

El lector en el Club

José Andrés Rojo

Un poco de historia

Unos años después del final de la Segunda Guerra Mundial, y en el marco de una Alemania devastada por los bombardeos de las fuerzas aliadas, se inicia la que puede considerarse la historia moderna de un viejo sello editorial. La empresa, de carácter familiar, había sido fundada en 1835 por Carl Bertelsmann en Gütersloh, una pequeña ciudad, capital del distrito del mismo nombre, situada en el Estado alemán de Renania del Norte-Westfalia. Surgió, sobre todo, con el proyecto de editar cantorales y libros religiosos. Era lógico: en aquella zona había tenido un fuerte arraigo el pietismo, esa rama del movimiento luterano que defendía la importancia de la experiencia religiosa personal frente a los formalismos de una iglesia burocratizada, y que recomendaba la lectura y el estudio de la *Biblia*.

No fueron mal las cosas para la editorial Bertelsmann. El hijo del fundador, Heinrich, decidió en 1851 que se publicaran también novelas y, poco a poco, la empresa fue creciendo. En 1939, y cuando Gütersloh tenía casi 33.000 habitantes, el sello daba empleo a 400 personas. La guerra no tardó en empezar. La vida en Alemania cambió drásticamente.

En 1947, cuando Reinhard Mohn (Gütersloh, 1921) se hizo cargo de la empresa, había que empezar prácticamente desde cero. Para que las cosas funcionaran, y la editorial recuperara la buena salud, tuvo que asociarse con algunos de sus antiguos trabajadores. Y buscar fórmulas nuevas. Una de las más exitosas, que se puso en marcha en Alemania el 1 de junio de 1950, fue la creación de un club de libros (primero se llamó Bertelsmann Lesering y, más adelante Der Club Bertelsmann) [Bertelsmann 2007].

Había nacido lo que más adelante se llamaría en España el Círculo de Lectores. Ya no se trataba simplemente de editar publicaciones para lectores más o menos próximos y fieles, ahora había que salir a buscarlos. Seducirlos. Hacerlos cómplices. Convencerlos de las ventajas de formar parte de un club. La estrategia era sin duda la más idónea para un país que vivía las secuelas de una terrible guerra, y donde los tejidos urbanos e industriales habían quedado en buena medida destruidos. No había un circuito decente de librerías. Los sistemas de distribución se habían ido al garete. Las bibliotecas eran ya sólo una sombra de lo que habían sido.

Lo que el Club proponía eran todas las facilidades para acceder a la lectura (envío a domicilio de los libros, mejores precios, un catálogo que procuraba recoger los títulos más leídos) y ponía en marcha un novedoso sistema de relación con el cliente: la fidelidad. Éste podía, efectivamente, disfrutar de todas esas facilidades pero a cambio tenía que comprometerse a hacer periódicamente un encargo. Si no lo hacía, dejaba de pertenecer al Club y ya no iba a disfrutar de sus ventajas.

El éxito fue inmenso. Hasta el punto de que el sello alemán decidió exportar el modelo a otros países. En España el Círculo de Lectores entró en 1962. Este país tenía entonces algunas características que tenían mucho que ver con la Alemania en la que nació el primer club. No había muchas librerías, no existía un tejido sólido de bibliotecas y, aunque la Guerra Civil hubiera acabado más de veinte años atrás, España acababa de embarcarse en el tren del desarrollismo. El libro se ofrecía como una garantía de éxito social. Y la fórmula del Círculo de Lectores también triunfó aquí.

Su implantación se llevó a cabo con algunas novedades respecto de la casa madre. Si en Alemania la relación entre la empresa y los clientes se realizaba

a través del correo, se pensó que aquí (atribuyendo posiblemente con razón a los españoles un carácter un poco disperso, olvidadizo y variable) iban a funcionar mejor los agentes. Así que, durante los años sesenta, y al tiempo que España se llenaba de los diminutos Seat 600, sus ciudades y pueblos empezaron a tener noticias de un nuevo personaje que, en algunos casos, formaría ya parte de su paisaje habitual cada dos meses. Los agentes se presentaban con la revista del Club, hablaban con los dueños de casa, explicaban las excelencias de su propuesta, y algunas veces tenían éxito. Las suficientes para considerar que la iniciativa había tenido una magnífica implantación. Un libro, en aquellos tiempos de sueños de progreso social, ayudaba a triunfar.

