismas tendencias se confirman en 1964.

Del examen del cuadro 3 se deduce igualmente que existen bloques o grupos que deben ser considerados en su conjunto. Los más evidentes son los grupos lingüísticos. En efecto, en la medida en que un idioma común origina intercambios intelectuales, las industrias de la edición en los diferentes países que utilizan una misma lengua de comunicación literaria o por lo menos intelectual pueden considerarse como solidarias. Volveremos a tratar de los grupos lingüísticos cuando hablemos de la lectura. Tendremos que calcular entonces la capacidad de absorción de cada uno de esos grupos. Por ahora, sólo tratamos de precisar la importancia respectiva de los diferentes idiomas en la producción mundial.

Las lenguas literarias empleadas corrientemente por más de cincuenta millones de personas son, enumeradas por orden de importancia, las doce siguientes: el chino, el inglés, el ruso, el hindi, el español, el alemán, el japonés, el bengalí, el árabe, el francés, el portugués y el italiano. Por el momento, podemos dejar de lado el japonés, el italiano y el portugués, pues la producción literaria en esas lenguas se circunscribe exactamente a determinados territorios (el archipiélago japonés, la península italiana, Portugal y el Brasil). Reservaremos asimismo para más tarde el caso del chino, sobre el cual estamos todavía muy mal informados y que, a pesar de su

extensión geográfica y humana, constituye, en cierto modo, un fenómeno aparte. En cuanto a las lenguas de la India y al árabe, a pesar de los constantes progresos que realizan en el orden cultural los países en que se hablan, las industrias de la edición que los utilizan son todavía muy poco activas y se encuentran demasiado dispersas para que pueda hablarse realmente de grupos o bloques. Por último, el ruso, dado que existe una nacionalidad «soviética», es una lengua infranacional y no supranacional. Trataremos de él un poco más adelante.

Quedan, pues, las cuatro grandes lenguas supranacionales de Occidente: el inglés, el alemán, el español y el francés. En torno a ellas se han formado bloques o grupos lingüísticos, no todos de igual importancia y carácter. El bloque inglés comprende dos grandes potencias económicas, los Estados Unidos y el Reino Unido, y abarca a todos los países que forman parte de la Commonwealth británica. El bloque español se le asemeja en dispersión, ya que se extiende a dos continentes; pero las naciones que lo integran son económicamente más débiles y culturalmente menos desarrolladas que las del grupo inglés. El bloque francés tiene asimismo ramificaciones en ultramar (Canadá, Haití, Antillas, Africa), pero debe fundamentalmente su importancia a Europa y, sobre todo, a Francia. Entre los otros países de habla francesa, Bélgica aporta al bloque aproximadamente los dos quintos de su producción de libros, y Suiza entre una sexta y una quinta parte de la suya. Por último, el bloque alemán, que es el más homogéneo, abarca solamente la Europa Central, con las dos Alemanias, Austria, la Suiza germánica y algunas minorías de habla alemana en varios otros países. En el cuadro 4 puede verse, en cifras redondas, la producción bruta por títulos de los cuatro grupos o bloques en 1952, 1962 y

Cuadro 4. Los bloques lingüísticos

	1952		1962		1964	
	Número de títulos	Porcentaje	Número de títulos	Porcentaje	Número de títulos	Porcentaje
Producción mundial	250.000	100	350.000 ^a	100	380.000	100
Bloque inglés	32.000	12,8	55.000	15,7	69.000	18,1
Bloque alemán	25.000	10,0	35.000	10,0	39.000	10,3
Bloque español	14.000	5,6	20.000	5,7	28.000	7,4
Bloque francés	14.000	5,6	15.000	4,3	18.000	4,7
Total de los cuatro bloques	85.000	34	125.000	35,7	154.000	40,5

^a La cifra de 350.000 para 1962 —lo mismo que la de 380.000, que es la calculada para 1964—, corresponde solamente a los datos comprobados e incluidos en los cuadros que se publican en este libro. Las estimaciones de la Unesco, en lo que respecta al total general de títulos en el mundo entero, son: 360.000 títulos para 1960, 375.000 para 1961, 385.000 para 1962 y 400.000 para 1963.

1964. Sobre cada uno de estos tres años se indica, en una columna aparte, el porcentaje con respecto a la producción mundial.

Según puede verse, en estos tres años la producción total de los cuatro bloques ocupa aproximadamente el mismo lugar en el conjunto de la producción mundial. Aunque parece presentar una leve tendencia al aumento, ésta no puede considerarse significativa, dada la exigüidad de la variación y la falta de precisión de las cifras utilizadas. En conjunto, si se admite que la producción mundial era del orden de 250.000 títulos en 1952, de 350.000 títulos en 1962 y de 380.000 títulos en 1964, los cuatro bloques representan el 34 por 100 de esa producción en 1952, el 36, más o menos, en 1962 y aproximadamente el 40 por 100 en 1964.

Pero si bien la situación en conjunto ha variado poco, no ocurre lo mismo con el equilibrio mutuo de los bloques. Sin que haya disminuido en valor absoluto la producción de ninguno de ellos, las diferencias se han acentuado netamente. El bloque inglés, que representaba alrededor del 13 por 100 de la producción en 1952, representa aproximadamente el 18 por 100 en 1964; el incremento es bastante notable, dado que la producción de este bloque aumenta así más de un 100 por 100, es decir, el doble del aumento mundial. En cambio, en el otro extremo, el bloque francés, cuyo aumento es del orden del 23 por 100, disminuye de valor relativo, aunque no mucho desde luego. En cuanto a los bloques alemán y español, conservan o mejoran sus posiciones.

Pero esos cambios de lugar en la escala no tendrían ningún significado si no se viera lo que ocurre realmente en los bloques. Volviendo al cuadro 3 (pp. 64-65) se advertirá fácilmente que, en los casos del bloque francés, del alemán y del español, hay una especie de concentración en lo que

podría llamarse la nación madre, cuya producción aumenta al mismo tiempo que disminuye la de otros países que forman parte del bloque. Así aumenta la producción de Alemania, España y Francia, mientras disminuye la de Austria, Bélgica y Mónaco. En cuanto a la producción de los países de América latina, permanece relativamente al mismo nivel. Se produce en ese caso un fenómeno de atracción, que no sorprenderá a los especialistas en historia de la literatura. En efecto, en la vida literaria de nuestros días se observa una tendencia a la formación de nuevos grupos por encima de las fronteras. Sin que deje por ello de existir la literatura belga, es evidente que los escritores belgas de lengua francesa consideran cada vez más que forman parte de la literatura francesa o, por lo menos, que participan en la vida literaria francesa. En el pequeño bloque lingüístico flamenco-neerlandés se observa un deslizamiento análogo hacia los Países Bajos.

Muy diferente es lo que acaece en el bloque inglés. En efecto, este bloque tiene dos metrópolis: la Gran Bretaña y los Estados Unidos. Y ahora se está produciendo el fenómeno que siempre temieron los editores ingleses, desde la época heroica en que Dickens iba a los Estados Unidos para defender los derechos de los escritores británicos: los Estados Unidos están desplazando a la Gran Bretaña y colocándose a la cabeza del bloque lingüístico. En 1952, le correspondía aún a la Gran Bretaña, con unos 18.600 títulos, mucho más de la mitad de la producción total del bloque. En cambio, en 1962, con unos 25.000 títulos, le correspondía algo menos de la mitad, y los Estados Unidos le pisaba los talones con unos 22.000 títulos. En 1964, los Estados Unidos ocupan ya el primer lugar, con una superioridad de un 10 por 100. Por último, y esto quizás tiene aún más importancia, la Commonwealth, que en 1952

apenas figuraba en las estadísticas, presenta diez años después más de 6.500 títulos, cifra nada despreciable y que empieza a tener su peso en el conjunto. Quizá valga la pena señalar que el brusco avance de la producción de los Estados Unidos se debe en gran parte a la publicación en masa de *paperbacks*.

Pasemos a ocuparnos ahora del otro bloque importante, cuyo núcleo es la lengua rusa. No se trata en este caso de un bloque lingüístico, sino del grupo constituido por los países socialistas, entre los cuales existen intercambios intensos y sistemáticos, por lo cual sus ediciones son, hasta cierto punto, solidarias. Es curioso observar que la producción de estos países —sin incluir la China continental— equivale casi exactamente, en 1962, a la de los cuatro bloques lingüísticos occidentales de que acabamos de hablar. Representa alrededor de 125.000 títulos, es decir, exactamente el 36 por 100 de la producción mundial; pero el incremento de la producción en los países socialistas ha sido más rápido, ya que diez años antes sólo ascendía a 75.000 títulos, es decir, al 30 por 100. La progresión se ha hecho más lenta en 1964.

En todo caso, el examen del cuadro nos indica que la parte que corresponde al Tercer Mundo ha disminuido en esos doce años: ha pasado del 36 por 100 al 28 por 100. Pero es probable que esa tendencia se modifique en los años venideros. En efecto, basta con volver a examinar el cuadro 3 para observar que, desde hace doce años, han entrado en la liga literaria cerca de veinticinco nuevas naciones. Es de suponer que su número se multiplicará y que su producción aumentará. De las cuarenta naciones que figuran en el cuadro 3 y que no forman parte de ninguno de los bloques estudiados hasta ahora, treinta y una son naciones afroasiáticas, muy jóvenes en

su mayoría, y nueve son naciones europeas de cultura antigua, con una industria del libro de arraigada tradición. Y resulta que el porcentaje de aumento de la producción de esas nueve naciones europeas entre 1952 y 1962 apenas llega al 25 por 100, siendo pues inferior al porcentaje mundial, mientras que en las treinta y una naciones afroasiáticas es del 33 por 100. Todavía no es posible deducir ninguna conclusión rigurosa de esas cifras, pero es muy probable que, en un futuro próximo, a la fase de concentración en los bloques lingüísticos e ideológicos suceda una fase de expansión hacia las naciones jóvenes que modificará profundamente las características de la edición en el mundo entero.

3. Las estadísticas por tiradas

En 1954, R. E. Barker evaluaba en 5.000 millones el número de libros impresos anualmente en el mundo. La cifra parece algo optimista. En efecto, estimamos en 250.000 el número de títulos publicados durante el año 1952. En 1954 la cifra debía oscilar alrededor de los 270.000. Para que la evaluación de Barker fuese exacta habría que admitir que de cada título publicado se ha hecho por término medio una tirada de 20.000 ejemplares. Desde luego no son raras las tiradas de más de 20.000 ejemplares, pero son muy pocos los países en que esa cifra puede considerarse como promedio. En todo caso, no es posible aceptarla como promedio mundial.

La U.R.S.S., por ejemplo, con una población de más de 220 millones de habitantes, un 2 por 100 de analfabetos y una estructura económica que permite a la industria de la edición no preocuparse del rendimiento comercial de su producción, acusó oficialmente en 1962 una tirada total

de 1.242.800.000 ejemplares de los 79.100 títulos publicados aquel año; lo cual representa una tirada de 15.748 ejemplares por título. El promedio de tiradas más elevado que ha dado la U.R.S.S. es el de 1954: 997.000.000 de ejemplares de 50.100 títulos, es decir, 19.900 ejemplares por título. Sin embargo, en aras de la exactitud conviene señalar que, si nos atenemos únicamente a las cifras de la República Socialista Federativa Soviética de Rusia, la tirada media es de algo más de 20.000 ejemplares.

Si comparamos estas cifras con las de Francia, anteriormente indicadas⁴, se comprueba que el Sindicato de Editores señala 178.667.000 ejemplares para el año 1961 con una producción de 11.878 títulos, es decir, un promedio de 15.041 ejemplares por título, cifra que es del mismo orden que la de la U.R.S.S.

En realidad, el propio R. E. Barker, al establecer el cuadro de la producción de libros por número de ejemplares en cada país, utiliza cifras análogas a las que acabamos de indicar⁵. Con respecto a los principales países productores dicho autor hizo las siguientes estimaciones para el año 1952: U.R.S.S., 17.000 ejemplares por título; Reino Unido, 15.200; Estados Unidos de América, 13.900; Francia, 9.700; República Federal de Alemania, 7.700. Para los otros países mencionados en su lista, Barker da como tiradas las cifras de 3.000 a 6.000 ejemplares por título.

No es, pues, desatinado considerar que la tirada media mundial por título deba ser entonces de unos 10.000 ejemplares, lo cual daría en definitiva aproximadamente 2.500 millones de ejemplares impresos en 1952 en el mundo. Es indudable que, desde esa época, el promedio mundial ha aumentado. Lo mismo que el mayor número de escritores y la mayor potencia de la industria del libro se traducen en un aumento del

número de títulos, el incremento del número de lectores debido al desarrollo demográfico y a la disminución del analfabetismo da lugar a un aumento de las tiradas. En realidad, parece que ambas progresiones son aproximadamente del mismo orden: un 30 por 100. A base del aumento del consumo del papel de imprenta y de escribir en todo el mundo durante diez años, cabe pensar que la tirada media fue efectivamente en 1962 de unos 13.000 ejemplares, lo que daría una producción total de 4.500 millones de ejemplares en 1962. No estamos así ya muy lejos de los 5.000 millones de que hablaba, con algo de antelación, R. E. Barker.

La indicación que proporciona el consumo de papel de imprenta y de escribir puede permitirnos la audacia de algunas extrapolaciones.

Supongamos que el consumo de papel en un país determinado es función tanto del número de obras publicadas como de la tirada media de cada una de esas obras, y que sus variaciones dependen en parte de las variaciones de esos dos factores. En un número limitado de casos podemos conocer las variaciones de la producción por número de títulos. Si son del mismo orden que las del consumo de papel e indican la misma tendencia, puede concluirse que la tirada media permanece invariable. Si el consumo de papel aumenta más rápidamente que la producción por número de títulos, cabe suponer que aumentan las tiradas. A la inversa, si el consumo aumenta menos rápidamente, se puede suponer que las tiradas disminuyen. En el cuadro 5 se insertan paralelamente el consumo de papel de imprenta y de escribir en diversos países, en 1955, y la producción por número de títulos, en los mismos países y durante el mismo año. Para hacer más visible la variación se han reducido las cifras a una base común de 100, que es la del último

Cuadro 5. Variaciones del consumo de papel y de la producción de libros (comparación entre 1955 y 1938)^a

País	Consumo de papel ^b	Producción de libros por títulos
Países Bajos	240	119
Estados Unidos	189	113
Francia	179	128
Italia	151	101
Suiza	362	177
Japón	122	70
Reino Unido	118	123
España	105	389

^a Base común = 100 (último año anterior a la guerra sobre el cual se han facilitado esos datos).

^b Papel de imprenta (excluido el de periódico) y de escribir.

Fuente: Unesco.

año anterior a la guerra sobre el que se han facilitado tales datos.

Recordemos que no se trata de hacer una evaluación rigurosa, sino únicamente de poner de manifiesto una tendencia general. En ciertos países —Estados Unidos, Francia, Países Bajos— es notable el paralelismo de las variaciones. Indica un aumento considerable de las tiradas medias, indicación que confirma lo que sabíamos por otros conductos. La misma tendencia al aumento, aunque quizá no tan pronunciada, se observa en Italia y en Suiza.

En cambio, el Japón y el Reino Unido permanecen absolutamente estables: el número de títulos producidos aumenta en las mismas proporciones que el consumo de papel.

Desde luego es posible que las tendencias se hayan modificado después de 1955. Solamente a partir de esa fecha se empezó a manifestar la influencia de los *paperbacks* en las tiradas norteamericanas, mientras que en el Reino Unido ese tipo de ediciones existía ya antes de la guerra.

Es difícil llevar más lejos la explotación de estos datos. Naturalmente, no se puede encontrar una relación constante y válida para todos los países entre la producción literaria y el consumo de papel de imprenta y de escribir, porque ese papel, cuya cantidad se calcula siempre con exclusión del papel de periódico, no sirve tan sólo para fabricar libros. Sirve también para la impresión de revistas, además de los cuadernos escolares y el papel de cartas. La parte que le corresponda al libro dependerá, pues, del volumen que tengan las publicaciones periódicas en el país considerado. Este hecho salta a la vista en el cuadro 6. Se han tomado sencillamente las cifras de tirada calculadas por Barker para el año 1952 y se han multiplicado por 0,4 para obtener el peso (P) del papel consumido en la producción de libros en cada país, ya que el peso medio de un libro es de unos 400 gramos. Al mismo tiempo se ha evaluado el consumo total (C) de papel de imprenta y de escribir en los mismos países. Por último se han dividido los valores C por los valores P para ver si existe un coeficiente constante que permita hallar el dato P a partir del dato C.

Cuadro 6. Relación entre el consumo de papel y el número de ejemplares publicados

País	Tirada ^a	P ^b	C ^c	$\frac{C}{P}$
Francia	100	40	340	8,5
Alemania (Rep. fed.)	108	43	340	7,9
Reino Unido	286	114	750	6,6
Bélgica	26	10	80	8,0
Estados Unidos	165	66	4.400	66,0

^a Número de millones de ejemplares publicados.

^b Peso de los ejemplares, en miles de toneladas.

^c Consumo total, en miles de toneladas.

Para los países de Europa que tienen el mismo tipo de vida cultural, es decir, la República Federal de Alemania, Bélgica, Francia y el Reino Unido, encontramos efectivamente un coeficiente común, aproximadamente 7 u 8. En cambio, para los Estados Unidos el coeficiente es muy distinto: asciende a 66, o sea, cerca de diez veces más que el de los países europeos. Tal resultado no debe sorprendernos. En mi obra *Sociologie de la Littérature*, comentando cifras obtenidas de otras fuentes y por otros métodos, indiqué ya que la lectura de las revistas ilustradas ocupaba en los Estados Unidos un lugar diez veces más importante que en Europa, donde el coeficiente era efectivamente el que volvemos a encontrar aquí: «En Francia, en 1951, de los 8 kilos de papel de imprenta y de escribir consumidos por año y por habitante, el consumo de la industria del libro ascendía aproximadamente a un kilo»⁶.

¿Ha cambiado mucho esta situación desde 1951 ó 1952? En lo que a Francia se refiere es evidente que no. Las cifras facilitadas por el Sindicato de Editores Franceses⁷ muestran que el consumo, por habitante, de papel en la edición francesa ascendía aproximadamente, en 1958, a 1,1 kg. y a 1,3 en 1962, lo que corresponde al aumento del consumo global de papel de imprenta y de escribir.

En los Estados Unidos la situación es muy distinta. En diez años el consumo de papel ha aumentado en 50 por 100; pero la parte que corresponde al libro ha aumentado en proporciones mucho mayores. Después de un siglo de predominio la revista ilustrada ha tenido que ceder su lugar al libro, y grandes empresas como la de *Life* o la del *Reader's Digest* han iniciado la producción de libros, aplicando los mismos métodos de producción en gran escala, que fueron la base de su anterior éxito. Desde 1955 el *big business*

ha hecho irrupción en la edición norteamericana y ha alterado su escala. En nuestra época un editor de *paperbacks* considera que no vale la pena molestarse por una tirada inferior a 100.000 ejemplares. En 1960 se calculaba que se vendía un millón de ejemplares de *paperbacks* por día en los Estados Unidos. Las cifras indicadas en 1957, por Chandler B. Grannis⁸, son significativas, sobre todo si se recuerdan los 164 millones de ejemplares publicados en 1952: libros corrientes para adultos: 115 millones de ejemplares; libros para niños: 120 millones; libros de texto: 130 millones; *paperbacks*: 200 millones.

Se advierte así la magnitud de la revolución del *paperback* en los Estados Unidos. Estos métodos de producción en gran escala se propagarán probablemente a otros países, en especial a los de Europa. ¿Será de temer, entonces, que también en ese terreno la poderosa industria norteamericana imponga sus métodos al resto del mundo, y que, añadiendo en el caso del libro la conquista cultural a la conquista económica, impida que hagan oír su voz los países aún no desarrollados? Hemos visto ya que la proporción correspondiente a esos países en la producción por títulos ha sufrido una disminución relativa desde hace algunos años. Estudiando el consumo de papel de imprenta y de escribir en las partes del mundo en que la edición es todavía demasiado reducida para que las cifras de las tiradas tengan verdadera significación, podremos quizá señalar con prudencia algunas de las orientaciones futuras de esa edición.

El cuadro 7 recapitula el consumo de papel de imprenta y de escribir en las diversas regiones del mundo de 1950 a 1960. Se ponen de manifiesto en él tendencias evidentes que confirman las observaciones formuladas más arriba. Lo más notable es el retroceso de la América de habla

inglesa, que en 1950 representaba más de la mitad del consumo mundial, mientras que en 1960 representa solamente el 43,2 por 100. Europa y América latina se mantienen al mismo nivel, mientras que en Oceanía —es decir, fundamentalmente, en Australia y Nueva Zelanda— se ob-

Cuadro 7. Consumo de papel de imprenta y de escribir en las diversas regiones del mundo (evolución de 1950 a 1960)

Región	1950		1960		Porcentaje de variación del consumo
	Consumo en miles de toneladas	Porcentaje del consumo mundial	Consumo en miles de toneladas	Porcentaje del consumo mundial	
Europa	2.591	34,5	5.145	36,1	+ 98,6
América de habla inglesa	4.245	56,5	6.150	43,2	+ 44,9
América latina ...	220	2,9	435	3,0	+ 97,7
Africa	40	0,5	137	1,0	+242,5
Asia	365	4,8	2.235	15,7	+512,3
Oceanía	60	0,8	141	1,0	+135,0
Total	7.521	100	14.243	100	+ 89,4

Fuente: *The place of paper in development and foreign aid*, Institute for International Economic Studies, Universidad de Estocolmo, 1963.

serva cierto progreso. Pero el progreso más espectacular es el del mundo afroasiático: 242,5 por 100 de aumento en Africa y 512,3 por 100 en Asia. Observamos, por lo demás, que ese adelanto no se limita a los países económicamente poderosos, como el Japón y la China, sino que se distribuye por igual en todo ese inmenso territorio; en efecto, en países como Birmania, Camboya, Irak e Israel el consumo de papel de imprenta y de escribir, por habitante, ha aumentado diez veces en diez años, siendo sin duda el caso extremo el de Siria, que pasa de 0,01 kg. de papel por habitante y por año en 1950 a 0,3 en 1960,

es decir, que registra un aumento de 3.000 por 100. Lo mismo puede decirse de Africa, en que un país como Sudáfrica, cuya población es en gran parte europea, presenta en diez años un aumento de consumo de 34.000 a 47.000 toneladas solamente, mientras que en el resto de Africa, es decir, en los países recientemente independizados, pasa de 6.000 toneladas en 1950 a 90.000 en 1960.

Aunque estas 90.000 toneladas representan todavía muy poco en la economía mundial, lo mismo que la literatura africana en la cultura mundial, nos indican que el libro africano, que antes de la descolonización luchaba en una proporción de 1 contra 20 en su propio terreno, ha pasado en diez años a dominar en una proporción de 2 contra 1.

4. El libro literario

Todas las observaciones precedentes se aplican al libro en general, es decir, al libro considerado como producto fabricado, artículo de consumo u objeto de intercambio, sin tener en cuenta su contenido ni el empleo que se le da. Pero bien sabemos que los problemas se plantean de manera muy diferente según se trate de libros funcionales o de libros literarios. El libro funcional, por su propia índole, está ligado en su evolución y en su desarrollo a actividades económicas, técnicas y científicas que en general conocemos bastante bien. Por ejemplo, en el libro escolar se reflejan las tendencias del sistema de enseñanza a que se destina; en el libro técnico los problemas de una economía en desarrollo o en expansión; y en el libro de ciencias sociales se expresan directamente las orientaciones de un régimen político determinado.

La obra literaria está ligada, en cambio, a la literatura, es decir, a la más impalpable e indefinible de las realidades. Pero precisamente tenemos que captar esa realidad y explorar ese recinto si queremos conocer lo más original y creador de la vida de los libros. Para ello tendremos que contentarnos con los materiales que ponen a nuestra disposición los estadígrafos que, desgraciadamente, nunca han entendido con bastante claridad el fenómeno literario y que, aun de no ser así, probablemente no hubieran sabido reducirlo a cifras. Las páginas siguientes se fundarán, así, en un estudio de las estadísticas relativas a la clase 8 de la clasificación decimal de Dewey. Ya sabemos que muchas obras que no figuran en esa categoría —libros de historia, de viajes, filosóficos— deberían considerarse como obras literarias, dado el empleo que de ellas se hace. Sabemos también que en ciertos países como Austria, Francia y los Países Bajos, se incluyen en la clase 8 todas aquellas obras que tienen relación, aunque sea lejana, con la literatura, pese a que normalmente deberían figurar en la clase 4 —filología— e incluso en otras. Añadamos que, a juzgar por sus estadísticas, otros países como la Argentina, Grecia y el Pakistán aplican criterios sumamente elásticos en materia de literatura. Digamos, por último, que no conocemos por el momento, y probablemente no conoceremos nunca, la distribución por categorías de las obras publicadas en muchos países.

Sin embargo, podemos tratar de hacer una evaluación, dando por supuesto que los errores se neutralizan entre sí y que, si bien las cifras de que disponemos no son exactas, las relaciones que existen entre ellas son significativas. En el cuadro 8 puede verse la producción mundial por títulos de obras de la clase 8, en 1952 y 1962. Para cada uno de estos años se indica en una

Cuadro 8. Producción mundial por títulos de obras de clase 8 (literatura).
Evolución de 1952 a 1962^a

País	1952		1962	
	Producción	Porcentaje del total	Producción	Porcentaje del total
Afganistán	—	—	0	0
Albania	—	—	137	24
Alemania (Rep. fed.)	3.525	25	4.957	23
Alemania oriental	899 [1953]	21	1.737	25
Arabia Saudita	—	—	55	17
Argentina	3.258	76	1.891	57
Australia	159	25	211	12
Austria	733	23	741	21
Bélgica	1.126	24	1.294	37
Birmania	16	20	32 [1960]	10
Brasil	870	27	716	18
Bulgaria	324	16	608 [1961]	16 [1961]
Camboya	97 [1953]	25	21	13
Camerún	—	—	3	17
Canadá	200	29	654	18
Ceilán	38	14	522	28
Corea (Rep. de)	537	39	540	15
Costa Rica	—	—	16	10
Cuba	70 [1953]	11	156	21
Checoslovaquia	1.014	17	1.617	19
Chile	—	—	203	20
China continental	511	20	2.851	20

^a Cuando faltan los datos para 1952 ó 1962, damos las cifras del año más próximo. En este caso, la cifra de referencia se indica entre corchetes.

