
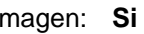
		Tirada: 215.086	Sección: Suplementos	
		Difusión: 166.951 (O.J.D)	Espacio (Cm_2): 980	
Nacional	General	Audiencia: 831.000 (E.G.M)	Valor (Ptas.): 1.174.553	
Diaria		30/12/2004	Valor (Euros): 7.059,20	

El conflicto de Irak, con episodios como el asalto a la Biblioteca Nacional de Bagdad -donde se quemaron primeros ejemplares de obras de Averroes, Avicena y *Las mil y una noches*-, ha sido un triste filón editorial del 2004.

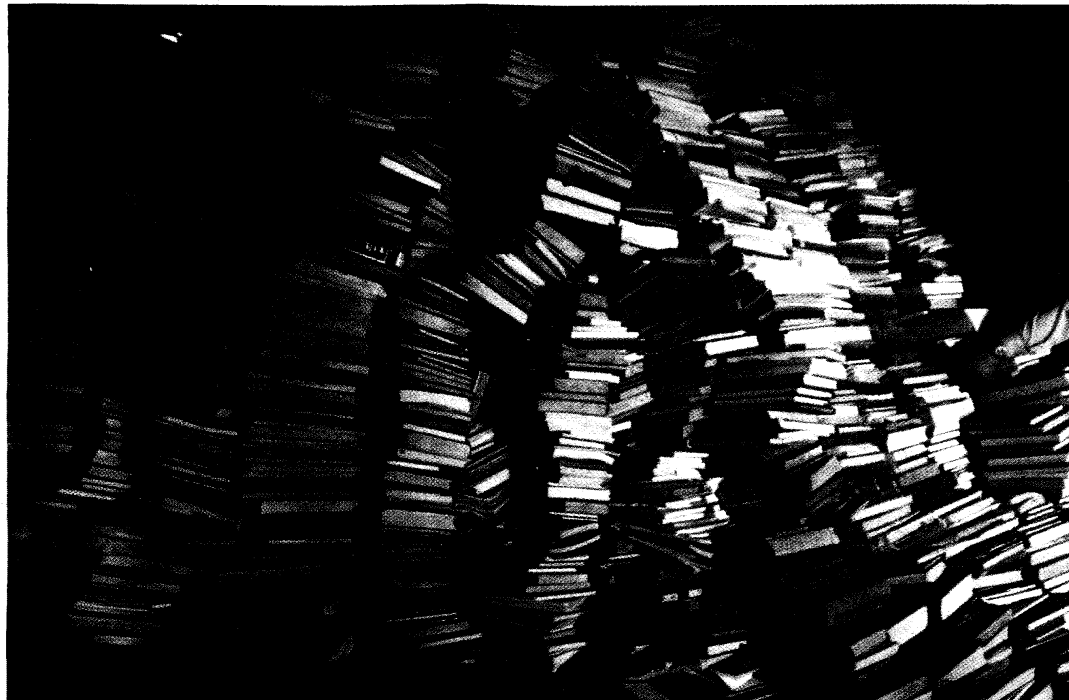
EL FENÓMENO

La locura colectiva que ha generado la novela de Dan Brown *El código Da Vinci*, iniciada ya en el 2003, no ha hecho más que consolidarse en el 2004, lo que constituye un auténtico hito que lleva camino de agotar todos los adjetivos posibles en el sector editorial.

Por el momento, ya se han vendido 15 millones de libros en todo el mundo. De ellos, 1.800.000 en castellano sólo en España (Umbriel), a los que hay que añadir 115.000 más en catalán (Empúries). Precisamente la editorial catalana tiene previsto lanzarlo en bolsillo a las 11.01 horas del próximo 11 de enero, con una primera edición de 20.000 ejemplares, la cifra más alta hasta la fecha en este formato. La versión económica en castellano tardará más, puesto que Umbriel acaba de lanzar estas Navidades una edición ilustrada y las ventas de la edición normal se mantienen aún a buen ritmo.

En paralelo, la primera entrega de la trilogía, *Ángeles y Demonios* (Umbriel y Empúries), apareció el pasado septiembre, ha vendido 400.000 en castellano (a una media de 100.000 mensuales) y 60.000 en catalán.