Una oferta plural

La última revista que ha enviado el Círculo de Lectores a sus socios de España lleva el número 230. Es la cuarta entrega del 2008. Con los Juegos Olímpicos de Pekín en lontananza, la portada (que lleva el significativo título de *La hora del dragón*) ofrece la obra «más completa sobre la cultura, el paisaje y la historia de China». Justo al lado del sumario (en la segunda página), la imagen de dos autores de culto, aunque con parroquianos muy distintos. Uno de ellos es Mario Vargas Llosa, el escritor hispanoperuano que triunfó como uno de los más destacados representantes del *boom* de la literatura latinoamericana en los años setenta y que se ha convertido, desde entonces, en referente mediático de la alta cultura (aunque asequible, próxima). De él se ofrece a los socios un título antiguo: *La guerra del fin del mundo*. El otro es Carlos Ruiz Zafón, el joven autor español (nació en Barcelona en 1964) que más éxito ha tenido en los últimos años. De *La sombra del viento*, su penúltima novela, se han vendido dos millones de ejemplares en España y seis en el mundo. Ha triunfado en Alemania, Francia e incluso en Estados Unidos con una trama que gira alrededor de un libro maldito que desencadena diversas intrigas y revela oscuros secretos y que está ambientada en la Barcelona de la primera mitad del siglo xx. El Club no ofrece aún su última novela, *El juego del ángel*, lanzada

por Planeta con una agresiva campaña comercial después de la publicación de la revista del Círculo, pero sí rescata a un excelente precio los dos últimos volúmenes, *El palacio de la medianoche* y *Las luces de septiembre*, de *La trilogía de la niebla* (la primera novela, *El príncipe de la niebla*, se había ofrecido en una campaña anterior).

China, Vargas Llosa y Ruiz Zafón como cartas inmediatas de presentación. Pero no conviene olvidar, justo en este punto, que una de las vocaciones esenciales de un club de lectura como el Círculo de Lectores es el de dirigirse no tanto a un lector individual como a una familia. La fidelidad no pasa siempre por la misma persona. Los pedidos pueden hacerlos el padre o la madre, pero también los hijos, los abuelos, las cuñadas, los hermanos y los criados (si es que los hubiera).

Así que esa segunda página, que contiene el sumario, se despliega en una doble de contenido publicitario, y que va dirigida a los más pequeños. Justamente para acentuar su presencia en *Tu Círculo. El club de los jóvenes lectores*. «Leer nunca había sido tan divertido», subraya el eslogan. Si el pedido es superior a 35 euros, el Club les regalará dos *walkies superespías*.

Libros para todos los públicos, una variada oferta infantil (que incluye complementos del más diverso tipo, sobre todo juguetes), música y DVDs: ésas son las ofertas esenciales del Círculo. Que se completan con juegos de Playstation, productos diversos (pendientes, bandejas, bolsos, pulseras, manteles...), una relación de empresas y comercios donde los socios tienen algunas ventajas y, finalmente, un escaparate de regalos que los socios podrían conseguir siempre que incorporaran a alguien nuevo al Club.

Conocer una editorial, en este caso un club, es conocer su catálogo. Resulta por tanto inevitable entretenerse un poco más con las ofertas incluidas en su última revista. Entre los libros destacados del mes, una asombrosa variedad. La primera de ellas, otra ventana para acercarse a China: la narración de la vida de Tzu Hsi, la concubina del emperador que llega al trono al morir su marido en 1861, contada en *La última emperatriz* por Anchee Min, una mujer que fue miembro de la Joven Guardia Roja y que tuvo un gran éxito con su autobiografía (*Azalea roja*) cuando emigró a Estados Unidos en 1984. Hay también

una aventura medieval narrada por Tim Willocks (*La Orden*), una novela de suspense de Nicolas d'Estienne d'Orves sobre los programas secretos de los nazis (*Huérfanos del mal*) y la historia de la caza de un asesino en serie ambientada en la Unión Soviética de los años cincuenta que cuenta Tom Rob Smith en *El niño 44*. Hay un libro del Dalai Lama, *Los pasos hacia el amor*, que da lecciones para alcanzar una vida mejor y está *Los hombres que no amaban a las mujeres*, un inquietante *best-seller* de un escritor sueco, Stieg Larsson.

A partir de ahí, la revista propone los títulos de las colecciones que Círculo de Lectores edita junto a Galaxia Gutenberg, otro sello del grupo Bertelsmann, y a los que tienen también acceso en librerías los que no son socios. Una nueva entrega de la serie dedicada al Museo del Prado en sus libros ilustrados, un poemario de Federico Mayor Zaragoza (*Alzaré mi voz*), un volumen de poetas venezolanos en sus propuestas de poesía y otro sobre el catolicismo en España, en su sección ensayística, que reúne diversas aproximaciones a ese conflictivo problema a través de grandes escritores (Blanco White, Unamuno, Azaña...) y que ha editado José María Ridaó.

