

Ponencia de D. Jesús Badenes

Director General de la División de Librerías del Grupo Planeta

V CONGRESO DE EDITORES

Santiago de Compostela, 13 de mayo de 2004

“La estructura de la demanda del libro”

Distinguidos asistentes a este V Congreso de editores, amigos.

Hemos inaugurado esta mañana este Congreso, dedicado a "La edición y la lectura", en este marco urbano incomparable, donde, cuando el visitante llega, piensa más que dice: "a Compostela se acerca uno como quien se acerca al milagro". Conviene recordar también aquí las sensaciones que esta ilustre ciudad despertó en un insigne "galleguista" de Mondoñedo, intelectual y escritor, poeta, novelista, dramaturgo, traductor y periodista, Álvaro Cunqueiro, quien, al evocar el momento de su matriculación, como alumno libre, en la Facultad de Filosofía y Letras, sección Historia, de la Universidad de Santiago, escribió: "Así que llego a Santiago, me quedo asombrado. Aún hoy en día, cada vez que entro en la ciudad llego como un bobo... Recorro todo en soledad y me gusta entrar y salir por sus calles, plantarme ante la Catedral y mirarla y mirarla..."

Este V Congreso se celebra, además, en un año muy especial, jacobeo, que como bien sabéis celebramos cuando el 25 de julio, día del apóstol, cae en domingo, en ciclos de 6, 5, 6 y 11 años. Así pues, resulta obligado reconocer que, gracias a la Federación de Gremios, a la Asociación Galega de Editores y a la Xunta, estamos un poquito más cerca del reino de los cielos. Gracias sean dadas por ello, aunque no creáis que para ganar el jubileo, indulgencia plenaria que concede la iglesia, es suficiente con la peregrinación. La peregrinación, aparte de la bondad y belleza de su recorrido, no es condición necesaria ni suficiente. Necesario es viajar a Santiago. Y requisito fundamental es rezar alguna oración, pedir por las intenciones del papa y confesarse y comulgar cualquier día comprendido entre los quince anteriores y los quince posteriores a la peregrinación.

Pero vayamos a lo nuestro, aunque lo nuestro, bien pensado, sea todo. Tras el capítulo de agradecimientos, voy a exponer brevemente los ejes que estructuran esta ponencia. Seguiremos para ello los dictados del título sugerido: "La estructura de la demanda del libro", dentro del marco de la fértil nominación de este V Congreso de Editores ("La

edición y la lectura") y lo haremos organizando la reflexión en tres actos: planteamiento, nudo, y desenlace.

El planteamiento recogerá un diagnóstico de la situación actual de la demanda del libro. Así, hablaremos de qué libros se compran, dónde, cuándo, y por qué razones.

El nudo -gordiano- tendrá la intención de exponer los retos que afrontamos los editores. Así, el planteamiento anterior, enunciativo, adquirirá aquí, bajo las cuestiones examinadas en el punto anterior, un tono más prescriptivo.

Para finalizar, el desenlace, en términos de posible plan de acción. De nuevo, resultará obligado "hacer acto de contrición y propósito de enmienda", primero desde una perspectiva de editor y, a continuación, desde la de todos los agentes con capacidad de influencia en la promoción de la lectura.

Como habréis apreciado ya, y para hacerlos la ponencia un poco menos árida, he escogido algunos textos con la intención de servir bien al excelso fin de promoción de la lectura, aquí, en la grata compañía de compañeros y amigos.

Ahora, vayamos por partes, como hubiera dicho, de estar hoy entre nosotros, con voz áspera y tenebrosa, Jack el Destripador.

1. Diagnóstico de la demanda del libro en España

Con la finalidad de enmarcar adecuadamente el tema analizado, quiero compartir con vosotros algunas cifras, que resumen la producción editorial en nuestro país, con datos del año 2003, suministrados por el Instituto Nacional de Estadística:

- 60.456 títulos impresos (sin incluir las reimpressiones, que ascendieron a 13.323), un 5,7% más que en el año anterior.
- Tirada media de 3.314 ejemplares por título, un 3,2% menor que el del año 2002.
- 238 millones de ejemplares editados, un 4,4% más que en el 2002.