Más sorprendentes son, si cabe, los efectos colaterales que han generado los libros de Dan Brown. Porque ya son una quincena por lo menos los que han aparecido este año pretendiendo explicar las claves de sus contenidos. Son títulos como *Diccionario de El código da Vinci*, de Simon Cox (Edaf), *Toda la verdad sobre El código da Vinci*, de Dan Buerstein (Temas de Hoy), y el más reciente, *Más allá de Ángeles y Demonios*, de René Chandelie (Hermética-Robinbook).



Afloja el temporal

Se temía lo peor después de las graves crisis de otros mercados literarios, pero el balance de un año convulso deja atrás un cierto aire de optimismo

ÓSCAR LÓPEZ

olopez@elperiodico.com

H

ay que ser optimista. Ésta es la sensación que se quiere dar en los cenáculos literarios cuando se valora el 2004. Tras una etapa aislada por el terror a la crisis de mercados literarios extranjeros como el alemán y el latinoamericano, los editores españoles se temieron lo peor. La siguiente radiografía muestra, no obstante, cómo se ha capeado el temporal en un año en que otro tipo de terror impuso su macabra ley.

ENSAYO DIVULGATIVO. Del supuesto saludable estado de forma editorial tienen parte de responsabilidad los periodistas de investigación, que han dado

impulso al ensayo histórico haciéndolo más divulgativo. Autores como Carlos Fonseca y sus *Trece rosas rojas* (Temas de Hoy), Rick Atkinson con *Un ejército al amanecer* (Crítica) y Montse Armengou y Ricard Belis con *Las fosas del silencio* (8.000 ejemplares vendidos en Plaza & Janés y 4.000 en La Rosa dels Vents) han llamado la atención de muchos lectores por su capacidad de compaginar el dato documentado con la vivencia personal de los implicados.

La presencia periodística se justifica también por los acontecimientos mundiales. La posguerra en Irak y las elecciones de noviembre en EEUU generaron una lluvia de títulos protagonizados por el presidente Bush y su familia (sólo en EEUU se publicaron unos 30 libros), como *¿Qué han hecho con mi país, tío?* (110.000 ejemplares en Ediciones B y 15.000 en Empúries), de Michael Moore, *La familia* (Plaza), de Kitty Kelley, y *En la cama con el enemigo* (Temas de Hoy), de Amy Goodman. El atentado en Madrid del 11 de marzo originó un efecto similar, con títulos como *11-M. Mentira de estado* (Ediciones B), de Pepe Rodríguez (15.000 ejemplares), y *¡Pásal!* (Península), de Carlos E. Cué.

EN CATALÁN **PROMOCIÓN TOTAL**

Del quiosco a Guadalajara

La literatura catalana sigue luchando para alcanzar cuotas y espacios de normalidad. Así, a pesar de la reducción de títulos por parte de algunos grandes grupos como Enciclopèdia Catalana y Grup 62, el sector se ha lanzado con fuerza este año a la publicación de obras de no ficción más ligeras y al asalto de los quioscos, precisamente de la mano de Enciclopèdia y Edicions 62 -el primero, junto con Destino, con la

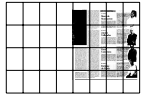
obra completa de Josep Pla, y el segundo con grandes éxitos- y también a través de Columna.

De los 27.788 libros editados en Catalunya en el 2003, algo más de 10.000 fueron en catalán. Esa parte significativa del pastel interesa también a algunas editoriales castellanas, como demuestra la reciente creación de L'Esfera dels Llibres, filial de la madrileña La Esfera de los Libros.

Al posible interés comercial se ha unido este año el acierto y el esfuerzo promocional, que ha tenido en la Feria de Guadalajara de México el gran acontecimiento internacional de una literatura y de una industria que parecen tener asegurado también el protagonismo para la Feria de Fráncfort del 2006 o del 2007.



La Feria de Guadalajara, hito promocional.



