



INFORMACIÓN RELACIONADA

MULTIMEDIA

PARTICIPACIÓN

UTILIDADES

## FERIA DE MADRID EQUIPAJE DE BOLSILLO

REPORTAJE

## El bolsillo se crece

Sus ventas no dejan de aumentar. El 60% de los lectores españoles se decanta por el libro de formato pequeño a bajo precio. La producción de bolsillo ya representa el 12% de la producción total en España, y se multiplica el número de sellos editoriales que, solos o en compañía, se lanzan a este mercado. Casi 70 años más tarde de que Austral sacara su primer volumen y cuatro décadas después de que la colección de Alianza revolucionara las librerías españolas, el bolsillo se redefine y alcanza el éxito.

ANDREA AGUILAR

BABELIA - 03-06-2006

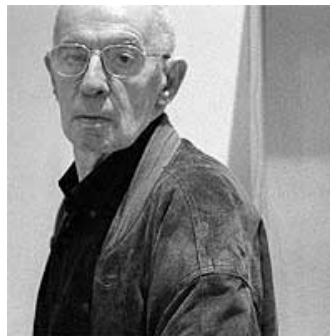


Encendedor, pistola y pañuelo son tres objetos cuya versión de bolsillo cuenta con definición propia en el diccionario de la Real Academia Española. El hermano libro no tiene la misma suerte. Los volúmenes en este formato, a pesar de su proliferación e imparable éxito de ventas - en el que se incluye la edición del propio diccionario-, aún están por definir en castellano.

Las ediciones en tapa dura y rústica -versión *trade* en la jerga editorial- son su opuesto. Papel de peor calidad y menor gramaje; encuadernación con cola y sin costuras, y portadas en materiales blandos son, en principio, algunas de las características formales del bolsillo. Todo ello unido a la rebaja en el precio de la compra de derechos para estas ediciones incide de manera directa en otro de los rasgos diferenciales de estos libros, que ningún comprador pasa por alto: su reducido coste. "Se trata simplemente de una cuestión de precio y ésta es la condición fundamental", sentencia Jaume Vallcorba, desde la editorial Acanalado que ha estrenado hace apenas un año una nueva colección en este frente.

Paz Gaspar, directora de Booket, celebra el quinto aniversario de este sello, perteneciente al grupo Planeta, y señala la posibilidad de una "nueva vida" que ofrece el cambio de formato: "Es una segunda oportunidad, pero tiene identidad propia. No es el hermano pobre. Su público es muy lector, y este formato permite acceder al mismo contenido a un precio más asequible, por lo que se pueden comprar más títulos".

En contra de lo que pueda parecer, ni siquiera en esto del precio hay consenso. El cofundador de Alianza Editorial, Jaime Salinas, observa la escasez de auténtica tapa dura en el panorama español y habla del "falso bolsillo": libros algo más baratos "pero todavía demasiado caros"

FERNANDO VICENTE  
[Ampliar](#)Daniel Gil (1930-2004) convirtió en inconfundibles sus diseños, verdaderos poemas-objeto que resumían el espíritu de cada título. Fue autor de más de 4.000 portadas de libros de bolsillo en Alianza Editorial. (LUIS MAGÁN)  
[Ampliar](#)[v LETRAS Y NÚMEROS](#)[v LOS HISTÓRICOS](#)

*Jaime Salinas, cofundador de Alianza Editorial, habla del "falso bolsillo": libros algo más baratos pero "todavía caros"*

*"Si el libro no funciona en edición normal, tampoco funcionará en bolsillo", sostiene Jorge Herralde*

que han recibido este nombre. Quizá detrás de esto se intuya la ambición del bolsillo por olvidar su estigma de libro perecedero, "de usar y tirar".