Si nos atenemos a nuestras propias cifras, pero referidas al año 2002, y resumidas en "Comercio Interior del libro en España", obtenemos asimismo datos parecidos, más interesantes incluso en su detalle y profundidad, que permiten observar lo siguiente:

- Incremento desde 39.500 títulos editados en 1993 hasta más de 60.000 en 2003. O sea, en 10 años, con crecimientos del mercado cuasivegetativos, hemos incrementado la oferta editorial, los libros que acuden semanalmente a las mesas de nuestros amigos librerías, para que nuestros amadísimos lectores puedan ejercer su libertad con relación a su propia formación y la de sus bibliotecas.
- De forma coherente, ha habido una acentuada disminución de la tirada media, de casi el 20%.

El mercado de libros configurado por esta producción, factura, en su conjunto (editores + distribuidores + librerías), 2674 M. de euros, casi un 0,5% del PIB español. Esta actividad sitúa a España en el cuarto lugar de la producción editorial en Europa, y en el sexto mundial. Somos, pues, una potencia editorial, en mucho mayor medida que una potencia industrial, económica, o tecnológica. Se trata ahora de caminar con paso seguro, fortaleciendo algunos males endémicos que aquejan al sector.

¿Qué libros se compran?

Según "Comercio interior del libro en España 2002", la producción se concentra en las siguientes líneas editoriales:

- Literatura/Ficción: 25,6% de los libros.
- Texto: 24,5%
- Infantil y juvenil: 17%
- No Ficción/Prácticos: 13%
- Ensayo: 8%
- Científico-Técnico: 5%
- Resto (Comics, Diccionarios): 6,9%

Asistimos, pues, a una elevada demanda de ficción literaria, congruente con la demanda de ocio cultural de nuestra sociedad. Es destacable también el peso específico de los libros infantiles y juveniles, coherente con el hecho de que en estas edades se sigue teniendo el índice de lectura más elevado, un hábito que se pierde en la adolescencia, atrapados nuestros hijos en el consumo audiovisual y electrónico que parece caracterizar a nuestra sociedad de la imagen.

Esta demanda es satisfecha por 682 editoriales, de las que 26 facturan más de 18 millones de euros, y tienen una participación de mercado del 63%. Contrariamente a lo que se suele argumentar, estos datos denotan una escasa concentración sectorial, que viene de la

mano de la inexistencia de barreras de entrada en el sector. Casi a diario asistimos al nacimiento de alguna editorial. De hecho, es probable que esta tasa de natalidad supere ya a la de natalicios humanos de alguna de nuestras CCAA. Si comparamos el mundo editorial con el de la prensa, radio, TV, automóviles, cemento, teléfono, luz, o cualquiera de los bienes que consumimos, comprobaremos con objetividad que, a pesar de la reciente tendencia, el grado de concentración editorial es bajo, dato que resalta aún más al compararnos en términos internacionales.

Ahora bien, si queremos ahondar en la estructura de la demanda, debemos ahondar también en los motivos de compra de los libros. Dejando de lado los libros de texto, los factores clave de compra de los libros, ordenados de mayor a menor, son:

- Autor.
- Temática.
- Título.
- Precio.
- Editorial.

Por otro lado, si observamos con detalle los canales de difusión de libros, vemos que las librerías son el punto elegido para satisfacer la demanda de lectura (38%), seguidas de cadenas de librerías (28%) e hipermercados (10%), que han crecido notablemente en los últimos años.

Un análisis de estacionalidad de la demanda permite situar tres momentos de compra en el calendario anual:

- 1.- Primavera/Sant Jordi/Feria de Madrid.
- 2.- Vuelta de verano: Septiembre/Octubre.
- 3.- Navidad.

