

Negociación de derechos

TRASCENDIENDO FRONTERAS



Memoria del III Foro Internacional de Editores
FIL Guadalajara 2004

Memoria del III Foro Internacional de Editores
FIL Guadalajara 2004

Negociación de derechos

TRASCENDIENDO FRONTERAS

01
02dic
2004
Expo Guadalajara



Negociación de derechos

TRASCENDIENDO FRONTERAS

Adelphi Edizioni **Roberto Calasso**
Feria del Libro de Frankfurt **Marifé Boix**
Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe **Luis Fernando Sarmiento**
AMV Agencia Literaria **Anne-Marie Vallat**
Editorial Gallimard **Anne-Solange Noble**
Grupo Editorial Planeta **Cristina Mora**
Ediciones Siruela **Ofelia Grande**
Artes de México **Alberto Ruy Sánchez**
Vergara y Riba Editoras **Trinidad Vergara**
Ray-Güde Mertin Literarische Agentur **Ray-Güde Mertin**
Suhrkamp **Michi Strausfeld**
The Institute for the Translation of Hebrew Culture **Nilli Cohen**
Foundation for the Production and Translation of Dutch Literature **Maarten Valken**
Programa de Fomento a la Traducción Literaria, FONCA **Phillipe Ollé**
Bureau du Livre de México, Embajada de Francia **Christian Moire**
CERLALC **Julián David Correa**



Primera edición, 2005

© Roberto Calasso, con licencia de The Wylie Agency
© Marifé Boix
© Luis Fernando Sarmiento
© Anne-Marie Vallat
© Anne-Solange Noble
© Cristina Mora
© Ofelia Grande
© Alberto Ruy Sánchez
© Trinidad Vergara
© Ray-Güde Mertin
© Michi Strausfeld
© Nilli Cohen
© Marteen Valken
© Phillipe Ollé
© Christian Moire
© Julián David Correa

Derechos reservados de esta edición:

D.R. © 2005, **Centro Regional para Fomento del Libro en América Latina y el Caribe**
Calle 70 núm. 9-52
Bogotá, D.C.

D.R. © 2005, **Camara Nacional de la Industria Editorial Mexicana**
Holanda núm. 13
04120 Mexico, D.F.

D.R. © 2005, **Universidad de Guadalajara**

Feria Internacional del Libro de Guadalajara
Alemania núm. 1370
44190 Guadalajara, Jalisco

Editorial Universitaria
Francisco Rojas González núm. 131
44600 Guadalajara, Jalisco

ISBN
970 27 0788 9

Tiraje
1000 ejemplares

Noviembre de 2005

Impreso y hecho en México / *Printed and made in Mexico*

Se prohíbe la reproducción, el registro o la transmisión parcial o total de esta obra por cualquier sistema de recuperación de información, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o cualquier otro, existente o por existir, sin el permiso previo por escrito del titular de los derechos correspondientes.

Índice

7 **Presentación**

CONFERENCIA MAGISTRAL

10 La edición como género literario • Roberto Calasso

NUEVOS SENDEROS

Fuentes de información para el acceso a derechos de edición

20 La utilidad de la feria virtual • Marifé Boix

25 RILVI: Un acercamiento al mercado del libro en Iberoamérica •
Luis Fernando Sarmiento

NEGOCIACIÓN: LOS PROPIETARIOS

Negociación de derechos: la perspectiva de los propietarios

32 Un negocio construido sobre la confianza • Anne-Solange Noble

35 Sobre la necesidad de *rastrear* la vida del libro • Anne-Marie Vallat

38 La edición como decisión del autor • Cristina Mora

NEGOCIACIÓN: LOS EDITORES

Negociación de derechos: el punto de vista de los editores

44 Sobre la negociación de derechos de autor • Carmen Corral

50 El riesgo de distorsionar el tema del anticipo • Ofelia Grande

57 *Artes de México* como aventura editorial • Alberto Ruy Sánchez

61 Para traducir el ancho mundo editorial • Trinidad Vergara

TRAS LAS FRONTERAS

La presencia de la obra en español en otras lenguas

66 El agente, un compañero crítico del autor • Ray-Güde Martin

74 Nuevos obstáculos para difundir la nueva literatura latinoamericana •
Michi Strausfeld

79 Literatura hebrea: un fenómeno vital en el mundo • Nilli Cohen

APOYO Y DIFUSIÓN

Estrategias y apoyos económicos al servicio de la traducción y compra venta de derechos

