

El lector y el problema editorial

De la lectura del memorándum que la Asociación de Impresores de Chile ha presentado al Ministro de Economía, se desprende que el lector de libros no tiene nada que ver con el problema editorial. Más aun: una de las amenazas que se ciernen sobre la industria editorial chilena, es para él, menos que tal amenaza, un beneficio. Veamos el caso:

La Pocket Book Inc., de Estados Unidos, se propone inundar el mercado hispanoamericano con cincuenta títulos anuales, en libros que constarán de trescientas páginas y que se venderán a ocho pesos. ¡Trescientas páginas y ocho pesos! Es decir que con cincuenta pesos, que es ^{el} ~~v~~ promedio de lo que hoy vale en Chile un libro nacional o extranjero, medianamente bien presentado y medianamente ~~interesante~~ ^{importante}, el lector chileno podrá comprar seis de la P. Book Inc., sobrándole dos pesos para el séptimo. ¿Qué lector no se regocijará ante tal expectativa? Si recordamos que los títulos anuales serán cincuenta y que el lector podrá elegir de entre ellos a su gusto, habrá que revendería conocer que para este importante individuo la Pocket Book Inc. ~~mandará~~ ^{mandará} ser en ese) una protección ^{de} ~~de~~ Manuel Rojas © punto, ~~estamos en una posición con~~ sus intereses particulares.

Haríamos, sin embargo, una grave ofensa al lector si supusiéramos que sólo se dedicará a comprar ~~apenas~~ libros de a ocho pesos, no. Es cierto que el lector no es, en materia de libros, muy patriota, así como tampoco lo son las editoriales, pero tampoco es tonto. Comprará, antes que nada, lo que le guste y lo que esté bien presentado, aunque de un billete de cincuenta pesos no llegue a sobrarle un centavo. Y por muchos títulos que publique la Pocket Book Inc., y de los cuales, seguramente, sólo un diez por ciento o menos serán de verdadero interés, siempre quedarán, para otras editoriales (suponiendo que esas otras editoriales sean inteligentemente dirigidas), varios millares de títulos de primer orden. Y si esos millares de títulos se editan en buenas traducciones y ~~minimamente~~ y correctamente presentados, la P. B. Inc. o cualquiera otra editorial económica no tendrá modos de competir con ~~los~~ ellos, así como no puede competir, en Estados Uni-

dos, con las numerosas editoriales que publican allí libros de mayor precio.

Todo depende, pues, de una inteligente política editorial. Esta política, desgraciadamente, no puede ser dictada por el lector, ^{cuyo gusto} ~~ampliamente~~, por otra parte, nunca se ~~le~~ consulta. La inteligencia debe ser puesta por las editoriales, aunque no por los dueños de ellas, que son los que menos saben en la materia, sino por la gente que entiende de esos asuntos.

Manuel Rojas

CELICH UC

Centro de Estudios de Literatura Chilena

Sucesión Manuel Rojas ©