La revista continúa, a partir de ahí, con sus grandes reclamos de la temporada: China, Ruiz Zafón, Vargas Llosa, y otros títulos sobre los que volveremos más adelante.

Algunos casos concretos

¿Cómo es el lector español? ¿Qué intereses tiene, qué preocupaciones? ¿Qué títulos lee? ¿Cuántos a la semana, al mes, al año? ¿Son más los lectores o las lectoras? ¿Cuándo empiezan con esta costumbre? ¿Es —perdón— la lectura una costumbre o es una excepción en su vida cotidiana? Son muchos los interrogantes sobre una actividad, la de la lectura, que no pasa en estos tiempos por sus mejores momentos, sobre todo por el brutal asedio que sufre desde los medios audiovisuales.

Una de las novelas que el Círculo ofrece en su última revista ha vendido en Suecia tres millones de ejemplares en una población de nueve, y ha tenido

también un notable éxito en Alemania, Francia o Dinamarca hasta el punto de que se ha llegado a decir, como tantas otras veces (por otro lado), que se trata de «una de las obras literarias del siglo». Su autor era un periodista que murió a los cincuenta años de un ataque al corazón, justo cuando entregó la tercera entrega de una serie que no llegó a ver publicada. Tenía cincuenta años y se llamaba Stieg Larsson.

Un tipo totalmente desconocido en España. El Círculo de Lectores utiliza una herramienta imprescindible para decidir la tirada de los títulos que ofrece: una encuesta previa entre un número significativo de socios que se pronuncian sobre los libros que van a elegir. La previsión de ventas de *Los hombres que no amaban a las mujeres*, de Stieg Larsson, fue de 43.772 ejemplares, la más importante de los nuevos lanzamientos. No había habido publicidad previa, no circulaba aún ninguna noticia sobre su eventual adaptación cinematográfica, no se habían publicado reportajes en los periódicos. No existió, por tanto, ningún ruido mediático a propósito de esta novela cuando los encuestados la eligieron. De hecho, la publicación de la novela fue prácticamente simultánea en la editorial Destino, que la comercializa en librerías, y en Círculo.

Una remota isla desierta en el norte de Suecia y un anciano millonario que no soporta no saber qué ha pasado con su sobrina que desapareció hace treinta años de su mansión. Así que encarga a dos atípicos detectives la revisión del caso. Se trata de un periodista que ha sacado a la luz diversos escándalos y de una extraña joven, huraña y solitaria, un tanto psicótica, que lleva su delgado cuerpo lleno de tatuajes y a la que los ordenadores no se le resisten. Luego ya vienen los secretos de una poderosa familia y los bajos fondos llenos de perversiones de esa sociedad modélica, la sueca.

Por esa historia manifestaron interés, sólo en el club de Círculo, más de 40.000 lectores. El siguiente título que elegían para comprar los socios en el estudio previo fue *La serpiente roja*, de Peter Harris. Se desarrolla en el año 1114, donde el que va a ser fundador de los templarios lee un viejo manuscrito y, digamos, se le ponen los pelos de punta. En el 2006, la directora de la Biblioteca Nacional de Francia muere asesinada... Estamos en la estela de *El*

código Da Vinci, y lo que tenemos son historias que mezclan pasado y presente y que se hunden en las zonas oscuras de una sangrienta secta templaria. De *La Orden*, otra aventura medieval, se esperaban vender 18.430 unidades. Y así iban sucediéndose las cifras. Un poco más abajo, los dos títulos de Ruiz Zafón rondaban los 14.000 ejemplares; *La guerra del fin del mundo* estaba en 8.670 y el libro sobre China, en 4.714.

En revistas anteriores, y por sólo reparar en los libros con más expectativas de ventas, en la de marzo del 2008, otra historia medieval y llena de intrigas (como *La catedral del mar*) —*Te daré la tierra*, de Chufo Llorens— tenía unas expectativas de ventas de 48.637 ejemplares y, por citar otra de este año, en la de enero del 2008, la cifra era menor: 26.086 del *thriller Crisis*, de Robin Cook. Un poco más atrás, *Vida y destino*, de Vasili Grossman se lanzó en la revista de junio del 2007 con una previsión de 44.162 unidades.