88	Edición holandesa: puerta abierta a la literatura universal • Maarten Valken
93	Protrad: un vehículo de exportación para el libro mexicano • Phillipe Ollé
96	Apoyos a la traducción y a la difusión del libro en Francia • Christian Moire

RELATORÍA Y CONCLUSIONES

Sesión de relatoría y conclusiones

100	El relator como traidor • Julián David Correa
-----	---

108	Participantes
-----	----------------------

Presentación

El III Foro Internacional de Editores (FIE), realizado los días 1 y 2 de diciembre de 2004 dentro de las actividades para profesionales de la 18 Feria Internacional del Libro de Guadalajara (FIL), se consolidó como un espacio de vanguardia, reflexión y análisis, entre los más destacados actores de la industria editorial, procedentes de Iberoamérica, Alemania, Francia, Estados Unidos, Holanda, Israel e Italia. El tema central de la actividad del FIE fueron los derechos de autor y su influencia en el desarrollo de las empresas y los mercados del libro en español. También se dieron a conocer las prácticas más actuales para realizar eficientemente acuerdos y convenios con editores, agentes literarios, traductores y otros profesionales involucrados en las negociaciones de compra y venta de derechos, además de proponerse estrategias y apoyos económicos disponibles para el sector editorial.

El primer planteamiento abordado por los ponentes fue la creciente importancia del internet como una fuente de información única de la que disponen los editores y agentes literarios para comunicarse de manera eficaz y acceder a las distintas bases de datos disponibles en las que es posible encontrar autores, obras, contactos y clientes para vender o comprar derechos. La calidad de la información varía de país a país, mencionaron, pero en el caso de Latinoamérica todavía queda un largo camino por recorrer; el gran reto es aumentar la circulación del libro en español, según concluyeron.

En lo referente a la negociación de derechos, se expuso la diversidad de experiencias de los propietarios y los editores, y se encontraron puntos en común dentro de una profesión altamente especializada, entre los que se resaltó, por su importancia, la relación de confianza que establecen con el autor. Además, coincidieron en que el criterio de decisión en la venta no depende sólo del monto del anticipo, sino que es funda-

mental considerar la calidad del catálogo y de la traducción. Por otra parte, se mencionó como un cambio importante, generado por las exigencias del libre mercado y el incremento en los márgenes de ganancia impuestos por grandes grupos dueños de gran parte de editoriales a nivel internacional, que la duración de los contratos ha pasado de quince a cinco y siete años de vigencia, con posibilidades de negociación.

Lograr una presencia significativa de la obra en español en otras lenguas, dentro de este escenario tan competitivo, exige a los editores iberoamericanos y a las agencias que trabajan con ellos, realizar un trabajo largo y arduo, que acerque las obras a un público extranjero que tiende a homogeneizar la oferta iberoamericana como un solo mercado en términos de autores y tendencias. En este sentido, fue presentada la propuesta en el Foro de conquistar la atención de los críticos especializados y, de manera simultánea, desarrollar estrategias de publicidad para cada lanzamiento.

Una necesidad en común para lograr los objetivos anteriores es la traducción de la obra, tema que también fue tratado en otra de las mesas del FIE. Ahí se dieron herramientas para ayudar en la creación de los puentes que permitan transitar a la obra en español a otros mercados, y se habló de los apoyos económicos para la traducción y compraventa de derechos disponibles en México, Holanda y Francia, países que disponen de fondos de entre setecientos a cinco mil dólares para la traducción de obras y el pago de derechos a terceros. Asimismo, se destacó la importancia de que la traducción sea de alta calidad, pues de lo contrario corre el riesgo de naufragar en la travesía hacia su posible lector.