(Continúa en la página siguiente)

Cuadro 8. (Continuación)

País	1952		1962	
	Producción	Porcentaje del total	Producción	Porcentaje del total
China (Taiwan)	—	—	1.438	55
Dinamarca	588	27	767	18
El Salvador	—	—	20	14
España	1.547	45	3.738	39
Estados Unidos de América	4.423	37	7.259	33
Etiopía	—	—	2	1
Filipinas	43 [1953]	22	103 [1963]	17
Finlandia	501	29	841	32
Francia	4.063	36	4.440	33
Ghana	—	—	1	0
Grecia	468	31	443	35
Guatemala	25 [1953]	36	37	7
Guinea	—	—	0	0
Honduras	4 [1953]	6	7	4
Hungría	415 [1953]	14	1.031	20
India	2.467	14	3.534	32
Indonesia	100	13	97 [1961]	11
Irak	23 [1953]	9	30 [1959]	21
Irán	202 [1954]	52	211 [1961]	37
Irlanda	49	33	49	23
Islandia	133	32	194 [1959]	29
Israel	287 [1950]	35	751 [1961]	30
Italia	2.979	33	2.574 [1961]	35
Japón	4.017	23	5.063	23
Jordania	—	—	10 [1963]	6

(Continúa en la página siguiente)

Cuadro 8. (Continuación)

País	1952		1962	
	Producción	Porcentaje del total	Producción	Porcentaje del total
Kenia	—	—	4 [1963]	4
Kuwait	—	—	6 [1963]	4
Líbano	95 [1950]	24	158	39
Liberia	—	—	2 [1960]	50
Libia	—	—	2 [1960]	40
Luxemburgo	34	8	13 [1961]	10
Malasia	—	—	9	3
Marruecos	18	18	13 [1960]	8
México	—	—	690	18
Mónaco	72	70	20	53
Nicaragua	35 [1947]	29	—	—
Nigeria	—	—	12 [1963]	5
Noruega	752	28	898	29
Nueva Zelanda	29	9	71	6
Países Bajos	1.557	23	2.721	28
Pakistán	—	—	483 [1963]	21
Panamá	2	9	—	—
Perú	54 [1950]	7	57	7
Polonia	1.280 [1955]	18	1.332	19
Portugal	314	8	913	20
Reino Unido de Gran Bretaña e Islanda del Norte	6.533	35	8.077	32
República Árabe Unida	122 [1953]	19	465	14
República Dominicana	38 [1944]	33	17 [1963]	24
Rumania	561 [1953]	10	988	13

(Continúa en la página siguiente)

Cuadro 8. (Conclusión)

País	1952		1962	
	Producción	Porcentaje del total	Producción	Porcentaje del total
Ruanda	—	—	0	0
Senegal	—	—	0	0
Sierra Leona	—	—	2	4
Singapur	11 [1955]	23	43	18
Sudáfrica	209	25	340 [1963]	26
Sudán	—	—	10 [1963]	12
Suecia	1.179	36	1.772	32
Suiza	753	23	1.263	22
Tailandia	571	14	405 [1961]	29
Tanzania (Zanzíbar)	—	—	0	0
Túnez	9 [1953]	16	—	—
Turquía	409	17	805	17
Uganda	—	—	2 [1963]	3
Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas	5.858 [1954]	12	8.083	10
Uruguay	16 [1955]	25	68 [1961]	26 [1961]
Venezuela	106 [1955]	20	ó 50 [1963]	ó 36 [1963]
			51 [1961]	15 [1961]
			ó 107 [1963]	ó 14 [1963]
Vietnam	213	23	171	11
Yugoslavia	1.209	23	1.659	29

Fuentes: *United Nations Statistical Yearbook.*
Annuaire statistique des Nations Unies.
 R. E. Barker: *Le livre dans le monde.* Unesco.

columna el porcentaje que representan esas obras en la producción total de un país en el año correspondiente.

Lo primero que se observa en este cuadro es la estabilidad de la producción literaria. El número global de obras de la clase 8 producidas en el mundo durante 1952 se puede calcular en 57.000, y durante 1962 en 80.000. Estas dos cifras representan exactamente el mismo porcentaje, el 22,8 por 100, de la producción mundial calculada (250.000 en 1952 y 350.000 en 1962). Efectivamente, basta echar una ojeada al cuadro para comprobar que en cierto número de países, grandes productores de literatura, como la República Federal de Alemania, el Japón, la China continental y la U.R.S.S., la producción ha permanecido aproximadamente estable. En otros, como los Estados Unidos o el Reino Unido, ha variado dentro de límites relativamente estrechos. Pero, en cambio, es muy distinto lo que ocurre en los Países Bajos, donde sube del 23 por 100 al 28 por 100, en Italia, donde también aumenta del 26 al 35 por 100, y en Francia, donde pasa del 31 al 39 por 100.

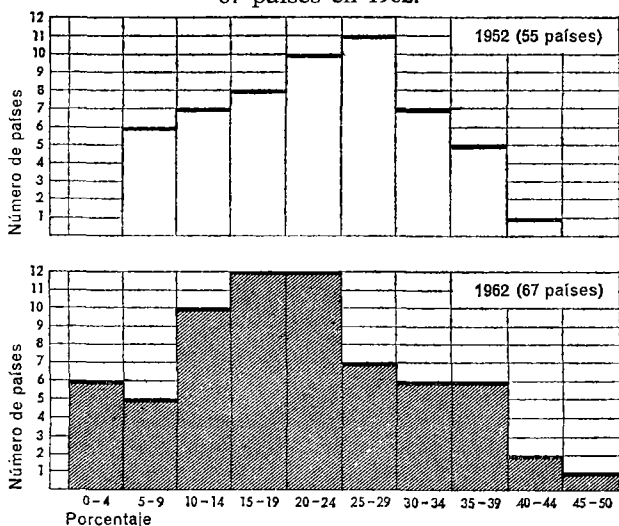
A pesar de la aparente estabilidad que antes señalábamos, lo que caracteriza a la producción de obras literarias durante esos diez años consecutivos es, sin embargo, una tendencia regresiva.

Esa tendencia se observa claramente en el diagrama 1. Se comparan en el mismo, a base de los datos del cuadro 8, el porcentaje de la producción literaria y la producción total en unos cincuenta países.

Se advierte en seguida que los países considerados se distribuyen según una curva acampanada, tanto en 1962 como en 1952. Pero mientras en 1952 la parte superior de la curva estaba entre 25 y 30, en 1962 está entre 15 y 20. En otras palabras, en 1962, en la mitad de los países con-

siderados, los libros literarios representan menos del 20 por 100 de la producción, mientras que en 1952 representaban más del 25 por 100. Como ya sabemos que este cambio no influye en el número de obras literarias publicadas en el mundo, podemos deducir que son cada vez más

Diagrama 1. Porcentaje de la producción literaria y producción total (por títulos) en 55 países en 1952 y en 67 países en 1962.



los países de pequeña producción aquellos en los que disminuye la proporción que corresponde a la literatura, pero que esa disminución se ve compensada en cierta medida por el aumento de la producción literaria de los países de gran producción.

En efecto, tanto en materia de obras literarias como de libros en general hay países «gigantes», países cuya producción excede de 2.500 obras por año. Exceptuando a la India por los motivos que ya hemos indicado, esos países son nueve y su

orden de importancia es el siguiente: la U.R.S.S., el Reino Unido, los Estados Unidos, la China continental, el Japón, la República Federal de Alemania, Francia, España e Italia. La producción de estos nueve países representa el 56 por 100 de la producción mundial. En 1952 representaba cerca del 60 por 100. El retroceso es leve pero innegable. Se debe sobre todo a la disminución, en valor relativo, de la producción soviética y, en valor absoluto, de la producción japonesa. Los otros países mencionados en la lista han aumentado su producción literaria.

Hemos dicho ya anteriormente que la situación económica de un país influye en su producción de libros funcionales. Ahora volvemos a observar este hecho, pero, por así decir, al revés. En efecto, se comprueba que casi todos los países en vías de desarrollo económico tienen una producción literaria relativamente pequeña. Puede añadirse a ésta otra observación, que en cierto modo la confirma. Si en el cuadro 8 tomamos como eje una producción de un 20 por 100 de obras literarias en 1962, veremos que la mayoría de los países de Europa occidental (República Federal de Alemania, Austria, Bélgica, España, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Noruega, Países Bajos, Portugal, Reino Unido y Suiza) tienen una producción superior a esa cifra. Por el contrario, la mayoría de los países socialistas de Europa oriental (Bulgaria, Hungría, Polonia, Rumania, Checoslovaquia, U.R.S.S.) tienen una producción inferior al 20 por 100. Descontando Albania, cuyo caso no es significativo debido al escaso volumen de su producción, Yugoslavia y Alemania oriental constituyen excepciones notables. Ambos países tenían ya más de un 20 por 100 de obras literarias en 1952 (Alemania oriental, 21 por 100; Yugoslavia, 23 por 100); esa tendencia se acentuó todavía más en 1962,

con una progresión que se asemeja a la de los países occidentales (Alemania oriental, 27 por 100; Yugoslavia, 29 por 100). En el caso de Yugoslavia se trata sin duda de una consecuencia de la política particular puesta en práctica por ese país desde 1948. El caso de Alemania oriental es más complejo. Al parecer han influido allí más los factores históricos nacionales que los factores políticos. No solamente en este aspecto, sino también en muchos otros, Alemania Oriental sigue rumbos paralelos a los de la República Federal de Alemania. Lo cual es, sobre todo, notable, porque el marco de la vida literaria es mucho más el Estado que la nación, es decir, el conjunto de las estructuras institucionales que encuadran y rigen la vida intelectual del país y fijan límites administrativos al mercado del libro. Y lo que precisamente observamos en una y otra Alemania es la persistencia de los mecanismos establecidos por el Estado alemán unitario de antes de la segunda guerra mundial. Sólo si la división de Alemania en dos Estados se mantiene después de la desaparición de las generaciones literarias actuales, podrá haber una verdadera diferencia de actitudes a ese respecto.

La producción y el consumo de libros literarios dependen, sobre todo, de la estructura política, porque son actividades voluntarias que indican que determinadas personas, escritores o lectores, necesitan determinado tipo de comunicación. Factores institucionales —propaganda política, policía, religión— o factores que actúan directamente, en favor o en contra, sobre el deseo o la facultad de comunicación de las personas —analfabetismo o educación, miseria o alto nivel de vida— pueden limitar exteriormente esa necesidad; pero, en definitiva, no puede haber producción literaria original en un país si no hay escritores en número suficiente para alimentar esa

producción ni lectores en número suficiente para permitir un consumo que la justifique, doctrinal o económicamente. En último término, la acogida que se dispensa a la obra literaria en los diversos países depende, pues, por un lado, de las instituciones políticas y sociales del país, así como del grado de instrucción y del tiempo libre de que dispongan sus habitantes; y, por otro, de la situación demográfica del país, es decir, de la existencia en su territorio de una población capaz de proporcionar al mismo tiempo escritores y lectores en número suficiente. No es posible lo uno sin lo otro. Se olvida con demasiada frecuencia que el escritor empieza por ser un lector, que viene del medio literario y que éste lo respalda no sólo moralmente sino también económicamente. Si en un país el número de lectores no es suficiente para que puedan vivir los escritores, habrá menos escritores, ya que solamente podrán escribir quienes posean los recursos necesarios para trabajar sin remuneración o aquellos cuya subsistencia, en una economía dirigida, sea costeada por el Estado u otra entidad.

Así se plantea ahora para nosotros el problema de la tirada del libro literario, y, en especial, de la novela, que constituye su forma más viva y más característica. En este caso las evaluaciones resultan aún más difíciles que en los otros. Muy pocos son los países que establecen en sus estadísticas una distinción entre la novela y las otras formas de literatura o de bellas letras. Ni siquiera puede afirmarse que el término *fiction* utilizado en los países anglosajones corresponde exactamente al concepto de la novela que prevalece en Francia. En los raros países sobre los que se dispone de algunos datos, el número (por títulos) de novelas publicadas por año es, más o menos, el siguiente: Reino Unido, 4.000 a 4.500; República Federal de Alemania, 3.000 a 3.500;

Estados Unidos, 2.500 a 3.000; Francia, 2.500 a 3.000; Italia, 1.000 a 1.500; España, 1.500 a 2.000.

Puede parecer extraño que los Estados Unidos ocupen un lugar tan modesto; sin embargo, tanto en este terreno como en los otros, presenciaremos el ascenso de una producción novelesca que tradicionalmente prefería la publicación en una revista a la publicación en forma de libro, tendencia que ha cambiado radicalmente con la aparición del *paperback*. En el cuadro 9 se observa claramente la influencia que ha tenido el *paperback* en la producción novelesca norteamericana.

Cuadro 9. Producción por títulos de novelas en *paperbacks* en los Estados Unidos

	1961	1962	Variación en porcentaje
Producción total de libros ...	18.060	21.904	+ 21
Producción total de novelas.	2.630	2.942	+ 12
Producción total de novelas en <i>paperbacks</i>	1.044	1.239	+ 19
Novelas clásicas en <i>paper-</i> <i>backs</i>	603	737	+ 22
Novelas policíacas en <i>paper-</i> <i>backs</i>	248	248	
Novelas del Oeste americano en <i>paperbacks</i>	136	130	- 4
Novelas de ciencia-ficción	57	124	+100

Fuente: *Publishers' weekly*, 21 de enero de 1963.

Deberíamos hablar ahora de las tiradas de obras literarias, pero se trata de una noción muy difícil de precisar. En 1954 Barker decidió calcular el número de ejemplares impresos de cada título en algunas de las principales categorías de la edición. En lo que hace a la novela los promedios que obtuvo fueron los siguientes: República Federal de Alemania, 9.500 a 12.000; Esta-

dos Unidos, 8.500; Francia, 3.000 a 5.000; Italia, 5.000 a 7.000; Reino Unido, 10.000.

Si nos limitamos a los libros de ediciones ordinarias estas cifras son aceptables, y parece que, salvadas las naturales diferencias, la situación no ha variado mucho desde entonces. Esto representaría unos 150 millones de ejemplares de novelas puestos en circulación cada año para 300 millones de lectores. La relación no es absurda *a priori*, pero es preciso reconocer que las cifras no tienen mayor significado. Es difícil hablar de la tirada *media* de una novela. En efecto, mientras que el libro funcional, con su finalidad bien determinada, tiene asegurada tanto la publicación como la venta de un número mínimo de ejemplares, el libro literario es la aventura por antonomasia. Sus cifras de venta no guardan la menor relación con las de impresión. Aunque en un año pueden venderse varios millones de ejemplares de un *best-seller*, en la inmensa mayoría de los casos la primera novela de un autor principiante, de la que raramente se imprimen más de 3.000 ejemplares, habrá de contentarse con algunos centenares e incluso unas cuantas decenas de lectores. Sería paradójico comparar la décima reedición de un *best-seller* que ha entrado en la categoría de obra clásica o la quincuagésima obra de un autor de novelas policíacas cuya serie tiene éxito constantemente desde hace muchos años, con la primera obra de un desconocido o la primera edición de una novela en la que un autor de renombre vuelve a arriesgar su reputación.

Todo lo más que se puede decir es que la escala ha cambiado. Cambio que no es el mismo en todos los países. Aunque en Francia los editores se están acostumbrando poco a poco a publicar primeras ediciones de 30.000 ejemplares de libros de bolsillo, es raro que publiquen una

novela con esa tirada, por lo menos antes de haberla sometido a prueba con menos riesgos financieros. En los Estados Unidos, al contrario, los riesgos han seguido la progresión de la eficacia. Antes de la primera guerra mundial se vendían de una novela corriente 4.000 ejemplares. *Best-sellers* como *El cartero llama dos veces*, de James Cain, o *El sol también sale*, de Ernest Hemingway, se vendieron a razón de 25.000 y 30.000 ejemplares respectivamente. El caso de *Lo que el viento se llevó*, de Margaret Mitchell, se consideró como una excepción casi prodigiosa y en todo caso única. Sin embargo, mientras que en veinte años se han vendido unos 5 millones de ejemplares de *Lo que el viento se llevó*, en edición normal, en la actualidad en los Estados Unidos varias novelas en *paperback* alcanzan y rebasan esa cifra el mismo año de su publicación.

Y aquí vuelven a plantearse, pero de manera más aguda todavía, los problemas que señalábamos al comprobar cómo la producción en masa se impone en la industria del libro. El súbito desarrollo de la edición en los Estados Unidos no debe sorprendernos ni preocuparnos excesivamente. Es un país que tenía que ganar el tiempo perdido. Pero sabemos por experiencia que estos fenómenos de expansión no se limitan nunca a un solo país. Cuando una industria con una masa humana y una potencia económica como la de los Estados Unidos se pone en movimiento, se altera el equilibrio de la producción y del consumo en el mundo entero. En el caso que estudiamos, lo que se produce y se consume es la subsistencia misma de nuestra cultura.

Capítulo 4

Las grandes corrientes de intercambio

1. Zonas de alta y de baja presión

Volvamos al joven matrimonio de lectores medios del que hablábamos en la primera parte de esta obra. Teniendo en cuenta la diversidad de gustos, decíamos, entran cada año en ese hogar unos 60 ó 70 libros, unos comprados, otros recibidos en préstamo. Entre esos libros, unos son novedades, otros reimpresiones. La proporción varía considerablemente según los países y los géneros literarios. En el caso de la novela francesa de edición normal, la novedad prevalece en proporción de 5 a 1, mientras que, en el caso del *paperback* norteamericano no novelesco, la reimpresión es en ocasiones la que predomina en la misma proporción. Supongamos que el consumo de ese matrimonio es de 20 novedades por año, lo que es calcular francamente por lo bajo. Ello significa que durante ese año veinte escritores han trabajado para atender las necesidades

de lectura de ese matrimonio. Hay escritores que escriben varios libros por año, sobre todo algunos autores de novelas policíacas; pero la mayor parte de los escritores tienen un ritmo de producción más lento y muchos de ellos sólo escriben un libro en toda su vida. Se ha calculado que una carrera de escritor dura por término medio de diez a doce años, con una producción de cuatro a seis obras¹. Volviendo a nuestro joven matrimonio, si lee veinte novedades por año durante diez años, ello implica que existen permanentemente a su servicio treinta o cuarenta escritores en actividad.

Pero evidentemente esos treinta o cuarenta escritores no pueden contentarse con escribir para ese solo matrimonio, pues de ser así tanto ellos como sus editores se morirían de hambre. Ya se trate de un país socialista o de un país capitalista, toda obra literaria supone un mínimo de rentabilidad. Es difícil decir a partir de qué umbral el número de lectores se convierte en rentable; depende del género de la obra y del tipo de publicación. Digamos que, por término medio, un novelista no podría pretender hacer carrera en Francia si su editor no esperara vender al menos 3.000 ejemplares de sus obras. Podemos suponer que 3.000 ejemplares vendidos representan 10.000 actos de lectura². Es, pues, necesario que nuestros treinta o cuarenta escritores dispongan para leer sus obras de 5.000 ó 6.000 parejas de lectores análogas a la que hemos definido.

Las cifras que acabamos de dar son teóricas, pero ponen bien de manifiesto que en todo país existe una relación numérica necesaria entre los productores y los consumidores de libros. Ahora bien, ambos grupos forman parte del conjunto de la población del país de que se trate, y su

equilibrio depende del volumen, composición y actitudes de esa población.

En lo que al libro se refiere se pueden calcular en 400 ó 450 millones el número de actos de lectura que se registran cada año en Francia. Ello corresponde a una venta de 130 ó 140 millones de ejemplares y a 30 ó 35 millones de lectores. Supongamos, por un momento, que esos 30 ó 35 millones de personas tengan verdaderamente los mismos gustos y actitudes que la pareja mencionada. Los mismos 30 ó 40 escritores bastarán para satisfacerles, siempre que la edición francesa imprima y distribuya 9 ó 10 millones de ejemplares de cada una de sus obras. Los escritores del principado de Mónaco bastarían para surtir el mercado francés. Si, a la inversa, cada grupo de 10.000 lectores franceses (cifra que hemos dado como umbral de rentabilidad) tuvieran gustos y comportamientos diferentes de los demás, sería necesario, para satisfacer esa diversidad verdaderamente excesiva, que hubiera en Francia 150.000 escritores en actividad, es decir, un número superior al de vendedores de calzado, sacerdotes y ministros de los diversos cultos y empleados de hacienda. Ningún país del mundo, salvo quizá los Estados Unidos, la U.R.S.S. o China, podría tener tantos escritores en su población. En realidad, la producción francesa es obra de unas 10.000 personas; de ellas 6.000 publican algo cada año. La mayor parte son autores ocasionales de libros, y unos 3.000 aproximadamente —poco más o menos el número de miembros titulares y afiliados a la «Société des gens de lettres»— son escritores profesionales o semiprofesionales.

Los dos componentes de las fuerzas que animan la vida del libro son, pues, los siguientes:

1. *La existencia o la falta de una masa importante de población instruida, económicamente*

acomodada y políticamente influyente. Esa masa forma, por un lado, la parte esencial del público que lee (de cuya demanda depende la producción literaria) y constituye, por otro, el medio en que se forman los escritores. Los países en que existe una masa instruida de ese tipo, como la República Federal de Alemania, Francia, el Reino Unido, la U.R.S.S. y, más recientemente y en menor grado, los Estados Unidos de América, son verdaderas zonas de alta presión literaria, ya que su población lectora es tanto más exigente cuanto más instruida y tanto más influyente cuanto más numerosa. Esa población da lugar a una vida intelectual intensa, que se refleja en la actividad científica, la técnica, la política, la creación literaria o artística. Ante las necesidades de esa población, bajo la influencia de esa vida intelectual, estimulados por la competencia que suscita y arrastrados por su expansión, los escritores de esos países pasan las fronteras con más facilidad que otros.

2. *La variedad o la uniformidad de los gustos y actitudes de la población que lee, sea cual fuere su importancia numérica.* Ello puede depender de un gran número de factores: grado de evolución intelectual o de cultura, tipo de régimen político, estructuras sociales. Podemos hacernos una idea aproximada pero suficiente de esa variedad, merced a la sencilla operación efectuada por R. E. Barker respecto al año 1952 y que consiste en dividir la producción total de títulos de un país por el número de sus habitantes³. Si el cociente es bajo, significa que gran número de personas se contentan con un pequeño número de títulos y que, por consiguiente, hay una tendencia a la uniformidad. Por el contrario, si el cociente es elevado, esto permite suponer que los habitantes de ese país, incluso si son poco numerosos, tienen muy variadas exi-

gencias. En el cuadro 10 se indican paralelamente las cifras de Barker para 1952 y las que yo he calculado por mi parte para 1962 en determinado número de países, grandes productores o productores medios de libros. Los países están colocados por orden decreciente de los coeficientes de 1962. Se observará la tendencia de los Estados Unidos de América y del Canadá a la uniformidad, tendencia que las enormes tiradas de los *paperbacks* no podían por menos de fomentar en diez años. Sin embargo, en uno y otro país (y sobre todo el Canadá) la situación se asemeja más a la de las grandes naciones europeas. Estas últimas, incluida la U.R.S.S. y los diversos países socialistas, se encuentran en la zona media comprendida entre el coeficiente 162 de Italia, donde las tiradas son bastante elevadas, y el 500 de Portugal.

Se observará, sobre todo, que los países europeos de población relativamente escasa pero de un nivel intelectual muy alto (Suiza, Dinamarca, Noruega, Países Bajos, Suecia, Checoslovaquia, Finlandia, etc.) tienen coeficientes elevados, que indican las exigencias de un público al que la producción nacional, de base muy reducida, no llega a satisfacer. Es posible que el caso más extraordinario sea Israel, que tiene el coeficiente más elevado del mundo: 1.150, lo que es lógico en un país nuevo que apenas ha tenido tiempo para formar escritores, pero que ha recibido del mundo entero una masa de lectores tan heterogénea como intelectualmente activa.

Estos países son como «ciclones» literarios que aspiran hacia ellos la producción de los grandes anticiclones. Entre ellos y las zonas de presiones altas de que antes hablábamos se establecen intensas corrientes de intercambio en forma de importación de libros o en forma de traducciones.

Cuadro 10. Producción (por títulos) por millón de habitantes

Pais	1952	1962
Israel	750 ^a	1.150
Suiza	645	995
Dinamarca	504	893
Noruega	812	857
Países Bajos	673	820
Suecia	469	724
Checoslovaquia	455	628
Finlandia	427	587
Portugal	461	500
Austria	558	499
Hungría	341 ^a	495
Reino Unido	375	469
Rumania	158	394
Alemania (Rep. fed.)	290	392
Bélgica	512	376
España	119	310
Yugoslavia	305	299
Francia	242	270
Polonia	265	237
Japón	199	231
U.R.S.S. ^b	188	195
Canadá	47	193
Turquía	111	166
Italia	206	162
Argentina	237	155
Estados Unidos de América.	74	117
México	114	101
China Continental	5 ^c	38 ^d
India	47	25

^a Cifras de 1950. ^b Unicamente libros puestos en venta. ^c Evaluación. ^d Cifras de 1958.

Fuentes: *Annuaire statistique-Statistical Yearbook* (Naciones Unidas); R. E. Barker, *Books for all*; otros documentos de la Unesco.

Sin embargo, existen otras zonas de baja presión literaria que no podemos descubrir por medio de los coeficientes, ya que la masa de la población que lee no es en ellos todavía lo suficientemente numerosa como para reflejar su demanda en la producción autóctona. Se trata de los países jóvenes, de gran natalidad y de evolución

cultural rápida de América latina, de Africa y de Asia. Por el momento su principal necesidad constituye el libro de texto y el libro técnico⁴, pero esto no es más que una etapa. Los alumnos actuales, si la escuela es honrada, serán mañana lectores autónomos. Liberándose del analfabetismo, facilitando a las masas las condiciones materiales indispensables, imponiéndoles la disciplina intelectual necesaria, la India podría lograr en treinta años que en la liga de la vida literaria entraran 300 millones de nuevos lectores.

¿Cuántos escritores podrían surgir de esa masa? Muchos, seguramente. La experiencia prueba que no hay literatura en una sola dirección, y que en materia de lectura el consumo suscita la producción. Aquellos países en los que la vida del libro es más activa —pensemos en los Países Bajos— son a la vez zonas de alta y baja presión, de ciclones y anticiclones, emisores y receptores de corrientes. En esos países los intercambios literarios son intercambios en el sentido literal de la palabra. En materia de cultura escrita las mismas condiciones sociales crean la oferta y la demanda; y la lectura es uno de esos bienes que no se buscarían de no haber sido ya encontrado.

2. Las barreras internacionales

Sean cuales fueran las disparidades y las diferencias entre los países productores y consumidores de lectura acabaría por establecerse un cierto equilibrio si las grandes corrientes del intercambio no tropezaran con diversos obstáculos. Algunos de ellos son naturales —es decir, forman parte de una situación general, histórica, de la que el libro no es más que un elemento—; otros son institucionales y se han creado delibe-

radamente para influir en el circuito de distribución del libro.

Los dos obstáculos naturales más evidentes son el analfabetismo y la diversidad de idiomas. Sería absurdo considerarlos independientemente uno de otro. Desde el momento en que se trata de lectura, la existencia de una lengua sólo tiene sentido en la medida en que se lee; y al tratarse de intercambio, poder leer un texto en una lengua determinada es tanto más importante cuanto mayor sea el número de personas que lean en esa lengua.

Se considera que hay doce lenguas principales, habladas por más de las tres cuartas partes de la humanidad. Se trata de los idiomas siguientes, clasificados con arreglo al porcentaje de la población del mundo que las habla: chino, 25 por 100; inglés, 11 por 100; ruso, 8,3 por 100, hindi, 6,25 por 100; español, 6,25 por 100; alemán, 3,75 por 100; japonés, 3,75 por 100; bengalí, 3 por 100; árabe, 2,7 por 100; francés, 2,7 por 100; portugués, 2,5 por 100; italiano, 2,10 por 100.

Pero si tratamos de determinar el número real de lectores en cada idioma, es decir, de personas en condiciones de realizar actos de lectura autónomos, obtenemos un resultado bastante diferente. En el cuadro 11 se ha tratado de determinar, por continentes, el volumen de la población de lectores en cada lengua. Para ello se han combinado tres elementos:

1. La lengua nacional o las lenguas nacionales de cada país, dándose por supuesto que en un mismo Estado pueden coexistir dos o incluso tres lenguas nacionales. No se ha tenido en cuenta el conocimiento de lenguas extranjeras, factor difícil de establecer y en todo caso de poca importancia en relación con las masas consideradas, pero se ha procurado evaluar el número de

personas que utilizan como medio de comunicación una segunda lengua no nacional como, por ejemplo, el francés o el inglés en las antiguas colonias francesas y británicas, o el alemán en las zonas de intensa emigración germanófona (Israel o el Middle-West norteamericano).

2. El porcentaje de analfabetismo, tal como se evalúa en los documentos más recientes publicados por la Unesco.

3. El porcentaje de la población de edad superior a quince años, edad que se considera como límite a partir del cual una persona tiene una actitud cultural autónoma.

