

## TRES VIDAS DE SANTOS

EDUARDO MENDOZA

Seix-Barral. Barcelona, 2009, 189 págs.  
ISBN 978-84-322-1274-1

Lo de Eduardo Mendoza no son ni las fábulas "cuánticas" ni el estilo pretencioso. Sin embargo, tras su tono humorístico y sus personajes paródicos (y de apellidos imposibles, como el obispo Putacás, Antolín Cabrales

Pellejero o la señorita Fornillos), se esconde un narrador que nunca rehúye temas serios o graves. ¿Timidez? ¿Pudor? Tal vez. En cualquier caso, *Tres vidas de santos* reúne tres relatos diversos en extensión, ambientación y estilo que no tienen mucho en común, salvo el inconfundible estilo del escritor.

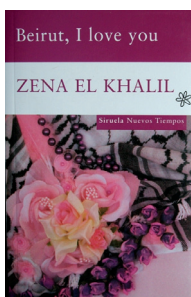


Personajes del lumpen y de las esquinas de la sociedad, que son tratados por el escritor barcelonés con ternura y respeto.

## BEIRUT I LOVE YOU

ZENA EL KHALIL

Siruela. Madrid, 2009, 219 págs.  
ISBN 978-84-9841-331-1



Del Beirut violento y vitalista nos trae Siruela esta novela autobiográfica, fresca, original y llena de vida, de la joven escritora, pintora y activista libanesa Zena El Khalil, conocida por su *blog* abierto durante la ocupación israelí de 2006. A través de sus páginas

asistimos al espectáculo de una ciudad dura y pasional, que no se resigna a sobrevivir. En cualquier momento puede caer una bomba. Mientras tanto, chicas teñidas de rubio se dirigen a una megadiscoteca. No es frivolidad, sino ganas de vivir. Zena El Khalil, árabe de familia cristiana y cosmopolita, nos ofrece una mirada sobre el mundo árabe lejos de ciertos tópicos a los que estamos acostumbrados.

## LA AMÉRICA DE UNA PLANTA

ILF & PETROV

Acantilado. Barcelona, 2009. 512 págs.  
ISBN 978-84-92649-19-8

El Acantilado nos ofrece una interesante y divertida crónica de viajes que realizan por la América profunda de los años treinta dos escritores soviéticos, Ilf y Petrov, corresponsales del diario *Pravda*. Los autores (escriben a dúo) de celebradas nove-



las humorísticas, como *El becerro de oro* o *Las doce sillas*, también en la misma editorial, recorren de costa a costa un país inmenso, sorprendente y desconocido. Lejos de los rascacielos de Nueva York o Chicago, la mirada atónita y curiosa de dos soviéticos, llena de simpatía hacia la gente, nos descubre esa

América provinciana, de casas de una planta, de ciudades iguales, que en realidad anticipaban el modelo de sociedad que ¿disfrutamos? ahora. Otro hallazgo de El Acantilado, y van... .

# CONTRASEÑAS GABRIEL RODRÍGUEZ

## Pequeñas editoriales

Uno de los fenómenos literarios más interesantes de nuestro país en los últimos años es el surgimiento y consolidación de las pequeñas editoriales, más llamativo aún si cabe, en un sector de por sí complicado y difícil para los más pequeños, ya sean librerías o distribuidores. Sellos como El Acantilado, Libros del Asteroide, Marbot, citados a guisa de ejemplo y sin pretender ser exhaustivos, están cambiando por completo el panorama editorial de nuestro país. Cualquiera que visite una librería podrá comprobarlo.

El mundo editorial, a diferencia de otros sectores económicos, como la construcción, no admite especulaciones ni pelotazos. Si acaso la suerte de encontrar un mirlo blanco como Ruiz-Zafón, John Boyne o la autora de Harry Potter, que más pronto que tarde se desvanecen sin dejar huella. Y no es posible el pelotazo o la especulación porque los activos editoriales, fuera de los manuscritos o los incunables, no se revalorizan con el tiempo, como los solares edificables. Al contrario, en muchos casos, el fondo editorial se convierte en un engorro del que no se sabe cómo deshacerse.

Además, frente a los gigantes grupos editoriales, aquejados de elefantiasis, las pequeñas editoriales parecen resistir mejor los embates de la crisis económica. En tiempos económicos "normales", las pequeñas editoriales sobreviven; en épocas de crisis, malviven, aunque no es un drama para los "pobres". Esto es así por dos razones: la primera, es que su estructura empresarial, más ligera, les permite ser rentables con menos ventas. La segunda, que su público, aunque menor, es mucho más fiel y, por qué no

decirlo, más culto, que compra libros de manera regular y que resulta menos permeable a los cantos de sirena de la publicidad, al menos de la publicidad editorial.

Sin embargo, éste no es el caso de los grandes grupos editoriales, montados sobre la estrategia de las superventas, que publican libros de vida muy corta en las librerías (mejor dicho, en los centros comerciales), con técnicas comerciales agresivas e invirtiendo grandes cantidades de dinero en publicidad, pero que, al cabo de pocos meses, el ciclo del producto ya está agotado, y que, como en la campaña navideña del mazapán, lo que no se ha vendido se tira. Se conoce que son productos perecederos.

Los pequeños buscan la calidad para hacerse un hueco en el mercado, tanto en lo que se refiere a la calidad literaria como en la presentación del libro (diseño, papel, encuadernación, etc.). Además, suelen tener una línea editorial más coherente y diferenciada, dado que su principal activo es el catálogo. Por esto, publican libros de más larga vida, libros de fondo editorial. Unas veces lo consiguen y otras no, pero son muy fiables. Las grandes editoriales, por el contrario, suplen la calidad (a la que hace tiempo que han renunciado) por medio de una publicidad machacona y buscando la complicidad con los medios de comunicación, que, por cierto, a veces pertenecen al mismo grupo empresarial, sinergias, sí, muy interesantes desde el punto de vista económico, pero fatales desde el punto de vista literario. Por eso, hoy día, los más pequeños tienen mucho más que contar.