---

*"En Alianza, el criterio era que un libro no costara más que una entrada de cine", recuerda Javier Pradera*

---

### ¿Grandes tiradas?

Relacionado con el bajo coste de producción surge otra de las teóricas esencias del bolsillo: las grandes tiradas, un básico para alcanzar al público masivo. Pero esto es sólo una verdad a medias en el caso español. El Ministerio de Cultura cifra en su informe la tirada media en 7.406 ejemplares. Ello lleva a Jaime Salinas a afirmar que "el libro de bolsillo aquí no existe; desde luego no como en Francia o en Inglaterra". Javier Pradera -compañero de Salinas en el equipo original de Alianza Editorial- considera absurdo hacer tiradas en este formato por debajo de los 10.000 libros y sitúa lo que debería ser el mínimo en 20.000 o 30.000.

Muy lejos quedan estos números de la realidad: Jorge Herralde, de Compactos Anagrama, asegura que sus tiradas no superan los 5.000 ejemplares; Nuria Esteban, de Austral, cifra las suyas en un arco que va de los 2.500 para la poesía a los 10.000 para libros más comerciales; y Juan Díaz, de Debolsillo -sello líder del sector y perteneciente al grupo Random House Mondadori-, se mueve entre los 3.000 y 6.000 de obras recuperadas de Broch o Musil a los 50.000 de la colección Bestseller con novelas de Ken Follet o Julia Navarro.

El retrato tipo se complica con eclécticas colecciones y una amplia diversidad en la apariencia externa de los pequeños libros -los hay grandes y pequeños, incluso con cubiertas pseudoacartonadas y, además, pocos caben realmente en un bolsillo-. Será que la flexibilidad de su forma ha calado y quizá esa falta de rigidez es lo que realmente define este escurridizo género editorial.

### Fórmula bolsillo

Sin definición estricta pero en boca de todos, las ediciones en bolsillo vendieron 25.054.780 ejemplares en 2004 según el informe del Ministerio de Cultura. El total facturado creció un 8,2% respecto del año anterior. Detrás de estas cifras se encuentran los lectores, un 60% de los cuales se decanta por estos libros tal y como se afirma en ese mismo informe. El mercado de bolsillo crece y se expande. Sus ejemplares encolados invaden nuevos puntos de venta, territorios desconocidos para el comercio de libros hasta hace relativamente poco. "La venta en grandes superficies representa ya el 50% del total", asegura Victoria Chapa, directora de Punto de Lectura (línea de bolsillo del grupo Santillana). Valeria Ciompi, desde Alianza Editorial, alerta sobre estos cambios: "Las librerías garantizan la diversidad y, sin embargo, van quedando desplazadas. Es un fenómeno preocupante para un tipo de edición. Los hábitos de consumo han cambiado y la lectura no es ajena a esto".

### Revolución en los sesenta

Mucho antes de que la Federación del Gremio de Editores dedicara en 1997 un capítulo específico al bolsillo en su estudio anual -fuente constante de alegrías desde entonces, con una estimación de crecimiento sostenido que ronda el 3%-, Jaime Salinas en los años sesenta se propuso introducir este formato editorial en el mercado español. Las versiones francesa (*livre de poche*) y anglosajona (*paperback*) le sirvieron de inspiración. "Me interesó la idea de empezar una colección de calidad, pero económicos y físicamente atractivos. La colección Universal o Espasa tenían libros baratos pero eran grises y tristes, dirigidos más al estudio que a la lectura. Como objeto no tenían ningún *sex-appeal*", recuerda. Empezó entonces Salinas la búsqueda de un socio extranjero que quisiera establecerse en España. A pesar de sus respuestas ambiguas -"no decía ni sí ni no"-, el editor francés Claude Gallimard acabó por darle la solución: "Me habló de José Ortega Spottorno, a quien yo no conocía. Él también le había escrito para lanzar una versión en España de la colección *Ideé de Gallimard* y me animó a contactarle".

Javier Pradera pronto se unió a la recién creada Alianza Editorial, desde donde pusieron nombre y cara a la colección Libro de Bolsillo con las rompedoras portadas diseñadas por Daniel Gil. Sus llamativas imágenes se convirtieron en la marca y seña de la revolución que tras ellas se escondía. A pesar de la inicial reticencia de librereros y distribuidores, el éxito fue rotundo. "Costó hacerles entender que aunque el precio y su porcentaje fueran menores, ellos también saldrían ganando", dice Salinas.