Puede compararse este cuadro con el que aparece en la publicación de la Unesco *Datos y Cifras. Estadísticas Internacionales referentes a la educación, la cultura y la información*, p. 10, París, 1958. En ese cuadro se da la situación en 1950. No se deberá olvidar que en once años la población del globo ha aumentado en un 20 por 100.

En la misma obra puede verse en otro cuadro (pp. 11-13) la disparidad de criterios en lo que respecta al analfabetismo. En los cálculos que figuran a continuación se ha tratado de eliminar ese factor. Sin embargo, parece que puede discernirse cierto retroceso del analfabetismo en el mundo: la población que lee, y que representaba el 36 por 100 de la población mundial en 1950, constituye el 40 por 100 en 1961.

De ese cuadro resulta una clasificación de las lenguas muy diferente de la que habíamos obtenido en cuanto a las lenguas habladas. Ocho idiomas bastan para comunicarse con las tres cuartas partes de la población del mundo. Son los siguientes, clasificados con arreglo a su porcentaje: el inglés, 18,10 por 100; el chino, 16,90 por 100; el ruso, 15,90 por 100; el español, 6,20 por 100; el alemán, 5 por 100; el japonés, 5 por 100;

Cuadro 11. Las masas lectoras clasificadas por lenguas (en millares de personas)^a

Lengua	Africa	América	Asia	Europa	Oceanía	Totales
Inglés.....	7.500 (2.800)	137.300 (3.300)	100 (24.200)	40.500 —	9.100 —	194.500 (30.300)
Chino.....	—	— (300)	205.500 (4.100)	—	— (100)	205.500 (4.500)
Ruso.....	—	—	2.000 (20.000)	117.600 (40.000)	—	119.000 (60.000)
Español.....	100	53.100 (2.300)	— (3.000)	18.400 —	—	71.600 (5.300)
Alemán.....	—	— (300)	— (100)	62.000 (100)	—	62.000 (500)
Japonés.....	—	—	59.700 (2.000)	—	—	59.700 (2.000)
Francés.....	2.500 (3.000)	3.800 —	— (500)	36.800 —	100 —	43.200 (3.500)
Italiano.....	— (100)	—	—	30.300 —	—	30.300 (100)
Portugués.....	200	21.000	— (100)	3.500 —	—	24.700 (100)
Neerlandés <i>b</i>	3.800 —	— (100)	— (100)	12.600 —	—	16.400 (200)

^a Primera cifra: número de lectores en la lengua nacional; cifra entre paréntesis: número de lectores en una segunda lengua de comunicación oficialmente admitida.

^b Incluidos el *africains* y el *flamenco*.

(Continúa en la página siguiente)

Cuadro 11. (Conclusión)

Lengua	Africa	América	Asia	Europa	Oceanía	Totales
Arabe.....	6.300	—	1.900	—	—	8.200
	(300)	—	(500)	—	—	(800)
Lenguas de la India.....	—	—	84.000	—	—	84.000
	(300)	—	—	—	(100)	(400)
Otras lenguas de Asia ^c	—	—	77.500	—	—	77.500
Lenguas eslavas no rusas.....	—	—	—	65.800	—	65.800
	—	—	—	(2.000)	—	(2.000)
Lenguas escandinavas.....	—	—	—	12.800	—	12.800
Otras lenguas de Europa.....	—	—	—	36.300	—	36.300
	—	(500)	—	—	—	(500)
Lenguas de Africa ^c	4.200	—	—	—	—	4.200
Lenguas de Oceanía ^c	—	—	—	—	200	200
TOTALES.....	24.600	215.200	430.700	436.000	9.400	1.115.900
	(6.500)	(6.800)	(56.400)	(42.000)	(200)	(110.200)
Población efectiva (1961).....	204.000	422.000	1.721.000	648.000	17.000	3.012.000

^c No hay datos sobre segunda lengua de comunicación oficialmente admitida.

el francés, 3,80 por 100; el italiano, 2,40 por 100.

La población lectora del globo, es decir, no los lectores reales sino las personas que pueden leer de un modo autónomo, se calcula en 1.200 millones de hombres, o sea, el 40 por 100 de la población mundial, lo que representa seguramente más de la mitad de la población en edad de leer.

Esos distintos datos podrían parecer alentadores. Tan sólo ocho grandes unidades lingüísticas para distribuir una masa de población lectora que representa las dos quintas partes de las personas de más de quince años de edad que leen en el mundo, es un problema de comunicación que no parece imposible de resolver.

Por desgracia la situación resulta menos halagüeña cuando se trata de ver con mayor detalle. En primer término, entre las lenguas de comunicación, algunas de las más importantes —el chino, el ruso, el alemán, el japonés, el italiano— están limitadas a una sola región del mundo. Y las lenguas que, como el inglés, el español o el francés, se hablan en varios continentes y permiten una difusión mundial, no son siempre las más importantes. Así sucede, en especial, con el portugués, con el neerlandés y, en menores proporciones, con el árabe.

Por otra parte, la situación es muy distinta según los continentes. En América, por ejemplo, no hay problema. Cuatro lenguas se reparten algo más de 200 millones de lectores, que representan la mitad de la población. Prácticamente no tienen competidoras, ya que las lenguas indígenas de América no eran lenguas escritas en el sentido que nosotros damos a esta palabra. Las únicas grandes modificaciones que pueden preverse son las del equilibrio entre el inglés y el español, ya que el primero alcanza en este momento el punto de saturación de su población lectora, en tanto que el segundo, con el incre-

mento demográfico y el progreso económico y social de América latina, debería lógicamente quintuplicar su influencia antes de fines del siglo xx.

Tampoco existe problema en Oceanía, donde el inglés de Australia y de Nueva Zelanda no tendrá competidores directos de no ocurrir cambios políticos importantes. El caso de Africa es ya más complejo. Es evidente que las grandes naciones colonizadoras se hicieron algunas ilusiones optimistas acerca de su obra cultural. Los lectores que utilizan sus lenguas representan apenas el 10 por 100 de la población de Africa, y aun así figuran entre ellos los blancos de Africa del Sur. Se dice a veces (y no sin razón) que el francés es la futura lengua de comunicación de Africa. Como lengua nacional o lengua secundaria es utilizado por 5 ó 6 millones de posibles lectores. El inglés cuenta con más de 10 millones de lectores, pero éstos se hallan agrupados en zonas muy delimitadas y en su mayor parte son de origen no africano. Por su lado, el árabe cuenta con una masa de 7 millones de lectores, pero, pese al apoyo cultural que el Islam representa, está limitado al Africa del Norte. El francés es, pues, efectivamente, la lengua literaria leída por el mayor número de africanos de origen y en la mayor extensión territorial. Aun cuando un día se lleguen a desarrollar las literaturas de las lenguas africanas autóctonas, puede decirse que el progreso del libro y de la lectura de Africa van unidas al de la alfabetización en francés.

Quedan Asia y Europa, que son los dos bloques más importantes. De cada ocho lectores del mundo, tres son asiáticos y tres europeos. Esta igualdad es ya un factor de desequilibrio, puesto que hay tres veces más asiáticos que europeos. Añadamos a ello que las dos terceras partes de la producción literaria mundial se escribe en las

lenguas de Europa, y sólo menos de la cuarta parte utiliza las lenguas de Asia. Ahora bien, hay más de 30 lenguas escritas en Europa. En Asia hay muchas más todavía; y más de 30 las utilizan por lo menos 5 millones de personas. Tenemos, pues, por una parte, una producción literaria superabundante pero lingüísticamente parcelada; y, por otra, una inmensa masa de posibles lectores que podría triplicarse fácilmente en los decenios próximos pero que está también infinitamente dividida por la diversidad de lenguas.

Aun así sólo se trataría de un mal menor si a la división lingüística no se añadiera la división administrativa y política. Publicar un texto en una lengua no quiere decir ponerlo a la disposición de todas las personas que leen esa lengua en el mundo. Hay pocas probabilidades de que un mismo libro, apenas tenga un mínimo contenido ideológico, sea puesto en circulación simultáneamente en todos los países de su grupo lingüístico de origen. Oficialmente la censura política de los libros, salvo en tiempos de guerra, se ha suprimido en la mayor parte de los países; pero existen mil maneras de burlar esa libertad. Las razones dadas para aplicar medidas que impidan la difusión de un libro sin prohibirlo abiertamente no son forzosamente políticas. Esa especie de censura larvada no se debe siempre a la intervención de las autoridades. Pueden imponerla los medios económicos o sociales que controlan la edición en un país determinado.

Esa situación no evolucionará sino lentamente, ya que está ligada a las tensiones y contradicciones del mundo moderno. El libro no es más que uno de los elementos de una lucha que lo rebasa.

No sucede lo mismo con los obstáculos económicos que surgen en su camino. Esos obstáculos son de cuatro clases:

1. Reglamentación y restricciones monetarias relativas a las divisas. Ese obstáculo puede dificultar tanto la importación de libros como la cesión de derechos de traducción.

2. Tarifas postales. Se aplican a todas las clases de material de carácter cultural, revistas, películas, obras de arte, etc.

3. Disposiciones aduaneras que implican la expedición de licencias de importación o la imposición de tasas *ad valorem*.

4. Tasas diversas.

En una publicación de la Unesco, *Échanges culturels et barrières commerciales* (Paris, 1956) [*Trade barriers to knowledge* (1955)] se hace el balance de las disposiciones legislativas muy diversas, vigentes en 92 países. La Unión Postal Universal (UPU) ha tratado de obtener de sus Estados miembros reducciones sistemáticas de las tarifas postales aplicadas a los libros, así como una simplificación general de las formalidades aduaneras y administrativas. Desde 1952 se han logrado progresos considerables, y unos cincuenta Estados han puesto en aplicación las recomendaciones de la UPU. Análogamente, la Asociación de Transporte Aéreo Internacional ha obtenido, desde 1953, que las líneas aéreas a ella afiliadas extiendan al libro la tarifa concedida para los periódicos, revistas y catálogos. Pero no por ello el transporte de libros deja de ser caro. Aun en los países que aplican al libro el régimen de impresos, el precio de expedición de un libro de tamaño medio al extranjero es del orden de 15 céntimos franceses o 3 centavos norteamericanos. Esta suma puede parecer mínima para un libro caro tomado aisladamente pero no deja de tener una influencia considerable en el precio de costo cuando se trata de la distribución en masa.

Más difícil es intervenir directamente en la esfera de las legislaciones monetarias, ya que cada

una de ellas está determinada por condiciones locales independientes de la política cultural que pueda seguir un país determinado. En esta materia, la Unesco ha facilitado los intercambios en la medida de lo posible, creando bonos internacionales de pago. Un Estado miembro de moneda débil puede procurarse así bonos de la Unesco que le sirven para abonar sus compras de material cultural y que son después reintegrados por la Unesco en la moneda del país proveedor. Este plan viene funcionando desde 1954 y obtuvo inmediatamente un gran éxito en los países en vías de desarrollo económico.

Quedan los obstáculos debidos a las disposiciones aduaneras y económicas. Para limitar sus inconvenientes, la Unesco, después de su Conferencia de Beirut en 1948, estimuló a los Estados miembros a concertar acuerdos para suprimir o disminuir las tarifas aduaneras y fiscales. El texto básico es el que se aprobó en la Conferencia General de la Unesco celebrada en Florencia en 1950. En virtud de ese acuerdo, los Estados contratantes se comprometen a no aplicar derechos de aduanas ni otra clase de impuestos a la importación de diversos objetos de carácter cultural, en primer lugar los libros impresos.

Muchos países han firmado y aplican ese acuerdo, y puede considerarse que los libros circulan casi libremente entre los principales productores, sobre todo entre los países del Mercado Común Europeo y de la Asociación Latino-Americana de Libre Comercio, donde están desapareciendo los últimos derechos de aduanas. Indudablemente, se tiende de un modo general a la reducción de los obstáculos de orden económico que entorpecen la circulación internacional de los libros.

Pero precisamente esa libertad de intercambios puede plantear nuevos problemas en un mundo en que existen las desigualdades culturales y las

barreras lingüísticas de que hemos hablado anteriormente. En efecto, si las masas de Asia, África y de América latina tienen rápidamente cada vez más necesidad de lecturas, es de temer que esa necesidad sea atendida mediante las aportaciones de algunas grandes potencias económicas que disponen de una lengua de comunicación universal o de una industria del libro capaz de producir en masa. En tanto se trate del libro funcional o del libro de texto, el daño no es grave e incluso es posible que sea mejor así; pero después del libro funcional llega un día en que hay que desembocar en el libro literario. Y al recibir del exterior lecturas «otorgadas» —amputadas además, en lo que concierne a la producción europea, de las aportaciones lingüísticas minoritarias—, las nuevas masas lectoras se verán condenadas a la pasividad y privadas de esa participación activa que es la marca distintiva del hecho literario. Más vale una literatura mediana que entable el diálogo con su pueblo que una «buena literatura» sorda a la voz de las personas a quienes se dirige y de quienes debe ser expresión.

Sin embargo, los intercambios internacionales actuales se orientan hacia una concentración de ese tipo. La aparición del libro barato en la liga literaria no ha hecho más que acentuar la tendencia y favorecer la invasión de las nuevas zonas de lectura por la producción de las grandes potencias, ya que producir barato no está al alcance de todo el mundo.

3. El comercio internacional del libro

El comercio del libro está lejos de ser uno de los aspectos más importantes de los intercambios económicos internacionales. En el cuadro 12

Cuadro 12. Los principales exportadores de libros (1961)

País	Exportación de libros (en millones de dólares)	Porcentaje del total de las exportaciones
España	18	2,53
Reino Unido	87	0,81
Países Bajos	33	0,71
Estados Unidos	108	0,50
Francia	32	0,43
Suiza	9	0,40
Alemania (Rep. fed.)	32	0,24

figuran, evaluadas en millones de dólares, las exportaciones de libros de los principales países de moneda fuerte del mundo occidental, así como el porcentaje de esa cifra con relación al total de las exportaciones.

Vemos que en ninguno de los países citados, salvo España, la exportación de libros alcanza el 1 por 100 de las exportaciones totales. Sin embargo, el volumen de los intercambios es cada vez mayor. Si se consideran las exportaciones de libros en tonelaje y no en precios —dato esencialmente variable— se observa que, en la mayor parte de los países, se han duplicado en diez años⁵.

El caso de los Países Bajos es particularmente interesante. Ese país tiene una larga tradición en la industria y el comercio del libro. En una época en que las monarquías absolutas impedían la circulación de las ideas en Europa, el libro holandés fue, durante los siglos XVII y XVIII, el vehículo del pensamiento libre. Merced a una política inteligente, la edición hace ahora de los Países Bajos uno de los centros del pensamiento científico moderno. Los Países Bajos —que reciben mucho, pues el 16 por 100 de su producción la constituyen traducciones— dan también no poco. De 1946 a 1960, el valor total de las exportaciones de libros pasó de 1,3 a 33 millones de

dólares. Hecho más significativo aún: en 1960, de 7.893 títulos publicados, 1.140 lo fueron en lenguas extranjeras y, por consiguiente, estaban destinados a la exportación. Esa proporción de 1 a 7 no la ha igualado ningún país del mundo. Ello permite a los Países Bajos a pesar de tener una lengua nacional de relativamente escasa difusión, exportar —en valor al menos— más libros que Francia o la República Federal de Alemania; y les permite tener un mercado mundial del libro único en su género por su amplitud y su equilibrio: Benelux, 34,6 por 100; zona de la esterlina, 21,5 por 100; República Federal de Alemania, 13,5 por 100; zona del dólar, 8 por 100; Francia, 3,9 por 100; posesiones holandesas, 3,3 por 100; otros países, 15,2 por 100.

Fuera del caso particular de los Países Bajos, existen en Europa Occidental tres tipos de mercado del libro:

1. El mercado local, como el de la República Federal de Alemania, limitado al grupo austro-suizo y a unas cuantas minorías de lengua alemana en diversos países del mundo, sobre todo en Polonia y en los Estados Unidos de América.

2. El mercado intercontinental, como el del Reino Unido. Europa no representa en él sino una parte relativamente reducida. Lo esencial de su clientela está en la Commonwealth, en los restos del Imperio y en los Estados Unidos de América, que son antiguas colonias y que, literariamente, al menos, han tenido hasta hace poco el complejo del colonizado.

3. El mercado mixto, como el de Francia, que combina la clientela del grupo lingüístico con la de las antiguas colonias. La Europa de habla francesa (Suiza-Benelux) pesa casi tanto en él como las posesiones hoy independientes, desde la primera, el Canadá, hasta Argelia, la más reciente.

En el cuadro 12 se habrá podido observar que los Estados Unidos figuran a la cabeza de los países de economía de mercado en lo que respecta a la exportación de libros. Ello se debe en gran parte a la política de información cultural en el extranjero que ese país aplica.

La U.R.S.S. se encuentra evidentemente en el mismo caso, pero no figura en el cuadro 12 debido a las grandes dificultades de comparación de las monedas. Sus exportaciones de libros pasaron de 4.817.000 rublos en 1957 a 12.810.000 en 1961. Esta última cifra corresponde a una exportación anual de 35 millones de ejemplares aproximadamente⁶. El «Book Translation Program» de los Estados Unidos, iniciado en 1950 y cuyo fin es distribuir, a particulares e instituciones influyentes en todo el mundo, así como a los bibliotecarios de los servicios norteamericanos de información, traducciones de libros norteamericanos, puso en circulación, en 1960, 6.593.350 ejemplares⁷. Para comparar esta cifra con la cifra soviética, hay que tener en cuenta que esas exportaciones «de prestigio» vienen a añadirse a las exportaciones comerciales, que por su parte también entrañan «programas» patrocinados por las autoridades federales norteamericanas. Uno de ellos ha permitido a los países de moneda débil obtener, en los años de la posguerra, libros vendidos en dólares. Otro programa incluye ediciones a muy bajo precio (10 a 15 centavos el ejemplar) destinadas al Oriente Cercano y Medio, al Lejano Oriente y al Africa.

Puede advertirse una coincidencia interesante: las obras distribuidas por el «Book Translation Program» en 1960 se han publicado en 33 lenguas distintas, mientras que los libros exportados por la U.R.S.S. el mismo año se habían publicado en 32 lenguas, distintas de los idiomas que hablan los pueblos de la U.R.S.S. La semejanza de

las cifras indica una similitud de distribución geográfica.

Las nueve décimas partes de las exportaciones de libros de la U.R.S.S. van a parar a los países socialistas. Algo menos de la mitad de las exportaciones de los Estados Unidos de América van hacia otros países de lengua inglesa, donde tienen que enfrentarse con la competencia británica.

Por lo demás, la distribución en porcentaje por regiones del mundo indica con bastante claridad en qué direcciones orienta sus principales esfuerzos cada uno de los «grandes». Exclusión hecha de los demás países socialistas, las exportaciones de libros soviéticos se distribuyen en la forma siguiente: Europa Occidental, 41 por 100; América de habla inglesa, 21 por 100; Lejano Oriente, 16 por 100; América latina, 6 por 100; Cercano y Medio Oriente, 4 por 100; África, 3 por 100; varios, 7 por 100. Así, pues, se hace sobre todo hincapié en Europa y la América de habla inglesa. No es de extrañar que, por el lado norteamericano, se haga hincapié en el Lejano Oriente y la América latina. He aquí, excluido el bloque de habla inglesa, la forma en que se distribuyen las exportaciones de libros norteamericanos: Lejano Oriente, 33 por 100; América latina, 27 por 100; Europa, 25 por 100; Cercano y Medio Oriente, 8 por 100; África, 4 por 100; varios, 8 por 100.

Esos ingentes circuitos de distribución se amplían de año en año y presentan a la vez ventajas e inconvenientes. Las ventajas se manifiestan, sobre todo, en la difusión del libro funcional en los países en vías de desarrollo. Se trata casi siempre de libros que no se producen y que no podrían producirse en los países importadores; pero el caso es totalmente diferente cuando se trata del libro literario que, en fin de cuentas, es el único portador de cultura. El libro literario,

repiteámoslo, se caracteriza por una participación activa del usuario. Ese usuario debe suscitar la producción, ya se trate de una producción autóctona o de una producción importada.

Las exportaciones de esos libros en grandes cantidades, en virtud de programas de traducción fijados por el país de origen y sin intervención del país receptor, constituyen, pues, el principal obstáculo para la aparición de una verdadera cultura escrita de masas.

Desde luego, en una y otra parte se ha tenido la intuición del peligro. La Unión Soviética patrocina ahora ediciones fuera de su territorio, medio más directo para mantener el contacto con el público usuario. Por otro lado, una conferencia sobre el desarrollo del libro, celebrada en Washington en septiembre de 1964, indicó en sus recomendaciones que es necesaria una política del desarrollo del libro en los propios países usuarios, y que hay que facilitar ayuda a la industria y al comercio local del libro.

En todo caso la traducción hecha localmente, más que las exportaciones e importaciones de material impreso, en contacto inmediato con las masas de lectores, será lo que dará vida a un verdadero mercado mundial del libro.

4. La traducción

La traducción representa en títulos el 10 por 100, aproximadamente, de la producción mundial. Según el *Index translationum*, en 1960 se publicaron 31.384 traducciones en los 44 países cuya producción total fue de unos 310.000 títulos durante ese mismo año. Si se tiene en cuenta que, por una parte, muchas obras originales se traducen a varias lenguas y figuran por consiguiente varias veces en los 31.384 títulos, y que, por otra,

un determinado número de esas obras —aproximadamente del 3 al 5 por 100— son clásicos traducidos de antiguas lenguas, se reconocerá que el papel de la traducción como medio de comunicación internacional no es todavía muy importante.

La situación viene a agravarse por la circunstancia de que el 72 por 100 o el 75 por 100 de las traducciones del mundo proceden de una de las grandes lenguas literarias —el inglés, el ruso, el francés o el alemán. Esta proporción no ha variado en realidad desde 1950. Al inglés corresponde la parte más importante, con un 34 por 100; el ruso representa el 16 por 100; el francés, el 13 por 100; y el alemán, el 10 por 100. Sin embargo, observemos que en el caso del ruso la cifra del 16 por 100 no significa exactamente lo mismo que para las otras lenguas. Para éstas —salvo en el caso particular de Suiza o de Bélgica— la traducción es, en principio, exportación fuera de las fronteras nacionales. En cambio, en el caso del ruso, cerca de la mitad de las traducciones se destinan a los pueblos de la U.R.S.S. cuya lengua materna no es el ruso. Para obtener una base de comparación aceptable en lo que atañe a la circulación internacional, es, pues, necesario eliminar las traducciones del ruso publicadas en la U.R.S.S. Sin embargo, esta solución tampoco es plenamente satisfactoria, pues sabemos que la U.R.S.S. exporta libros traducidos del ruso a lenguas no habladas en su territorio. Por ello, aunque en el cuadro 13, donde se encontrarán los datos numéricos brutos de la traducción en el mundo correspondientes a 44 países en 1960, se dan paralelamente las dos series de cifras, después, en las comparaciones que haremos, sólo tendremos en cuenta la segunda serie, es decir, aquella en que se eliminan las traducciones del ruso en el interior de la U.R.S.S.

Cuadro 13. La traducción en el mundo (cifras brutas de 1960 sobre 44 países)

Países traductores	Total	Inglés	Ruso	Francés	Alemán	Otros
U.R.S.S.	5.508 ^a	663	2.541	186	298	1.820
Alemania ^b	2.958	1.321	323	527	4	783
Checoslovaquia	1.548	110	405	76	119	838
Italia	1.513	583	45	440	227	218
Francia	1.425	678	65	43	206	433
España	1.416	651	15	305	220	225
Estados Unidos de América	1.294	5	168	428	286	407
Países Bajos	1.269	750	29	143	220	127
Suecia	1.075	667	33	74	109	192
Japón	976	579	73	166	132	26
Bélgica	874	420	17	119	177	141
Yugoslavia	849	190	88	121	122	328
Polonia	803	186	172	106	100	239
Portugal	797	202	12	143	28	412
Noruega	761	562	6	30	33	130
Suiza	677	288	11	126	110	142
Dinamarca	666	355	14	57	73	167
India	618	262	47	28	14	267
Finlandia	618	298	17	36	77	190
Rumania	595	26	247	26	34	262
Bulgaria	548	24	296	19	31	178
Israel	532	237	21	38	52	184
Brasil	464	210	19	120	35	80
Argentina	421	203	10	77	55	76
Reino Unido	411	7	15	126	69	194
Turquía	400	151	17	85	41	106
Hungría	398	64	119	69	71	75
Rep. Árabe Unida	306	234	11	31	6	24
Córea (Rep. de) ...	233	147	13	28	30	18
Grecia	192	107	18	44	11	12
México	173	116	5	17	9	26
Islandia	134	50	2	10	18	54
Ceilán	110	58	8	3	0	41
Albania	108	6	66	8	3	25
Austria	103	62	3	22	0	16
Irán	102	79	3	4	3	13
China (Taiwan) ...	100	83	2	8	3	4
Canadá	53	29	0	8	2	14
Sudáfrica	52	28	0	4	7	13
Indonesia	50	18	2	1	2	27
Vietnam (Rep. del) ..	49	22	0	25	2	0
Chile	42	16	3	8	6	9
Birmania	35	27	0	2	0	6
Pakistán	29	24	0	0	0	5
Total	31.384	10.808	4.953	3.965	3.050	8.603

^a Esta cifra se reduce a 2.957 si se excluyen las 2.541 traducciones del ruso, gran parte de las cuales se destinan al mercado interior.

^b República Federal de Alemania y Alemania Oriental.

Fuente: *Annuaire Statistique-Statistical Yearbook* (Unesco, 1963).

En el cuadro 13 se han clasificado los países traductores por orden de importancia, colocando en primer término, a los que publican el mayor número de traducciones. Se observará que, aun prescindiendo de las obras traducidas del ruso, la U.R.S.S. sigue a la cabeza, viniendo inmediatamente después las dos Alemanias, pues en las estadísticas en materia de traducción no se distingue entre la República Federal de Alemania y la Alemania Oriental.

Una simple ojeada para ver cuáles son las grandes corrientes de intercambio. La más intensa es la que va de la zona inglesa hacia Alemania (1.321 títulos); después vienen, a buena distancia pero no lejos entre sí (750 a 526), las corrientes inglesas en dirección a los Países Bajos, Francia, U.R.S.S., Suecia, España, Italia y Noruega. A continuación hay que recorrer una distancia considerable para pasar a los 420 correspondientes a Bélgica. Y, aproximadamente, a ese nivel empiezan a escalonarse las corrientes francesas, la más importante de las cuales es la franco-alemana (527), viniendo luego la franco-italiana (440), la franco-norteamericana (428), y bastante después la corriente franco-española (305). Naturalmente, las corrientes procedentes del ruso tienen como primer destinatario los países socialistas, escalonados entre los 405 títulos de Checoslovaquia y los 119 de Hungría; pero Alemania sigue siendo todavía un buen cliente con 323 títulos, así como los Estados Unidos con 168. Las corrientes alemanas son más difusas y están distribuidas de un modo más regular. Entre los 298 y los 206 títulos se escalonan la U.R.S.S. y los Estados Unidos (casi en igualdad de condiciones aproximadamente), Italia, España, los Países Bajos y Francia.

Merece señalarse el pequeño número de traducciones publicadas en el Reino Unido, el se-

gundo país exportador de libros del mundo; lo cual muestra hasta cierto punto que la traducción puede considerarse como complementaria de la exportación de libros. En un bloque lingüístico en que la producción es abundante y la clientela numerosa, no hay necesidad de acudir a la producción exterior: se exportan libros en inglés de país de habla inglesa a país de habla inglesa, sobre todo, a partir de Inglaterra. El Reino Unido es el prototipo de lo que llamábamos un «anticiclón literario». Las corrientes emanan de él, pero no son provocadas hacia él. Ese carácter autárquico, que se debe a la potencia del mercado del libro británico, es también, para el futuro, uno de los puntos más débiles de la literatura inglesa.