AP / SAURABH DAS



nal de la obra de Louisa May Alcott más *atrevida*, pero también ofertó la recreación de *Las hermanas Zinn*, de Joyce Carol Oates, y Planeta ha editado la revisión de Marcela Serrano. Hasta siempre, mujercitas. Más ejemplos: El Taller de Mario Muchnik publicó una traducción, por primera vez directa del ruso, de *Guerra y paz* (11.000 ejemplares vendidos), que coincidió con una versión de Mondadori (2.000 ejemplares), recuperada hace 20 años en Rusia. Asimismo, esta misma editorial recuperó la traducción de Julio Cortázar de *Robinson Crusoe*, de Daniel Defoe, y editó la particular visión de este clásico del premio Nobel J.M. Coetzee: *Foe*.

POCOS LECTORES. Las cifras que la Federación de Gremios de Editores de España ofreció en la pasada edición del Liber, relativas al 2003, ratifican síntomas no por sabidos menos preocupantes. Por ejemplo, el 41,2% de la población española no lee; de los que leen, el 15,5% son lectores ocasionales y sólo el 7,6 lee más de 15 libros al año. En cuanto a volumen económico, en España se editaron 65.824 títulos, con una tirada media de 4.224 ejemplares, y se facturaron 2.792 millones de euros, el 4,4% más que en el 2002. Las exportaciones alcanzaron los 393 millones de euros de facturación, el 8,5% menos que en el ejercicio anterior.

VUELVEN VIEJAS GLORIAS. El 2004 también ha sido un año de reencontrarse con viejas glorias. Por esta senda han transitado ilustres a los que hacía años que se les esperaba. Así, John Le Carré sólo ha tardado tres años en publicar *Amigos absolutos* (70.000 ejemplares en Areté y 8.000 en Edicions 62), y a Tom Sharpe le ha costado 20 recuperar a su emblemático profesor en *Wilt no se aclara* (Anagrama y Columna). Además, Dominique Lapiere y Larry Collins han vuelto a ser una pareja de hecho con *¿Arde Nueva York?* (Planeta y Columna) tras divorciarse en 1980. Aunque el gran regreso ha sido el de Gabriel García Márquez, que, tras 10 años de ausencia en la ficción, volvió con *Memorias de mis putas tristes* (Mondadori), que ha vendido 400.000 ejemplares en España y algo más de un millón en el mundo.

'CLÁSICOS & CO'. Una de las modas literarias curiosas del año ha sido la publicación de grandes clásicos corregidos, aumentados o reescritos. Es el caso, por ejemplo, de *Mujercitas*, de la que Lumen rescató una versión origi-

AVISO EN LOS PREMIOS. Los premios literarios, soporte comercial de primer orden hasta hace poco, han vivido este año un toque de atención con la desaparición de La Sonrisa Vertical (Tusquets), el 23 d'Abril y el Primera Columna (Columna), y las rebajas del Planeta, galardón que ya no produce aquellas ventas espectaculares y millonarias de antaño y que ahora se conforma con alcanzar los 300.000 ejemplares vendidos con el ganador. En contraposición, el boca-oreja entre lectores crece como motor de fenómenos literarios, proceso al que no es ajeno la proliferación de clubs de lectura, promovidos por librerías o hasta editoriales. A rebufo de ello, a los tirones comerciales aún vivos de Carlos Ruiz Zafón y Albert Sánchez Piñol (*La piel fría*), el 2004 ha colocado en las listas de los más vendidos a Julia Navarro y *La hermandad de la Sábana Santa* (400.000 ejemplares en Plaza y 7.000 en Rosa dels Vents) y Jorge Bucay, que ya ha vendido un millón de sus libros editados en RBA.