Además de las intervenciones realizadas por cada ponente, el FIE permitió escuchar la conferencia magistral de Roberto Calasso, quien afirmó que el trabajo de los editores es una obra de arte, en donde cada libro es a su vez capítulo de un gran libro; su labor se convierte, así, en un *bricolage* que responde a su concepto del mundo. Una afirmación que sin temor a errar puede extenderse a los oficios del grupo de especialistas que compartieron sus experiencias sobre “el género menos abordado por los estudiosos”, según Calasso: el editorial.

Conferencia magistral

Conferencia magistral

La edición como género literario

Roberto Calasso

Quisiera hablarles de algo que por lo general se da por entendido, pero luego no se revela en absoluto obvio: el arte de publicar libros.

Primero quisiera detenerme un instante en la noción de edición en sí, porque me parece que está envuelta por una notable cantidad de equívocos.

Si se le pregunta a alguien ¿qué es una editorial?, la respuesta habitual y también la más razonable, es la siguiente: se trata de un ramo secundario de la industria en el cual se trata de hacer dinero publicando libros.

¿Qué debería ser una buena editorial? Una buena editorial sería, si se me concede la tautología, la que se supone que publica, dentro de lo posible, sólo buenos libros, o sea, para usar una definición rápida, libros de los que el editor tiende a estar orgulloso y no avergonzarse de ellos.

Desde este punto de vista, una editorial semejante difícilmente podría revelarse de particular interés en términos económicos. Publicar buenos libros nunca ha vuelto espantosamente rico a nadie, o por lo menos no es una medida comparable con lo que puede suceder abasteciendo al mercado de agua mineral, o computadoras, o bolsas de plástico.

Al parecer, una empresa editorial puede producir ganancias notables sólo a condición de que los buenos libros sean sumidos entre muchas otras cosas de calidad muy diferente, y cuando se está sumido se puede anegar con facilidad, y así desaparecer por completo.

Luego, será bueno recordar que la edición en numerosas ocasiones ha demostrado ser una vía rápida y segura para derrochar y chuparse patrimonios sustanciosos. Se podría además agregar que junto con la *roulette* y *cocottes*, fundar una editorial siempre ha sido, para un joven de nobles orígenes, una de las maneras más eficaces de despilfarrar su fortuna.

De ser así, la pregunta es: ¿cómo es que el papel de editor ha atraído a lo largo de los siglos a un número tan alto de personas y continúe considerándose fascinante y en cierto modo misterioso también hoy?

Por ejemplo, no es difícil darse cuenta de que no hay título más codiciado por ciertos poderosos de la economía, quienes con frecuencia se lo conquistan literalmente a un caro precio. Si esas personas pudieran afirmar que publican verduras congeladas en vez de producirlas, presumiblemente serían felices.

Se puede entonces llegar a la conclusión de que además de ser un ramo de los negocios, la edición siempre ha sido una cuestión de prestigio, no por nada, sino porque se trata de un género de negocios que es a la vez un arte; un arte en todos los sentidos, y seguramente un arte peligroso, porque para practicarlo, el dinero es un elemento esencial.

Desde este punto de vista, se puede sostener que muy poco ha cambiado desde los tiempos de Gutenberg, y sin embargo, si pasamos la mirada por cinco siglos de edición, tratando de pensar en la edición misma como un arte, en seguida vemos surgir paradojas de todo tipo.

La primera podría ser ésta: ¿con base en qué criterios se puede juzgar la grandeza de un editor? Sobre esta cuestión, como solía decir un amigo mío español, no hay bibliografía. Se pueden leer estudios muy doctos y minuciosos sobre la actividad de ciertos editores, pero muy rara vez se encuentra un juicio sobre su grandeza, como en cambio sucede con frecuencia cuando se trata de escritores y pintores.

¿De qué estará hecha, entonces, la grandeza de un editor? Trataré de responder a la pregunta con algunos ejemplos. El primero, y quizá el más elocuente, nos remite a los orígenes de la edición. Con la impresión ocurrió un fenómeno que se repetiría más tarde con el nacimiento de la fotografía; al parecer hemos sido iniciados en estas inversiones por maestros que inmediatamente han alcanzado una excelencia inigualable.