Cuando se consideran no sólo las cifras brutas sino las cifras en relación con la producción nacional, se comprueba que determinados países atraen la traducción y que otros la rechazan. ¿Qué lugar ocupa en cada país la traducción respecto a la producción total de libros? Hemos visto que el promedio mundial era de un 10 por 100. Alrededor de ese promedio las variaciones son considerables. Lo muestra el cuadro 14.

Una primera observación se impone al examinar ese cuadro. Hemos dicho que el promedio mundial era aproximadamente de un 10 por 100; y a ese nivel encontramos efectivamente países como Francia o la República Federal de Alemania, cuya situación corresponde, en general, al promedio mundial. Pero 26 países están por encima de la media, mientras que sólo 18 están por debajo. Ese desequilibrio indica claramente que los países que están por debajo de la media son los que cuentan con la más abundante producción. Entre ellos figuran en especial los Estados Unidos, el Japón, la U.R.S.S. y el Reino Unido, que es el último de todos. Ello nos confirma decisivamente que cuanto más fuerte es la producción de

un país menos necesidad tienen de los demás. Y este es uno de los peligros menos evidentes pero más temibles que la potencia material e intelectual puede representar para la cultura de un gran país.

Si no se adoptan precauciones para mantener de un modo sistemático las relaciones con el extranjero habrá que temer las consecuencias de la consanguinidad cultural. No son sólo los países en vías de desarrollo los que necesitan una política rigurosa del libro.

Cuadro 14. El lugar de la traducción (porcentaje de la traducción en la producción nacional en 1960)

País	Porcentaje	País	Porcentaje
Con numerosas traducciones:		Francia	11,2
Israel	34,0	Polonia	11,0
Albania	25,5	Alemania ^a	10,9
Finlandia	24,8	Birmania	10,6
Bélgica	23,9	Argentina	10,4
España	23,3	De poca traducción:	
Noruega	23,3	Brasil	9,4
Con un número medio:		Rumania	9,4
Italia	19,7	México	8,8
Dinamarca	18,9	Estados Unidos	8,6
Islandia	18,9	Hungría	7,6
Suecia	18,5	China (Taiwan)	6,3
Irán	17,9	Ceilan	6,2
Checoslovaquia	17,0	India	5,8
Bulgaria	16,3	Vietnam (República del)	5,0
Países Bajos	16,1	Pakistán	4,8
Yugoslavia	15,8	Indonesia	4,5
Corea (Rep. de)	14,8	Japón	4,1
Suiza	13,3	U.R.S.S. ^b	4,0
República Árabe Unida	13,0	Austria	3,0
Grecia	12,2	Chile	2,7
Portugal	12,0	Sudáfrica	2,0
Turquía	11,6	Canadá	1,9
		Reino Unido	1,7

^a República Federal de Alemania y Alemania Oriental.

^b Sin incluir las obras traducidas del ruso a otra lengua de la U.R.S.S.

Fuente: *Annuaire statistique-Statistical Yearbook* (Unesco, 1963).

En todo caso, a la cabeza de los países con numerosas traducciones encontramos las «zonas de baja presión» señaladas anteriormente: en

primer término, Israel, seguido de Finlandia, Bélgica y Noruega (Dinamarca, Islandia, Suecia y los Países Bajos no se encuentran muy lejos de ellos, aun cuando estén incluidos entre los países con un número medio de traducciones). Hay también otro tipo de países traductores, como Albania y España que, debido a una situación histórica momentánea (naturalmente muy distinta en uno y otro caso), no se encuentran en condiciones de tener una producción a la altura de su demanda.

Ante un desequilibrio de esa naturaleza, cabe preguntarse cuál es el grado de sujeción de los países traductores respecto de las grandes potencias productoras. En el cuadro 13 ya hemos visto cuáles eran en valores absolutos las corrientes dominantes de la traducción. Sin embargo, también tiene interés examinarlas en valor relativo, es decir, ver qué proporción de las traducciones de cada país procede de una u otra lengua. Es lo que hemos tratado de hacer en el cuadro 15. Los países se han clasificado con arreglo a la lengua dominante, estableciéndose después una segunda clasificación en el interior de los grupos con arreglo a la segunda lengua utilizada.

Se comprueba que sólo el inglés y el ruso pueden verdaderamente pretender al título de primera lengua dominante. En efecto, el francés sólo domina en tres países, dos de los cuales son los grandes productores de lengua inglesa —los Estados Unidos y el Reino Unido— en los que naturalmente el inglés no puede ser fuente de traducción ni competir por ello con las otras lenguas. En cuanto al tercer país, se trata de la República del Vietnam, antigua colonia francesa.

Sin embargo, la posición del francés sigue siendo sólida, pues la combinación más frecuente es el inglés como primera lengua dominante y el francés como segunda. Así sucede en 18 países de

Cuadro 15. Las tendencias dominantes de la traducción.
ducciones de cada país tra-

País	Inglés	Ruso	Francés	Alemán	Varios
DOMINANTE INGLESA:					
Dominante exclusiva					
Pakistán	83	—	—	—	17
Más dominante rusa					
Ceilán	52	7	3	—	38
India	42	8	5	2	43
Indonesia	36	4	2	4	54
Polonia	23	21	13	13	30
Yugoslavia	22	10	14	14	40
Más dominante francesa					
China (Taiwan)	83	2	8	3	4
Irán	78	3	4	3	12
Birmania	77	—	6	—	17
República Árabe Unida.	77	4	10	2	7
México	67	3	10	5	15
Austria	60	3	21	—	16
Japón	59	8	17	14	2
Grecia	56	9	23	6	6
Canadá	55	—	15	—	30
Argentina	48	2	18	13	19
España	46	1	22	16	15
Brasil	45	4	26	8	17
Alemania ^a	45	11	18	—	26
Suiza	43	2	19	16	20
Italia	39	3	29	15	14
Chile	37	7	19	14	22
Turquía	38	4	21	10	27
Portugal	25	2	18	4	49
Más dominante alemana					
Noruega	74	1	4	5	16
Corea (República de)	63	4	12	13	7
Suecia	62	3	7	10	18
Países Bajos	59	2	11	17	13

^a República Federal de Alemania y Alemania Oriental.

Dominantes lingüísticas en 1960 (porcentaje de las traductor por cada lengua de origen)

Pais	Inglés	Ruso	Francés	Alemán	Varios
Sudáfrica	54	—	8	13	25
Dinamarca	53	2	9	11	25
Bélgica	48	2	14	20	16
Finlandia	48	3	6	12	31
Francia	48	5	3	15	29
Israel	45	4	7	8	36
Islandia	37	2	8	13	40
U.R.S.S. ^b	22	—	6	10	62

DOMINANTE RUSA:

Más dominante francesa

Albania	6	61	7	5	21
---------------	---	----	---	---	----

Más dominante alemana

Bulgaria	4	54	3	6	33
Rumania	4	42	4	6	44
Hungría	16	30	17	18	19
Checoslovaquia	7	26	5	8	54

DOMINANTE FRANCESA:

Más dominante inglesa

Vietnam. (Rep. del) ...	45	—	51	4	—
-------------------------	----	---	----	---	---

Más dominante alemana

Estados Unidos	—	13	33	22	32
Reino Unido	2	4	31	17	46

^b Sin incluir las obras traducidas del ruso a otra lengua de la URSS.

Fuente: *Annuaire statistique-Statistical Yearbook* (Unesco, 1963).

un total de 44. Entre esos países, la situación de Alemania y la de Austria en lo que respecta a las traducciones del alemán, es análoga a la del Reino Unido y los Estados Unidos en lo que se refiere a las traducciones de inglés, pues siendo el alemán su lengua nacional no puede competir con las otras lenguas como fuente de traducción. Igual sucede en Francia, en la que el alemán es la segunda lengua dominante, ya que el francés, lengua nacional, no puede entrar en competencia con él. Dicho esto, se observará que los países que combinan el inglés y el francés son, en primer término, los países de Europa meridional (Grecia, España, Italia, Portugal), los países del Oriente Cercano y Medio (Irán, República Árabe Unida, Turquía), los países de América latina (México, Argentina, Brasil, Chile) y algunos países del Lejano Oriente (China [Taiwan], Birmania, Japón). El caso del Canadá es demasiado evidente y no necesita comentarios.

Si la combinación inglés-francés se da en 18 países, la combinación inglés-alemán se observa en 12. La mayor parte de ellos son países de Europa septentrional, de formación más germánica que latina. Hay que añadir Israel, país en que el francés se halla casi en condiciones de igualdad con el alemán.

La combinación inglés-ruso se da en cinco países, de los cuales tres (Ceilán, India, Indonesia) pertenecen al Lejano Oriente y están relativamente subdesarrollados y dos son democracias populares de Europa (Polonia y Yugoslavia). Por otra parte, volvemos a encontrar democracias populares en los países de dominante principal rusa, que son cinco. El ruso va, por lo general, unido al alemán (Bulgaria, Rumania, Hungría, Checoslovaquia), que ha sido siempre, por un lado, uno de los principales vehículos del pensamiento marxista y que, por otro, continúa siendo la gran

lengua de cultura de los países que formaban parte del imperio austro-húngaro. Sólo Albania tiene dominante secundaria francesa. Tampoco ello es sorprendente, ya que la mayor parte de los dirigentes de ese país hablan francés.

Otra de las cuestiones que se plantea es el carácter de las traducciones. Sabido es que en la producción de los diferentes países la literatura ocupa un lugar muy variable. Igual sucede con la traducción. Lo que un país pide a otro puede ser principalmente literatura o información científica. En el cuadro 16 hay tres listas. Cada una de ellas corresponde a una agrupación de clases de la clasificación decimal. La primera se refiere a las traducciones de carácter literario; la segunda, a las de ciencias sociales (historia, sociología, demografía, geografía humana, economía, etc.); y la tercera, a las de obras de ciencias puras y aplicadas. En cada una de esas listas se han dispuesto los países por orden decreciente de la importancia que conceden a la clase de que se trata. Así vemos que el 84 por 100 de las traducciones de Islandia son obras literarias, mientras sólo el 14 por 100 de las traducciones de Indonesia pertenecen a esa clase. A la inversa, en Indonesia, el 70 por 100 de las traducciones son de ciencias sociales y en Hungría sólo el 13 por 100. Se observará, junto a la columna de los porcentajes, cuatro columnas numeradas 1, 2, 3 y 4. En la columna 1 se indican los países de «baja presión literaria», es decir, de gran cultura (y, por consiguiente, de gran demanda), pero de población poco numerosa y con una zona de difusión lingüística limitada. Esos países son seis y cada uno de ellos está marcado con una cruz. En la columna número 2 figuran los siete países de habla inglesa de la lista, ya sea el inglés lengua principal o lengua secundaria. La columna número 3 comprende 5 países de lengua española, más

Portugal y Brasil. Por último, la columna número 4 comprende los ocho países del bloque socialista europeo. Esta disposición nos permitirá estudiar la relación existente entre cada uno de esos cuatro factores, tan distintos unos de otros, con las preocupaciones dominantes en las traducciones.

Se comprobará que los países de «baja presión literaria» confirman la hipótesis que sentamos a su respecto. En efecto, todos ellos aparecen agrupados en cabeza de la lista «literatura». Para esos países, la traducción es, ante todo, un complemento de lectura literaria. Ninguno de ellos dedica menos de las tres cuartas partes de sus traducciones a la literatura. Por el contrario, esos mismos países que tienen universidades muy importantes, son menos tributarios de la producción extranjera en materia de ciencias sociales y ocupan en la parte baja de la lista de ciencias sociales una posición exactamente simétrica a la que ocupan en lo alto de la lista literaria. Ninguno de ellos dedica más del 20 por 100 de sus traducciones a esas ciencias. En lo que respecta a la ciencia pura, la orientación es la misma que en el caso de las ciencias sociales, pero quizá menos marcadamente. Aun cuando los seis países se encuentren en la parte baja de la lista, se hallan menos agrupados que en la columna anterior. La diferencia se debe probablemente a que la producción de libros de ciencias sociales originales exige, sobre todo, especialistas, en tanto que la producción de libros de ciencias puras y aplicadas necesita también instalaciones técnicas que no siempre están al alcance de los países de población poco numerosa, por ricos que sean.

En los países de habla inglesa encontramos una simetría análoga, pero las tendencias generales son menos marcadas. En el Canadá, sobre todo, la relación es paradójica en comparación con los

demás países de su grupo lingüístico. Su comportamiento es semejante al de los países de la columna 1. Los demás países de habla inglesa traducen poca literatura, lo que nos confirma que el carácter insular del inglés es efectivamente de tipo literario. Por el contrario esos mismos países son grandes traductores de ciencias sociales. En cambio el pertenecer al bloque de habla inglesa no parece ser discriminante en lo que concierne a las ciencias puras y aplicadas. En efecto, los Estados Unidos de América y el Reino Unido, con situaciones análogas en lo que respecta a la literatura y a las ciencias sociales, se hallan en ese aspecto muy alejados uno de otro. Sin duda el desarrollo de las investigaciones atómicas y espaciales en los Estados Unidos explica que ese país sea más abierto que otros a la producción científica extranjera.

El comportamiento de los países de habla española y portuguesa es casi idéntico; pero en este caso la excepción es Portugal, que se comporta como un país de «baja presión literaria», lo que parece lógico si se toma en cuenta su posición lingüística en Europa.

Nos quedan los países pertenecientes al bloque socialista europeo. En materia de literatura, ese carácter no parece discriminante. Hungría traduce un 77 por 100 de literatura y Bulgaria un 7 por 100 solamente. Los países socialistas vuelven a encontrar su comunidad en la esfera de libros funcionales.

Son en su mayoría países con número medio de traducciones de ciencias sociales: entre el 26 por 100 y el 34 por 100. Ello obedece, sin duda, a que esos países, en una materia tan estrechamente relacionada con su doctrina fundamental, traducen, sobre todo, lo publicado en el interior de su bloque, y en especial del ruso. Esta protección doctrinal no se aplica a las ciencias puras

Cuadro 16. Las tendencias dominantes de la traducción (dominantes por géneros en 1960)

Literatura				Ciencias sociales				Ciencias puras y aplicadas			
%	(1)	(2)	(3) (4)	%	(1)	(2)	(3) (4)	%	(1)	(2)	(3) (4)
Islandia	84	+		Indonesia	70			Pakistán	38	+	
Noruega	81	+		Reino Unido	63	+		Bulgaria	29		+
Portugal	81		+	Iran	58			México	29		+
Hungría	77		+	Birmania	51			Rumania	25		+
Dinamarca	75	+		Rep. Árabe Unida. ...	50			Checoslovaquia ...	23		+
Suecia	75	+		Argentina	46		+	U.R.S.S.	20		+
Austria	74			Pakistán	45	+		Polonia	19		+
Países Bajos	74	+		Estados Unidos ...	44	+		Irán	18		
Finlandia	73	+		Brasil	43		+	Sudáfrica	17	+	
Canadá	72		+	India	42	+		Estados Unidos ...	16	+	
Albania	71		+	Ceilán	41	+		Indonesia	16		
Grecia	69			Chile	40		+	Japón	15		
Alemania a	66			Sudáfrica	39	+		Turquía	15		
Bélgica	65			China (Taiwan) ...	37			España	14		+
Vietnam (Rep. de). ...	63			México	35		+	Argentina	14		+
Turquía	63			España	35		+	Brasil	13		+
Yugoslavia	62		+	Bulgaria	34			Ceilán	13	+	
Francia	62			Israel	34			Birmania	12		
Israel	60			Suiza	34			China (Taiwan) ...	12		
Corea (Rep. de) ...	59			Italia	33			Hungría	10		+
Italia	57			Japón	33			Italia	10		
Suiza	56			Vietnam (Rep. de). ...	33			Corea (Rep. de) ...	10		
Checoslovaquia ...	55		+	Corea (Rep. de) ...	31			Suiza	10		

* República Federal Alemana y Alemania Oriental.

(1) Países de «baja presión literaria».

(2) Países de habla inglesa.

(3) Países de habla española y portuguesa.

(4) Países socialistas europeos.

(Termina en la página siguiente)

Cuadro 16. (Conclusión)

Literatura	%	(1)	(2)	(3)	(4)	Ciencias sociales	%	(1)	(2)	(3)	(4)	Ciencias puras y aplicadas	%	(1)	(2)	(3)	(4)
Chile	55			+		Francia	30					Yugoslavia	10				+
U.R.S.S.	54				+	Polonia	28					Bélgica	9				
Polonia	53				+	Yugoslavia	28					Finlandia	9	+			
Japón	51					Rumania	27					Suecia	9	+			
España	51			+		Albania	26					Francia	8				
China (Taiwan) ...	51					Bélgica	26					Alemania	8				
India	50		+			Canadá	26		+			India	8			+	
Rumania	48				+	Alemania	26					Rep. Arabe Unida.	8				
Ceilán	46		+			Grecia	26					Reino Unido	7			+	
Brasil	44			+		U.R.S.S.	26					Israel	6				
Sudáfrica	44		+			Austria	24					Países Bajos	6	+			
Rep. Arabe Unida.	42					Checoslovaquia ...	22				+	Chile	5				+
Argentina	40			+		Turquía	22					Dinamarca	5	+			
Estados Unidos ...	40		+			Dinamarca	20	+				Grecia	5				
Birmania	37					Países Bajos	20	+				Noruega	4	+			
Bulgaria	37				+	Portugal	18	+				Vietnam (Rep. de).	4				
México	36			+		Finlandia	18	+			+	Albania	3				+
Reino Unido	30		+			Suecia	16	+				Canadá	3			+	
Irán	23					Noruega	15	+				Austria	2				
Pakistán	17		+			Islandia	14	+				Islandia	2	+			
Indonesia	14					Hungría					+	Portugal	1				+

Fuente: *Annuaire statistique de l'Unesco, 1963.*

y aplicadas; los países socialistas traducen gran número de textos de ese género.

Todo cuanto precede pone de manifiesto que la traducción desempeña un papel muy localizado y, sobre todo, muy especializado, en los intercambios literarios internacionales. Y eso que hasta ahora no hemos hablado más que de las cuatro lenguas principales. En lo que a las demás se refiere, el papel de la traducción es casi nulo. Por ejemplo, aunque en Italia se publican anualmente de 2.000 a 2.500 obras literarias, menos de cinco tienen probabilidades de ser traducidas en Estados Unidos y menos de tres en el Reino Unido. Es decir, que la distribución de la literatura italiana en los dos grandes países consumidores anglosajones es casi insignificante. Y aun así el italiano es la lengua de un país de Europa; pero si tomamos el caso del chino, observaremos que todas las traducciones reunidas de Europa Occidental y de los Estados Unidos de América apenas representan la mitad de la milésima parte de una de las producciones más abundantes del mundo. No se debe ello a razones políticas, ya que el japonés se encuentra igualmente en muy mala situación: el total de las traducciones del japonés varía entre el 1,2 por 100 y el 1,5 por 100 de las traducciones mundiales, y la literatura sólo constituye la mitad de esa cifra; sin embargo, la producción literaria japonesa representa hoy del 4 al 5 por 100 de la producción mundial.

Las causas de tal situación son numerosas. Hasta ahora se ha tratado, sobre todo, de resolver el problema de los derechos internacionales de autor, en el que encontramos las mismas barreras institucionales que se oponen a la libre circulación del libro. Además, el sistema de remuneración de los autores varía considerablemente según los países, y después de la muerte del autor, la protección de la propiedad literaria

es muy variable. Cuarenta y seis países, en su mayor parte europeos, entre ellos el Reino Unido y Francia con sus posesiones, se adhirieron ya en 1886 a la Convención de Berna, cuyo artículo 4 estipula que «los autores que sean súbditos de cualquiera de los países de la Unión disfrutarán en todos los demás países distintos al de origen de la obra, para sus obras, tanto si no se han publicado como si se publican por primera vez en un país miembro de la Unión, de los derechos que las leyes respectivas concedan en la actualidad o puedan conceder en el futuro a sus súbditos».

El artículo 2 de la Convención Universal sobre Derechos de Autor que, por iniciativa de la Unesco se aprobó en Ginebra en 1952, tiene un contenido análogo, pero refuerza aun más la protección. Hasta ahora han firmado esa Convención 45 países, que en su mayor parte estaban ya ligados por la Convención de Berna.

Conviene añadir que las «ediciones piratas», es decir, la traducción de un libro sin pagar los derechos debidos, son todavía muy frecuentes. Tanto moral como económicamente el fenómeno es lamentable. Sin embargo, debe reconocerse que la desaparición de ese mercado clandestino reducirá aún más los intercambios. En efecto, tal mercado existe sobre todo en aquellos países en los que la moneda es demasiado débil o el mercado demasiado reducido para que los editores puedan añadir a sus gastos el pago de derechos elevados.

El verdadero obstáculo para la traducción estriba, pues, en las inversiones que este tipo de publicación exige. Si se admite que el margen de beneficio de un editor debe ser tanto mayor cuanto más reducido sea su mercado, se comprenderá que a un pequeño país le resultará difícil emprender aventuras editoriales sobre las que,

además de los derechos residuales del editor de origen y del autor, pesarán los derechos del traductor.

El mercado de la traducción tiene pocas probabilidades de evolucionar en un futuro próximo, ya que sus insuficiencias son las mismas que las de la vida internacional en el mundo de hoy. Es indudable que algunos progresos técnicos lo favorecen, sobre todo en materia de comunicaciones. Los plazos de traducción, en particular, han disminuido considerablemente estos últimos siglos. En tiempos de *El Quijote*, una obra necesitaba cincuenta años para dar la vuelta a Europa, mientras que hoy es corriente que un libro se traduzca el mismo año de su publicación. Pero, fuera de eso, la situación es en el fondo la misma que en los primeros tiempos de la imprenta. La traducción no continúa la publicación sino que se superpone a ella, agravando así las dificultades de un mecanismo ya demasiado complicado.

Un libro empieza por correr su suerte en un mercado literario, grupo lingüístico, grupo ideológico o Estado determinado. Si no tiene éxito, no es cosa de traducirlo, aunque quizá exista más allá de las fronteras de su país de origen un público insospechado dispuesto a leerlo. Si tiene éxito, por poco que sea, es objeto de opciones que raramente se concretan; y la obra se somete al azar de lecturas superficiales en una segunda selección, tanto más severa cuanto que es fortuita y sin verdadera base sociológica: son muy pocas las personas capaces de apreciar una obra en una lengua y de prever el efecto que tendrá, una vez traducida, entre un público que hable otra lengua.

Por tanto, si el libro es elegido por un editor extranjero tiene que correr el peligro de una segunda aventura, en la que las responsabilidades del traductor vendrán a añadirse a las del autor

de un modo, en ocasiones, catastrófico. Peligro que se tratará de no correr, sobre todo porque los riesgos económicos aumentan con el número de partes interesadas. El libro traducido ha de competir con libros publicados en su lengua de origen. Es difícil aumentar un margen de beneficio en el que deben tener su parte el autor, el editor de origen, el segundo editor y el traductor. En general, es este último el sacrificado aunque no debería serlo, ya que traducir bien una obra es «volverla a escribir» y el traductor ideal debería tener, por lo menos, el mismo talento que el autor traducido.

Como los traductores son, por lo general, medianos y están mal pagados, incluso si la traducción constituye un éxito económico no es absolutamente seguro que sea un éxito literario. Con un traje que no es ni el suyo ni el que hubieran deseado sus nuevos lectores, lanzado entre un público para el cual no había sido concebido y que no lo ha pedido ni suscitado, al libro traducido le falta esa posibilidad de diálogo que es la base de toda existencia literaria. Lo mejor que una obra así puede esperar es que se la desvirtúe eficazmente, que sirva, como decía Kipling, «para reafirmar y embellecer alguna antigua verdad o para hacer renacer una vieja alegría»⁸. No hay que desdeñar la importancia de esa «traición creadora», a la que tantas obras deben el sobrevivir e incluso una especie de perennidad; mas no se puede hacer de ella una regla y menos aún la base de una política de la traducción.

Si existe una solución del problema, es quizás la de la edición de masas. Esa edición no puede limitarse a áreas de difusión demasiado estrechas. Sus grandes tiradas exigen que se rebasen los marcos de las fronteras lingüísticas, y sus cuantiosas inversiones le facilitan los medios de lograrlo. Cada cual a su manera, Europa conti-

mental y Asia pueden encontrar, en uno o varios «mercados comunes» de la traducción, un remedio para su situación babélica.

El sistema de traducciones interiores de la U.R.S.S. puede servirles, si no de modelo, al menos de inspiración. De cien obras traducidas al ruso, 50 proceden de las demás lenguas de la U.R.S.S. y 50 de idiomas extranjeros. De cien obras traducidas a diversas lenguas no rusas de la U.R.S.S., cinco proceden de alguno de esos idiomas, 80 vienen del ruso y 15 de una lengua extranjera. De cien obras traducidas a idiomas extranjeros, 90 proceden del ruso, entre seis y ocho de una lengua no rusa de la U.R.S.S. y el resto de un idioma extranjero. Evidentemente, el ruso tiene la preponderancia en esos intercambios, pero lo justifica la aplastante superioridad numérica de la población de habla rusa en la U.R.S.S. De todos modos, el volumen y la variedad de los intercambios son muy superiores a lo que hemos podido observar en el resto del mundo.

Algunos intentos, todavía tímidos pero felices⁹, permiten pensar que podría establecerse una política análoga entre los países de Europa de lengua no universal. Bastaría con concebir la empresa de la edición como abarcando desde un principio a varios países. Las obras que se publicaran se seleccionarían en función de las necesidades globales de un público de varias nacionalidades. Desde el punto de partida en la producción, el autor colaboraría con sus traductores, les orientaría y posiblemente se dejaría guiar por ellos. Si el *fiat* del artista sigue siendo personal y solitario, hay una etapa de la composición literaria que puede realizarse en equipo. En el momento en que entrara en fabricación, la obra tendría ya varias caras (todas ellas auténticas), varias voces (ninguna de ellas falsa) y habría franqueado ya anticipadamente la barrera del

idioma. Así como la retribución del autor formaría parte de la correspondiente a un equipo, el coste de cada edición nacional se incluiría en el conjunto de la empresa económica.

Al nivel del *paperback*, tal como se concibe actualmente en los Estados Unidos, el aumento de gastos sólo tendría una incidencia mínima sobre el precio de venta del ejemplar; de todos modos las ediciones traducidas tendrían una rentabilidad que actualmente no poseen.

Todo el párrafo anterior está redactado en condicional. Ciertamente podrá transcribirse al presente de indicativo en un porvenir todavía indeterminado. Para realizar empresas de esa naturaleza es necesario que la revolución de los libros llegue a los corazones y a los espíritus. Es preciso que, de un extremo a otro de la cadena, el autor, el editor, el librero, el bibliotecario, e incluso el lector, acepten cambiar, como antes que ellos el libro ha cambiado.

Tercera Parte:
Perspectivas futuras

Capítulo 5

El dilema de la edición

1. Libros de choque y libros de fondo

En un pasaje célebre de su *Lettre sur le commerce de la librairie*, escribe Diderot: «Un error que por inadvertencia veo cometer constantemente a quienes se dejan gobernar por máximas generales es aplicar los principios de una manufactura de tejidos a la edición de un libro. Razonan como si el librero pudiera fabricar sólo en proporción a la venta y no corriera más riesgos que las extravagancias de los gustos y los caprichos de la moda; olvidan o ignoran, lo que al menos bien pudiera suceder, que sería imposible vender una obra a un precio razonable sin tirar un número determinado de ejemplares. Lo que queda pasado de moda en los almacenes de sedería tiene cierto valor. Lo que queda de una mala obra en un almacén de librería no tiene ninguno. A lo cual viene a añadirse que, en fin de cuentas, de diez empresas todo lo más una tiene éxito, cuatro cu-

bren los gastos a la larga y cinco son pérdida»¹.