Son meritorias las campañas auspiciadas desde el Gremio para fomentar la lectura: tanto Sant Jordi (evento que nace en 1926 por iniciativa de Vicent Clavel, librero valenciano afincado en Barcelona), como la Feria del libro de Madrid suponen, individualmente consideradas, entre el 2 y el 3% de la demanda anual de libros.

En términos de síntesis, y aplicado a los libros de interés general, un 40% de españoles compran 6,9 libros al año, de los cuales 3 son novelas, 2 de no ficción, 1 infantil y 1 de ensayo.

Visto de otra forma, 3 son libros en formato trade, 1 es bolsillo, 1 es infantil, 1 pertenece a lanzamientos de quiosco, y otro es comprado a través de un periódico.

2.- Retos asociados a la demanda del libro

Hasta aquí, hemos repasado la estructura de la demanda con un enfoque cuasi-entomológico. Pasemos ahora a analizar los retos que, más que preocuparnos, deben ocuparnos.

De los datos anteriores, resultan algunas evidencias que conviene compartir en alta voz:

- Cada vez editamos más títulos, con menores tiradas, mayores devoluciones y mayor proporción de libros no vendidos que acaban en nuestros almacenes. Nuestra libertad de editar, nuestra creatividad, nuestra propuesta de cánones éticos y estéticos, a menudo no encaja del todo bien con la libertad de elección de lecturas de nuestros conciudadanos. Ello, tras ser aceptado y digerido, debe permitirnos extraer conclusiones de futuro.
- No parece peligrar la oferta cultural, vista la enorme profusión de novedades. Pocos bienes, culturales y de consumo, tienen una variedad semejante en términos de demanda y oferta. Pocas lenguas cuentan con una variedad de libros como el español. En términos relativos, probablemente ninguna.
- La calidad de nuestras publicaciones escritas, a menudo en entredicho, es, en mi modesta opinión, culturalmente más rica y compleja que el resto de la oferta cultural y de ocio, sea audiovisual, o de otro tipo.
- Desde una visión historicista, cabe preguntarse por los motivos de tan enfebrecida actividad editorial: ¿editamos tantos libros porque vivimos en una época dorada, en la que hay más creadores que nunca? O quizás la respuesta venga más de la profusión de medios productivos (industria de artes gráficas), de comercialización, etc, y de la ausencia de barreras reales, en forma de criterios estrictos, sobre los libros a editar.
- El progreso económico, ha contribuido a cambiar las reglas de juego de casi todo, en especial del mundo del libro. Estos cambios, de naturaleza compleja y resultados inciertos, también han conllevado efectos positivos, esperanzadores, para los que afrontamos el reto de la difusión del libro. Así, si en la España de 1884, la novela protagonizada por Ana Ozores, Alvaro de Mesía y don Fermín de Pas, encontraba con rapidez una cifra de lectores superior a los quince mil, hoy encontramos ejemplos, entre

ellos *El mundo de Sofía*, o *El dios de las pequeñas cosas*, o *El Hereje*, o las novelas de Eduardo Mendoza, o *Soldados de Salamina*, o *La sombra del viento*, cuya difusión excede en ocasiones el medio millón de ejemplares. Podríamos decir que el progreso, unido a la democratización de la cultura, tiene ciertos efectos, imparables, en la concepción de las tareas de creación y edición, y que nuestro trabajo responsable como editores consiste en disponer de oídos prestos para detectar dichos cambios, para proponer cánones culturales y editoriales que contribuyan a mejorar la formación de la sociedad, y también a hacerlo de forma eficiente, utilizando nuestra capacidad creativa para lograr la receta clave en las sociedades democráticas: el convencimiento, que también otros llaman "talante". Entre el convencimiento, o talante, y el talento, queda suspensa la cuestión.