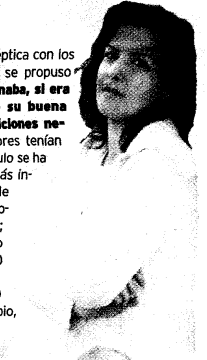
LOS PROTAGONISTAS

LA AGENTE

Maru de Montserrat

Maru de Montserrat, de la agencia International Editors, no se lo pensó dos veces cuando recibió a mediados del 2003 el manuscrito de *La buena suerte*, de los economistas Álex Rovira y Fernando Trías de Bes, y decidió traducirlo al inglés para venderlo en el extranjero antes que en España. «En la agencia lo vieron como una locura, pero yo lo tuve muy claro», recuerda la

agente, que, como era muy escéptica con los libros de crecimiento personal, se propuso «comprobar si su tesis funcionaba, si era cierto que uno es dueño de su buena suerte si sabe crear las condiciones necesarias». Al parecer los autores tenían razón, ya que en un año este título se ha convertido en el libro español más internacional; ha vendido más de dos millones de ejemplares en todo el mundo (la mitad en Japón; en España Urania ha vendido 300.000 en castellano y 35.000 en catalán), se ha traducido a 35 idiomas y está colocado en 70 países. La suerte tuvo, al principio, nombre de mujer.



EL EDITOR

Jaume Vallcorba

La creación de una plataforma que acogió las nuevas voces que hoy son el estandarte de la literatura catalana (Quim Monzó, Sergi Pàmies, Ramon Solsona...) y que pugna por seguir marcando el compás; la recuperación de nombres que el tiempo quiso borrar (Arthur Schnitzler, Stefan Zweig, Francesc Trabal...) y un exquisito gusto por el libro como objeto. Con esa filosofía

y la fijación de confeccionar un catálogo sólido (su primer autor fue Ausiàs March) arrancó Jaume Vallcorba, en diciembre de 1979, su camino en solitario en la edición. «No pensaba en un proyecto circunstancial, sino duradero», recuerda hoy, en el 25º aniversario de Quaderns Crema y en el quinto de Agnitàlido. Y todo sin perder de vista las ventas: «Nunca hemos hecho libros de receta, ni influenciados por las modas, pero somos conscientes de que existen circunstancias extraliterarias que ayudan a la comercialidad y no vamos a evitarlas». En esa alquimia sigue.

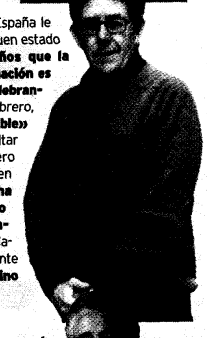


EL LIBRERO

Paco Camarasa

Si una de las salidas de las pequeñas librerías independientes es la transición a la especialización, el ejemplo lo ofrecen Paco Camarasa y la librería barcelonesa que dirige, Negra y Criminal, especializada en obra policiaca y de intriga. Capacidad de trabajo y dosis de romanticismo explican su labor, que se traduce en un fondo de 2.500 títulos y una atractiva web, hasta el extre-

mo de que la novela negra en España le debe buena parte de su actual buen estado de salud. «Hace justo dos años que la inauguramos, y aunque la situación es delicada, esperamos seguir celebrando aniversarios», cuenta este librero, que pide el «consumo responsable» de aquellos que deciden consultar sus canales de información pero acaban comprando los libros en otros lugares. «Esta es una lucha entre David y Goliat, y sólo saldremos victoriosos con imaginación y trabajo», afirma Camarasa, convencido de que la gente de su oficina no son «tenderos, sino agentes culturales».



EL ESCRITOR

Enrique de Hériz

La temática que anuncia y la impecable trayectoria del Premi Llibreter, que le concedió el título de mejor novela del 2004, han llevado a Enrique de Hériz y su *Menfira* (25.000 ejemplares vendidos y derechos de publicación en el extranjero adquiridos en Francia, Alemania, Inglaterra, Holanda, Portugal y pronto en Estados Unidos e Italia) a ser la revelación del año. «Lo vivo como

una cosa maravillosa que le ha pasado más al libro que a mí», afirma este autor barcelonés de 40 años, que ha conocido el éxito con su tercera novela. «Soñaba que ahora podía pasar algo -reconoce-, pero no de esta magnitud: he sido editor y he visto de todo». De Hériz es consciente de la importancia que ha tenido el galardón en la comercialización de su novela, si bien es cierto que antes de que se lo concedieran ya iba por la tercera edición: «El boca-oreja es fundamental, porque la crítica y los premios son ampujones, pero sin la complicidad de los lectores, el éxito no existirían». Gran verdad.

