



el Periódico

Nacional General
Diaria

Tirada: **212.306**
Difusión: **162.037**
(O.J.D)
Audiencia: **567.129**
(E.G.M)
18/06/2008

Sección: -
Espacio (Cm_2): **918**
Ocupación (%): **85%**
Valor (€): **13.360,27**
Valor Pág. (€): **15.620,00**
Página: **74**

Imagen: **Si**

Una oferta desbordante

Debolsillo



El sello del grupo Random House-Mondadori es el líder del mercado español y, probablemente, el que mantiene más colecciones y formatos diversificados. Por ejemplo, además del grueso de superventas probados que viven una segunda vida en formato reducido, ha apostado por el cómic en bolsillo (12.000 ejemplares de *Todo Paracuellos* y superhéroes de Marvel, con tiradas de 25.000), *best-sellers* inéditos (*El enigma Vivaldi*, de Peter Harris, ha vendido 150.000 ejemplares sin que nadie hable de él), las colecciones (Clásicos y Contemporánea) con las que construye un catálogo literario de referencia, la Colección 21, con jóvenes narradores emergentes, y los libros de autoayuda, ensayo y novela romántica.

Labutxaca

Las editoriales en catalán del Grup 62 han sumado sus títulos en un único sello de bolsillo, Labutxaca, dirigido al público general y los grandes puntos de venta, aunque los libros prescritos en los centros educativos siguen nutriendo las colecciones escolares de 62 y Proa.



RBA bolsillo

Los puntales de RBA en bolsillo son los éxitos de autoayuda de Integral -Jorge Bucay-, las obras de Agatha Christie, la biblioteca clásica de Gredos y nuevas apuestas como los libros de El Jueves y clásicos de la novela negra. En catalán, La Magrana ha publicado ya 20 títulos.



Alianza

Alianza, el sello de referencia en los 70 y 80, no persigue el *best-seller* y mantiene, en palabras de su directora, Valeria Ciampi, «su espíritu original: formar la biblioteca básica que toda persona interesada por la cultura y progresista debe tener». Apuesta por las bibliotecas de autor.



Austral

La colección pionera en castellano, fundada en 1937 en Argentina, con 2.000 títulos publicados, sigue centrada en la edición de clásicos de referencia, aunque a finales del 2006 modernizó su presentación, abriendo paulatinamente su catálogo a nuevos autores.



Anagrama

Anagrama distribuye los títulos de su catálogo en dos series de bolsillo: los que tienen más posibilidades de lanzar un público masivo se integran en Quinteto, mientras que su colección propia, Compactos, mantiene una distribución centrada en librerías convencionales.



Quinteto

Cinco editoriales -Anagrama, Edhasa, Salamandra, El Aleph y Península, tras la salida de Tusquets- ponen en manos de Planeta la distribución de los libros de su catálogo que tienen posibilidades de llegar a un público más amplio que sus lectores ya consolidados.



Booket



El sello de bolsillo de Planeta ha recortado distancias en los últimos años respecto a Debolsillo. A la reedición de los éxitos de la galaxia de editoriales del grupo, en los últimos años ha añadido nuevas líneas: inéditos con tirón pero por los que se prefiere no asumir el riesgo de un lanzamiento en *trade*, novelas románticas y, en el 2009, nuevas series de novela erótica y novela gráfica. La última novedad es el lanzamiento, esta misma semana, de la colección Literaria, con clásicos contemporáneos como Cela, Delibes, Laforet, Orwell y Juan Rulfo. Una apuesta por ocupar todos los nichos de mercado con na oferta en formato de bolsillo que es común a los dos grandes grupos editoriales del país.

La burbuja del libro

El 'boom' del periodo 2003-2006 hizo que las editoriales multiplicasen su oferta de libros asequibles. Pero el mercado se ha frenado y ha demostrado que aún tiene un techo en España

ERNEST ALÓS [ealos@elperiodico.com]

El boom del libro de bolsillo en España ha tocado techo. Mientras las editoriales, animadas por el incremento sostenido de ventas en el periodo 2003-2006, siguen multiplicando su oferta en todas direcciones y algunos grandes éxitos entran por primera vez en las listas de más vendidos, el mercado lector español (en este formato, y en general) ha demostrado que está aún muy lejos de la potencia de otros países. Y no se trata solo de la crisis económica que en los últimos meses apenas han podido maquillar los éxitos de J. K. Rowling, Ken Follett y Carlos Ruiz Zafón. El frenazo viene del año pasado y tiene razones de fondo.

