

TENDENCIAS

El nuevo 'boom' de los

libros de lujo

La adquisición de libros de arte, arquitectura, diseño, moda o fotografía se está convirtiendo en una tendencia. A medio camino entre el libro y la obra de arte, estos volúmenes comienzan a ocupar un puesto prioritario en muchas casas.

POR MARIBEL GONZÁLEZ

CUIDADOSA Y ESTRATÉGICAMENTE COLOCADOS, los libros ilustrados de gran formato comparten orgullosos el espacio con los genios de la literatura en cada vez más bibliotecas de hogares españoles. Hasta hace bien poco, *Don Quijote de La Mancha* presidía con inmodestia casi todas las librerías, pero, de un tiempo a esta parte, debe de mirar con recelo a esos voluminosos *Magnum*, *Gucci by Gucci* o

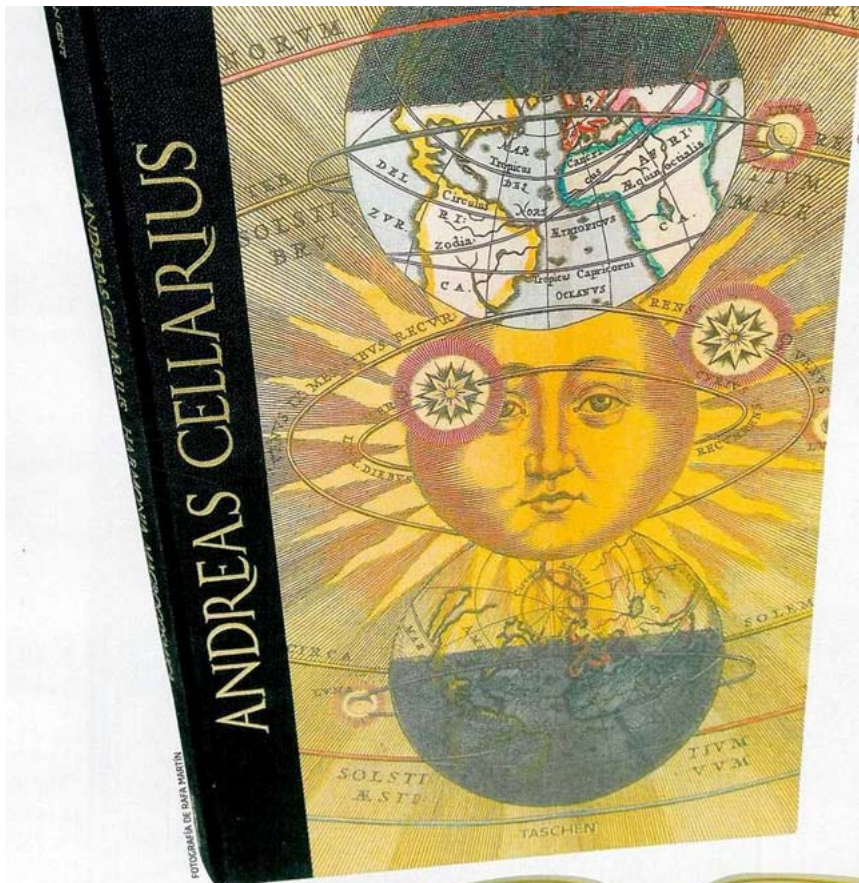
Andy Warhol "Giant Size", por ejemplo, que parecen quitarle protagonismo. Y peor aún ha sido la caída de las clásicas enciclopedias y las colecciones de autores inmortales encuadradas en diferentes colores, que causaron furor durante los años 80 y 90 gracias al abnegado trabajo de los vendedores a puerta fría. Arrinconadas en trasteros o habitaciones de poco uso, han tenido que pre-

senciar cómo un nuevo tipo de libro, con una edición mucho más elaborada y donde la imagen tiene un peso fundamental, les ha arrebatado su preciado puesto en el salón.

El motivo es que la adquisición de estos grandes formatos de lujo se ha empezado a convertir en una tendencia gracias a la recuperación del valor del libro como objeto de regalo y a la proliferación de un nuevo tipo de lector con afanes bibliográficos, inquietudes artísticas y un poder adquisitivo alto.

UN MERCADO CRECIENTE... La democratización del lujo está alcanzando a todos los negocios y el del libro no es una excepción. Varias razones explican por qué cada vez más consumidores se unen a esta moda de adquirir libros ilustrados. En primer lugar, el placer que, en sí mismo, proporciona disfrutar de un ejemplar sobre fotografía, viajes, arte o arquitectura donde la forma es casi tan importante como el fondo y el cuidado de las imágenes hacen que el lector casi pueda palpar las obras que contempla. Ingrid Acebal, responsable de la librería Panta Rhei (Madrid), cree que "cada vez son más las per-





ANDREAS CELLARIUS
Editorial Taschen.
53,7x 32,5 cm.
Precio, 100 euros.

sonas que disfrutan no sólo del contenido del libro, sino también del continente. Los compradores que adquieren este tipo de libros tienen un cierto ojo artístico y otra forma de leer que les lleva a disfrutar tanto de la información escrita como de lo que les transmite el buen diseño, la cuidada edición, la encuadración, etc.”.