Conviene detenerse un momento en esta novela. Tiene más de 1.000 páginas, fue escrita por un escritor ruso que murió en 1964 y reconstruye, desde puntos de vista muy distintos, lo que ocurría en la Unión Soviética durante los años en que se libraba la sangrienta batalla de Stalingrado. Hay allí un acercamiento minucioso y plural a los horrores del estalinismo y hay una brillante radiografía de lo que ocurría en la conciencia de tantos comunistas que asistían perplejos al derrumbamiento de sus ideales. Historias de amor, puros gestos de coraje y entrega, las raspaduras de la vida cotidiana. *Vida y destino* se había publicado en España, en una traducción del francés, en 1985 y pasó sin pena ni gloria. Poco más de veinte años después, y con una nueva traducción hecha directamente del ruso, la lanza el Círculo de Lectores (junto a Galaxia Gutenberg para librerías) y, a estas alturas, la cifra garantizada de ejemplares vendidos supera los 125.000 ejemplares y podría estar en los 160.000. Un auténtico prodigio, tratándose de una novela que no responde ni remotamente al habitual *best seller*, en un país cuya tirada media de ejemplares, según un informe del INE (Instituto Nacional de Estadística) [2008] fue de 3.111 en el 2007.

No hay manera de explicarse el éxito de una novela, nadie conoce ese secreto que desencadena, en un momento determinado, la pasión de miles y

miles de lectores por un determinado título. ¿Hay una moda por conocer lo que ocurrió en los dos grandes totalitarismos, el nazi y el estalinista, del siglo xx? Si no una moda, sí es cierto que en el mercado español han aparecido en los últimos años muchos libros que abordaban las terribles iniciativas de regímenes que condujeron a la muerte a tantos millones de personas. Afinando un poco más, y acaso tomando al propio Círculo de Lectores como un laboratorio de pruebas, ¿hay algunos libros que hayan preparado el éxito de *Vida y destino*? ¿Qué abonaran el terreno? No está de más recordar, en ese sentido, los seis títulos de una de las colecciones que Círculo de Lectores/Galaxia Gutenberg publicó en el 2000, *La tragedia de la cultura*, y que daba cuenta de los peores años de la represión estalinista en la Unión Soviética. Tal vez ayudaron a la novela de Vasili Grossman las tres entregas, que aparecieron también en este sello, de las investigaciones de Vitali Shentalinski en los archivos literarios del KGB. Un apasionante viaje al interior de los mecanismos del terror estalinista cuando éste se aplicó a la represión de las obras de poetas, novelista e intelectuales.

No hay manera de conocer por qué un libro tiene éxito, pero no está de más saber que cuando apareció *Vida y destino* lo hizo en una editorial, y en el marco de un club, donde ya había una atmósfera creada de interés por los temas que aborda, donde ya los lectores habían sido contagiados de la pasión por una época convulsa por otras lecturas anteriores. No sirven las matemáticas para garantizar el éxito de una novela que había fracasado veinte años antes. Pero sí existe la posibilidad de sembrar para luego recoger. Acaso la fórmula del Club, que va sondeando y conociendo las preferencias y gustos de sus socios, sea particularmente idónea para este tipo de iniciativas.

Cambios y modelos

España ha cambiado mucho desde que el Círculo de Lectores lanzara en 1962 a sus agentes y promotores a captar socios por toda la geografía española. Ahora no sólo hay un tejido amplio de librerías, sino que también las grandes

superficies compiten para vender libros. Se han construido, además, nuevas bibliotecas, muchas de ellas muy bien dotadas y que facilitan el acceso a la lectura a poblaciones antes un tanto abandonadas. Están los quioscos, que se han llenado con las colecciones (literarias, ensayísticas, de historia, de obras completas...) más diversas, y también los periódicos, que, de tanto en tanto, vuelven al libro como un reclamo para vender mejor que la competencia. Todos estos embates, que han sido sin duda muy duros para una fórmula como es la del club de lectores, no han conseguido acabar con la fidelidad de sus socios. Es imposible que el mercado se comporte ahora como en los tiempos en los que el Círculo alcanzó sus mejores números (a finales de los noventa, cerca de 1.400.000 socios), pero sigue conservando a un millón de familias fieles que siguen practicando la costumbre de hojear la revista y elegir.