Estas líneas datan de junio de 1767. Doscientos años después, y pese a todos los cambios que se han producido desde entonces tanto en la técnica de la edición como en la estructura de las sociedades en que se lee, lo esencial de ellas sigue siendo cierto. Para nosotros, sobre todo, lo sigue siendo la última observación sobre la empresa de librería. Diderot distingue tres tipos de libros: los que tienen un éxito inmediato, los que tienen éxito a «la larga» y los que fracasan. Para él, la proporción de los fracasos da la medida del riesgo comercial del editor. En este aspecto particular, la situación sería quizás algo diferente en nuestros días. Las casas editoriales se han convertido en grandes empresas y disponen de capitales considerables que les permiten escalonar los riesgos entre gran número de operaciones.

De todas formas, el libro fracasa si el editor pierde la totalidad o parte de su inversión, y tiene éxito si el editor recupera no sólo su inversión sino un beneficio más o menos considerable. Por otra parte, para los editores modernos, igual que para Diderot, hay dos clases de éxito: el éxito «al contado», que permite al libro dar su beneficio muy rápidamente, en una sola operación, sin inmovilizar nuevo capital, y el éxito «a término», que requiere una política a largo plazo en la que vuelve a arriesgarse varias veces el capital e incluso la totalidad o parte del beneficio.

Puede hacerse así una distinción entre varias formas de éxito. Los libros «de choque» alcanzan con suma rapidez elevadas cifras de venta, logran su rentabilidad en pocas semanas, y después se encaminan progresivamente hacia el olvido, sin que haya necesidad de inmovilizar nuevos capitales en su reimpresión. Los libros «de fondo» inician su carrera lenta pero regularmente, sin más variaciones que las de las circunstancias

propias de la estación: vacaciones, regreso de las vacaciones, premios literarios, regalos tradicionales, etc. Esos libros llegan a ser rentables en algunos meses o en algunos años, pero su larga carrera permite que el editor repita varias veces su inversión con toda seguridad. Por último, el *best-seller* es la forma de éxito más espectacular, ya que combina los dos tipos de venta: comienza su carrera como libro de choque y la prosigue como libro de fondo.

Las curvas del diagrama 2 corresponden a esos tres tipos de éxito². Se han representado los meses en las abscisas, y en las ordenadas las ventas mensuales evaluadas en porcentaje de la cantidad mínima de ejemplares que han de venderse para conseguir la rentabilidad. En realidad, los editores no conocen las cifras exactas de venta, al menos en los primeros meses que siguen a la aparición de la obra. Sólo conocen las reposiciones, es decir, los pedidos que hacen los libreros después de haber vendido los ejemplares que tenían en depósito o que habían comprado previamente. Sólo se puede evaluar la venta real al cabo de unos meses, cuando los ejemplares no vendidos son devueltos. Sin embargo, si se admite como hipótesis que toda reposición corresponde a la venta de al menos un ejemplar, puede tenerse una idea aproximada del ritmo de ventas. Lo esencial es poder hacer previsiones bastante exactas para decidir en el momento oportuno si se reimprime o no se reimprime la obra. Un error por exceso en la evaluación de las ventas hace correr al editor el riesgo de quedarse con existencias invendibles que anularán sus beneficios y aun le ocasionarán pérdidas. Un error por defecto puede romper el ritmo de la venta, al interrumpir el servicio a las librerías en tanto se efectúa a toda prisa una reimpresión decidida demasiado tarde.

Los ejemplos que siguen se basan en casos reales; pero para que sean más característicos, se han suprimido las distorsiones debidas a las peculiaridades de las obras consideradas.

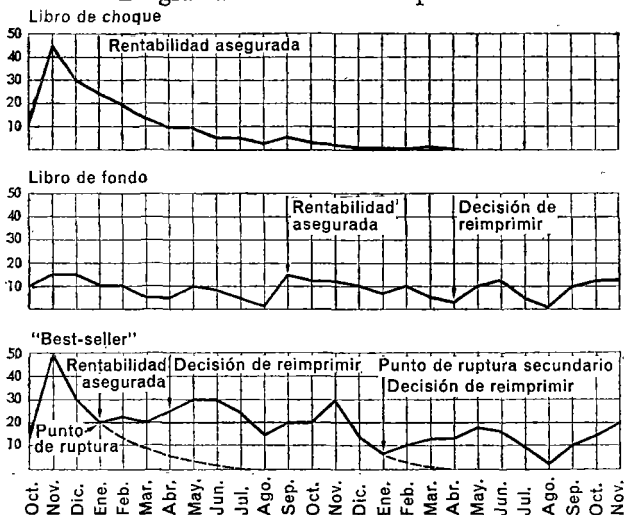
La curva del libro de choque es sencilla. Después de un tiempo muerto que puede ser más o menos largo pero que raramente dura más de tres semanas, la venta se inicia y asciende en seguida a su nivel más elevado. Después baja de manera regular, siguiendo una curva que prácticamente es una hipérbola de función $x = \frac{a}{y}$. Si las previsiones han sido exactas, las ventas se aproximarán a cero poco antes del agotamiento de las existencias iniciales, con lo que no hará falta proceder a una reimpresión.

La curva del libro de fondo es totalmente distinta. El impulso inicial es poco notable y la venta es regular, ya que las variaciones propias de cada estación se repiten aproximadamente con el mismo perfil cada año. Las previsiones del editor son así relativamente fáciles de hacer. La obra tarda bastante tiempo en ser rentable, pero la decisión de reimprimir tan pronto se llega a cierto nivel puede tomarse sin gran riesgo; por ejemplo, cuando las existencias que quedan son inferiores a las ventas del ejercicio precedente.

En la curva del *best-seller* se combinan las características del libro de choque y las del libro de fondo. En efecto, el *best-seller* es un libro de choque que se transforma en determinado momento en un libro de fondo, si bien conserva algunas características de su ritmo de venta inicial. El punto de partida es el de un éxito ordinario: un tiempo muerto, un punto máximo y después un descenso que se inicia siguiendo una hipérbola de función $x = \frac{a}{y}$. Pero en determinado momento la curva de

amortización se quiebra y adopta el aspecto de una curva de libro de fondo. Muchos editores ignoran la significación de este punto de ruptura y se dejan sorprender por el súbito cambio de régimen. Es cierto que la previsión para los *best-seller* es sumamente difícil, ya que, según veremos más adelante, el *best-seller* es un libro que sale del marco social para el que se concibió en un principio. En su venta aparecen las variacio-

Diagrama 2. Curvas de reposición



nes propias de cada estación como en el caso del libro de fondo; sin embargo, periódicamente hay subidas, en apariencia inexplicables, cuando llega de pronto a un grupo social en el que hasta entonces no había penetrado. A partir de ese momento, es como si se tratase de lanzarlo de nuevo. Las ventas suben vertiginosamente, a veces incluso más que en el impulso inicial; después comienza un descenso en hipérbola. Si el éxito del libro ha de durar se observa entonces un

punto de ruptura secundario, pasando así al régimen del libro de fondo.

Las tres formas de curva se encuentran raramente en forma absoluta. El libro de fondo típico es casi siempre un libro funcional que responde a una necesidad permanente; por ejemplo, un libro de texto, un tratado científico o, todavía mejor desde el punto de vista de la estabilidad, un libro de cocina.

La mayoría de las veces los libros literarios que tienen éxito sufren el destino efímero de los libros de choque. Los *best-seller* son sumamente raros y apenas representan de un 2 por 100 a un 3 por 100 de los éxitos. Y aún así hay que tener en cuenta que el *best-seller* se define no por el número de ejemplares vendidos, sino por el tipo de venta, es decir, por la combinación del punto máximo inicial y, después de que la hipérbola de amortización se quiebra en el punto de ruptura, por la entrada del libro en ruta normal. Un libro puede ser un *best-seller* tanto con 50.000 ejemplares como con 3 millones.

Muy pocos libros tienen vida larga. De cien obras publicadas, apenas quedan diez que se venden al cabo de un año y diez veces menos veinte años más tarde.

Este rápido desgaste de la producción literaria ha sido analizado por Hans Ferdinand Schulz³. Su método consistió en estudiar el lugar que ocupan las sucesivas reediciones en la producción literaria alemana entre 1950 y 1958. Se comprueba inmediatamente que por término medio las segundas ediciones representan aproximadamente el 10 por 100 de las primeras, las octavas el 1 por 100, y las vigésimoquintas el 0,1 por 100. Se entiende en este caso por edición no sólo las nuevas publicaciones de un mismo texto por el mismo editor o por un editor diferente, sino también las reimpresiones sucesivas de la mis-

ma obra utilizando la misma composición. Por consiguiente, la inmensa mayoría de los libros publicados en Alemania han sido objeto de una sola impresión. Se trata ya de fracasos de librería, ya de éxitos del tipo de los «libros de choque».

Cuadro 17. Las reediciones en Alemania de 1950 a 1958

Edición	<i>Obras literarias</i> Cifras brutas	Por 1.000	<i>Libros de texto</i> Cifras brutas	Por 1.000
1. ^a	24.455	1.000,0	8.462	1.000,0
2. ^a	2.403	98,3	2.677	316,4
3. ^a	732	29,9	1.404	165,9
4. ^a	471	19,3	1.074	126,7
5. ^a	334	13,7	825	97,5
6. ^a	272	11,2	664	78,5
7. ^a	188	7,7	505	59,6
8. ^a	146	6,0	389	46,0
9. ^a	142	5,8	288	34,0
10. ^a	102	4,2	217	25,6
11. ^a	82	3,4	168	19,8
12. ^a	66	2,7	124	14,7
13. ^a	59	2,4	87	10,3
14. ^a	63	2,6	81	9,6
15. ^a	61	2,5	73	8,6
16. ^a	54	2,2	71	8,4
17. ^a	47	1,9	55	6,5
18. ^a	35	1,4	54	6,4
19. ^a	37	1,5	49	5,8
20. ^a	45	1,8	47	5,6

Ofrece particular interés comprobar la hipótesis que formulábamos anteriormente, esto es, la identificación de los libros de choque con los libros literarios y de los libros de fondo con los libros funcionales. En efecto, Hans Ferdinand Schulz ha establecido estadísticas separadas para los diferentes géneros. En el cuadro 17 pueden verse las que se refieren, por una parte, a los libros literarios y, por otra, a los libros de texto. Para que la comparación sea más fácil se han dado, para unos y para otros, las cifras brutas en la primera columna, y en la segunda las cifras que se refieren a mil primeras ediciones.

Según puede verse, las obras literarias sufren un desgaste mucho más rápido que los libros de texto.

En realidad se trata de dos tipos de edición totalmente diferentes. No son características formales ni cualidades estéticas las que clasifican una obra en la categoría de los libros de choque o en la de libros de fondo, sino la estructura misma del proceso de edición, tal como deliberadamente lo fija el editor en función del tipo de obra que distribuye y del tipo de público a que se dirige.

2. Edición programada y edición no programada

Las palabras «editar» y «publicar», que con frecuencia se emplean una por otra, no tienen en un principio el mismo sentido. «Editar», del latín *edere*, es literalmente echar al mundo, dar a luz. «Publicar», del latín *publicare*, es exponer en la plaza pública, a disposición de los transeúntes anónimos. La edición es para la obra; la publicación para el lector desconocido.

El acto de la publicación supone, pues, grandes riesgos. El que publica un libro no puede prever con exactitud qué atención merecerá por parte de los posibles lectores. Puede hacer conjeturas e incluso previsiones, pero le resulta imposible trazar por anticipado el camino a la obra que pone en circulación, fijar las etapas y los límites de su difusión; en resumen, establecerle un programa. La publicación es una edición no programada.

Existen también ediciones programadas. La más típica es la venta de un libro por suscripción previa. Como el pago anticipado del volumen garantiza el estudio de mercado, la programación es absolutamente rigurosa. Lo es algo

menos cuando se trata de una edición de club; pero en este caso el lector queda tan ligado en una red de compromisos que los riesgos de desviación pueden considerarse reducidos al mínimo.

Algunas formas de edición semiprogramada son, en relación con la publicación propiamente dicha, como ir a buscar el pez en vez de pescar con caña. Así ocurre, en especial, con el libro que se difunde en un medio determinado, cuyas necesidades se conocen y cuyos gustos están cuidadosamente estudiados. Ya sabemos que así ocurre con la mayor parte de los libros funcionales, sobre todo con el libro de texto; pero lo mismo sucede siempre que se trata de un público especializado, de un grupo de lectores socialmente distinto de los demás y cuyas características son fácilmente identificables. Por ejemplo, los aficionados a la ciencia-ficción o a ciertos tipos de novelas policíacas se agrupan con frecuencia en torno a esas revistas un tanto esotéricas que los norteamericanos denominan *fanzines*. Es fácil conocer sus gustos y prever sus reacciones, aunque sólo sea por las cartas que envían a su revista favorita. De ahí surge una producción literaria que resulta al mismo tiempo programada y viva, pues los intercambios que se producen en torno al *fanzine* la salvan de la mecanización y del formalismo. Por desgracia no ocurre lo mismo con grupos que son demasiado numerosos para que pueda establecerse un diálogo, pero cuyos gustos son lo bastante homogéneos como para que pueda satisfacerlos una programación rudimentaria. En especial esto es lo que ocurre con gran parte de la literatura infantil, que utiliza una serie sumamente limitada de temas y de procedimientos, y, sobre todo, con las «foto-novelas» o con las novelas sentimentales.

les populares, que corresponden a un grado muy bajo de madurez psicológica.

Por otra parte, ese es el peligro que amenaza a la edición programada. Aunque es económicamente segura para el editor empobrece y esteriliza el intercambio literario al suprimir precisamente lo que tenía de incierto. La selección imprevisible del lector es, para gran parte de la opinión literaria, la única manera de manifestar su juicio estético y de proyectar su imagen sobre la producción. La edición no programada, con sus numerosas tentativas y pocos éxitos, permite una especie de selección natural. Podrá decirse que la selección natural no es el mejor medio de lograr la calidad de los intercambios literarios, pero habrá de reconocerse que, en el mundo de hoy, es una de las pocas que pueden hacerse.

Por otra parte, no hay que minimizar la importancia de la obra literaria que fracasa. El éxito sólo representa la parte espectacular de una vida intelectual y artística multiforme. Aunque sólo un libro de cada cien consiga fama duradera, a pesar de todo queda el hecho de que cien libros han sido publicados y han sido leídos en total por un número no despreciable de lectores, de que cien «aventuras» editoriales han sido intentadas por los editores, los cuales han hecho su selección entre centenares y quizá millares de originales presentados por otros tantos posibles escritores, con todo lo que ello supone de actividad intelectual y artística a todos los niveles. La intensidad y la riqueza de la vida literaria de un país no se miden por el número de sus *best-sellers*, sino por el número de escritores y de lectores, por la diversidad de sus talentos y de sus gustos, por la multiplicidad de los intercambios y la variedad de experiencias culturales de todo género. Francia no es, ni mucho menos, el mayor productor ni el mayor consumidor de libros del

mundo, pero es indudablemente uno de los países de más intensa actividad literaria. París es una de las ciudades donde un escritor obtiene su consagración, como un torero obtiene la suya en Madrid. En París, las obras literarias de las que se venden más de 10.000 ejemplares en un año representan apenas del 3 por 100 al 4 por 100 de la producción total, y el 10 por 100 como máximo de la producción propiamente literaria; los libros que fracasan económicamente representan —es fácil calcularlo— un número de actos de lectura al menos igual y probablemente superior al de los libros que tienen éxito.

Todo ello merece nuestra reflexión. En efecto, si por temor al riesgo el editor intenta programar exageradamente y, sobre todo, vacila en difundir el libro más allá de las fronteras de su público inicial por reimpresiones audaces y por un enérgico fomento de las ventas, logrará que, desde luego, viva su empresa; pero olvidará que también debe, y le interesa mucho hacerlo, dar, por una parte, su oportunidad de triunfar al escritor desconocido y, por otra, garantizar su rentabilidad al escritor consagrado. Si los otros editores adoptan la misma actitud, corre el peligro de que desaparezca esa agitación y esa inquietud intelectual que son el ambiente en que el hecho literario surge y sin las cuales el libro pierde su soporte social vivo y se convierte en un artículo de consumo como los demás, como los que salen de las manufacturas, según diría Diderot. Corre el peligro, en realidad, de que desaparezca su oficio.

Pero en materia de programación no se peca más por exceso que por defecto. Algunos editores, sobre todo en Francia, tienden a emprender grandes operaciones que comprenden varias decenas e incluso varios centenares de títulos. El rendimiento es sumamente bajo. Ya no se trata,

como en la hipótesis de Diderot, de que fracase un libro de cada dos, sino 8 ó 9 de cada 10. Un editor que publica ciento veinte novelas por mes comprueba, sin sorpresa, que más de cien de ellas apenas han tenido algunas decenas de lectores.

Y sin embargo continúa editando, lo cual prueba que en general, aunque no siempre, el resultado es provechoso. Lo es porque el sistema está falseado en su punto de partida por el mecanismo comercial, que ha creado una industria de la edición que piensa más en la seguridad que en la expansión. La selección natural, que condena a tantos escritores, se neutraliza en buena parte, en lo que respecta a los editores, por la ley de los grandes números. Es un juego en el que se gana siempre o en el que por lo menos no se pierde demasiado, salvo, desde luego, cuando se tiene verdadera mala suerte, torpeza incorregible o falta completa de organización. Todo se funda sobre la comprobación basada en la experiencia y sobre el cálculo comercial. La comprobación basada en la experiencia es que, con un mínimo de cuidado en la selección, del 4 por 100 al 5 por 100 de las obras publicadas llegan a alcanzar una tirada media, y que, de vez en cuando, una de ellas franquea el muro de las tiradas muy grandes. El cálculo comercial estriba en que, a partir de cierto nivel de ventas, los beneficios cambian de escala y permiten compensar con un sólo éxito varias decenas de fracasos.

El precio de venta de un libro al público se calcula sobre la base del precio de costo de la primera tirada que, como es sabido, es nueve veces de cada diez la única. En Francia el importe máximo de ese precio de venta se fija, para las obras literarias, aplicando la fórmula:

$$C = \frac{kF}{1-kd}$$
 en la que C representa el precio de venta al público, d los derechos de autor por un

franco de precio de venta, k un coeficiente variable en función del porcentaje de esos derechos y F el precio de fabricación unitario⁴. En la práctica ello equivale a multiplicar ese precio de fabricación por un coeficiente que, según los casos, puede variar de 3 a 4,5. Un libro será barato si lo es el precio de fabricación unitaria de la primera tirada o, al menos, de una primera serie de tiradas. Y como en la imprenta los gastos fijos son considerables, cuantos más ejemplares se tiran menos elevado es el precio de fabricación unitaria. El único secreto del libro de difusión de masas (libro de bolsillo o *paperback*) es que la tirada inicial es sumamente elevada, lo cual, desde luego, supone una inmovilización considerable de capital. En la edición no programada normal (sobre todo en la edición literaria de difusión limitada) no se pueden correr riesgos semejantes, por lo que se limita la tirada (salvo cuando se trata de un autor conocido y respetado) al número de ejemplares que, con un precio de venta razonable, permite esperar un beneficio decente. Según los países, esa primera tirada es, en general, de 3.000 a 10.000 ejemplares.

Para ilustrar esos datos algo abstractos tomemos el caso (puramente teórico y considerablemente simplificado) de un editor que, después de pagar 10.000 francos al impresor por una obra de la que se han tirado 3.000 ejemplares (precio unitario de costo: 3,3 francos), decide vender el ejemplar al público a 10 francos, con lo que el coeficiente es aproximadamente igual a 3. Supongamos —lo que es una medida aceptable— que los derechos de autor y los gastos de distribución representan el 50 por 100 del precio de venta. Por cada ejemplar vendido el editor ingresa 5 francos. Pero antes de hacer sus cuentas, e independientemente del volumen de las ventas, debe en primer término recuperar sus

10.000 francos, amortizar después sus gastos fijos —gastos generales, gastos de publicidad, impuestos, etc.—, cuyo porcentaje para un libro puede calcularse en el 40 por 100 de la inversión, es decir, en este caso de 4.000 francos. Para recuperar sus 14.000 francos el editor debe vender 2.800 ejemplares. Obtenida con esa cifra la rentabilidad puede pensar en lograr beneficios sobre los 200 últimos ejemplares, que le producen 1.000 francos netos; es decir, un beneficio de 8 al 10 por 100, según la parte de gastos fijos que se incluya en la inversión. Si el libro se ha agotado en un año es un tipo de interés bastante aceptable. Si el librero vende mal, la cifra máxima de pérdida es de 10.000 francos, o de 14.000 francos si se incluyen los gastos fijos.

En cambio, no hay límite máximo para las ganancias si el libro sigue vendiéndose. Supongamos que el editor, una vez vendidos 2.500 ejemplares en seis semanas, observa los indicios anunciadores del *best-seller* y decide reimprimir. Supongamos también que es prudente y que encarga una tirada de reimpresión igual a la primera. Esta vez no pagará 10.000 francos por sus 3.000 ejemplares, ya que el impresor habrá conservado la composición. Admitamos que la puesta en máquina, la tirada y el papel de los 3.000 ejemplares cuesten 4.500 francos. El precio unitario de costo pasa de 3,3 francos a 1,5 francos, es decir, disminuye en más del 50 por 100. Pero el precio de venta no disminuye y los ingresos siguen siendo de 5 francos por ejemplar. La inversión es ahora de 4.500 francos, más 4.000 francos de gastos fijos, o sea, 8.500 francos, de los que pueden deducirse los 1.000 francos de beneficio de la primera tirada, o sea, 7.500 francos en total. El editor recupera sus gastos en cuanto ha vendido 1.500 ejemplares de la segunda tirada (4.500 en total). Si la segunda tirada se agota obtiene un

beneficio de 7.500 francos, lo cual significa que puede hacer una nueva tentativa sin aportar en metálico más que 1.000 francos. A partir de ese momento su margen de beneficio llega a un límite máximo, ya que, como los gastos de imprenta prácticamente se han amortizado con los beneficios anteriores, sólo le quedan los gastos de explotación que no se pueden comprimir. Con arreglo a las cifras anteriores es fácil calcular que a partir de los 10.000 ejemplares vendidos el editor realiza un beneficio del 30 por 100 al 35 por 100 del precio de venta. Es decir, que si el libro llega a los 100.000 ejemplares de venta real habrá obtenido un beneficio neto de 300.000 francos con esa sola obra. Antes de asombrarse ante suma tan crecida, habrá que recordar que una venta de 100.000 ejemplares es un acontecimiento rarísimo, al menos para la edición corriente de difusión limitada. En Francia la producción literaria que alcanza tal cifra no llega al 0,5 por 100. Si se analizan las probabilidades de éxito el editor viene a tener las mismas, a ganancia igual, que el que apuesta en un *sweepstake*. Sin embargo, y gracias a sus ganancias, el editor puede compensar las pérdidas que sufra en otras publicaciones, ya que aquéllas tienen un límite mientras las ganancias no lo tienen. Supongamos, en el ejemplo anterior, que el editor haya realizado un programa de edición de quince obras iguales. Con los gastos fijos su inversión es de 210.000 francos. Supongamos que de uno solo de esos libros se vendan 100.000 ejemplares y que de los otros 14 no se venda nada (lo que nunca ocurre): el beneficio neto sigue siendo de 90.000 francos, lo que es un buen resultado. Con mayor verosimilitud, si de un programa de 100 obras 80 se venden a un promedio de 200 ejemplares, 10 agotan la primera tirada, 9 llegan a los 20.000 ejemplares y una sola a

los 100.000, el beneficio será aproximadamente de 200.000 francos con una inversión de 1.400.000 francos.

Desde luego todo esto es puramente teórico, pero las aplicaciones son numerosas. En muchos casos un solo *best-seller*, con una tirada de varios centenares de miles de ejemplares e inteligentemente explotado, ha permitido vivir a una editorial durante años sin que la empresa haya corrido peligro inmediato por negligencias de gestión, errores de juicio o torpezas comerciales. Se pueden hacer muchas malas ediciones al amparo de alguna buena. Esta especie de seguridad negativa induce a los editores a evitar la responsabilidad de la selección. Es una lotería en la que la ley de los grandes números favorece siempre al jugador. Como consecuencia la rentabilidad de la empresa está siempre garantizada, sin que intervengan directamente la personalidad de los autores ni la calidad de sus obras. Por ese motivo, una parte sumamente considerable de la producción literaria (y sobre todo novelesca) que circula en nuestros días la constituyen obras escritas a toda prisa y sin cuidado, obras que no se han pensado lo suficiente, que se han escrito mal y que un director literario consciente de sus responsabilidades debería rechazar o hacer que se volviera a escribir.

Así, tanto los excesos de la edición programada como los de la edición no programada, tienen como consecuencia una neutralización económica del escritor, una ruptura entre su rentabilidad y la del editor. Ahora bien, la experiencia demuestra que semejante ruptura tiene a su vez invariablemente como consecuencia una degradación del intercambio literario⁵. Mientras que la literatura sólo fue un fenómeno socialmente limitado y únicamente podían considerarse como literarias las obras que juzgaban buenas una mi-

noría escogida, se pudo tener en cuenta esa degradación y rechazar como subliteratura las obras que eran víctimas de ella, cosa por completo imposible en cuanto la literatura pasa a ser un acto de comunicación de masas.

3. El libro de difusión de masas

La curva de amortización de un libro de choque representa la saturación progresiva del público para el que se concibió. Como es lógico, esa saturación no se aplica a todos los individuos que componen ese público, sino sólo a los que pueden interesarse directamente por ese libro concreto, es decir, que pueden reaccionar a su lectura de una manera consciente y autónoma. Precisamente lo que da a la publicación no programada su carácter creador es la incertidumbre respecto a la identidad de sus posibles lectores y el carácter imprevisible de sus reacciones. Es normal que un libro de choque no pueda rebasar una difusión determinada, ya que el límite es el número de las personas interesadas.

Pero aun así hace falta que ese público sea suficientemente numeroso para «imponer» el libro, tanto económica como literariamente. Ahora bien, en la inmensa mayoría de los casos ese público es un grupo social a la vez limitado y disperso. Hasta en los países en que la formación cultural de las masas se ha emprendido de manera sistemática, se observa que el público de lectores (que hemos definido como público que puede realizar actos autónomos de lectura) no coincide con el público culto (es decir, el público que puede emitir juicios motivados sobre sus lecturas) y menos aún con el público que constituye efectivamente la clientela de las librerías.

En los grandes países productores de libros de Europa occidental el público efectivo representa entre el 3 por 100 y el 5 por 100 del público que lee. Todo el dispositivo de producción y distribución del libro está concebido en función de esa minoría. Su número es, por consiguiente, el que nos permite evaluar el límite máximo de un éxito normal de librería. En Francia, por ejemplo, donde el público efectivo lo forman aproximadamente un millón de personas, si se admite que hay un promedio de 3,5 actos de lectura por cada comprador puede evaluarse en unos 300.000 ejemplares la venta máxima de un libro distribuido en el circuito normal de librería.