"Aunque no existiera la expresión, sí existía la realidad del libro de bolsillo desde antes de la guerra. Las obras de Austral, por ejemplo, eran de calidad no en su fabricación, pero sí en sus contenidos. Desde Alianza intentamos darle más dignidad, ponerle vitola y mantener un precio asequible. Nuestro criterio era que un libro no podía costar más que la entrada a un cine: cincuenta pesetas", recuerda Pradera.

### ¿Colección de colecciones?

El editor y periodista señala otro de los objetivos que marcó aquella aventura editorial y que, hasta cierto punto, ha servido como rasgo definitorio del bolsillo en el mercado internacional. "Nuestra aspiración era convertirnos como el *livre de poche* en continente de los títulos de otras editoriales. En Francia, sin embargo, ya entonces Gallimard había roto con eso y tenía su propia colección de bajo coste. Así que nuestro modelo era Penguin, que se alimentaba de los derechos que compraba a bajo precio a editores normales", asegura.

Gallimard cortó la baraja y parece que su modelo se ha impuesto en el panorama actual español, donde no cesa la proliferación de sellos de bajo coste. El bolsillo se multiplica. Ante los resultados comerciales pocos renuncian a él. "Es un mercado emergente y todas las editoriales están interesadas; los que tienen fondo propio con lo suyo y, si no, por medio de alianzas", explica Paz Gaspar, de Booket, marca que retomó hace cinco años su nombre y catálogo tras escindirse de la aventura común que emprendió con Plaza & Janés bajo el nombre de Debolsillo.

Jaume Vallcorba, de la aún pequeña Acantilado, confirma esta tendencia separatista: "¿Por qué voy a asociarme? Su única función en la mayoría de los casos es la distribución". También hay quien no renuncia a nada, como Tusquets, una de las editoriales que mantiene una línea de bolsillo propia -colección Fábula, con 265 títulos editados entre los que se encuentran desde los guiones de Woody Allen hasta las novelas de Almudena Grandes o Georges Simenon- y un sello aliado que bajo el denominador común de Quinteto agrupa fondos de Anagrama, Salamandra, Edhasa y Grup 62. Juan Díaz, en Debolsillo, sostiene que los que inician pequeñas aventuras de bolsillo "están condenados a desaparecer; se necesita un amplio espectro de contenido para atender la demanda variada".

Más allá del mercado nacional, América Latina es otro de los grandes alicientes que impulsan la multiplicación del bolsillo. "Estos libros están muy presentes en Iberoamérica", apunta Jorge Herralde desde Compactos de Anagrama. Su colección nació impulsada de alguna manera por los aires americanos. "La agente de Patricia Highsmith dijo que si no teníamos bolsillo vendería los derechos a otro, así que creamos la colección". Sus obras, junto a clásicos del siglo XX como *En el camino*, de Jack Kerouac; *A sangre fría*, de Truman Capote, o los libros de Bukowski, se siguen contando entre los títulos de mayor alcance de este sello. El éxito transatlántico también ha impulsado la puesta en práctica de nuevas fórmulas. "Llevamos más de mil títulos publicados y en América incorporamos también ediciones locales", explica Paz Gaspar, de Booket.

### Inéditos y rescates

Los acuerdos que Alianza Editorial estableció con editoriales argentinas como Emecé, Losada y Siglo XXI en los sesenta y setenta hicieron posible la publicación por primera vez en España, en su Libro de Bolsillo, de obras como *El Aleph*, de Jorge Luis Borges; *El señor de las moscas*, de William Golding, o *El extranjero*, de Albert Camus. La colección también se nutrió de los fondos de *Revista de Occidente* con títulos como *La metamorfosis*, de Kafka.