- Comercialmente, también podemos hacer más y mejor. Y no se trata simplemente de solicitar a nuestros amigos librereros que no nos devuelvan los libros que no han podido vender. Es anticipar dicha circunstancia, desde el propio momento de la elaboración de los planes editoriales. Y no es tampoco dejar de publicar libros cultural o intelectualmente interesantes. No, de lo que se trata es de dotar al proceso de una coherencia en todos sus términos:

- Ser capaces de devolver a los anticipos su sentido etimológico ("anticipo a cuenta de derechos de autor").
- Hilvanar formas de hacer que ayuden de verdad a la difusión de libros de muy variada naturaleza. Igual de cierto que cada editorial supone un cauce apropiado para determinados libros, es también que a cada tipo de libro le sientan mejor ciertas actuaciones de promoción y difusión, y que resulta más adecuada su demanda, y su venta, en ciertas librerías.
- La evolución económica ha conllevado una gran variedad de recursos a nuestro alcance. Se trata de utilizarlos bien. Respecto a los libros de los autores denominados mediáticos, su lectura es, con elevada probabilidad, culturalmente más enriquecedora que la visión de ciertos programas de naturaleza audiovisual. Y, aunque haya voces discordantes, la lectura, sin ninguna duda, llama a la lectura. Estos libros, técnicamente, crean demanda, en primer lugar satisfecha con su autoconsumo, y posteriormente satisfecha con una mayor variedad de registros editoriales.
- Las actividades de promoción de la lectura incluyen también la promoción de los libros. La promoción es consustancial a la acción, a la voluntad de tener permanencia, a la difusión. Hoy desconoceríamos los dictados de muchas escuelas filosóficas de la antigua Grecia, y de muchas religiones, si, de forma natural, no hubiesen pretendido extenderse. No hay nada malo en la promoción, sino todo lo

contrario. Igualmente cierto resulta que hay muchos cauces de promoción, adecuados a uno y otro tipo de libros. Esta, la de la promoción, o mercadotecnia, es, digámoslo alto y claro, una asignatura pendiente de nuestro mundo, es un puente no siempre bien tendido entre el autor y sus lectores, actuales y potenciales, y nosotros, como editores -de nuevo resulta conveniente volver a la etimología, puesto que "edere" es sacar a la luz-, como parteros por tanto, hemos de alumbrar libros, atraer sobre ellos el haz de luz oportuno, que haga que los lectores vuelvan la vista sobre ellos, y que surja el enamoramiento. El darwinismo, asignatura pendiente en casi todos los planes de enseñanza del mundo, y fundamental para entender, no ya nuestra historia, sino nuestro futuro, hace hincapié en la relación estrecha entre la promoción natural y la perpetuación de la especie. Así, bellas flores que atraen a los insectos y consiguen la polinización, cautivadoras plantas carnívoras..., todo son ejemplos de la conveniencia de hacer atractivo el objeto, o ser, que se pretende perpetuar o difundir. Apliquémoslo también al libro, no lo excluyamos de las especies con futuro, apliquemos nuestra creatividad al fomento de la lectura cultural, formativa, de ficción.... No incurramos en el riesgo de incluir, en un futuro que afortunadamente nunca llegará, al libro, a ningún tipo de libro, entre las especies con peligro de extinción.

- Sin ninguna duda, en el terreno comercial, resulta obligado reconocer la gran importancia, en todas las áreas, de las librerías tradicionales y de las cadenas de librerías, así como el crecimiento registrado por las grandes superficies. Este último punto, cuya bondad es a menudo puesta en entredicho, no debe ocultarnos su gran importancia en la difusión de determinado tipo de libros, y por tanto, en la difusión de la lectura, al permitir el aprovechamiento del enorme caudal de lectores potenciales que acuden a dichos centros. No se puede aplicar, a ningún tipo de punto de venta, una lectura reduccionista y negativa. Cualquier punto de venta que realice un ejercicio profesional de venta de libros debe contar con nuestra ayuda cómplice, y también, como no, debe estar preparado para que le contagiemos nuestra pasión por los libros, que no deben verse reducidos a meras categorías. Avancemos pues, juntos y cómplices, por dicho camino.
- Ahora bien, en nuestra relación con las librerías, y aquí hablo ya de la faceta de distribuidor y de librero, es necesario avanzar, también, y mucho. Las devoluciones son la mejor medida del fracaso de la industria editorial. Si bien no hay datos objetivamente contrastables, homogéneos entre las distintas prácticas comerciales (no es lo mismo la realidad que describe el oxímoron de "venta en firme con derecho a devolución", que los depósitos), no es aventurado establecer que, a nivel sectorial, en los últimos diez años se han duplicado, pasando de niveles del 15% a niveles de alrededor del 30%. Este dato evidencia un fracaso en todos los términos. Por el contrario, es dignísimo