Si en el año 2002 el 9,9% de ejemplares que se vendieron en España eran de bolsillo, en el 2006 suponían ya el 13,5%. La facturación pasó de 120 millones de euros a 194 millones, con un salto del 25% entre el 2005 y el 2006. Esta tendencia animó a los editores, incluso algu-

nos de talla modesta, a entrar en el libro de bolsillo y ampliar su oferta a todos los géneros: a partir del binomio *best-seller*/clásicos de referencia, hacia nuevos frentes como el cómic, el libro de cocina o la autoayuda.

La esperanza era normalizar la realidad del libro de bolsillo en términos similares a los de Francia, Italia o Alemania (donde alcanza el 40% del mercado). Sin embargo, el boom de la oferta se ha encontrado con que la demanda de los lectores no ha estado al nivel. Un adelanto del informe de la Federación de Gremios de Editores sobre el 2007 indica que entre el 2006 y el 2007 el sector creció vegetativamente manteniendo su cuota en torno al 13%. Y en el primer trimestre del 2008 las ventas pueden haber crecido solo un 1%. Un descenso en términos reales. «El tirón del 2004 hizo ver que había posibilidades y todo el mundo diversificó sus colecciones, pero estamos en un año de crisis», admite la editora de Debolsillo, María Casas.

EL ÉXITO

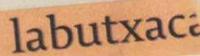
200.000 'butxaques'

El año en que el libro de bolsillo se ha frenado en España ha sido el de la eclosión de este mismo formato en catalán. Labutxaca, creada por el Grup 62, empezaba en un terreno virgen, con experiencias anteriores con resultados modestos y con una difusión restringida a las librerías y prácticamente ausente en grandes superficies y quioscos-librerías. El gran objetivo de la operación, hacer llegar el libro en catalán a puntos de venta donde estaba ausente, se ha conseguido al cabo de un año. Labutxaca ha vendido ya 200.000 ejemplares de sus primeros 80 títulos, llegando a 1.250 puntos de venta en lugar de los 500

a los que llegaba antes de esta iniciativa. En una segunda fase, Labutxaca ha incorporado a su oferta una serie de clásicos y ha empezado a coeditar títulos con otras editoriales, como Ara, Anagrama, Meteora, Alpha y Salamandra. Para el año 2009 estudia recuperar la novela negra en formato de bolsillo, con una maqueta que recuerda el colorido negro-amarillo de la desaparecida colección La cua de palla. Aun así, no es ajena al estado del sector: planeada inicialmente con dos formatos -el mayor, con precios por encima de los 10 euros-, en la última campaña solo ha programado dos títulos que rebasan este precio.

Los lectores compran menos, en tapa dura y en bolsillo. Y no hay un trasvase hacia este último por motivos de precio. Al parecer, el libro de bolsillo ha encontrado su techo. «No se han cubierto ni mucho menos las previsiones», reconoce Victoria Chapa, directora de Punto de Lectura. «De momento, esto es lo que hay. En los países con tradición -explica el editor de Anagrama, Jorge Herralde- hay más población lectora, las diferencias de precio según los formatos son más grandes y la red de puntos de venta es más amplia. Hay una cifra aproximada pero concluyente: en Francia, un libro que ha vendido 30.000 ejemplares puede llegar a los 90.000 al pasar al bolsillo. En España, se queda en 6.000».

«El problema es que el libro de bolsillo se lee, no se regala», ironiza la directora de Alianza, Valeria Ciampi. «En un país donde tradicionalmente se lee poco, la literatura está demasiado dignificada, se cree que merece ediciones de lujo», añan-





el Periódico

Nacional General
Diaria

Tirada: **212.306**
Difusión: **162.037**
(O.J.D)
Audiencia: **567.129**
(E.G.M)
18/06/2008

Sección: -
Espacio (Cm_2): **910**
Ocupación (%): **84%**
Valor (€): **16.892,44**
Valor Pág. (€): **19.921,00**
Página: **75**



Imagen: **Si**

Tusquets

El gran éxito de este sector ha sido este año la colección Maxi colaboración entre Tusquets y Debolsillo: 410.000 ejemplares (68.000 de *Tokio blues*, de Murakami). Tusquets explotará por esa vía sus éxitos comerciales, y mantiene la colección Fábula para el título de fondo.