Es muy probable que, a ese nivel, el libro haya tomado el camino de un *best-seller*, pues no se concibe que la totalidad de los lectores del público efectivo se hayan interesado en seguida por él. Primeramente ha sido preciso que una fracción de ese público le haya asegurado el éxito; después, que antes de llegar al punto de saturación haya rebasado los límites de ese primer grupo para conquistar otros y, de progreso en progreso, al conjunto del público. Repitémoslo: ese paso de las fronteras sociales constituye el fenómeno específico del *best-seller*. Por consiguiente pueden existir *best-sellers* a diversos niveles. El ejemplo que acabamos de describir es el de un *best-seller* que se mantiene en el interior del público efectivo, y sus cifras de venta pueden oscilar en Francia entre 150.000 y 300.000 ejemplares. Es lo que sucede con un buen premio Goncourt. Otros *best-sellers*, incluso antes de haber saturado la fracción que pueden abarcar del público efectivo, comienzan a conquistar parte del público culto que normalmente no tiene el hábito de la lectura. En ese caso las ventas pueden alcanzar cifras muy elevadas; en Fran-

cia, de 500.000 a 800.000 ejemplares. El libro de Pierre Daninos *Les carnets du major Thompson* fue en sus primeros años un ejemplo típico de éxito de ese género. Señalemos que el cambio de escala de las ventas no implica modificación profunda ni de la distribución ni de la presentación del libro. Continúa vendiéndose sin rebaja de precio, en una edición idéntica a la de los libros de difusión limitada, y se compra sobre todo en las librerías tradicionales.

Muy distinto es lo que ocurre con una tercera clase de *best-seller*, típica en nuestra época. Es el que rebasa los confines del público culto para llegar a las capas profundas del público que lee. En este caso se interesan por él otras capas y otras clases de la sociedad. El libro ya no puede permitirse emplear los mismos procedimientos técnicos ni seguir los mismos caminos de antes. Tiene que sufrir la mutación que ha dado lugar al libro de difusión de masas, *paperback* o libro de bolsillo. Mientras no sale de los confines del público culto, el libro interesa a grupos sociales relativamente homogéneos, con un comportamiento social, nivel de vida, hábitos, gustos y formación intelectual análogos. Más allá de esos límites el libro entra en terrenos desconocidos y todo cambia: el precio, el aspecto exterior y el modo de venta.

El libro de difusión de masas va donde están las masas. Se convierte en artículo de *drugstore* o de almacén de sucursales múltiples. Naturalmente, adopta el aspecto que corresponde a esa nueva situación, renunciando a la sobria estética de la minoría selecta para tomar los colores atractivos de la estética de masas y, sobre todo, ajustando su precio al de los objetos de consumo corriente producidos en serie por la industria moderna.

Para el libro la producción en serie es la gran tirada. En los Estados Unidos, donde el *big business* ha irrumpido en la industria del libro durante estos últimos años, con sus enormes capitales y sus métodos intensivos, la primera tirada de un *paperback* comercial no es nunca inferior a 100.000 ejemplares. Es frecuente que sea muy superior. Por ejemplo, en enero de 1963, de la novela de Irving Stone *The agony and the ecstasy*, publicada por la New American Library en la colección «Signet» al precio de 95 centavos, se tiraron desde un principio 1.050.000 ejemplares. Ya en edición normal era un *best-seller*. Sin embargo, pueden calcularse en unos 400.000 dólares los capitales invertidos por la New American Library para su fabricación y su lanzamiento en *paperback* ⁶.

Ante tales cifras se comprende que sea difícil prever ediciones no programadas para ese género de libros. El riesgo acumulado sería demasiado grande, y resultaría imposible encontrar capitales suficientes para poder aplicar la ley de los grandes números. Por eso el *paperback* literario norteamericano es la mayoría de las veces una reedición de un libro que ha tenido o está teniendo éxito como *best-seller* en el círculo del público culto. Es el único medio de limitar los riesgos. No sucede lo mismo con el *paperback* funcional, que por su propia naturaleza permite una programación rigurosa, al corresponder a una necesidad que es posible identificar y localizar. Aunque pueda parecer paradójico, el libro científico es el que con más facilidad se adapta a las exigencias de la difusión de masas. Una colección científica, la colección «Que sais-je?», fue la primera en emplear la fórmula con éxito en Francia. Al introducir de manera sistemática el *paperback* en la universidad, los norteamericanos han conseguido que la biblioteca no tenga

ya carácter de museo, de conservatorio, sino que se transforme en un lugar de consumo donde el estudiante se encuentra en pleno mundo vivo de los libros y puede dialogar cotidianamente con ellos⁷.

En lo que concierne al libro literario, el diálogo con el consumidor es mucho más difícil de obtener. El libro de difusión de masas, tal como se concibe en la actualidad y tal como nuestras estructuras sociales —y sobre todo las estructuras sociales del mundo occidental— permiten que sea, impone a las masas, en cierto modo de manera autoritaria, obras suscitadas por grupos sociales limitados y concebidas para ellos. Nos encontramos en este caso, a escala de sectores y clases sociales, ante el mismo problema de la literatura «otorgada» que se planteaba, a escala de naciones, entre zonas de alta presión y zonas de baja presión literaria.

En la producción francesa del tipo «libro de bolsillo» se comprueba, por ejemplo, que, al menos en materia literaria, la mayoría de los editores se han limitado a dos clases de obras: en la esfera de la literatura contemporánea, a los *best-sellers* de todo género; en la de la literatura del pasado, a los textos consagrados por la historia de la literatura tal como se concibe en la universidad. A primera vista, la materia parece suficiente; y, con el entusiasmo de la novedad, el lector se maravilla de encontrar a precio módico textos agotados o inaccesibles. Sobre este último punto el lector tiene razón; pero la impresión de abundancia es falsa. En un país como Francia se publican cada año, por término medio, de 150 a 200 libros que tienen éxito, de los que apenas veinte son auténticos *best-sellers*. En cuanto a los textos clásicos, la mina de los que quedan por redescubrir está lejos de ser inagotable. Los mil autores que aproximadamente constituyen para

las personas cultas la historia de la literatura francesa (incluyendo a los menos conocidos) no han producido en total más de 5.000 a 6.000 obras que verdaderamente puedan ser difundidas entre las masas o aun sencillamente difundidas. Incluso si se añaden las traducciones, todo cuanto puede esperarse de una edición literaria programada que se limite a los valores seguros y no corra los riesgos de la prospección es un fondo antiguo de algunos miles de títulos a los que vienen a sumarse, como máximo, doscientos o trescientos títulos contemporáneos cada año. Lo cual es absolutamente insuficiente para dar vida a la industria del libro y, sobre todo, para despertar y sostener una verdadera actividad intelectual entre las masas.

En Gran Bretaña hace largo tiempo que la editorial Penguin se dio cuenta del problema e intentó resolverlo, pero las soluciones aportadas no han sido hasta ahora más que paliativos. Si se analiza detenidamente la producción Penguin, se comprueba que el sector programado es el que da vida a la editorial, tanto si se trata de los libros funcionales de la serie «Pelican», de los libros para niños de la serie «Puffin», de las novelas policiacas del «Crime Club» con cubierta verde o de las reimpresiones de obras «consagradas» de la gran serie «Penguin». Comparadas con esa enorme producción programada, las tentativas de prospección no parecen merecer que se las tenga en cuenta, aunque algunas —como el famoso banco de pruebas del «Penguin new writing»— hayan ejercido una feliz influencia sobre la vida literaria británica. Por lo demás, es dudoso que, hasta hace poco, la dirección de la editorial Penguin pensara en una verdadera edición de masas. Como vimos, incluso ahora considera que sus publicaciones se destinan a una minoría selecta.

La realidad es que tales publicaciones deben su origen a una minoría selecta, y en ello estriba la gran dificultad. En Francia y en Alemania se han hecho estos últimos años diversas tentativas para infundir nueva vida al libro de difusión de masas, pero esas tentativas procedían siempre de grupos bastante reducidos de personas cultas e incluso a menudo de cenáculos literarios. En lo que respecta a los países socialistas, no hemos hablado de ellos por el hecho de que sus ediciones son siempre más o menos programadas y sus libros se destinan siempre, en principio, a las masas.

Por tanto, sigue planteado el problema del libro de difusión de masas. Al llevar las obras procedentes del sector culto a públicos más amplios de los que nunca tuvieron, ese libro puede evitar que la vida literaria caiga en la futilidad, en la esterilidad y en la degradación a las que amenaza condenar la edición no programada utilizada abusivamente y en las condiciones falsas que antes señalábamos; sin embargo, sigue siendo un libro «otorgado», un libro que no recibe respuesta. Es innegable que la crítica literaria no concede a la edición de masas la misma importancia que a la edición tradicional, incluso en los Estados Unidos, donde, sin embargo, los editores disponen de enormes medios de propaganda⁸. En Francia ha sido necesario que el libro de bolsillo tuviera más de diez años de existencia para que las principales revistas literarias empezaran a ocuparse de él⁹.

Pero aun cuando los críticos literarios y las revistas especializadas dedicaran particular atención a ese tipo de libro, no se podría dar por resuelto el problema, ya que la opinión literaria que refleja esa crítica y esa prensa no es más que la del público culto. Siempre conoceremos

fácilmente la reacción de un intelectual o de un semi-intelectual ante un libro de choque que ha consumido su éxito en pocas semanas, pero nunca sabremos cuál es la reacción del empleado, del trabajador manual, de la mujer de su casa que, habiendo comprado un libro al azar en el almacén de sucursales múltiples de su barrio, se ha visto de golpe ante Sartre, Goethe u Homero.

Capítulo 6

La librería y la difusión de masas

1. Circuito culto y circuito popular

Para que el libro sea no sólo medio de comunicación de masas sino también soporte de una literatura de masas, ¿es suficiente que se venda en un almacén de sucursales múltiples o en un *drugstore*? La respuesta depende de si esos grandes almacenes y el *drugstore* están en condiciones de crear entre el productor y el consumidor de libros ese diálogo que, como ya sabemos, es indispensable para toda actividad literaria.

La librería tradicional se caracteriza porque está organizada, o debiera estarlo, para ese diálogo, mientras que la sección especial de un almacén o incluso el quiosco de periódicos que vende accesoriamente libros no lo están. Parecería, pues, que el ideal sería que todo el tráfico de libros pasara por la red de librerías. Desgraciadamente, las librerías son instrumentos de difusión limitada y en la mayor parte de los casos

van a ellas únicamente los iniciados. Desde luego, no hay ninguna ley o reglamento que prescriba esta limitación social, mas los horarios y las necesidades geográficas la imponen. En un artículo de 1957, observaba Bénédicto Cacérés: «las librerías que venden novelas de calidad no se hallan, salvo raras excepciones, en el circuito del trabajador»¹. Esto quiere decir que, en los desplazamientos de su vida cotidiana, el trabajador no tiene prácticamente nunca ocasión de pasar ante una librería en el momento en que ésta se halla abierta; y cuando tal ocasión se le presenta, no tiene estímulo suficiente para entrar en ella y comprar un libro. La encuesta realizada en 1960-1961 sobre la distribución de puntos de venta del libro en la ciudad de Burdeos² ha demostrado que efectivamente tal era la situación.

En esa encuesta se distinguió entre las librerías, grandes o pequeñas, que son establecimientos destinados principalmente a la venta de libros y que tienen una política comercial autónoma, y los puestos de libros y puntos de venta, que son órganos irresponsables de distribución; predominando en las primeras la venta del libro mientras que ésta tiene en los segundos carácter secundario.

Lo que llamamos librería, por oposición al puesto de libros o al punto de venta, se caracteriza, pues, por el grado de conciencia que el librero tiene de su público. Ese grado de conciencia puede apreciarse por un procedimiento muy sencillo. Basta comparar el contenido del escaparate del establecimiento con los fondos ofrecidos a la venta en el interior. El escaparate, que es la cara que la librería presenta al público, refleja la imagen que de sí mismo y de su actividad quiere imponer el librero a sus conciudadanos y clientes eventuales. El escaparate esboza, en suma, la imagen del lector teórico e ideal. En

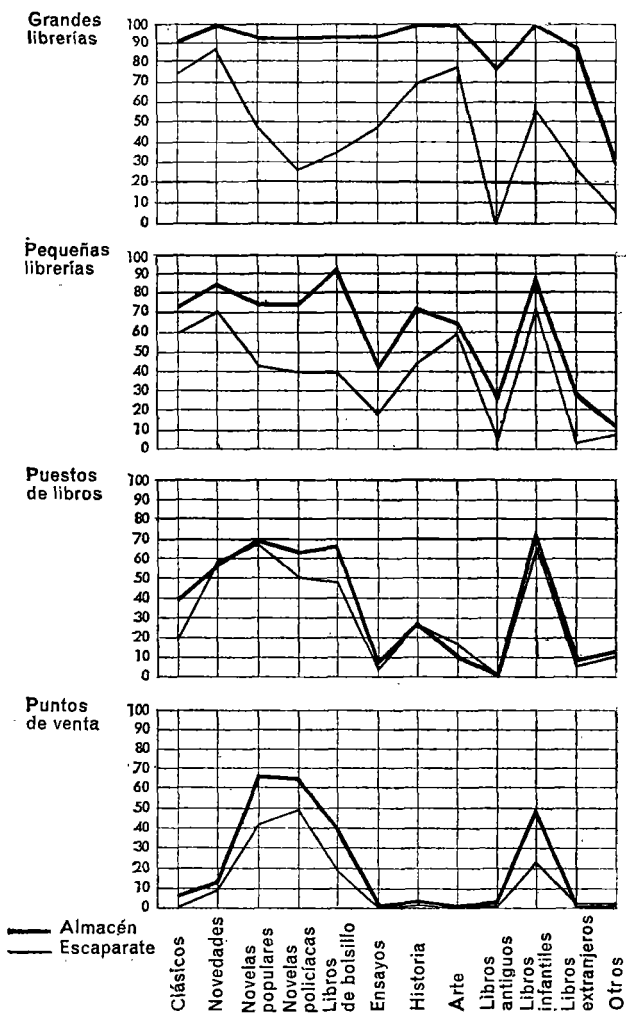
cambio, las existencias que tiene en almacén expresan la verdad experimental del público real que lo frecuenta.

La diferencia entre el contenido-escaparate y el contenido-almacén indica, así, la separación existente entre la clientela deseada y la clientela efectiva. Tal diferencia permite juzgar de la autonomía comercial del encargado del establecimiento. Si adopta una actitud pasiva, si ejerce mecánicamente su oficio, es perfectamente posible que haya una coincidencia absoluta entre el contenido-escaparate y el contenido-almacén. Si, por el contrario, el encargado del establecimiento hace un esfuerzo consciente por situarse en relación con el público, deberán comprobarse diferencias significativas.

Y, efectivamente, se comprueban. En el diagrama 3 puede verse un análisis comparativo del contenido de los escaparates y de los almacenes de los establecimientos dedicados a la venta de libros en Burdeos. Las cantidades indicadas en el eje de las ordenadas son los porcentajes de establecimientos de cada tipo que poseen los géneros de libros que están indicados en el eje de las abscisas, en sus escaparates (trazo fino) o en sus almacenes (trazo grueso).

Se impone una primera conclusión: el contenido-escaparate y el contenido-almacén coinciden exactamente en el puesto de libros y casi exactamente en los puntos de venta; no hay diferencia entre la realidad comercial y la imagen social. En cambio, la diferencia es neta en las librerías, sobre todo en las grandes, que, sin embargo, suelen tener un surtido completo de todos los tipos de libros, pero que excluyen en cambio sistemáticamente del escaparate, aparte de los libros antiguos, que constituyen una especialidad en la profesión, las novelas populares, las novelas policíacas, los libros de bolsillo y, por razones

Diagrama 3. Contenido-escaparate y contenido-almacén



diversas, los ensayos, que probablemente se consideran muy poco interesantes incluso para el cliente culto ordinario.

Las librerías son, pues, los únicos establecimientos deliberadamente orientados hacia una clientela definida y conscientes de esa clientela. Son, pues, los únicos que pueden crear las condiciones para una especie de diálogo entre la producción y el consumo. Pero es evidente que ese diálogo no puede salir de límites muy estrechos. Las omisiones y reservas de los escaparates de las librerías indican suficientemente a qué grupos sociales se dirigen. En las grandes librerías, la escasa consideración que merece la novela policíaca y el lugar relativamente honroso que ocupa el ensayo hacen pensar en actitudes estereotipadas (que no corresponden necesariamente al comportamiento real) de la burguesía intelectual y de las profesiones liberales. En las pequeñas librerías sube la novela policíaca y baja el ensayo, pero la distancia entre el escaparate y el almacén sigue siendo considerable para todos los tipos de libros «vulgares». Cabe pensar, así, que también en este caso se trata de lectores de la clase media cuyas actitudes culturales son quizás algo menos exclusivas pero que tienen todavía clara conciencia de pertenecer a la categoría de las personas cultas.

Para convencerse de que las librerías en su conjunto están especialmente concebidas para atender al pequeño grupo del público erudito o culto basta con ver cómo tratan las novedades. Las novedades figuran a la vez en el almacén y en el escaparate de casi todas ellas. Y éste es incluso uno de los rasgos distintivos de las librerías, ya que no se encuentran novedades más que en el 60 por 100 de los puestos de libros y en el 10 por 100 de los puntos de venta. Ahora bien, como ya sabemos, la novedad, esto es, el libro aparecido

en el año en curso, es la materia sobre la que el lector culto ejerce una selección responsable y respecto a la cual toma conciencia de sí misma la opinión literaria.

La topografía de los establecimientos revela las mismas tendencias. Las librerías se agrupan en el centro comercial o en las proximidades de las instituciones culturales (escuelas, universidades), pero siempre fuera de los trayectos normalmente seguidos por los trabajadores que van o vuelven de su trabajo. Los puntos de concentración (en especial las paradas de autobús) que hay en sus recorridos a pie están situados en zonas periféricas de residencia o en zonas industriales prácticamente desprovistas de librerías. Incluso los empleados que trabajan en los barrios de negocios tienen raramente ocasión de pasar por las calles en que hay librerías, por lo menos a las horas en que están abiertas.

En cambio, los puntos de venta y puestos de libros están muy desperdigados. Apenas hay barrio en que no existan varios de ellos. Mientras que los medios de transporte no parecían influir en el circuito de lectores cultos, aquí desempeñan un papel decisivo. Cada estación tiene su puesto de libros y siempre hay uno junto a las paradas de autobús más importantes. Notemos en especial que en las zonas en que los trabajadores se apean de sus medios de transporte, y sobre todo, en una especie de anillo que rodea el centro comercial, se observa una densidad particular de estancos que venden libros.

Con las variaciones debidas a las diversas estructuras sociales y al nivel cultural de cada país, el mismo esquema se repite en todas partes: una doble distribución con dos circuitos, uno que tiene todos los medios y todas las costumbres del diálogo literario pero que sólo se dirige a una parte limitada de la población, y otro orientado

hacia la totalidad de la población pero que no puede servir de medio de comunicación más que en una dirección.

Es, pues, evidente que no podrá existir ni desarrollarse una verdadera literatura de masas si la librería, con plena conciencia de su función, no está dispuesta a cambiar lo necesario para atender al inmenso público popular, abandonado hasta ahora a la mecánica de una distribución en cierto modo autoritaria. Esto supone una refundición completa de las estructuras de la librería, una nueva evaluación de su naturaleza y una revisión de sus deberes. Pero, para que ello sea posible, es preciso además que la sociedad sepa que existe esa librería llamada a atenderla.

2. La imagen tradicional del librero

Para los estadígrafos, las librerías, como las tiendas de muebles, calzado, quincallería y tejidos, son comercios que no forman parte del ramo de la alimentación. El librero es considerado como un vendedor de libros, o sea, como un detallista de objetos fabricados con una materia prima que es el papel y con arreglo a ciertas técnicas que son las de la imprenta. Hay que reconocer que, desde un punto de vista rigurosamente económico, es una definición del librero tan válida como otra cualquiera³.

Las autoridades no han tenido siempre, respecto a la librería, ese punto de vista neutro de los economistas. El libro no es únicamente un objeto fabricado con papel; es también vehículo del pensamiento. El librero que lo distribuye se encuentra situado ostensiblemente en el extremo de la cadena de comunicación que difunde por el país los mensajes de información y de cultura. Es un puesto que atrae inevitablemente la aten-

ción del poder, que le inquieta y que le suscita el deseo de controlar la distribución de un artículo tan peligroso, y al mismo tiempo tan eficaz, como el libro. Desde que el librero existe, todos los regímenes autoritarios han hecho lo posible por someterlo a una reglamentación rigurosa.

Puede decirse, por tanto, que las autoridades sólo tienen conciencia de que existe la librería en la medida en que forma parte de una actividad colectiva importante desde su punto de vista: el comercio al por menor o la difusión de la información y de la cultura. Se trata, en efecto, de actividades colectivas que incluyen dentro de ellas a la librería; pero ver a ésta únicamente en la perspectiva de tales actividades equivale a mutilarla, a deformarla y desvirtuarla. No se percibe entonces como un fenómeno global y específico en su totalidad. Su posición en la vida colectiva sufre con ello cuantitativa y cualitativamente.

La deformación cuantitativa es, quizás, la más evidente y la más dramática. Aunque la librería tenga gran importancia en la vida de la ciudad, como lo demuestra el lugar que ocupan los escaparates de librería en las calles de una ciudad o el tiempo invertido por tal o cual categoría social en la lectura de libros comprados en las librerías, si se la considera como comercio al por menor es preciso reconocer que no es uno de los principales. Su cifra de negocios no puede compararse con el sector de alimentación, ni aun con el del sector sanitario o de aparatos eléctricos de uso doméstico. En cambio, si se considera la librería como uno de los engranajes de un mecanismo de comunicación, hay que reconocer también que, como medio de comunicación de masas, no puede rivalizar ni con el cine ni con la radio ni con la televisión, por mucho que haya adelantado a ese respecto desde hace algunos años gracias al libro de gran difusión.

Cualitativamente, la situación es todavía peor. En efecto, incluso en la medida en que los Estados reconocen la existencia de la realidad cultural y le atribuyen una estructura administrativa, un presupuesto y hasta un ministerio, el librero, personaje «impuro» en tanto que le mueven razones comerciales o técnicas, se ve muy a menudo tratado como el mercader en el templo, y a veces todavía peor. La enseñanza y la religión, protegidas por múltiples y poderosos tabúes, son, sin embargo, en ciertos aspectos, fenómenos de comunicación de masas, cuando no económicos, y como tales han sido estudiados por los sociólogos. Pero la cultura y, en especial, la literatura siguen siendo aún en muchos países sectores en que lo sagrado es más fuerte que la clarividencia social⁴. Sin embargo, es evidente que aun si no hubiera librerías habría quizá escritores, pero muchas veces no tendrían nada que llevarse a la boca. Ante la influencia determinante que ha tenido la necesidad de vivir sobre la aparición o la orientación de una obra literaria fundamental, no es posible negar cuán esencial es la relación económica escritor-librero.

Por consiguiente, quiérase o no, el librero es considerado por las autoridades de su país como un vendedor de papel impreso equiparable al vendedor de periódicos. Por lo demás, ambos oficios se confunden con frecuencia en la misma persona. Sea cual fuere el punto de vista que se adopte, la venta de periódicos constituye un excelente punto de apoyo para el libro entre el público. Las librerías «puras» son raras; y, entre los comercios complementarios que acompañan al del libro, el del periódico es indudablemente con mucho el más frecuente⁵. En los países socialistas, que tratan de tener una política del libro, esa política sólo es eficaz cuando, al nivel de la distribución, no se separan los libros de la prensa. Tal situa-

ción tiene grandes ventajas, pero también inconvenientes considerables. Uno de ellos es que lleva al público a confundir dos actividades que, si bien pueden ser complementarias, no dejan de ser muy diferentes.

El público, por lo demás, se hace del librero una idea muy vaga, más todavía que los gobiernos. Porque éstos, al menos, se ven obligados a organizar su política según categorías claras y bien definidas, aun cuando no siempre coincidan con la realidad. No ocurre lo mismo con el consumidor, para quien los productos consumibles y, por tanto, sus distribuidores, se definen en función de una necesidad que hay que satisfacer, más bien que en función de una actividad colectiva. Producto nacional o producto de importación, pagado en francos, en dólares o en rublos, el carbón es siempre un combustible y el carbonero el hombre que hace posible el funcionamiento de la cocina o de la calefacción. Para el ama de casa no hay entre él y el proveedor de mazut, electricidad, gas o cualquier otro medio de producir calor, más diferencia que las de las tarifas o de la comodidad material. Los problemas de la política nacional o internacional en materia de energética se sitúan a otro nivel, sobre todo si se tiene en cuenta que el consumo doméstico de combustibles tiene en ella muy poca importancia. Exactamente lo mismo puede decirse de la actitud del público frente al librero. El librero es la persona que proporciona lectura. Como, para la inmensa mayoría de las gentes, la lectura es el periódico, no se establece una distancia fundamental entre el librero y el vendedor de periódicos.

Al hablar de librería nos encontramos, pues, en presencia de un concepto impreciso y variable que comprende fenómenos diferentes entre los cuales no hay puntos de comparación. Añádase

además a ello lo que podríamos llamar las capas arqueológicas de la palabra, pues no hay vocablo que no entrañe una historia semántica, y la de las palabras relativas a la literatura es de las más cargadas. No olvidemos que el librero es anterior a la imprenta y que sólo en fecha relativamente reciente la aparición del editor le privó de la mayor parte de sus funciones, dejándole únicamente la menos espectacular pero la más temible.

Según puede verse, la situación del librero dista de ser clara. Comprendemos ahora alguna de las razones de esa ambigüedad, molesta para el ejercicio del oficio y desastrosa para la organización de la profesión. Tanto las autoridades como el público caracterizan siempre al librero en función de problemas que propiamente no le conciernen y de los que no es más que uno de los elementos y no el más importante. Vendedor de papel impreso, distribuidor de informaciones y de cultura, proveedor de lecturas: todo ello se aplica efectivamente al librero, pero de ningún modo basta para definirlo.

La razón es, quizás, que nunca se ha intentado definirlo a partir del libro; pero si no se ha intentado hacerlo quizá sea también porque no se sabía exactamente lo que era un libro, suponiendo que la palabra libro haya significado siempre lo mismo. La única definición válida del libro es la que tiene en cuenta su uso y se basa en la comunicación literaria o funcional, tal como la hemos descrito al principio del presente estudio.

Vemos así cómo no basta con caracterizar al librero por la venta de libros. El librero vende los libros porque hace falta que alguien recupere los gastos de fabricación y de distribución y recaude la retribución de los servicios prestados; pero podría imaginarse fácilmente un sistema en que el libro fuese gratuito sin que el librero dejara

de ser lo que es: uno de los conductos a través de los que la opinión literaria llega a la producción y por los que la producción literaria se presenta a la opinión.

3. La librería y el medio social

Hay que admitir, sin embargo, que técnicamente la librería es un comercio al por menor. Como tal —pero sólo como tal— está sometida a las leyes económicas que rigen los comercios. El libro no es un producto condicionado, y la distribución de lecturas no es una prestación de servicio⁶. En la *Lettre sur la librairie* en que Diderot recordaba que un tejido no vendido conserva cierto valor mientras que un libro no vendido pierde todo el que tenía, añadía estas palabras no menos clarividentes: «Con una obra no ocurre como con una máquina cuyos efectos se ven ensayándola, con una invención que puede comprobarse de cien maneras, con un procedimiento secreto de reconocido valor. Incluso el éxito de un libro excelente depende de una infinidad de circunstancias lógicas o extrañas que no podría prever toda la sagacidad del interés»⁷.

Se plantean así los dos problemas peculiares de la librería, que hacen de ella un comercio diferente de todos los demás: el problema de la selección y el problema de las existencias. ¿Cómo discernir, en una producción superabundante, lo que será vendible, antes de que lo no vendido pese peligrosamente sobre el equilibrio de la empresa, y cómo disponer al mismo tiempo de existencias suficientes para que el público pueda hacer libremente su elección? Tal es el dilema del librero. Puede evitarlo convirtiéndolo en agente de ventas irresponsable de las grandes empresas de edición o de distribución; pero entonces

deja de ser librero. Puede refugiarse en el comercio de los valores seguros, distribuidos entre un público limitado; pero renuncia entonces a lo que es vida en su profesión y se condena a la mediocridad y al inmovilismo. Puede, por el contrario, apartar de su comercio la amenaza de las existencias «dormidas» recurriendo al juego especulativo de la novedad; pero ese juego es peligroso porque supone una renovación constante de la clientela: los lectores son fieles a sus descubrimientos, y no continuar con un libro, un autor o un género equivale a despedirse del público que ha hecho posible su éxito.