profesionalmente, intelectualmente de gran valor, y supone una contribución a la cultura, editar hoy 1.000 ejemplares de *Las flores del mal*. Recordemos a estos efectos, citando a Pere Gimferrer, concretamente su trabajo contenido en *La poesía y el libro*, editado por la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, que la primera edición de *Las flores del mal*, en 1857, constó de 1.100 ejemplares, y que tardó en agotarse. La segunda, cuatro años después, tuvo mayor resonancia, sin duda por la sentencia judicial que condenó al editor a suprimir varios poemas juzgados inmorales (de nuevo aparece aquí la importancia de la promoción). Quizás sin esta sentencia, la trascendencia de *Les fleurs du mal* hubiera sido distinta. Como editores, y como distribuidores, con la necesaria ayuda de los librereros, debemos conocer la realidad de nuestros libros, seguirlos, ver dónde se encuentran, y dónde acuden a buscarlos, nuestros lectores, y cómo podemos multiplicarlos.

- En fin, confieso, que, en la vertiente comercial, mucho aún está por hacer. Y no hablo de descuentos, porque no creo que sea éste el lugar, ni quizás yo el mejor ponente, pero traigo a colación la reflexión sobre los anticipos, preámbulo de un debate más amplio sobre el reparto de valor a lo largo del eje de actividades que conforman la creación y difusión del libro. Hemos de procurar, todos, por bien del libro, difundirlo, entender realmente la importancia de los objetivos que nos unen, que consisten en promover la lectura ("acrecentar el pastel"), y huir del empecinamiento empobrecedor de unas bases de relación que dificulten la edición.
- Por último, en este apartado de retos, se observa, dentro de la realidad sociodemográfica y geográfica de nuestro país, que claramente hay zonas con propensión lectora baja. Aquí debemos solicitar ayuda de las instituciones públicas y privadas, para poner remedio a un déficit lector que necesariamente tiene connotaciones negativas. No voy a caer en el error de algunos sociólogos econométricos americanos de establecer correlaciones entre índices lectores, bienestar de la población y crecimiento económico. Pero sí dejaré que mentalmente lo hagan ustedes, y que probablemente infieran lo mismo que yo hubiera concluido, de haberlo hecho.

Licencia

Con su permiso, utilizaré un par de minutos este estrado para traer a colación un viejo chiste, en el que se enfatiza la importancia de obtener un buen diagnóstico como base para llegar a una buena solución, de forma eficiente, es decir, aprovechando lo mejor posible los recursos a nuestro alcance, y sin perder nada por el camino.

Espero también no ofender su sentido ético ni el estético y, quizás, en algún caso, si los hados me son propicios, arrancar alguna leve sonrisa.

Ahí va.

El sucedido en cuestión le ocurre a un señor de Barcelona, quien tenía, cada vez con mayor frecuencia, terribles cefaleas. Tras visitar a múltiples médicos especialistas, un neurocirujano barcelonés, ya amigo, le aconseja viajar a Estados Unidos, concretamente a Houston, Texas, por creer que allí podría encontrar la solución a sus dolencias.

Nuestro hombre se prepara para el viaje, y sin dilación, se presenta ante el equipo médico recomendado. Tras examinarle concienzudamente, le recibe el eminente doctor y, en clave típicamente americana, le espeta:

—"Tengo dos noticias para Vd, una buena y una mala".

—Primero la buena, responde nuestro amigo.

—Creo haber encontrado la raíz de su dolencia.

—Si ésta es la buena, entonces no habrá noticia mala.