En segundo lugar, disponer de estos volúmenes aporta cierta distinción, del mismo modo que lo hace saber elegir un vino, conducir un coche de una determinada marca o tener en el armario unos zapatos firmados por un prestigioso diseñador. Según Pedro Martín Caro, director de Ventas y Marketing para América Latina y España de Phaidon, “existe una mejor percepción de los lectores por este tipo de libro que se convierte en un objeto deseable en sí mismo”.

De la misma opinión es Guillermo Chico, editor de La Esfera de los Libros: “Ha habido un repunte en la venta de estos formatos porque por sí solos se convierten en objetos de deseo. Resultan interesantes por sus con-

Hasta hace poco, Don Quijote presidía con inmodestia casi todas las librerías, pero, de un tiempo a esta parte, mira con recelo a esos bellos volúmenes que parecen quitarle protagonismo

tenidos pero además son bellos, decorativos e incluso divertidos”.

...UN MERCADO DIVIDIDO. Según las editoriales especializadas en estos libros de lujo, el negocio se divide entre los volúmenes extremadamente caros, que siguen teniendo una demanda minoritaria, y los que poseen una edición también muy cuidada pero cuyo precio es mucho más asequible. Y son precisamente estos últimos los que están ganando en número de adeptos. Martín Caro cree que “el esfuerzo mayor que los editores estamos realizando para conseguir mejores libros a precios más accesibles y de mayor diversidad temática ha relanzado los grandes formatos en España, acercándolos a las buenas cifras de venta que siempre han tenido en los países anglosajones”.

Javier Ortega, director de Coediciones Internacionales de Lunewerg Editores, explica que “el nivel de precios de los volúmenes que más acogida tienen en las librerías oscila entre 100 y 150 euros, mientras que el mercado del verdadero libro de lujo, entendiendo como tal el de aquellos ejemplares cuyo precio puede estar entre 500 y 8.000 euros y que en muchos casos tienen tiradas limitadas, está más enfocado a la venta directa a particulares”.

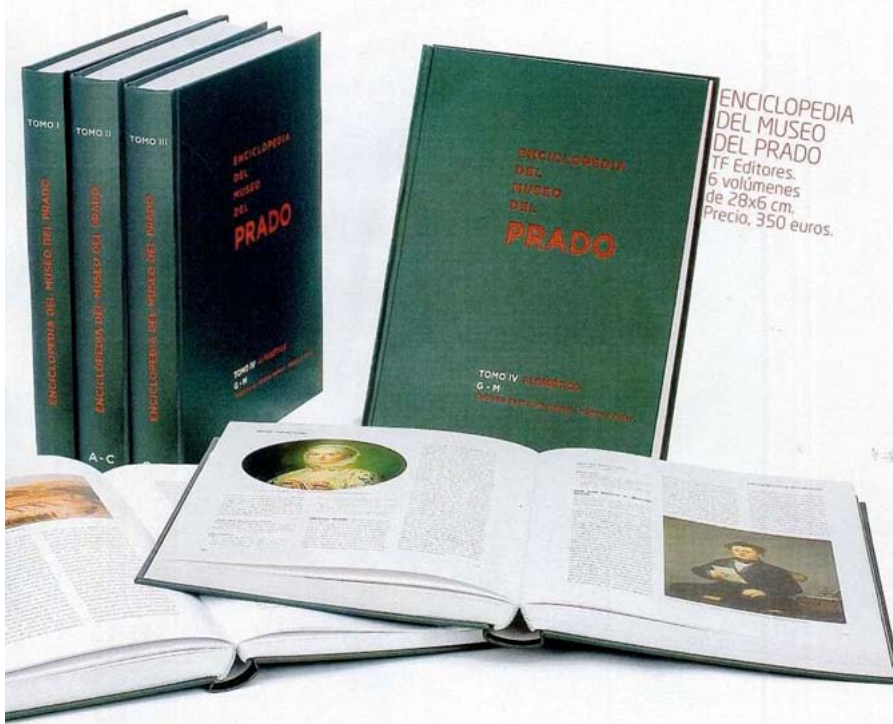
Desde Taschen, otra editorial eminentemente visual, María >



tendencias libros A medio camino entre el libro y la obra de arte, muchos son ediciones limitadas



FOTOGRAFÍA DE GABRIELA GARCÍA. AGRADECIMIENTO LIBRERÍA VANTIA (BIE)



ENCICLOPEDIA
 DEL MUSEO
 DEL PRADO
 TF Editores.
 6 volúmenes
 de 28x16 cm.
 Precio, 350 euros.