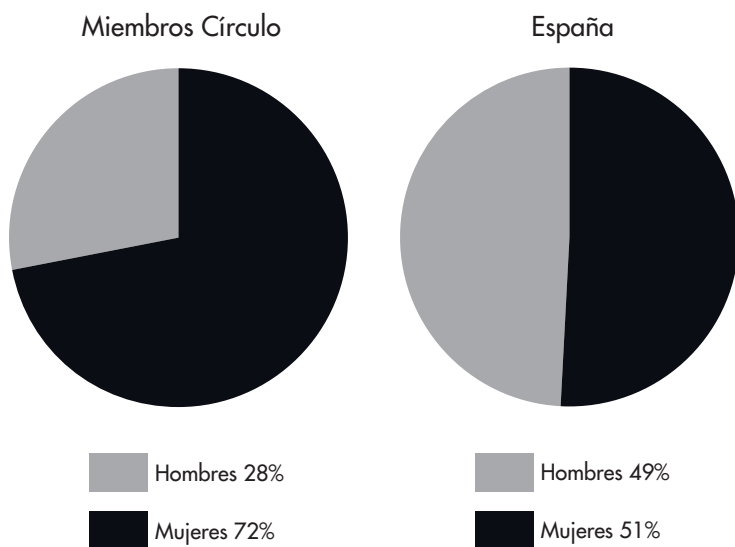
El 70% de las ventas siguen haciéndolas los agentes. El 30% restante se reparte entre los socios que compran por correo, por Internet o en librerías. Éste de las librerías es acaso el camino más novedoso que ha puesto en marcha el Círculo en los últimos años. Y es que España no sólo ha cambiado en lo que se refiere al libro: si en 1962 los agentes podían encontrar en los pisos de un edificio por lo menos a alguno de sus inquilinos (la madre, casi siempre), ahora la incorporación de la mujer al trabajo ha vaciado los hogares durante muchas horas al día. ¿Qué socios van a captar los agentes si no encuentran a nadie en casa?

Así que el Círculo ha decidido explorar la viabilidad de tener una discreta presencia en determinadas librerías. Todas ellas pertenecen al grupo Bertelsmann y llevan el nombre de una que fue mítica en Lisboa, Bertrand, que lleva funcionando en el Chiado desde hace más de 230 años. Son librerías generalistas y de fondo («con especial atención a la literatura, el ensayo, la poesía, los libros ilustrados, libros prácticos, libros técnicos y la literatura infantil y juvenil», afirman en su página web) [Bertrand 2008]. La iniciativa es relativamente reciente: la primera que se abrió en España fue en abril del 2007, en Torreldones (Madrid). Hasta hoy se han inaugurado otras cinco: en Alcalá de Henares (Madrid), Cartagena (Murcia), Ponferrada (León), Zaragoza y Oviedo. Todas ellas buscan situarse en centros comerciales, más o

menos vinculados a nuevas urbanizaciones que tienen a éstos como referentes comerciales más próximos, o en lugares céntricos. El espacio de cada una es de unos 350 metros cuadrados, de los que 70 están dedicados al Círculo. La vieja complicidad que hasta hoy establecían los clientes con el agente ahora puede trasladarse al librero. Los nuevos tiempos exigen nuevas fórmulas.

Ese millón de socios, ¿cómo son? Un estudio interno de abril del 2008 sobre el Círculo de Lectores ofrece algunos datos relevantes [*Introduction...* 2008]. El primero de ellos, que el número de los socios que tienen entre 31 y 50 años dobla en cantidad a los que tienen otras edades. Sólo el 19% del total tienen entre 18 y 30 años y sólo el 15% superan los 60. La proporción de mujeres casi ¡triplica! la de hombres: 72% frente a 28% (teniendo en cuenta que la proporción de hombres es ligeramente mayor en España que la de mujeres: 51% frente a 48%) (véase Gráfico 1).

GRÁFICO 1 - **Comparativa entre los lectores del Círculo y los de toda España según su sexo**

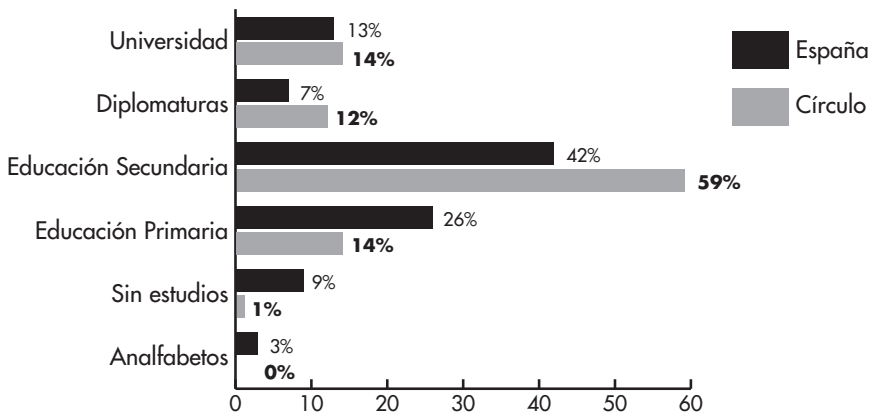


Fuente: *Introduction...*, 2008

Un 67% de los miembros del Club tiene hijos (uno, el 54%; dos, el 25%; tres, el 20%, y sólo un 1% tienen una descendencia mayor). En cuanto a la

formación, los socios del Club tienen un nivel superior de estudios a la media nacional. Si el 13% de los españoles va a la Universidad, en el Círculo, el 14% de sus socios son universitarios. Si en términos nacionales, el 7% elige formación profesional o carreras medias, en el Club son el 12%. Educación Secundaria: es un 59% de los miembros los que la han recibido frente a un 42%. En los niveles inferiores, la tendencia se invierte. Si el 26% de los españoles sólo han recibido educación primaria, en Círculo son el 14%. Sin estudios: 9% en España, 1% en el Club. Que, como es previsible, no tiene socios analfabetos (en España hay un 3% de habitantes que siguen sin saber leer ni escribir) [*Introduction...* 2008] (véase Gráfico 2).