Si se quiere entender lo esencial de la fotografía, basta estudiar la obra de Nadar; si se quiere entender qué puede ser una editorial, basta echar un vistazo a los libros impresos por Aldo Manuzio. Fue él el Nadar de la edición, fue el primero en imaginar una editorial en términos de forma.

Y aquí la palabra forma se entiende de muchas diferentes maneras; en primer lugar, la forma es decisiva en la elección, en la secuencia de los títulos a publicar, pero la forma tiene que ver también con los textos que acompañan a los libros, además de la manera en que el libro se presenta como objeto.

Por eso incluye la portada, el diseño, la compaginación, los caracteres, el papel... El propio Aldo solía escribir bajo la forma de cartas o epístola aquellos breves textos introductorios que son los precursores no sólo de todas las introducciones modernas, prefacios y epílogos, sino también de todas las solapas de los forros, los textos de presentación a los librerías y la publicidad de hoy.

Fue aquel el primer indicio del hecho de que todos los libros publicados por cierto editor podían ser vistos como eslabones de una misma cadena, o segmentos de una serpiente de libros, o fragmentos de un solo libro formado por todos los libros publicados por ese editor.

Ésta obviamente es la meta más audaz y ambiciosa para un editor, y así ha persistido desde hace 500 años. Y si les parece que se trata de una empresa impracticable, bastará recordar que también la literatura, si no oculta en su fondo lo imposible, pierde toda magia. Algo similar creo que se puede decir de la edición, o al menos de este particular modo de ser editor, que ciertamente no ha sido practicado muy a menudo a lo largo de los siglos, pero a veces con resultados memorables.

Para dar una idea de lo que pueden hacer de esta concepción de la edición, me referiré a dos libros impresos por Aldo Manunzio. Primero, fue publicado hace 502 años, con el abstruso título *Hypnerotomachia Poliphili*, que significa: batalla de amor en sueño. Pero ¿de qué se trataba? Era lo que hoy se llamaría una primera novela, y además de autor desconocido y hasta hoy enigmático, escrito en suerte de lenguaje imaginario, una especie de *Finnegans Wake*, compuesto sólo de mezcolanzas e hibridaciones de palabras latinas, griegas e italianas. Una operación más bien arriesgada, se diría, pero ¿qué aspecto tenía el libro? Era un volumen en folio, ilustrado con magníficos grabados que constituían una perfecta contraparte visual del texto, lo que es aún más arriesgado.

Pero llegados a este punto, debemos agregar algo: según la inmensa mayoría de los apasionados de libros, éste es el libro más bello jamás impreso. Lo que puede ser verificado por cada uno de ustedes si acaso les cayera en las manos una copia de aquella edición o también, en el peor de los casos, un buen facsímil.

Aquel libro era obviamente un golpe de genio, único, irreplicable. Y al crearlo el editor tuvo una función capital, pero no deben pensar que Manunzio era grande sólo como preparador de tesoros para los bibliófilos de los siglos venideros.

El segundo ejemplo que tiene que ver con él, va en una dirección completamente distinta. Tres años después de la *Hypnerotomachia*, en

1502, Manunzio publicó una edición de Sófocles, en un formato que él quiso definir como *parva forma*, pequeña forma, es el primer libro de bolsillo de la historia, el primer *paperback*, literalmente el primero que se podía meter en un bolsillo.

Inventando un libro de gran formato, Manunzio transformó los gestos que acompañan a la lectura. Así, el acto mismo de leer mutó de manera radical; observando el frontispicio se puede admirar la elegancia de carácter griego cursivo, que aquí es usado por primera vez y en seguida se convirtió en un valioso punto de referencia. Por eso Manunzio fue capaz de alcanzar dos resultados opuestos. Por un lado, crear un libro como la *Hypnerotomachia Poliphili*, que jamás tendría igual y es casi el arquetipo del libro único; por otro, crear un libro completamente distinto, como el de Sófocles, que en cambio sería copiado millones y millones de veces en todas partes, hasta hoy.