> Eugenia Mariam, directora de Relaciones Públicas, señala que "algunos de nuestros ejemplares deberíamos contemplarlos a medio camino entre libro y obra de arte, ya que están numerados y firmados por el artista y su precio puede llegar a 7.000 euros". Evidentemente, éstos no son los más vendidos: "Cuanto mayor es el precio, menos clientes, aunque éstos sean también mucho más selectos", señala Ortega. Y Guillermo Chico añade: "Los libros caros son más difíciles de vender, pero son verdaderos objetos de arte que todo el mundo quisiera tener en casa. Por ello hay cada vez más gente dispuesta a pagar un precio elevado tanto para sí mismo como para regalar".

la fotografía, los viajes, la arquitectura, el diseño... "Dependiendo de la temática, los clientes potenciales son muy diversos: artistas, empresas, instituciones, profesionales del mundo de la cultura o simplemente aficionados. La motivación principal, además de la calidad gráfica, es el carácter especial o de culto que en poco tiempo adquieren estas obras. En definitiva, el cliente tiene la certeza de incluir

CRIATURAS
 ABISALES
 Editorial La Estera
 de Los Libros.
 26 x 29,5 cm.
 Precio, 40 euros.

RETRATO DEL COMPRADOR.
 Coleccionistas de arte y bibliófilos son los clientes más regulares, así como amantes de



en su biblioteca algo realmente extraordinario”, asegura Ortega. Ese amplio perfil del posible comprador es una de las ventajas que puede impulsar el mercado: “Cualquier persona puede comprar alguna vez un libro ilustrado, bien sea de cocina, de arte, de interiorismo, de fotografía, de viajes... Antes, cuando estos libros eran más caros, solían ser adquiridos por profesionales de más de 30 años. Pero ahora, gracias a los precios, creo que personas de 20 a 80 años compran libros ilustrados de las temáticas que les interesan”, señala Martín Caro.

Además, estas obras se han convertido en regalos muy socorridos y más apreciados por quien los recibe que el clásico *best seller* porque “un público cada vez más variado coincide en el gusto por los libros bien hechos que se pueden convertir en objetos de arte e incluso de decoración”, concluye Guillermo Chico.

EL SABER SÍ OCUPA LUGAR. Javier Ortega reconoce que “hay un hándicap evidente a la hora de guardar en casa este tipo de libros y colocarlos en las librerías”. Y es que sus grandes formatos necesitan espacios bastante considerables. Algunos ejemplos: el libro *Chillida* editado por Ivorypress pesa 32 kilos, y *Andy Warhol “Giant Size”*, de Phaidon, mide 42x32 centímetros y contiene más de 600 páginas. Semejantes tamaños van acompañados en muchos casos de cajas especiales que aumentan aún más sus necesidades de espacio en las estanterías, con lo que no es de extrañar que ocupen sus mejores puestos.

Todos esos atributos, además del tipo de papel, la cubierta—que suelen estar elaboradas en cartón o tapa dura—, la encuadernación, etc., forman parte del atractivo de estos volúmenes. “Todos nuestros

libros están pensados hasta el último detalle y este proceso implica usar materiales caros. *Rafael y Tiziano*, por ejemplo, están encuadernados en seda; *Phaidon Design Classics* se vende con una estructura diseñada por Konstantin Greic, y *Unmonumental* tiene bordado y descosido su título, reflejo perfecto de la colección de arte que alberga”, asegura Martín Caro.

El mimo con el que las editoriales realizan cada ejemplar tiene, por supuesto, un reflejo directo en el tiempo de producción. “Desde que surge la idea de realizar una obra de estas características hasta que sale a la luz pueden pasar, en algunos casos, varios años. Primero, se define el tema a desarrollar y se busca un autor especializado, después se elige a un fotógrafo, ilustrador o diseñador para completar la iconografía de la publicación. El siguiente paso es realizar un boceto de la obra, corregir y maquetar los textos y, a continuación, hacer numerosas pruebas antes de lanzar la impresión”, explican desde TF Editores.

El resultado son auténticas obras de arte, por dentro y por fuera, que inevitablemente se convierten en la envidia de las bibliotecas en las que esperan a ser admirados.



DIRECCIONES:

LIBRERÍA PANTA RHEI.
C/ HERNÁN CORTÉS, 7.
MADRID. TEL. 91 319 89 02.
WWW.PANTA-RHEI.ES

LA ESFERA DE LOS LIBROS.
AVENIDA DE ALFONSO XIII, 1.
MADRID. TEL. 91 296 02 00.
WWW.ESFERALIBROS.COM

LUNWERG. C/ BEETHOVEN, 12.
BARCELONA. TEL. 93 201 59 33.
WWW.LUNWERG.COM

PHAIDON PRESS. C/ JOAQUIM COSTA, 47. BARCELONA.
TEL. 93 342 50 24.
WWW.PHAIDON.COM

TASCHEN. C/ VÍCTOR HUGO, 1.
MADRID. TEL. 91 360 50 63.
WWW.TASCHEN.COM

TF EDITORES. C/ ARAGONESES 2, ACCESO 11. ALCOBENDAS.
MADRID. TEL. 91 484 18 70.
WWW.TFEDITORES.COM