GRÁFICO 2 - **Comparativa entre los lectores del Círculo y los de toda España según su nivel de formación**



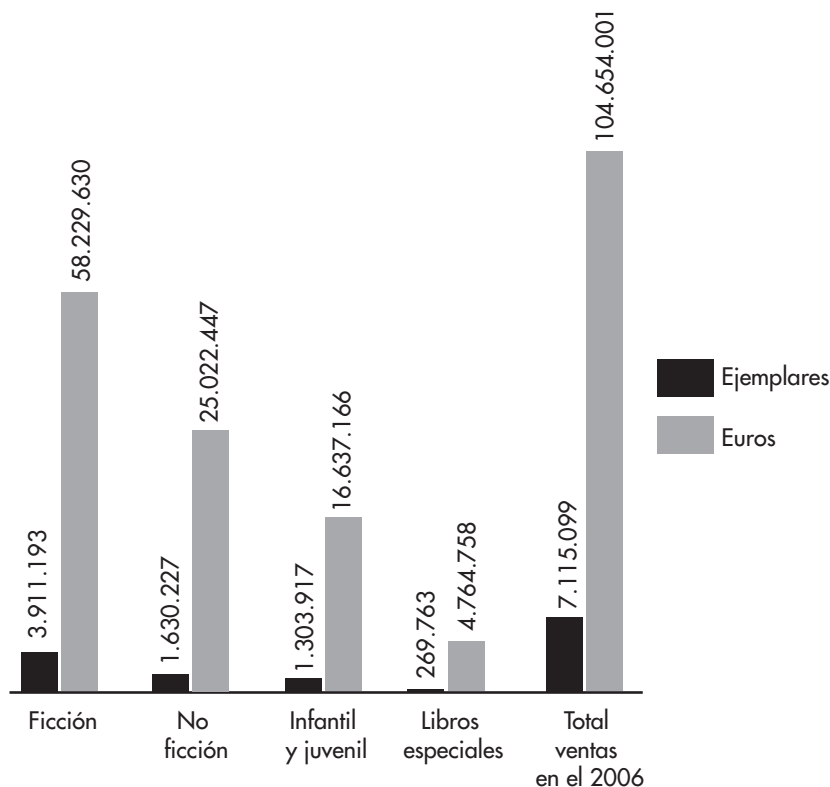
Fuente: *Introduction...*, 2008

Aunque los socios son muy diversos en el Círculo, y los hay de educación muy rudimentaria, también hay una porción de ellos cuya formación es muy sofisticada. Como resumen muy esquemático: los socios son sobre todo cabezas de familia que están entre los 31 y los 50 años, y donde mandan, sobre todo, las mujeres.

En cuanto a sus gustos, de los 601 títulos que se publicaron en el 2006 (de los que se vendieron 7.115.100 ejemplares por un monto global de 104.654.000 euros), los que más éxito tuvieron fueron los títulos narrati-

vos (55%: 3.911.193 libros/58.229.630 euros), seguidos por la no ficción (22,9%: 1.630.227 libros/25.022.447 euros), la literatura infantil y juvenil (18,3: 1.303.917 libros/16.637.166 euros) y los especiales (3,8: 269.762 libros/4.764.758 euros) (véase Gráfico 3).

GRÁFICO 3 - **Comparativa de ventas totales de libros del Círculo y por categorías**



Fuente: *Introducción...*, 2008

No hay duda de que los *best-sellers*, que siempre son los que más demanda tienen entre los títulos de ficción, siguen arrasando entre las preferencias de los lectores. Pero merece destacarse que propuestas tan cuidadas y elaboradas (y más caras, claro) como los tres volúmenes de la *Divina Comedia* de Dante con ilustraciones de Miquel Barceló han llegado a los 100.000 ejemplares. El *Quijote* con dibujos de Saura ha alcanzado, por su parte, la cifra de los 25.000.