Punto de Lectura

La editorial de Santillana (tercera en el mercado) combina la reedición en este formato de los títulos de los sellos del grupo con el incipiente lanzamiento de títulos inéditos. Su último experimento son los *Libros académicos*, diseñados para resistir aunque se mojen en la playa.



Zeta Bolsillo



La cuarta editorial de bolsillo en volumen de ventas ha concentrado su oferta en la serie Zeta Bolsillo -relegando Byblos-, siguiendo la tendencia general a utilizar formatos mayores, cubiertas con solapas, tipografía de lectura fácil y un encuadernado sólido, que no vaya perdiendo pliegos con el uso. «Se va hacia el libro de bolsillo de lujo, si comparamos con otros países», apunta la editora de la colección, Marta Rossich. Un ejemplo son los lanzamientos, en los momentos fuertes del bolsillo -enero y verano-, de la serie Edición Limitada, con títulos de David Baldacci, Michael Connelly, Txumari Alfaro o Esther Tusquets, a 6,95 euros y con tapa dura. Otra baza segura es la literatura romántica.

Verticales

Las editoriales del Grupo Norma (Belaqva, La otra orilla), dirigidas por Pere Sureda, se han lanzado a la aventura de Verticales de Bolsillo, con encuadernación cuidada -solapas, buen papel-, precios muy ajustados y series de novela negra, ensayo histórico y literatura.



Books 4 Pocket

Tras la disolución del experimento de Puzzle, las editoriales Urano, Inédita, Almuzara y Obelisco se unieron hace un año para presentar una oferta conjunta que suma la novela negra, la ciencia ficción, los superventas y la literatura infantil y juvenil.



Edhasa

Según Daniel Fernández, su experiencia demuestra que el libro de bolsillo puro y duro no funciona aquí: la colección de lujo Diamante, con buen papel y tapa dura, ha salido adelante. En septiembre hará crecer el formato de Pocket, casi la única que mantenía el clásico 11 x 18.



Crítica

Las editoriales académicas de Planeta (Crítica, Ariel y Paidós), distribuidas ahora por Enlaces Editoriales -junto con otros sellos de prestigio como Anagrama, Península y El Aleph- amplían su oferta propia de bolsillo al margen de la programación de Booket.



Embolsillo

La editorial Maeva acaba de poner en el mercado su sello Embolsillo. Cuenta con activos títulos superventas como *El clan del oso cavernario*, *El librero de Kabul*, *Martes con el viejo profesor* y la trilogía de recuerdos de infancia y juventud de Frank McCourt.



Reencuentros

Con 10 títulos en las librerías, Navona ha iniciado la colección Reencuentros, que recupera obras de grandes autores pero que han quedado en un relativo olvido: para empezar, Steinbeck, Mark Twain, Conrad, London, Voltaire, Erskine Caldwell y Stevenson.



de bolsillo

de Eugènia Broggi, editora de Labutxaca, que resume así la diferencia entre las expectativas creadas y la realidad: «Aquí, el libro de bolsillo no ha dejado de ser la segunda vida de un libro. En el Reino Unido es la vida de verdad del libro». Otro hecho diferencial son los plazos: en lugar de lanzarse los títulos de bolsillo un año después que en tapa dura -y es entonces cuando en EEUU o el Reino Unido empieza la venta masiva-, en España se apura durante años la vida en tapa dura de los grandes best-sellers. El porqué es evidente: «Al pasar a bolsillo vendes los mismos ejemplares pero a un precio menor y no ganas más dinero», resume Luis Solano, de Libros del Asteroide.