A pesar de todo, Pradera sostiene que su deseo de convertirse en colección de colecciones no acabó de cuajar: "Terminamos aumentando la producción propia para bolsillo y sacando primeras ediciones directamente, una locura. Lo lógico es sacar lo que lleva años publicado y abrir esos libros al mercado masivo a través del bolsillo".

Desde Compactos de Anagrama, Jorge Herralde se muestra cauto ante los "experimentos" en bolsillo y sostiene una postura acorde con esta opinión. "En el mundo editorial todas las afirmaciones son provisionales, pero creo que hay una ley casi infalible: los libros que no triunfan en edición normal tampoco funcionan en bolsillo".

Una de las tendencias actuales parece, sin embargo, llevarles la contraria. Los

inéditos en este formato van ganando terreno. Juan Díaz, de Debolsillo, lo ratifica: "La primera edición en bolsillo es necesaria, lo demanda el mercado y está dando muy buenos resultados. Es un formato que permite tomar ciertos riesgos y un vehículo ideal para promocionar nuevos autores". Entre los éxitos que ha cosechado con esta fórmula, Díaz cita *Las rubias de 5th Avenue*, de Plum Sykes, o las novelas de Danielle Steele. Victoria Chapa, de Punto Lectura, también apuesta por los inéditos en bolsillo en según que géneros. "El bolsillo funciona en primeras ediciones de novelas románticas o de *chick lit*, obras de enredo para treintañeras profesionales".

A pesar de su éxito comercial, estos títulos no han cambiado de piel. Su versión tapa dura no ha llegado a las librerías, aunque este trasvase de doble dirección no queda del todo descartado. No puede decirse lo mismo de la fórmula anglosajona que apuesta por el lanzamiento de libros nuevos simultáneamente en bolsillo y en normal. En España esto parece estar, según los editores, fuera de lugar. "Se necesita que haya dos público bien diferenciados y el hábito de lectura aquí es lo que es", concluye Salinas.

Sus sucesores en el negocio del libro tienen esto presente y apuestan por el bolsillo para volver a lanzar títulos cuyas ediciones nobles ya quedaron relegadas en las mesas de novedades. El lapso de tiempo entre una y otra versión oscila entre los seis meses y los tres años. "Llegamos al bolsillo cuando la edición normal se da por muerta", afirma Herralde. Y si no hay muerte, en su caso no hay bolsillo. Como ejemplo cita la larga y exitosa vida comercial de *Seda*, de Alessandro Baricco.

### **Biblioteca de fondo**

El catálogo es indispensable para cualquier sello de bajo coste. En él se pueden mezclar títulos propios -publicados por la misma editorial en versión noble- o ajenos, adquiridos mediante la compra de derechos o las alianzas con otros grupos editoriales. En esto hay acuerdo entre los editores. Austral, fundada en 1937, mantiene la apuesta firme por su catálogo y entre sus títulos más vendidos se encuentran *Luces de bohemia*, de Valle-Inclán, o *Historia de una escalera*, de Antonio Buero Vallejo. "La colección nació con ánimo de perdurar y convertirse en fondo. Las ediciones van reforzadas desde el principio con prólogos y comentarios. El bolsillo permite acercar los clásicos al público en general", afirma Nuria Esteban.

### **La buena mezcla**

Juan Díaz en Debolsillo defiende una receta mixta: la convivencia de libros con una demanda masiva con obras de autores que demandan un nivel de exigencia lectora fuerte. "Ahora mismo todo es crecer, es un fenómeno reciente y esto es lo lógico. El público y los catálogos se van adaptando", concluye Victoria Chapa, de Punto de Lectura.