¿Es muy diferente el socio del Círculo del retrato robot que puede hacerse del lector en España a partir de la encuesta que, año tras año, elabora la Fundación de Gremios de Editores? [FGEE 2007]. En este último caso se trataría de una mujer, con menos de 34 años y estudios universitarios, que vive y trabaja en una ciudad de más de un millón de habitantes.

Como las encuestas no se han realizado con las mismas preguntas, la respuesta sólo puede ser «casi sí». Es decir, también los lectores del Club parecen ser sobre todo mujeres y, por los datos de formación que ha manejado su encuesta, es bastante probable que vivan y trabajen en ciudades que tengan más de un millón de habitantes. Quizá la distancia entre ambos lectores tipo lo determine la edad. La gran masa de socios está entre los 31 y los 50 años (18%, entre 31 y 34; 19%, entre 36 y 40; 17%, entre 41 y 45; 12%, entre 46 y 50), mientras que las lectoras más voraces en España tienen menos de 34 años.

Una caja de resonancia

Cuando terminó la Segunda Guerra Mundial, Reinhard Mohn estaba preso, junto a otros miles de soldados alemanes, en Kansas (Estados Unidos). Su hermano tuvo peor suerte: le tocó la Unión Soviética y, a su regreso, aquella temporada en el infierno lo había afectado profundamente. Así que fue Reinhard el que tomó las riendas del negocio familiar en cuanto volvió a Alemania. Unas décadas más tarde, Bertelsmann AG se había convertido en un gigante de la comunicación. La compañía opera hoy en 63 países y da trabajo a más de 100.000 trabajadores. Bertelsmann está dividida en seis grandes áreas: RTL Group es la empresa de radio y televisión más poderosa de Europa; Gruner + Jahr, la mayor editora de revistas del viejo continente y la segunda del mundo; Direct Group es líder en la distribución de libros y música; Arvato ofrece servicios en todo el mundo a los medios de comunicación; BMG es su empresa que opera en el mundo de la música, y Random House Mondadori, su división en el área de libros, la que más factura en el mundo en lo que refiere a literatura popular.

Gütersloh, en el Estado de Renania del Norte-Westfalia, sigue siendo su sede. La página web de Bertelsmann AG informa que la facturación del grupo es de 18,8 miles de millones de euros [Bertelsmann 2008]. Cuando en 1998 el jurado del premio Príncipe de Asturias dio a conocer las razones por las que concedía el galardón de Comunicación y Humanidades a Reinhard Mohn, argumentó que valoraba, amén de su capacidad para dirigir una gigantesca empresa y hacerla competitiva, el haber contribuido «en alto grado a la difusión de la cultura mediante la edición de libros y otras publicaciones, la creación de bibliotecas y el fomento de la lectura, a través de una red mundial de multimedia con particular proyección en España, país con cuya cultura ha mostrado una patente identificación».

Para entonces, Mohn ya había abandonado la presidencia del grupo en 1981; no tardó en ceder la mayor parte de sus acciones para crear la Fundación Bertelsmann. Su objetivo: fomentar la lectura a través de bibliotecas o centros públicos. El empresario, que en 1949 puso en marcha en Alemania un club de lectura para sanear su empresa y hacerla competitiva, y que había sabido ver con claridad la importancia de la dimensión cultural de los libros, se embarcaba más de treinta años después en una iniciativa de apoyo a la lectura.

Su experiencia española, la del Círculo de Lectores, que puso en marcha en 1962, lo había conducido a recibir uno de los premios más prestigiosos, el Príncipe de Asturias. La dimensión cultural de su proyecto fue visible desde el primer número de la revista del Club, que ofrecía títulos de Dostoievski, Faulkner, Cervantes, Hemingway u Ortega junto a los más asequibles de Agatha Christie, Pearl S. Buck o Julio Verne, entre otros. En el invierno de 1965, el Círculo llegó a sus primeros 100.000 socios. Cuando la iniciativa cumplió diez años, eran ya un millón los integrantes del Club y, en sus bodas de plata, 25 años de vida, la cifra era de 1.300.000.

Para entonces, el Círculo de Lectores había salido ya de su condición un tanto oculta de un club privado de socios, y empezaba a proyectar iniciativas culturales que llegaban a la sociedad. Algunos intelectuales y escritores de referencia estaban en su órbita (Julio Caro Baroja, Pedro Laín Entralgo,

Mario Vargas Llosa, Gabriel García Márquez, Antonio Gala...), y a las presentaciones de sus libros asistían personajes del mundo empresarial y político. Los temas relacionados con España empezaron a ser uno de los motores de la empresa. Publicaron sendas biografías del rey Juan Carlos y de Doña Sofía y una *Antología de España* al cumplir veinte años. Los ciclos de conferencias, que luego se convirtieron en libros, dedicados a reunir distintas *Visiones de España* y a reflexionar sobre el *Horizonte científico de España* revelaban claramente la voluntad del Círculo de influir en el mundo intelectual de un país en el que la empresa había sido muy bien acogida.

