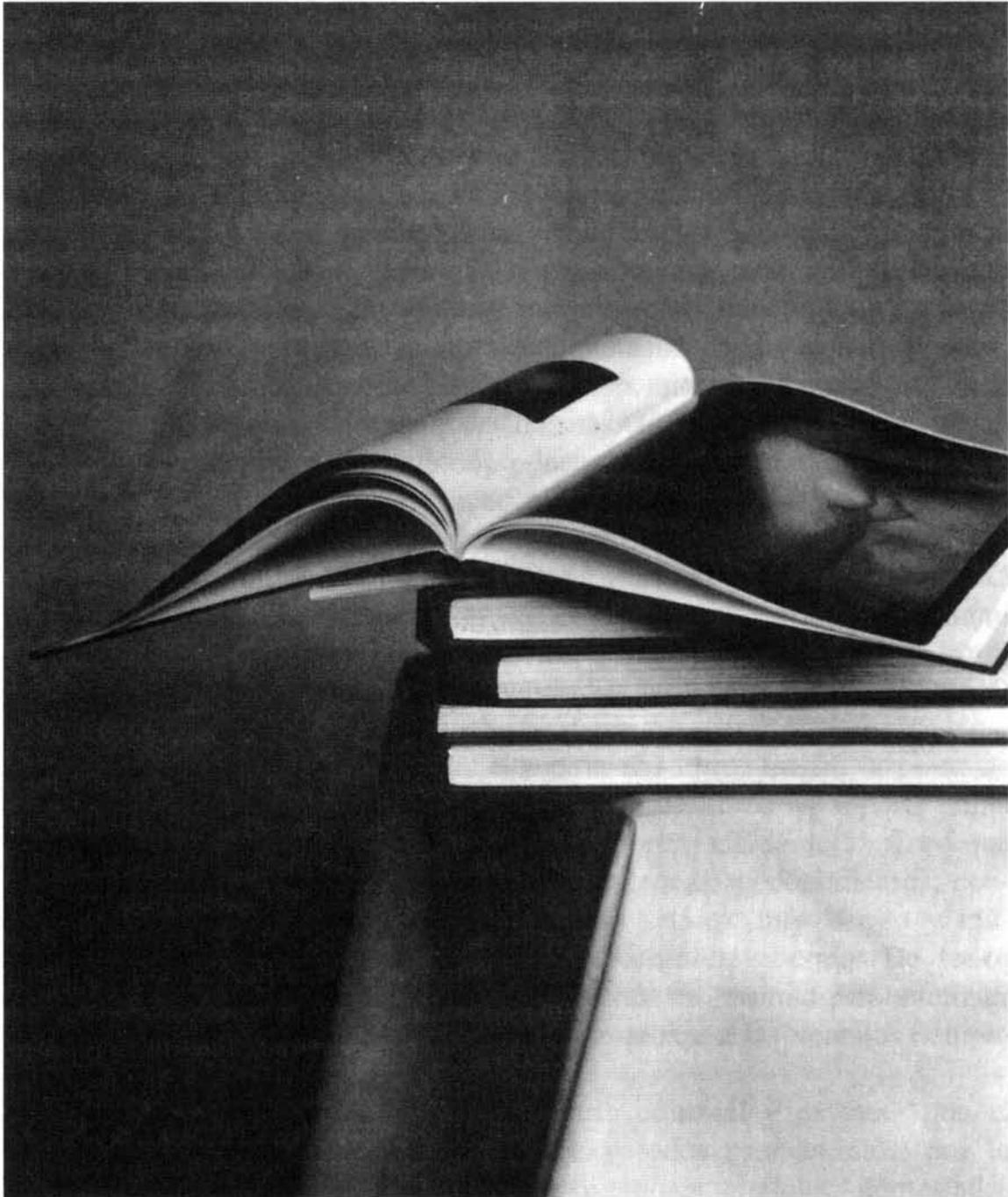


método científico para saber si ese libro se fuera a vender o no, porque no podría preguntar sobre una cosa completamente desconocida que es un objeto de creación original. Es el editor quien apuesta, y apuesta fuerte si piensa que se ha encontrado, desde su punto de vista, con una de las grandes obras del siglo XX. Y la aventura de editarla le sale bien o le sale mal. La historia le reconocerá su mérito, o no. Al otro lado está la edición de productos estándar. Esa edición se basa en un estudio de mercado. ¿Por razones circunstanciales se ha puesto de moda Mahler? Pues se publica una biografía de Mahler. ¿La gente está comprando pisos adosados y hace falta explicarle cómo se cultivan pequeños jardines? Pues marchando una obra sobre pequeños jardines. Naturalmente, no hay situaciones puras. De hecho, no puede haber un editor que sólo haga creación pura, porque sospecho que duraría muy poco.

Un catálogo sólo puede hacerse sobre la base de mucha paciencia, mucho tiempo, mucha coherencia, mucho sufrimiento, mucha reflexión. Lo demás son libros de ciclo corto. Por ejemplo, y no quiero pecar de inmodesto por la parte que a mí pueda tocarme, pienso que el de «El libro de bolsillo» de Alianza Editorial es un catálogo muy coherente. Otra cosa es que en algunos aspectos quizás haya quedado viejo, pero en muchos otros sigue siendo enormemente válido.

Rafael Martínez Alés
Director General Adjunto de
Alianza Editorial



Guillermo Rivera Peña: *Los libros*