### **LETRAS Y NÚMEROS**

- **Del disco al libro.** Daniel Gil diseñaba portadas de discos. Se estrenó con libros en la colección Libro de Bolsillo de Alianza Editorial en 1966, para la que diseñó en total más de 4.000 cubiertas. La que más se ha vendido: *1080 recetas*, de Simone Ortega; *El guardián entre el centeno*, de J. D. Salinger; *Veinte poemas de amor y una canción desesperada*, de Pablo Neruda, son algunos de los clásicos que siguen animando las ventas de esta editorial. Para celebrar su 40 cumpleaños Alianza ha lanzado diez de sus clásicos (*Tristana*, de Pérez Galdós; *El corazón de las tinieblas*, de Conrad, y *La metamorfosis*, de Kafka, entre otros) con sus portadas originales en tapa dura. -

- **Arte a precio de ganga.** ¿Quién dijo que el libro ilustrado está reñido con el bajo coste? Photobolsillo (La Fábrica) lleva editados más de 55 títulos de fotografía en formato pequeño y asequible desde 1998. En ellos se recogen los trabajos, entre otros, de Miserachs, García Alix o Francisco Ontañón y Carlos Saura, los últimos en sumarse.

- **El éxito que perdura.** Las ventas del *best seller* medieval *Los pilares de la tierra*, del británico Ken Follett (Debolsillo), editado por primera vez en 1991, rondan el millón de ejemplares desde 2002. Casi una cuarta parte de esta cifra, 200.000 libros, es lo que se ha vendido en los últimos cinco años de la versión bolsillo de *El perfume*, de Patrick Süskind (Booket), editado originalmente en 1985. El mismo número de ejemplares que se han vendido de la novela de Julia

Navarro, *La hermandad de la Sábana Santa* (Debolsillo) .

- **Sangre a raudales.** En palabras de su editor, Jorge Herralde, el "subidón" tras el estreno de la película *Truman Capote* ha impulsado no sólo la reedición y venta en bolsillo de las obras del escritor, sino también su recuperación en versión normal "para caprichosos".

- **Los lectores editan.** Booket lanzó una campaña para que sus lectores votaran en su página web ([www.booket.com](http://www.booket.com)) sus diez obras favoritas de la colección. Los elegidos para la edición que celebra su quinto aniversario incluyen *El hobbit*, de J. R. Tolkien, y *El origen perdido*, de Matilde Asensi.

- **Ranking de sellos.** Debolsillo se sitúa a la cabeza en la publicación de libros de bolsillo con un 51% del mercado y más de 1.500 títulos en su catálogo. Le sigue Booket, con un 13% del mercado y 500 títulos procedentes de 11 fondos editoriales. Tras ellos se sitúa Punto de Lectura, que gestiona los fondos de las editoriales del grupo Santillana (como Alfaguara, Taurus o Aguilar), Siruela y Lengua de Trapo, con cerca de un 12% de cuota.

## LOS HISTÓRICOS

EL FRONDOSO bosque actual de las letras de bolsillo está lleno de raíces. Hasta que llegó Alianza en 1966 el libro pequeño y barato se identificaba con otra colección mítica: Austral. En 1938, en plena Guerra Civil, apareció en Argentina el primer título de la colección, *La rebelión de las masas*, de Ortega y Gasset, padre del impulsor, años más tarde, de la propia Alianza. Cien títulos publicados en apenas dos años dan idea del éxito de aquellos libros de Espasa Calpe, que mantienen su sobriedad hasta hoy mismo. Años antes de la guerra, Calpe había lanzado una popularísima Colección Universal, y años después, ya en 1957, Germán Plaza haría lo propio con Libros Plaza, pero el tercer gran hito, con la Austral y Alianza, en el universo del bolsillo reciente vino bajo la advocación de un escudo negro como logotipo: Bruguera, que en los años de bonanza multiplicó sus colecciones y las bautizó con nombres de postín: de Libro Amigo a Cinco Estrellas pasando por Nova o Bolsilibro. La crisis de los años ochenta se llevó por delante a la casa madre -aunque su nombre acaba de resucitar a las órdenes de Ana María Moix-, pero de aquella operación quedan títulos fundamentales de Italo Calvino, Leonardo Sciascia, Jules Vallés, Thomas Mann o Juan Eduardo Zúñiga. El resto, más que historia, es ya actualidad. **J.R.M.**

### Utilidades



Imprimir



Enviar



Recomendar



Corregir



Estadísticas



En el diario-  
pdf



Sólo texto



Derechos de reproducción