Una tarea menos visible, pero acaso mucho más importante, se realizaba entre bambalinas, en el trato periódico entre los agentes del Círculo y los lectores. Claro que, como ahora, había en las revistas un montón de títulos comerciales, de *best sellers* que se leen, se disfrutan y se olvidan. Junto a ellos fueron apareciendo, sin embargo, a lo largo de la historia del Club, una serie de colecciones que funcionaron como auténticas *escuelas de lectura*. Esa afición a leer, que el Círculo ha ido construyendo dentro de las familias como uno de esos logros que no siempre se refleja de una manera estadística clara, ha provocado otro éxito relacionado con el conjunto de la sociedad española. Cerca de un 15% de los miembros del Club ya no compran sólo en el Club. Siguen haciéndolo ahí, claro, pero su afición los empuja también a las librerías.

De las grandes colecciones que forman parte de la memoria de muchos de los socios del Club es la que dirigió Mario Vargas Llosa y que se inició en 1987. La Biblioteca de Plata de la Narrativa del Siglo XX reunía veinticinco obras maestras del siglo XX (de Canetti, Nabokov, Bellow, Mann, Kawabata...) que había seleccionado el autor de *La ciudad y los perros*. Escribió, además, el prólogo de cada una de ellas, luego se reunieron en un volumen que hace no mucho ha vuelto a editarse, y con notable éxito: *La verdad de las mentiras*.

En una publicación en la que el Círculo de Lectores resumía su historia a la altura de 1990, se daban algunas cifras de los títulos más vendidos: *El padrino*, de Mario Puzo (547.161 ejemplares); *Cien años de soledad*, de Gabriel García Márquez (498.927); *Lo que el viento se llevó*, de Margaret Mitchell

(427.747); *Por quién doblan las campanas*, de Ernest Hemingway (406.473; el *Quijote* de Cervantes (317.962)... Aunque la cifra sea comparativamente más modesta, esa tarea de *escuela secreta* de lectura del Círculo se podría resumir con una cifra: la colección completa de la biblioteca de Vargas Llosa la compraron más de 40.000 socios.

Han sido otras muchas colecciones particulares las que ha ido publicando el Círculo, que acaso no tenga muchos sentido repasar ahora, pero sí merece la pena volver sobre su última revista. China, Vargas Llosa, Ruiz Zafón eran algunos nombres que destacaban. Si se repara en la letra pequeña, la voluntad del Círculo de generar iniciativas culturales, rigurosas y sofisticadas, acaso poco comerciales, sigue adelante. Ésa ha sido quizá una de las causas de su éxito: la de servir de caja de resonancia de las aventuras intelectuales que han iniciado desde su fundación tantos y tantos narradores y pensadores de nuestro país. Los últimos ensayos de José Luis Pardo, Eugenio Trías y Francisco Rico, las novelas recientes de Javier Marías, Ignacio Martínez de Pisón, Francisco Casavella o Rafael Chirbes, la poesía completa de José-Miguel Ullán, la buena mano de un artista como Ángel Mateo Charris para ilustrar *El corazón de las tinieblas*, de Joseph Conrad... Gente de aquí metida en una aventura que nació en un pueblo de Alemania. Seguramente, en términos de empresas culturales, la idea de Europa tiene algo que ver con esta ya larga historia.

Referencias

- BERTELSMANN, A. G., *Die Bertelsmann Chronik (1835-2007)* [en línea]. <http://www.bertelsmann.de/bertelsmann_corp/wms41/bm/index.php?ci=738&language=1> [Consulta: 10 junio 2008]
- , *Zahlen und Fakten* [en línea]. <http://www.bertelsmann.de/bertelsmann_corp/wms41/bm/index.php?ci=7&language=1> [Consulta: 10 junio 2008]
- BERTRAND, *Librerías Bertrand, ¿quiénes somos?* [en línea]. <http://www.libreriasbertrand.es/quienes_somos.html> [Consulta: 11 junio 2008]

FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA (FGEE), *Informe sobre el sector editorial español del año 2006* [en línea]. <http://www.federacioneditores.org/0_Resources/Documentos/Informe_Sector_editorial2006.pdf> [Consulta: 12 junio 2008]

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE), *Nota de prensa del 28 de abril de 2008* [en línea]. <<http://www.ine.es/prensa/np498.pdf>> [Consulta: 10 junio 2008]

Introduction to Círculo de Lectores, Documento interno, 2008.