EL LECTOR // Pero el incremento de años anteriores fue real, se ha mantenido y también tiene sus razones. Marta Rossich, editora de Zeta Bolsillo, cree en este formato: «se ajusta al modo de vida estresado que tenemos». El perfil del comprador no se limita al joven con limitaciones de presupuesto. «Tiran más de biblioteca, y también de bolsillo, pero el núcleo de compradores son los grandes lectores de 30 a 45 años, que no sacralizan el libro y lo eligen porque es llevable», comenta Broggi. Que el libro de bolsillo no sea coto de mi-

leurstas veinteañeros justifica otra tendencia: tamaños cada vez mayores, cuerpos de letra generosos. Y encuadernaciones cuidadas: Jaume Vallcorba, de Acanalado, presume de que es difícil distinguir entre sus libros de bolsillo y los que no lo son.

«La oferta está centrada en la segunda explotación de la literatura de éxito. Pero long-sellers como *El guardián entre el centeno*, de J. D. Salinger, venden tantos ejemplares cada año como los best-sellers. Y los 100

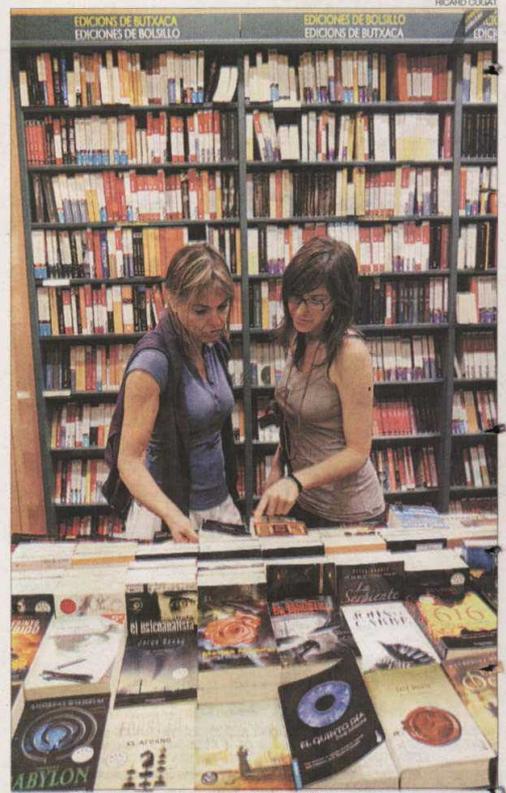
El editor Jack Romanos sintetizó las claves de este formato: que sea portátil, asequible, legible y accesible

volumenes de la Biblioteca de Clásicos de Grecia y Roma ponen también de manifiesto el interés por los clásicos», sostiene Valeria Ciompi. Sin embargo, avisa María Casas, «la fuerza está en el libro comercial, que es el que permite sostener al resto: los llamados libros de fondo, amenazados por la rotación de las librerías y que, si están en algún sitio, es en bolsillo, tienen una venta de goteo muy pequeña». Los experimentos para ocupar nuevos territo-

rios, sin embargo, proliferan.

De las claves del libro de bolsillo, en palabras del veterano editor de Simon & Schuster Jack Romanos (que sea portátil, asequible, legible y accesible), la que falla en el mercado español, reconoce Paz Gaspar, directora de Booket, es la última: «Andamos un poco cojos en los puntos de venta atípicos». Llegar a grandes superficies e hipermercados, por un lado, y a pequeños quioscos-librerías, por otro, solo está al alcance de los grandes grupos. La colaboración de Tusquets con Debolsillo -ejemplo que ha seguido Roca- ha sido un ejemplo de ello. ¿Cuál es el futuro de los editores pequeños y medianos que se han lanzado a este mercado sin buscar la sombra de un grande, en un momento en que proliferan las aventuras al mismo tiempo que las ventas se concentran más que nunca entre Debolsillo y Booket?

«Hay pequeños que acabarán desapareciendo. En los mercados de bolsillo maduros hay tres o cuatro editores», advierte Victoria Chapa. Es necesario un catálogo amplio -sin una buena cadencia de títulos no mantiene el espacio en la librería-, opina Paz Gaspar-, algo que, por ejemplo, ha disuadido a las pequeñas editoriales del grupo Contexto de lanzar ya su propia colección.



► Sección de libros de bolsillo de la Casa del Libro.