Tropezamos así de nuevo con la naturaleza indefinible del libro. Se cuenta que, en un país donde hay muchos generales, alguien quiso ofrecer a un viejo general, con ocasión de su retiro, una edición rara y de gran valor de un libro antiguo. El viejo militar examinó el libro y exclamó: «¿Un libro? No valía la pena, ya tengo uno en casa».

Esta anécdota ilustra humorísticamente la diferencia específica que existe entre el libro y los demás productos de consumo, entre la lectura y los otros servicios. Cuando el carnicero vende carne, cuando el mecánico repara un automóvil, cuando el dueño de una perfumería recomienda un jabón, interesan a todos los que comen, circulan o se lavan, o sea, a la casi totalidad de sus contemporáneos. Cuando el librero vende un libro, no interesa más que a aquellos de sus contemporáneos para quienes ese libro significa algo. Con diferencias de comodidad o de gusto, un trozo de carne puede sustituir a otro; y lo mismo ocurre con un automóvil o un trozo de jabón. Pero un libro dado no sustituye a otro, pues cada acto de lectura es algo particular, individual, que no es posible ni reproducir, ni reemplazar, ni imitar.

De ahí se sigue que el acto de poner a la venta un libro no puede parecerse al de poner a la venta otro producto. La publicidad de tipo tradicional queda excluida. El que quiere vender una pastilla de jabón pone anuncios en las paredes porque se dirige, en principio, a todo el mundo. El rendimiento de su publicidad debe calcularse en función del número de personas que la vean. En cambio, un libro dado no se dirige sino a un grupo, a la vez de gustos definidos y de composición, situación social y repartición geográfica indeterminados. Si se recurre para el libro a los anuncios callejeros, el rendimiento de tal publicidad es forzosamente insignificante frente a los gastos que supone, que no se calculan en función de la totalidad de las personas que ven la publicidad sino de la fracción indeterminable de ellas que pueda interesarse por el libro.

La programación de la edición permite, evidentemente, encontrar masas importantes de lectores especializados y justifica cierto tipo de publicidad colectiva; pero para extender el sistema a toda edición habría que renunciar a la selección indispensable que, según hemos visto, es el riesgo fundamental pero también la garantía de vitalidad y de potencia creadora de la edición. La publicidad en librería sólo puede ser selectiva y orientada hacia un público bien definido. Es decir, que en definitiva, la programación, peligrosa al nivel de la edición, es necesaria al nivel de la librería. Por ello, la venta de libros en privado, el club del libro o la venta a domicilio son competidores temibles para la librería de tipo clásico. Estas diversas formas de venta, en efecto, tienen públicos determinados, identificados y, en todo caso, no anónimos.

El librero es el único personaje del mundo del libro que está en contacto directo con el lector.

En cierto modo, es la antena sensible del dispositivo. Así como el combatiente de primera línea al mismo tiempo que ejecuta las órdenes del mando le informa a su vez sobre el terreno y sobre el adversario, sobre sus propias necesidades y sobre el desarrollo del combate, contribuyendo así a la elaboración de las órdenes que tendrá que ejecutar después, así el librero, al mismo tiempo que sirve de agente de ejecución al productor literario, debe servirle también de guía y de consejero. La sección de novedades de su tienda es el banco de pruebas que debe permitirle, si no precisar las características que harán la historia de la literatura —trabajo a largo plazo y que incumbe a la crítica—, sí por lo menos determinar lo que es viable en la producción literaria y deducir las consecuencias. Inferir a base de las reacciones de los primeros lectores la imagen de lo que puede sobrevivir y encontrar después en la masa del público a los demás lectores —los lectores de fondo, en suma, después de los lectores de choque— que esperan esa producción y que le aportarán su apoyo: tales son las dos grandes preocupaciones que deben dirigir la política del librero y, en especial, su adaptación al medio.

Una librería no se organiza ni se administra de la misma manera si se trata de la librería «de paso» de una gran ciudad, de la librería «para todo» de un pueblo pequeño o de la librería «de servicio» de un gran conjunto de viviendas; pero en todos los casos es preciso que el librero se someta a la triple necesidad de buscar entre la población que le rodea a los lectores eventuales, de estar presente en los trayectos de su vida cotidiana, y de suscitar en ellos la respuesta imprescindible para que se establezca el diálogo literario.

El librero del mañana no podrá ya limitarse a permanecer en su tienda y a esperar en ella al cliente. Quiéralo o no, tendrá que ser uno de los «animadores» culturales de su unidad de alojamiento, pueblo, barrio o gran conjunto de viviendas. La tarea, en nuestros días, no está ya al alcance de los medios individuales. El librero tiene derecho a esperar que toda la potencia colectiva de la edición le apoye y le impulse. Tiene derecho a exigir para el libro de la conciencia pública el beneficio de las mismas infraestructuras de que los otros medios de comunicación y técnicas artísticas de masa, el cine, la radio y la televisión, disponen. Como ha dicho Joffre Dumazedier, sociólogo del tiempo libre: «Es preciso que la distribución del libro sea una conquista permanente, pues de lo contrario las fuerzas hostiles a la lectura podrían imponerse con sus poderosos medios de publicidad. Editores y libreros deben utilizar para el libro algunos de los medios de información de masas que utilizan los productores y los distribuidores de cine»⁸. Nosotros iremos más lejos todavía y diremos que editores y libreros deben inventar nuevas técnicas de prospección y de venta. La venta de casa en casa, el distribuidor automático, la encuesta organizada, el club de lectura y muchos otros procedimientos ofrecen una gama de medios de acción entre los cuales puede escogerse, según las exigencias del medio, las intenciones del distribuidor.

Porque es preciso, repitámoslo, que haya exigencias e intenciones, conscientes unas y otras. La difusión de lecturas —distribución y consumo— no es una operación neutra. Es un gesto militante que debe basarse siempre en una ideología, aunque sólo sea una ideología cultural. No olvidemos que el proselitismo metodista en Inglaterra, la didáctica racionalista en Francia y la

propaganda marxista en la U.R.S.S. han dado origen a los mayores éxitos de la cultura libresco.

Es preciso, pues, que el librero se considere como un agente de acción cultural permanente, que no ha terminado con el libro cuando lo ha vendido. En ello se asemeja a ese otro difusor de lecturas que es el bibliotecario. Apenas hemos hablado de bibliotecas en esta obra, porque todavía se sabe bastante poco sobre su situación. La biblioteca, en la mayor parte de los países, apenas comienza a desprenderse de la tradición que hace en ella un lugar de conservación más bien que un lugar de consumo.

No obstante, las estadísticas más recientes permiten señalar que la lectura en las bibliotecas públicas se ha extendido, particularmente, en los países que son también grandes consumidores de libros en librería. Esto prueba que los dos modos de distribución, lejos de hacerse la competencia, son en realidad complementarios. Tienen las mismas servidumbres y las mismas exigencias. Implantar bibliotecas públicas en un país o en un medio social en que no existan los circuitos culturales imprescindibles para el intercambio literario es tan ilusorio como abrir en esos países librerías que vendan libros concebidos en un universo diferente. Pero bibliotecas y librerías pueden cooperar para crear las condiciones del intercambio.

Uno de los terrenos más favorables para tal cooperación son los servicios de lectura en el lugar de trabajo⁹. Se empieza a descubrir la importancia capital de la biblioteca de empresa en el despertar de la conciencia cultural del mundo obrero. La biblioteca de empresa sólo es socialmente eficaz si su creación y su gestión responden a la voluntad de los propios trabajadores, pero sólo es culturalmente satisfactoria si funciona

vinculada con el librero y con el educador, sin sufrir la presión comercial del uno ni la presión didáctica del otro.

El equilibrio es difícil de mantener; pero el libro es una «máquina de leer» y con él ocurre como con todas las máquinas. Entre la liberación que ofrecen y la servidumbre que pueden imponer, un simple matiz basta para inclinar el fiel de la balanza.

Capítulo 7

Para un nuevo diálogo

1. Situación del escritor

El escritor no ha encontrado todavía el lugar que le corresponde en la sociedad moderna. Quizás porque la sociedad moderna es una ingente empresa de seguros mutuos que tiene por objeto evitar a sus miembros los peligros de la naturaleza y de la condición humana. Ahora bien, no hay manera de proteger al escritor como tal. Puede garantizársele la misma protección social que a los demás ciudadanos —un retiro para la vejez, cuidados médicos gratuitos, asistencia jurídica—, pero no se le puede asegurar contra sus riesgos literarios.

Conocemos ya bastante bien el mecanismo de la vida literaria como para comprender que es preciso que el escritor proponga y el público disponga. La literatura surge de ese diálogo, vive de él y progresa gracias a él. Pero es un diálogo destructor que, de mil obras concebidas, sólo deja

llegar diez a término y una a la madurez. Por supuesto, se puede mejorar el rendimiento por diversos medios técnicos, ampliando las bases sociales del diálogo, mejorando los circuitos de distribución y proporcionando al juicio consciente del lector más frecuentes y mejores ocasiones de manifestarse; pero no es posible suprimir el riesgo, ni siquiera reducirlo en proporción apreciable. Todo intento de programación realmente eficaz conduce al anquilosamiento y a la rutina cuando se aplica al filtro de la edición. Aplicada al escritor, conduce pura y simplemente a la esterilidad.

Por eso el éxito es una forma de la muerte literaria. El éxito del escritor no es exactamente el mismo que el del editor. No basta con que el libro se venda bien y dé cierto rendimiento. ¿Quién podría evaluar los intereses de un capital cifrado en valores de vida, de pensamiento y de acción? Sean cuales fueren sus beneficios económicos, el escritor no recupera nunca su capital. Trabaja sin esperanza de reintegro. Cabe, sin embargo, admitir una definición de tipo económico del éxito del escritor: es el momento en que la venta de sus obras le permite vivir de su pluma. Ese momento corresponde, por otra parte, a otro aspecto del éxito: el de la saturación por el escritor de su público posible. En todo caso, a partir de ese momento el escritor se ha definido como tal para un grupo social que ya no le dejará, que no le devolverá nunca su libertad, que le impondrá una imagen de sí mismo y que incluso —con la complicidad perdonable y natural del editor— le programará en cierto modo por fuerza.

«No volváis nunca por el camino por el que habéis venido», decía Kipling refiriéndose al éxito literario. Si el escritor no tiene la fuerza de voluntad de liberarse de su éxito, de negarse a aceptarlo, de iniciar incluso —como ya lo han

hecho algunos— otra carrera con un nombre distinto, se verá ineluctablemente condenado diez o quince años después, cuando empieza a envejecer su público inicial, a la esterilidad en el mejor de los casos y al olvido en el peor.

Por tanto, nada puede dispensar al escritor de correr sus riesgos ni de exponerse solo a sus consecuencias. Y aun es preciso que el juego no sea falseado en su detrimento. Puede y suele serlo en general de dos modos, económica y moralmente.

Ya hemos visto la desastrosa diferencia que existe entre los beneficios del editor y los del escritor. No hay novedad en ello; la miseria del poeta es un viejo tema literario. Ni siquiera cuando el mecenazgo de un príncipe ilustrado cubría las necesidades del literato era la ayuda, en el mejor de los casos, más que una pensión para sobrevivir. Los fondos privados de Luis XIV procuraban a los protegidos del rey, a lo sumo, los ingresos de un oficial tipógrafo. En el propio siglo xx es fácil calcular que, para tener el nivel de vida de un linotipista altamente especializado, un novelista debería producir cada tres semestres una obra de la que se vendieran de 8.000 a 10.000 ejemplares, cosa muy rara y hasta muy poco probable¹.

No faltan otras soluciones para que los escritores puedan vivir: las actividades paraliterarias, el periodismo, otra profesión, las traducciones, la crítica, el recurso a los ingresos económicos que ofrecen otros medios de difusión más rentables como la radio, la televisión, el cine, etcétera. Pero todas esas soluciones tienen el defecto de no ser tales soluciones, sino escapatorias, porque esquivan el verdadero problema: el de reintegrar al escritor en el circuito comercial del libro, el de vincular la rentabilidad de la creación a la rentabilidad de la edición².

En realidad, el problema es ahora infinitamente más complejo que en la época de Luis XIV o incluso en la de Diderot. Nuestra sociedad supone necesidades que no son la mera supervivencia de los ciudadanos. No sólo hay que dar al escritor los medios para vivir de su pluma; hay también que garantizarle el nivel de vida que corresponde a las necesidades de su profesión. El mito del poeta romántico que sólo puede probar que tiene genio muriéndose de frío y de hambre en su buhardilla es una vergonzosa mentira del capitalismo naciente, que se esforzaba en separar al hombre de espíritu del hombre de acción y en alejar al intelectual de las preocupaciones económicas y sociales.

La mentalidad moderna exige que la profesión literaria se organice. Pero en seguida se plantean otros problemas. El mito del trabajador intelectual propugnado por las sociedades socialistas nacentes no es menos peligroso que el mito del poeta famélico. Esa seductora fórmula expresa una relación económica abstracta, pero no forzosamente la inserción real, viviente, del escritor en el mundo del trabajo. Quiérase o no, y sea cual fuere la estructura de la sociedad, la creación literaria supone cierta libertad que —al menos en el estado actual de la tecnología— es incompatible con las servidumbres del trabajo manual, obrero o campesino. La fatiga física o nerviosa no es literaria. El escritor que viene del pueblo tiene que elegir entre la soledad en medio de los suyos y el exilio social. Si se decide por el exilio, incluso como artista del Estado, incluso como afiliado a un sindicato, incluso como empleado de una editorial, corre el riesgo de verse aislado o desclasado en otro modo de vida y de olvidar la aplastante realidad de las cosas de las que da testimonio, reteniendo de ellas tan solo una amarga y negativa filosofía. Tal vez incluso —y eso es

grave— llegará a ignorar lo que tenga de alegría por considerarlo como degradante. Hay que ser realmente un gran artista y poseer un espíritu muy elevado para comprender y hacer comprender que «vulgar» y «popular» son sinónimos y que no por ello tienen necesariamente sentido peyorativo.

2. La crítica y la opinión literaria

En un libro de gran finura y no menos sentido práctico, el crítico francés André Thérive plantea precisamente el problema de la actitud de la crítica ante lo que él denomina la infraliteratura y otros llaman subliteratura o literaturas marginales. Lo plantea desde el punto de vista del literato fiel a los valores tradicionales, pero con singular lucidez. Sin aceptar una concepción sociológica de la literatura, ve con toda claridad el desequilibrio social de su destino: «A medida que se difunde la instrucción, es decir, que la gente aprende a leer, un público inmenso de lectores se extiende en torno al limitado público culto»³. Thérive ve la paradoja de que el remedio puede ser peor que la enfermedad, y de que la solución del problema plantea problemas todavía más graves: «Nunca habrá reconciliación de la literatura con la sociedad mientras la sociedad esté reñida consigo misma, es decir, mientras no tenga principios comunes y jerarquías naturales. Y cuando se haya restablecido el orden, seguramente se echará de menos la deliciosa anarquía de hoy, en que la literatura sólo es un juego menos práctico y apreciado que el baloncesto»⁴. Dividido entre la esperanza y el temor de que se llegue un día a esa sociedad sin clases culturales, André Thérive prefiere personalmente esa forma de libertad que es el diletantismo del aficionado inteligente. «La

crítica literaria no es un palacio de justicia sino una tienda pintoresca e indispensable, en la feria de la plaza, entre la lotería, las fieras, el puesto de dulces insípidos y el triste Museo Dupuytren»⁵.

Aquí, y a pesar de las apariencias, André Thérive se acerca mucho a la solución humana y aceptable del difícil problema de la formulación de los valores de la literatura de masas. Rechaza la crítica normativa y autoritaria, engolada en su didactismo, y que dice lo que está bien y lo que está mal desde el exterior, sin referirse a las realidades vivas; pero rechaza también la ausencia de crítica, el neutralismo comercial, la indiferencia estadística de la venta en los almacenes con sucursales múltiples. Su curioso puestecito en la plaza de la feria no excluye ni la veracidad de los humildes gozos cotidianos de la gente ni la responsabilidad del gusto consciente que sabe elegir.

Con excesiva frecuencia se habla de «guiar» las lecturas, de «orientar» al lector. Palabras peligrosas y en todo caso ajenas al verdadero papel de la crítica, que más bien debe ser testimoniar que enseñar. No se puede reprochar a un crítico que exprese las aspiraciones y tendencias de un cenáculo literario: es menester que las minorías, y sobre todo las que gustan de ensayar y experimentar, puedan hacerse oír. Pero no es menos necesario que otros críticos aporten otros testimonios que pongan en relación a grupos más amplios de escritores y lectores. Ello depende de su personalidad psicológica y social, de su vinculación con el pensamiento y la sociedad de su tiempo. Cuanto más vivaz y profundamente esté arraigado en su época, mejor podrá el crítico hacer oír las voces innumerables de los lectores anónimos a los que le unen solidaridades de todas clases. Cuanto más

real sea su autonomía de escritor y su libertad de ser humano, mejor podrá presentar a las masas la literatura como algo accesible e inteligible.

Esto último es importante porque da a la crítica una nueva dimensión; la que le ofrecen los medios de comunicación modernos como el cine, la radio, la televisión y, hasta cierto punto, las historietas ilustradas. En nuestros días el crítico tiene los medios necesarios para dirigirse a las masas en nombre de la literatura y para que su voz llegue hasta ellas. Basta con que se convierta en adaptador o en comentarista. Comentar un texto, con sensibilidad y sin pedantería, tiene gran éxito en la pantalla de la televisión. En cuanto a la interpretación visual o auditiva de una obra maestra, quizá sea una traición; pero si lo es, es de las que merecen el calificativo de creadoras. Pasar del libro a la pantalla es algo que los productores de cine siempre han recomendado. Pasar de la pantalla al libro no es menos recomendable y es sin duda más provechoso.

Para hacer buena crítica es menester que las musas bajen del cielo y vuelvan a estar entre los hombres. Otra vez tenemos aquí los mismos valores de acción, de humanismo, de «engagement», que permiten al escritor salir de su soledad en la sociedad moderna. Para ser mediador y testigo, el crítico ha de empezar por ser militante. Como lo ha demostrado Richard Altick⁶, el predicador metodista, antes de ser en el siglo XIX el más riguroso y didáctico de los censores, había sido en el siglo XVIII el más eficaz de los divulgadores de la literatura. Fue el propio John Wesley quien publicó, ya en 1743, una edición resumida de *El viaje del peregrino*, de Bunyan, en formato de bolsillo y a 4 peniques el ejemplar. Sus continuadores siguieron por ese

camino y difundieron libros que no eran todos, ni mucho menos, de carácter religioso (entre ellos figuraban algunas de las mejores poesías románticas), pero que sí franquearon las barreras sociales, llevados por la misma fe y el mismo entusiasmo. La predicación metodista y la acción cultural que la acompañó figuran entre las causas objetivas del súbito adelanto literario de las masas británicas, de la mutación del libro que suscitó, y del nuevo derrotero que tomó, a partir de 1830, la literatura inglesa. Y si la influencia del movimiento religioso resultó entonces más paralizadora que estimulante para la literatura victoriana, ello se debió a que el metodismo, como tantos otros movimientos, había empezado ya a disimular el envejecimiento de su entusiasmo bajo un dogmatismo rigorista.

Cabrá pensar que todas estas consideraciones son ajenas al problema de la crítica. De hecho, sin embargo, la situación del crítico en la civilización del *paperback* puede compararse con la del predicador que va de pueblo en pueblo. Tiene su misión personal, pero ha de subordinarla no sólo al mensaje que transmite sin que sea suyo, sino también a la realidad viva de las comunidades en que debe penetrar sin forzar la conciencia colectiva ni desvirtuar su frágil expresión.

En términos más simples, ello significa que toda crítica literaria que se adapte a la difusión de masas deberá fundarse en un conocimiento interior, en una experiencia que participe en el comportamiento literario de las masas. En último término, cabe incluso considerar que la mediación del crítico no es indispensable. En los países socialistas se organizan sistemáticamente, entre los escritores y los trabajadores de los diferentes medios, contactos que se basan en la vida en común y en el trabajo en equipo. Esos

métodos tienen una eficacia indudable, pero hace falta alguien que armonice los lenguajes y evite la confusión. Y tal vez sea ese el nuevo personaje que se necesita en nuestro tiempo: el animador cultural que, no dándose por satisfecho con los fáciles éxitos de la imagen y del sonido pero basándose en ellos, emprenda con toda la humildad intelectual y todo el espíritu de equipo necesarios la difícil organización de los intercambios entre las masas y el hombre.

El éxito de la literatura de masas depende de la existencia de esos intercambios. Ocurrirán forzosamente en un terreno extraliterario, precisamente en la medida en que deberán rebasar las fronteras del público culto. Incluso cuando un escritor y un lector están material e intelectualmente lejos uno del otro, la comunidad de una actividad sindical, política, religiosa o hasta sencillamente deportiva puede contribuir a que surjan entre ellos condiciones propicias al diálogo.

El premio literario, tan frecuente e injustamente criticado, podría tener así una nueva significación. Esa tentativa de selección responsable en una producción forzosamente anárquica es útil e incluso indispensable. Es típicamente académico el gesto mediante el que una selección representativa de personas cultas pertenecientes a determinado grupo social expresa clara y firmemente las preferencias de ese grupo. En distintas formas, ese sistema ha funcionado muy bien durante siglos; en realidad, durante todo el tiempo en que el grupo de las personas cultas fue relativamente reducido y homogéneo. Las dificultades empezaron ya en el siglo XIX y no han hecho más que aumentar hasta nuestra época, a medida que nuevos grupos sociales accedían a la opinión literaria, establecían sus propios academismos y formulaban sus propios juicios. Una de las consecuencias de esa multiplica-

ción de las academias, declaradas o no, es la proliferación actual de los premios literarios, que quita a la selección toda su eficacia.

Pero hay cosas más graves. En una cultura de minorías los valores son estables, mientras que en la cultura de masas son fluidos y están constantemente sujetos a revisión, puesto que se trata más de una manera de ser que de una manera de vivir. La coronación académica del premio literario es una consagración en el sentido literal de la palabra. Da al escritor el respeto permanente de sus iguales, como un valor seguro y que nunca se desvalorizará, pero le aleja irremediable de las masas al convertirlo en «vedette». Ese fenómeno, que Thomas Carlyle había percibido ya tan claramente en 1840⁷, surgió con las primeras grandes tiradas de principios del siglo XIX, y una de sus manifestaciones más espectaculares fue por entonces el byronismo. No todo premio Goncourt o premio Nobel de nuestra época llega, ni con mucho, a convertirse en un héroe casi cinematográfico, como para su desgracia le cupo en suerte a Byron; pero el mero prestigio del galardón los institucionaliza, los convierte en mitos, en tótemes o, en el mejor de los casos, en ejemplos ilustres. El premio es así una de las formas más rápidas de la muerte literaria, paralela al éxito; de no tener una voluntad extraordinaria de renovación y de autonomía, no hay escritor que pueda evitarla.

Con o sin el libro de difusión de masas, las sociedades que tienen una antigua tradición literaria no perderán fácilmente el reflejo académico y continuarán durante largo tiempo tratando a los escritores como héroes del espíritu; pero las jóvenes naciones en que actualmente nace una literatura deberán procurar no caer en la trampa de la institucionalización. Si conceden

premios literarios —y no tendrán razón en prescindir de ese medio de selección y estímulo— será necesario que den a esos premios el carácter de vastos movimientos de opinión que vengan de las entrañas del pueblo, quizá antes de llegar a la cabeza. Salvando todo respeto, cabe preguntarse si las oscuras oleadas de fondo que alzan a la cumbre de la gloria a un cantor, a un músico o incluso a un poeta que haya elegido el disco como medio de expresión, no son más auténticas y eficaces que los juicios largamente meditados de los entendidos. Sería de desear que hubiera concordancia entre ambas formas de juicio, pero por ahora sería esperar en vano.

3. Lectores activos y lectores pasivos

Porque hay que conformarse con la realidad. La actual mutación del libro, si llega a imponerse, no será ni completa ni definitiva. Cuando hablamos de difusión de masas no se trata ni con mucho de todas las masas. Incluso en los países más adelantados, durante la etapa actual sólo accederá a la lectura una fracción del público que sabe leer: la fracción que habrá llegado al control de las estructuras sociales necesarias para ello. En los países en vías de desarrollo —recordemos que en Asia el público que sabe leer representa una cuarta de la población total y en Africa una octava parte— harán falta otras etapas y muchas otras mutaciones para que el heredero —tal vez no demasiado lejano— del libro actual ponga libremente en circulación entre todos los hombres los mensajes de la información y de la cultura.

Pero aun entonces siempre habrá lectores activos y lectores pasivos. Siempre habrá quien por desidia, por timidez o por preferencia se niegue

al diálogo con el escritor; como siempre habrá aficionados al libro-objeto que no distinguirán entre el mensaje del encuadernador o del tipógrafo y el del escritor.

Pero no importa. Lo esencial es que haya cada vez más lectores activos, que éstos sean cada vez más diversos. Nada impide que los valores plásticos se unan a los valores de la acción, a los de la inteligencia y de la sensibilidad; en definitiva, a todos los valores que implantan la lectura en la vida de los hombres. La revolución de los libros es la más liberal de las revoluciones.

Esa revolución sólo exige que no se tengan prejuicios ni actitudes preestablecidas. El fetichismo o el fanatismo del libro son incompatibles con su generosidad. Pasa con el libro como con el pan: en el mundo entero la conquista del cereal y del alimento básico que con él se obtiene constituyó la gran victoria del hombre primitivo contra el hambre. Ello tuvo por consecuencia dar al pan cierto carácter sagrado, hacer de él un símbolo del trabajo libertador, de supervivencia y de comunión. Muchos pueblos —y en especial el francés— conservan aun hoy esa especie de respeto no razonado hacia el pedazo de pan, que en su memoria colectiva figura todavía oscuramente como salvación. El libro es también objeto de ese culto inconfesado porque ha sido el pan del espíritu, la gran victoria del hombre algo menos primitivo contra la ignorancia y su esclavitud. Un libro que no dura, un libro efímero, un libro que es un acto y no forzosamente una realidad duradera, un tesoro que hay que conservar, una riqueza para siempre —*ktêma es aei*—, es algo que hiere profundamente nuestra sensibilidad, algo que puede incluso provocar nuestra indignación.

Y sin embargo, bien sabemos que, en el universo actual, el pan del pobre ha pasado de la

categoría de símbolo al rango de simple metáfora y hasta de metáfora mala. Sabemos que esta vez la gran hambre del mundo no podrá saciarse con la magia solitaria de la espiga o de la hogaza, sino mediante un esfuerzo colectivo que utilice todos los recursos científicos, técnicos y mecánicos de las civilizaciones adelantadas, mediante una reforma profunda y sistemática de las estructuras sociales, mediante una política mundial concertada que afecta a muchas otras esferas, además de la agricultura y de la industria de la alimentación.

Tampoco podrá saciarse de otro modo la gran hambre del espíritu. Las exigencias individuales del escritor, el refinado gusto del intelectual enamorado de libros no deben tener, en nuestros planes futuros, ni más ni menos importancia que el gesto augusto del sembrador o que la gastronomía de Brillat-Savarin en los debates de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). No hay que rechazar nada, pero tampoco cabe interponer nada entre el libro y la vida; sobre todo ningún mito. Vivimos en un tiempo en que todo lo que es grande se hace en grupo y con ayuda de máquinas. Nadie suele negarlo cuando se trata de las artes que han nacido con la civilización de masas, como la radio, la televisión y el cine, por no hablar del teatro, arte de contacto directo con la multitud, respecto al cual siempre se ha reconocido más o menos. Ahora hay que reconocerlo también en lo que hace al libro. Por supuesto, la naturaleza misma de la lectura le impondrá siempre más soledad que a los otros medios de comunicación o de expresión artística; pero la soledad del escritor o del lector no son soledades asociales: son medios para encontrarse los hombres unos a otros. El que está leyendo solo en su cuarto tiene a menudo más compañía que

si estuviera en un cine viendo una película entre mil espectadores.