—Creo, desgraciadamente, que sí. La mala es que, para curarle, debo extirparle los testículos.

—Hombre, eso es serio. Pero, ¿me asegura usted que desaparecerán estas terribles jaquecas?

—Se lo aseguro.

—Entonces, no se hable más. Me opera usted cuanto antes.

Nuestro abnegado amigo, tras firmar docenas de formularios eximiendo al equipo médico de cualquier posible acción legal, se somete a unas pruebas médicas y análisis acreditativos de una condición física que permita la operación.

Entramos en el quirófano, y se lleva a cabo la operación, con rotundo éxito. Tras despertar del letargo anestésico, confirma que han desaparecido los dolores de cabeza. También certifica lo otro. Pregunta entonces al médico:

—¿Y ahora qué?

El médico, hombre avezado en estas lides, le dice:

—Ahora, usted reposa hoy aquí, en el hospital. Mañana, se da una vuelta por Houston, vuelve pasado mañana, yo le veo, le doy el alta, y usted se vuelve a Barcelona. Y las cefaleas pasaron a la historia.

A la mañana siguiente, nuestro hombre, paseando por el "downtown", y renacido sin el dolor que le aquejó en los últimos años, se encuentra frente a una sastrería tradicional, cálida, con olor a tejido y madera. Sintiendo un hombre nuevo, decide entrar.

—"Buenos días", le da la bienvenida un empleado de edad, negro por más señas.

—Buenos días.

—¿Qué deseaba el señor?

—Pues mire, estaba pensando en comprar una chaqueta.

—A ver... El señor, una talla 56, largo de mangas 23.

—Pues sí, creo que es la mía, pero ¿cómo lo ha acertado, sin medirme?

—Caballero, no es ningún mérito. Es cosa de la edad. Llevo cuarenta años tratando a personas distinguidas como el señor.

—Pues mire, ya que estamos aquí, quizás podría probarme también un pantalón a juego.

—No faltaba más. El señor, una talla 46, largo de pierna 38.

—Pues creo que también. ¡Qué barbaridad! ¡Qué ojo tiene usted!

—No lo crea el señor. Ya le digo que es cosa de la costumbre.

—Dado que me atiende usted tan bien, ¿por qué no me busca también una camisa? De traje y con gemelos.

—Sin tardanza. Talla cuarenta y uno y medio, largo de mangas 22.

—No falla usted una. Me la pruebo.

—¿Desearía algo más el señor?

—Pues mire, para acabar, unos calzoncillos.

—El señor... Talla 52.

—"¡Pues no!", dice el cliente con aire triunfal, cansado de la exactitud endemoniada del negro en sus apreciaciones volumétricas, "¡pues no, no y no! Mi talla es la 44".

—Que le digo que no al señor, que es la 52.

—Si lo sabré yo. Si desde los 18 años llevo la 44.

—Mire, que el señor, sintiéndolo mucho, se equivoca. Que si el señor utilizase la talla 44, los calzoncillos le oprimirían los testículos, generándole un dolorcillo que, transmitido en sentido ascendente por la espina dorsal, le llegaría a la base del cráneo en forma de unas cefaleas realmente insoportables, que le harían recorrer medio mundo en busca del tratamiento médico adecuado.

3.- Algunas propuestas de solución

Tras esta pequeña licencia, abordamos la última parte de la ponencia, dedicada a introducir alguna pequeña reflexión de futuro, con la vista puesta en nuestra integridad anatómica, y por tanto, con una fuerte capacidad crítica frente a los diagnósticos realizados, a fin de establecer, al modo dialéctico, un diagnóstico superior, que permita acometer las acciones que, como gremio, y con la connivencia -fruto del común entendimiento- y mutua colaboración con las administraciones, nos ayuden a mejorar la importancia del libro en la sociedad actual, poniendo de nuestra parte toda la testosterona -y estrógenos- que la situación demande, pero sin perder partes de nuestra anatomía que permitan dicha regeneración hormonal.