Esa es la virtud del libro que hay que mantener y desarrollar. La difusión, la comunicación ilimitada y constantemente renovada entre los hombres: esa es la función propia del libro. En cuanto deja de desempeñarla, por bello que sea su aspecto y noble su contenido, sólo es un peso de papel muerto, un tesoro sin alma. Lo mismo daría poner en su lugar una piedra.

Prefacio

¹ Publicado también en francés, *Le livre dans le monde*, 1958.

Capítulo 1

¹ Existe, sin embargo, una excepción que merece citarse: la de las lenguas semíticas, en las que la raíz *ktb*, libro, no parece guardar relación alguna con la materia del libro.

² Sobre el libro en la antigüedad, véase la vieja obra de Th. BIRT, *Das antike Buchwesen*, 1882, o el manual clásico de S. DAHL, *Histoire du livre de l'antiquité à nos jours*, 1933.

³ En *Mélanges d'histoire économique et sociale*, homenaje al profesor Antony Babel, Ginebra, 1963, aparece en las páginas 96 a 127 un curioso artículo de Stelling MICHAUD sobre «Le transport international des manuscrits juridiques bolonais entre 1265 et 1320».

⁴ En la introducción (pp. 9-13) del libro de L. FEBVRE y Henri-Jean MARTIN, *L'apparition du livre*, Paris, 1958, puede verse cómo se hacían las ediciones de textos universitarios. El manuscrito auténtico y fidedigno lo alquilaba un librero «stationarius», bajo la garantía de la

Universidad, a los estudiantes que querían copiarlo o a copistas profesionales.

⁵ Se comenzó a importar el papel en Italia en el siglo XII. Venía de Oriente, traído por los árabes. Comenzó a fabricarse en Italia a principios del siglo XIV, pero ya en el siglo XIII, a pesar de haberlo prohibido algunas cancellerías, se empleaba corrientemente en Francia y en Suiza.

⁶ Sobre todo este período de la historia del libro, véase A. FLOCON, *L'univers des livres*, Paris, 1961 y en especial la tercera parte: «Les livres imprimés anciens».

⁷ Evaluación, quizá optimista, de L. FEBVRE y H.-J. MARTIN, *op. cit.*, p. 377.

⁸ Sobre este punto véase el libro de David T. POTTINGER, *The French book-trade in the Ancien Régime, 1500-1791*, Harvard, 1958.

⁹ Según Richard D. ALTICK, *The English common reader*, pp. 49-50, Chicago, 1957, las ediciones de esos *best-sellers* nunca pasaron de los 4.000 ejemplares. La cifra habitual era de 500 ó 1.000. Se hacían de 3 a 5 ediciones en caso de éxito.

¹⁰ Exactamente en 1836, con *La presse*, de Émile de Girardin. En un año los suscritores de los diarios parisienses pasaron de 70.000 a 200.000 (E. BOIVIN, *Histoire du journalisme*, Paris, 1949). En la esfera literaria los efectos de las grandes tiradas se vieron algo más tarde, entre 1840 y 1848.

¹¹ La Penny Library of Famous Books, de George Newne. Véase a ese respecto R. D. ALTICK, *op. cit.*, pp. 314-315.

¹² En relación con la situación en Francia a mediados del siglo XIX, existe la obra, inestimable por ser única en su género, de Charles NISARD, *Histoire des livres populaires ou de la littérature de colportage*, Paris, 1964.

¹³ La tirada de los diarios británicos había bajado en 1964 a 490 ejemplares por mil habitantes. Australia, Noruega y Dinamarca están aproximadamente en 350, mientras que Suecia ocupa el primer lugar con 499 y Luxemburgo se mantiene con 445 ejemplares. Entre los países «promovidos» citemos el Japón, que ha llegado a 420 (contra 224 en 1952), Nueva Zelanda, que pasa modestamente de 365 a 406, y sobre todo España, que pasa de 67 en 1952 a 153 en 1964.

¹⁴ En 1841 Christian Bernhard Tauchnitz, sobrino de un editor de Leipzig, fundó la famosa colección de autores británicos y norteamericanos en que habían de aparecer cerca de 6.000 títulos en un siglo. Véase a ese respecto, y sobre toda la historia del *paperback*, la primera parte del libro de Frank L. SCHICK, *The paperbound book in America*, New York, 1958.

¹⁵ En un prospecto de la editorial Penguin, de 1964, puede leerse la frase siguiente de una característica *smugness*: «No se trata de una producción para las masas. Once millones de Penguin vendidos en el Reino Unido en un año sólo representan un Penguin comprado por un inglés de cada cinco. Los Penguin se destinan a una minoría (relativamente numerosa) que es una minoría selecta».

¹⁶ Véase el artículo de Desmond FLOWER, «A revolution in publishing», en *The Times supplement on paperbacks*, de 19 de mayo de 1960, y el de J. E. MORPURGÒ, «Paperbacks across frontiers», en *The library journal* (New York), 15 de enero de 1961.

Capítulo 2

¹ Este dato, así como algunos de los utilizados ulteriormente, se ha tomado de los «Études sur le livre et la lecture en France», realizados de enero a abril de 1960 por iniciativa del Sindicato Nacional de los Editores Franceses. Según esos estudios, el 9 por 100 de las personas interrogadas habían leído 11 libros o más entre el 1.º de diciembre de 1959 y el 1.º de marzo de 1960. Pero no se daba ninguna definición del libro, lo cual deja subsistir cierta imprecisión sobre la cifra indicada.

² En una encuesta realizada en diciembre de 1962 y enero de 1963 en el Centro de Selección Militar de Limoges por el Centro de Sociología de la Literatura de Burdeos, el 20 por 100 de los reclutas declararon tener en su casa más de 50 libros. La famosa encuesta de Annecy, de J. Dumazedier, muestra que el 20 por 100 de las familias de Annecy tienen más de 150 libros. Observemos, no obstante, que tanto en esos dos casos como en el precedente la noción de libro no está claramente definida.

³ Véase mi artículo: R. ESCARPIT, «Le problème de l'âge dans la productivité littéraire», *Bulletin des bibliothèques de France*, 5.º año, n.º 5, mayo 1960, pp. 105-111, y mi comunicación al Coloquio de Sociología de la Literatura de Bruselas (22 de mayo de 1964) sobre «L'image historique de la littérature chez les jeunes».

⁴ Datos tomados de J. DUMAZEDIER y J. HASSENFORDER, *Éléments pour une sociologie comparée de la production, de la diffusion et de l'utilisation du livre*, p. 40, Paris, 1962. Véase también: CENTRE D'ÉTUDES DU COMMERCE, *Études sur la distribution du livre en France*, Paris, 1960.

⁵ P. RIBERETTE, «Les clubs du livre», *Bulletin des bibliothèques de France*, 1.ª année, n.º 6, juin 1956, p. 425.

⁶ «Le livre scolaire en France», *Techniques graphi-*

ques (Paris), n.º 34, diciembre de 1960, p. 31, et *Monographie de l'édition*, p. 58 y sig., Paris, Cercle de la librairie, ed. 1963.

⁷ *Ibid.*

⁸ R. Escarpit, «Sociologie du livre scolaire», *Techniques graphiques* (Paris), n.º 34, diciembre 1960, p. 74 y 75.

⁹ Editado por Robert Laffont.

¹⁰ Edward E. Booher, «Books and their market twenty-five years from now», *Publishers'weekly* (Filadelfia), vol. 179, n.º 10, 6 de marzo de 1961, p. 20 y siguientes.

¹¹ «Current comments on paperbacks», *Library journal* (Filadelfia), vol. 87, n.º 16, 15 de septiembre de 1963, p. 2981.

¹² Véase Frank L. SCHICK, *The paperbound book in America*, New York, 1958, *passim*. En el capítulo 13 hay en especial un estudio sobre los *paperbacks* publicados por las universidades. Algunas colecciones son célebres: «Great seal books» (Cornell University Press), «Midland books» (Indiana University Press), «Phoenix books» (University of Chicago Press), «Ann Arbor paperbacks» (University of Michigan Press).

¹³ R. Escarpit, *Sociologie de la littérature*, p. 21, Paris, 1958.

¹⁴ *Ibid.* p. 119.

¹⁵ R. Escarpit, *op. cit.*, p. 22-23.

¹⁶ Estas ideas se encontrarán expuestas con mayor detalle en mi artículo «L'acte littéraire est-il un acte de communication?», *Filoloski Pregled* (Belgrado), 1-2, 1963, p. 17-21.

¹⁷ J. P. SARTRE, *Qu'est-ce que la littérature?* Paris, 1947.

Capítulo 3

¹ R. E. BARKER, *Books for all*, p. 17, Unesco, 1956.

² Véanse las acertadas indicaciones dadas a ese respecto en el documento de la Unesco: *Book Production 1937-1954 Translations 1950-1954* (p. 3 a 10).

³ Cifras tomadas de N. KRIVENKO, *La presse, le livre, la radio et la télévision en URSS*. Moscou, 1963.

⁴ Véase pág. 64.

⁵ R. E. BARKER, *op. cit.*, p. 23. En su cuadro 5, Barker compara el número de títulos publicados y su estimación de la tirada total. Así no es difícil hallar su base de cálculo.

⁶ R. E. BARKER, *op. cit.*, p. 19.

⁷ *Monographie de l'édition*, p. 48, 1963. Las cifras in-

dicadas sobre el consumo de papel de la edición francesa son 48.810 toneladas en 1958 y 63.150 toneladas en 1962.

⁸ Chandler B. GRANNIS, *What happens in book publishing*, p. 8, Columbia University Press, 1957.

⁹ Véase mi comunicación al IV^o Congreso de la Asociación Internacional de Literatura Comparada (Friburgo, 1964), «Le cadre politique de l'histoire littéraire: peuple, classe, État ou nation».

Capítulo 4

¹ Véase David T. POTTINGER, *The French book trade in the Ancien Régime*, *op. cit.*, y nuestro artículo ya mencionado también, «Le problème de l'âge dans la productivité littéraire».

² La cifra generalmente admitida de 3,5 lectores por cada comprador queda confirmada por todas las encuestas. Denominamos «acto de lectura» a la lectura de un texto adquirido aisladamente por una persona.

³ R. E. BARKER, *op. cit.*, p. 21, cuadro 3.

⁴ Los libros de texto y las obras técnicas constituyen actualmente el 90 por 100 del consumo de los países en vías de desarrollo económico (Conferencia sobre la función de los libros en el desarrollo económico y social, Washington, 11-15 de septiembre de 1964).

⁵ *La Monographie de l'édition*, publicada por el Sindicato Nacional de Editores Franceses, da, en su edición de 1963, p. 83, cifras algo diferentes pero del mismo orden (Reino Unido; 0,8 por 100; Estados Unidos, 0,4 por 100; Francia, 0,59 por 100; República Federal de Alemania, 0,26 por 100).

⁶ *Book publishing in the USSR*, pp. 39-43, New York, American Book Publishers Council, 1963. Se trata del informe de una delegación de editores norteamericanos que visitó la U.R.S.S. en 1962. Las cifras se dan en rublos nuevos de 1962.

⁷ Informe del Sr. Warren M. Robbins, del Departamento de los Estados Unidos, sobre las funciones de la edición en el desarrollo cultural (Documento multicopiado de la Unesco).

⁸ Discurso pronunciado en la Royal Society of Literature, en junio de 1926.

⁹ Sobre todo la edición conjunta, por Sythoff, de Leyden y Heinemann, de Londres, de novelas neerlandesas en neerlandés y en inglés, en la colección «Bibliotheca neerlandica», con la ayuda de la Fundación Príncipe Bernhard.

Capítulo 5

¹ DIDEROT, *Lettre historique et politique adressée à un magistrat sur le commerce de la librairie*, p. 38-39, junio de 1767.

² Para estudios de casos concretos, véase Jean HASENFORDER, *Étude de la diffusion d'un succès de librairie*, cuaderno multicopiado del Centre d'études économiques. Paris, 1957.

³ Hans Ferdinand SCHULZ, *Das Schicksal der Bücher und der Buchhandel*. Berlin, 2.^a ed., 1960.

⁴ Véase *Monographie de l'édition*, p. 64, Paris, 1963. Hay un análisis análogo al que sigue, pero aplicado a los Estados Unidos, en el artículo de Daniel MELCHER «Trade book marketing in the United States», publicado en *Book distribution and promotion problems in South Asia*, compilado por N. Sankaranarayanan, pp. 140-148, Paris, Unesco y Madras, Higginbothams, 1963. Véase igualmente el estudio del Dr. Peter MEYER-DOHM, *Der Westdeutsche Büchermarkt*, pp. 66-90, Stuttgart, Gustav Fischer, 1957.

⁵ Véase R. ESCARPIT, *La rentabilité de la littérature*. Actas del 5.º Congreso de la Société française de la littérature comparée, Lyon, 1962.

⁶ *Publishers' weekly* (Philadelphie), vol. 182, n.º 26, 24 de diciembre de 1962, p. 37-38.

⁷ Véase *Paperbacks in the schools*, New York, Bantam Books, 1963.

⁸ Véase Jay TOWER, «Reviewing paperbounds», *Publishers' weekly*, vol. 180, n.º 11, 11 de septiembre de 1961, p. 30-33.

⁹ Véase el número especial de *Lettres françaises*, número 1051, 29 de octubre-4 de noviembre de 1964, y el de *Temps modernes* de abril de 1965.

Capítulo 6

¹ Bénigno CACÉRÈS, «Comment conduire le livre au lecteur?», *Informations sociales*, Paris, n.º 1, janvier, 1957, página 107.

² Para todo lo que sigue, así como para el diagrama 3 véase Robert ESCARPIT y Nicole ROBINE, *Atlas de la lecture à Bordeaux*, Bordeaux, Centre de sociologie des faits littéraires, Faculté des lettres et sciences humaines, 1963.

³ Hemos desarrollado la materia de este capítulo en una comunicación presentada al II Congreso Interna-

cional de Libreros (París, Unesco, 1964), con el título «Le libraire, le pouvoir et le public».

⁴ Véase a ese respecto el artículo de GILBERT MURY, «Une sociologie du livre est-elle possible?» *Informations sociales*, París, n.º 1. Janvier 1957, pp. 64-70.

⁵ En Burdeos no pudieron encontrarse más que tres librerías «puras» entre 52. En cambio, el 12 por 100 de las grandes librerías vendían periódicos como actividad secundaria; el 60 por 100 de los puestos de libros vendían igualmente periódicos.

⁶ He tratado con mayor extensión del contenido de este capítulo en una comunicación presentada al XXX Congreso Nacional de Libreros de Francia (París, Unesco, 1964) con el título «L'adaptation de la librairie au milieu».

⁷ DIDEROT, *op. cit.*, p. 15.

⁸ J. DUMAZEDIER, *Vers une civilisation du loisir?*, página 175-203. París, 1962.

⁹ Desde 1962 se procede a una encuesta en el «Centre de sociologie des faits littéraires» de Burdeos, primeramente bajo la dirección de J. Boussinesq y después bajo la de H. Marquier. Véase J. BOUSSINESQ, *La lecture dans les bibliothèques d'entreprise de l'agglomération bordelaise*, Centre de sociologie des faits littéraires, Bordeaux, Faculté des lettres et sciences humaines, 1963. Está en preparación otro fascículo bajo la dirección de H. Marquier. En noviembre de 1961, en la Unesco, la Comisión Nacional de la República Francesa para la Educación, la Ciencia y la Cultura organizó un coloquio sobre las bibliotecas en los lugares de trabajo y ha publicado un fascículo sobre los debates.

Capítulo 7

¹ Véase mi artículo «La rentabilité de la littérature», *op. cit.*

² Sobre el problema de la otra profesión, véase el artículo de Taha HUSSEIN, «L'écrivain dans la société moderne», en *L'artiste dans la société contemporaine* (Conferencia Internacional de Artistas. Venecia, 22-28 de septiembre de 1952), 72-87, París, Unesco, 1954.

³ André THÉRIVE, *La foire littéraire*, p. 255, París, La table ronde, 1963.

⁴ André THÉRIVE, *op. cit.*

⁵ *Ibid*, p. 256.

⁶ *The English common reader*, *op. cit.*, pp. 99-128.

⁷ Thomas CARLYLE, *On heroes, hero-worship and the heroic in history*, lecture V, «The hero as man of letters». Londres, 1840.

Índice

Dedicatoria	7
Prefacio	9
Introducción	11
 Primera parte: El libro en el mundo actual	
Capítulo 1: Unas páginas de la historia	15
1. ¿Qué es un libro?	15
2. Las mutaciones del libro	18
3. Del libro impreso al «best-seller»	20
4. La comunicación de masas	26
Capítulo 2: Las funciones del libro	33
1. Un arte impuro	33
2. El libro-objeto	37
3. El libro funcional	41
4. El libro literario	48

Segunda parte: Las nuevas características de la edición

Capítulo 3: La producción mundial	59
1. Interpretación de los datos estadísticos	59
2. Estadísticas brutas por títulos	63
3. Las estadísticas por tiradas	74
4. El libro literario	82
Capítulo 4: Las grandes corrientes de intercambio.	96
1. Zonas de alta y de baja presión	96
2. Las barreras internacionales	102
3. El comercio internacional del libro	112
4. La traducción	117

Tercera parte: Perspectivas futuras

Capítulo 5: El dilema de la edición	141
1. Libros de choque y libros de fondo	141
2. Edición programada y edición no programada	148
3. El libro de difusión de masas	157
Capítulo 6: La librería y la difusión de masas	165
1. Circuito culto y circuito popular	165
2. La imagen tradicional del librero	171
3. La librería y el medio social	176
Capítulo 7: Para un nuevo diálogo	183
1. Situación del escritor	183
2. La crítica y la opinión literaria	187
3. Lectores activos y lectores pasivos	193
Notas	197

Una colección para todos, cuidada, económica y variada

- Alain:**
Sobre la felicidad (39).
- Aldecoa, Ignacio:**
Santa Olaja de acero
y otras historias (127).
- Anderson, Sherwood:**
Winesburg, Ohio (118).
- Andrae, Tor:**
Mahoma (9).
- Antonioni, Michelangelo:**
La noche. El eclipse.
El desierto rojo (87).
Blow-up. Las amigas. El grito.
La aventura (**115).
- Aranguren, José Luis L.:**
Experiencia de la vida (14).
El marxismo como moral (101).
- Aron, Raymond:**
Ensayo sobre las libertades (3).
- Azcárate, Pablo de:**
La guerra del 98 (145).
- Azorín:**
Experiencia de la vida (14).
- Bachelard, Gaston:**
Psicoanálisis del fuego (32).
- Banfi, Antonio:**
Vida de Galileo Galilei (80).
- Barnett y otros:**
Un siglo después de Darwin.
1. La evolución (24).
2. El origen del hombre (25).
- Baroja, Pío:**
Cuentos (7).
El árbol de la ciencia (50).
Las ciudades (**100).
- Beccaria, Cesare de:**
De los delitos y de las penas (133).
- Böhler, Eugen:**
El futuro,
problema del hombre moderno (72).
- Braudel, Fernand:**
La historia
y las ciencias sociales (139).
- Brecht, Bertolt:**
Poemas y canciones (103).
- Bulgákov, Mijaíl A.:**
Novela teatral (57).
El maestro y Margarita (**124).
- Burnet, M.:**
Historia de las enfermedades
infecciosas (54).
- Calderón de la Barca, Pedro:**
Tragedias, I.
La vida es sueño.
La hija del aire.
El mayor monstruo del mundo (**93).
- Caldwell, Erskine:**
A la sombra del campanario (126).
- Čapek, Hermanos:**
R. U. R. y
El juego de los insectos (20).
- Caro Baroja, Julio:**
Las brujas y su mundo (12).
El señor inquisidor
y otras vidas por oficio (114).
- Carr, Edward H.:**
Estudios sobre la revolución (134).
- Castelao, Alfonso R.:**
Cosas. Los dos de siempre (70).
- Céline, Louis-Ferdinand:**
Simmelweis (141).
- Clarín (Leopoldo Alas):**
La regenta (**8).
Su único hijo (21).
- Colegate, Isabel:**
Estatuas en un jardín (52).
- Contreras, Alonso de:**
La vida del capitán
Alonso de Contreras (89).
- Corrochano, Gregorio:**
Cuando suena el clarín (6).
- Costa, Joaquín:**
Oligarquía y caciquismo.
Colectivismo agrario
y otros escritos. (Antología) (51).
- Cowley, Malcolm:**
Historia de la trata de negros (121).
- Chassin, General:**
La conquista de China
por Mao Tse-Tung (18).
- Chizhevski, Dmitri:**
Historia del espíritu ruso
1. La Santa Rusia (58).
2. Rusia entre Oriente y
Occidente (59).
- Chueca Goitia, Fernando:**
Breve historia del urbanismo (136).
- Delibes, Miguel:**
La partida (60).
La primavera de Praga (143).

* Volumen intermedio

** Volumen doble

Díaz del Moral, Juan:
Historia de las agitaciones
campesinas andaluzas (**68).

Donington, Robert:
Los instrumentos de música (76).

Dubarbier, Georges:
La China del siglo xx (84).

Eliot, T. S.:
Criticar al crítico
y otros escritos (65).

Escarpit, Robert:
La revolución del libro (148).

Espronceda, José de
El diablo mundo. El estudiante de
Salamanca. Poesía (29).

Evtuchenko, Evgueni:
Entre la ciudad sí
y la ciudad no (106).

Ferdinandy, Miguel de:
Historia de Hungría (46).

Fernán Caballero:
Elia (122).

Fernández-Almagro, Melchor:
Historia política
de la España contemporánea
1. 1868-1885 (**107).
2. 1885-1897 (**117).
3. 1897-1902 (**120).

Fink, Eugen:
La filosofía de Nietzsche (37).

Fitzgerald, F. Scott:
A este lado del paraíso (110).

Flores, Antonio:
La sociedad de 1850 (128).

Focillon, Henri:
El año mil (28).

Freud, Sigmund:
Psicopatología
de la vida cotidiana (19).
La interpretación
de los sueños (34, 35 y 36).
Tótem y tabú (41).
Ensayos sobre la vida sexual y la
teoría de las neurosis (62).
Introducción al psicoanálisis (**82).
La histeria (96).

Furon, Raymond:
El agua en el mundo (47).

Gardner, Martin:
Izquierda y derecha
en el cosmos (23).

Gerard, Ralph W.:
La alimentación racional
del hombre (137).

Gide, André:
Isabel (67).

Ginzburg, Natalia:
Las pequeñas virtudes (10).

Guizot, François:
Historia de la civilización
en Europa (5).

Hammett, Dashiell:
Cosecha roja (92).
La llave de cristal (108).

Heidegger, Martin:
Kierkegaard vivo (131).

Hesse, Hermann:
El lobo estepario (44).
Bajo las ruedas (95).
Demian (138).

Holthusen, Hans Egon:
Rainer Maria Rilke (123).

Hollingdale:
Computadores electrónicos (**43).

Hoveyda Fereydoun:
Historia de la novela policiaca (69).

Hoyle, Fred:
El universo:
galaxias, núcleos y quasars (75).

Jaspers, Karl:
Kierkegaard vivo (131).

Jenofonte:
Recuerdos de Sócrates.
Apología. Simposio (56).

Joveilanos, Melchor Gaspar de:
Diarios (83).

Kafka, Franz:
La metamorfosis (4).

Kaufmann, Walter:
Hegel (**111).

Kellerer, Hans:
La estadística en la vida
económica y social (**97).

Kochan, Lionel:
Rusia en revolución (**112).

Koyré, Alexandre:
Introducción
a la lectura de Platón (16).

Lacouture, Jean:
Ho Chi Minh (125).

Laín Entralgo, Pedro:
Entre nosotros (53).
Experiencia de la vida (14).

Larra, Mariano José de:
En este país y otros artículos (63).

Madol, Hans R.:
Godoy (11).

Malthus, Thomas Robert:
Primer ensayo
sobre la población (15).

Mannix, Daniel P.:
Historia de la trata de negros (121).

Mariás, Julián:
Meditaciones
sobre la sociedad española (31).
Experiencia de la vida (14).

- Martí, José:**
En los Estados Unidos (104).
- Martín Gaité, Carmen:**
El balneario (140).
- Marx, Karl:**
Manuscritos:
economía y filosofía (119).
- Mayntz, Renate:**
Sociología de la organización (55).
- Menéndez Pidal, Ramón:**
Experiencia de la vida (14).
- Miller, George A.:**
Introducción a la psicología (**130).
- Ollivier, Albert:**
La comuna (45).
- Ortega y Gasset, José:**
Unas lecciones de metafísica (1).
La redención de las provincias (81).
El amor en Stendhal
(Ver Stendhal, **147).
- Pardo Bazán, Emilia:**
Los pazos de Ulloa (42).
- Parmeno (José López Pinillos):**
Las águilas
(De la vida del torero) (73).
- Peña y Goñi, Antonio:**
España, desde la ópera
a la zarzuela (49).
- Pérez de Ayala, Ramón:**
Escritos políticos (61).
- Pérez Galdós, Benito:**
Las novelas de Torquemada (**83).
La desheredada (**98).
Tormento (113).
- Pirandello, Luigi:**
El difunto Matías Pascal (38).
- Proust, Marcel:**
En busca del tiempo perdido:
1. Por el camino de Swann (**22).
2. A la sombra de las muchachas
en flor (**33).
3. El mundo de Guermantes (**40).
4. Sodoma y Gomorra (**85).
5. La prisionera (**105).
6. La fugitiva (132).
- Rostand, Jean:**
El hombre (30).
- Ruiz García, Enrique:**
El tercer mundo (99).
- Ruiz Ramón, Francisco:**
Historia del teatro español (**66).
- Russell, Bertrand:**
Ensayos filosóficos (116).
- Salinas, Pedro:**
El defensor (79).
- Santa Teresa de Jesús:**
Libro de las fundaciones (91).
- Sartre, Jean-Paul:**
Kierkegaard vivo (131).
- Scientific American:**
La ciudad (48).
Física y química de la vida (77).
- Schumpeter, Joseph A.:**
Diez grandes economistas:
de Marx a Keynes (**78).
- Sender, Ramón J.:**
Mr. Witt en el cantón (135).
- Siñone, Ignazio:**
Vino y pan (*144).
- Simpson, George Gaylord:**
La vida en el pasado (74).
- Stendhal:**
Lucien Leuwen (**64).
Lamiel (129).
Del amor (**147).
- Tamames, Ramón:**
Introducción a la economía
española (**90).
- Tootill:**
Computadores electrónicos (**43).
- Unamuno, Miguel de:**
San Manuel Bueno, mártir.
Cómo se hace una novela (27).
- Valéry, Paul:**
El cementerio marino (86).
- Vega, Lope de:**
El duque de Viseo (26).
Novelas a Marcia Leonarda (142).
- Vela, Fernando:**
Mozart (2).
- Voltaire:**
Comentario (Ver Beccaria).
- Wain, John:**
El mundo vivo de Shakespeare (94).
- Weber, Max:**
El político y el científico (71).
- Wellisz, Stanislaw:**
La economía
en el bloque soviético (17).
- Wilhelm, Richard:**
Confucio (13).
- Williams, Tennessee:**
Piezas cortas (102).
- Zayas y Sotomayor, María de:**
Novelas ejemplares y amorosas
o Decamerón español (109).
- Zunzunegui, Juan Antonio de:**
Esta oscura desbandada (146).