Puesto que hablamos de demanda, es obligado plantear acciones que sirvan para acrecentarla. Para ello, puesto que estamos en un desenlace, descubramos a los dos protagonistas básicos:

- Primero y principal: las Administraciones Públicas, de todo tipo y color, por ser la promoción de la cultura bien universal y común. Resulta fundamental apoyar, restablecer y desarrollar todo tipo de programas de promoción de la lectura en las aulas. Debemos enseñar a leer a nuestros conciudadanos jóvenes, contagiarles el placer de la lectura, enseñarles a apreciar lo diferencial que hay en ella... Resulta fundamental una acción conjunta de los responsables de cultura y de enseñanza. Vinculado a este conjunto de acciones, debe dinamizarse todo lo relativo al desarrollo de la red de bibliotecas. Hoy, las bibliotecas están perdiendo la batalla frente a las videotecas. Este fenómeno resulta doblemente empobrecedor: por una parte, hay una pérdida neta para la lectura, con lo que no se construyen bases propias de reflexión y pensamiento. Por otra, dada la procedencia de las producciones audiovisuales, entramos en una homogeneización cultural "anglosajonizante" empobrecedora, sin haber construido previamente una base de criterios culturales y estéticos que nos ayude a tamizarla adecuadamente.
- En segundo lugar, debemos entonar el "mea culpa". Individual y gremialmente, hemos señalado un conjunto de acciones, que afectan a editores, distribuidores, librereros, agentes, autores, que deben ser acometidas, so pena de caer en una postura maniquea que rehuya la búsqueda real de soluciones que contribuyan a mejorar el entorno en el que nace, vive y crece el libro. A título no exhaustivo:
 - Tomar la temperatura al mercado, y aprender en términos de edición de errores pasados (también de éxitos). En suma, editar menos y mejor.

- No abdicar de la necesaria creatividad para hacer el libro atractivo de acuerdo a las reglas de juego que influyen en su difusión.
- Aprovechar los nuevos formatos de búsqueda de lectores para promocionar determinados tipos de lectura.
- Buscar la necesaria connivencia con esta sociedad de la imagen en que vivimos para incrementar el conocimiento espontáneo de nuestros libros.
- Crear unas relaciones editor-distribuidor-librero sólidas, que atenúen el impacto del cáncer real del sistema: las devoluciones.

Para acabar, y coherente con el acertado título del Congreso, quiero compartir con vosotros un poema, evocador del poder de la palabra, de una gallega universal, Rosalía de Castro.

El poema, integrado en *Follas Novas*, libro de poemas que les muestro en edición facsímil conmemorativa de la primera -aparecida ésta en Cuba en la casa editorial "La propaganda literaria", cuando Cuba todavía era española, allá por el lejano 23 de febrero de 1880, La Habana se llamaba todavía Habana y Rosalía Castro de Murguía era el nombre de nuestra Rosalía-, y publicada en 1981, con motivo del 75 aniversario de la fundación de la Real Academia Galega, y descrito por Emilio Castelar, Presidente de la I República y prologuista de la edición original, en los siguientes términos:

"Si la literatura gallega no tuviese ningún otro libro más que las *Follas Novas* de Rosalía Castro, bastábale para su lucimiento y para su gloria. Puesto que la poesía es, como todo arte, la idea sentida con profundidad y expresada con hermosura, digo que no conozco quien sienta más y exprese mejor."

De este magnífico libro, me he tomado la licencia de elegir para ustedes un hermosísimo poema, que dice así:

Ben sei que non hay nada
 Novo en baixo d'o ceo,
 Qu'antes outros pensaron
 As cousas qu'ora eu penso.

E ben, ¿para qu'escribo?
E ben, por qu'asi semos,
Relox que repetimos
Eternamente o mesmo.

Créanme, compren y lean, o releen, en esta bella ciudad, "Follas Novas", y paseen, paseen por ella, como decía Cunqueiro. Deseándoles que les aproveche, me despido. Muchas gracias.

Santiago de Compostela, 13 de mayo de 2004.