No diré más sobre Aldo Manunzio, porque ya veo perfilarse una pregunta en su mente. Bien, todo eso es fascinante y pertenece a las glorias del Renacimiento italiano, pero ¿qué tiene que ver con nosotros, con los editores de hoy anegados por la marea creciente de CD-ROM, sitios de internet, *e-books* y los DVD? Por no hablar de los diversos e incestuosos connubios entre todos estos mecanismos.

Si tuvieran la paciencia de seguirme todavía unos instantes, trataré de dar una respuesta a la pregunta usando algún otro ejemplo. En efecto, si les dijera sin medias tintas que a mi parecer un buen editor de nuestros días debería simplemente tratar de hacer lo que hacía Manunzio en Venecia, en el primer año del siglo XVI, ustedes podrían pensar que estoy bromeando, mientras que no bromeo para nada.

Entonces les hablaré de un editor del siglo XX, para mostrarles cómo actuó exactamente de ese modo, aunque en contexto por completo distinto. Se llamaba Kurt Wolff. Era un joven alemán, elegante, rico, pero tampoco demasiado. Quería publicar a nuevos escritores de alta calidad literaria, entonces inventó para ellos una colección de cuadernos más bien inusitados, de formato vertical llamada *Der Jüngste Tag* (*El día del juicio*), un título que hoy parece por completo apropiado para una colección de libros que salieron en Alemania durante la Primera Guerra Mundial.

Si dan una hojeadita a estos libros de color negro, delgados y austeros, con las etiquetas pegadas encima, como sobre cuadernos de escuela, quizá se podrían pensar: es así como debería presentarse un libro de Kafka. Y en efecto, varios de los relatos de Kafka fueron publicados en esta colección, entre ellos *La metamorfosis*, en 1917, con una bella etiqueta

azul y marco negro. En esa época, Kafka era un joven escritor poco conocido y extremadamente discreto, pero leyendo las cartas que Kurt Wolff le escribía, se darán cuenta enseguida por su exquisito tacto y delicadas atenciones, que el editor simplemente sabía quién era su interlocutor.

Kafka, por lo demás, no era el único escritor publicado por Kurt Wolff. En ese mismo 1917, año más bien turbulento para la edición, Kurt Wolff recogió en un almanaque que llevaba por título *Vom Jüngsten Tag*, textos de algunos jóvenes autores. Entre estos autores se encuentran los nombres siguientes: Franz Blei, Albert Ehrenstein, Georg Heym, Franz Kafka, Else Lasker-Schüler, Carl Sternheim, Georg Trakl, Robert Walser. Son los nombres de los jóvenes escritores que en ese año se encontraron reunidos bajo el techo del mismo joven editor.

Y esos mismos nombres, ninguno excluido, vuelven a entrar en la lista de los autores esenciales que un joven hoy debe leer si quiere saber algo de la literatura en lengua alemana de los primeros años del siglo XX.

Llegados a este punto, mi tesis debería de mostrarse bastante clara: Aldo Manunzio y Kurt Wolff no hicieron nada sustancialmente distinto, a distancia de 400 años el uno del otro, de hecho practicaban el mismo arte de la edición, si bien este arte puede pasar inadvertido a los ojos de los más, editores incluidos. Y este arte puede ser juzgado en ambos casos con los mismos criterios, el primero y el último de los cuales es la forma, la capacidad de dar forma a una pluralidad de libros como si fueran los capítulos de un único libro, y todo ello teniendo cuidado, un cuidado apasionado y obsesivo de la apariencia de cada volumen, de la manera en que es presentado, y finalmente también, y no es por cierto el punto de menor importancia, de cómo ese libro puede ser vendido al más alto número de lectores.

Hace alrededor de 40 años, Claude Lévi-Strauss propuso considerar una de las actividades fundamentales del género humano —cabe aclarar, la elaboración de mitos— como una forma particular de *bricolage*; después de todo, los mitos están constituidos de elementos ya preparados, muchos de ellos derivados de otros mitos.

Llegados a este punto, sugiero sumisamente considerar también el arte de la edición como una forma de *bricolage*. Traten de imaginar una editorial como un único texto formado no sólo de la suma de todos los libros que ha publicado, sino también todos sus otros elementos constitutivos, como las portadas, las solapas, la publicidad, la cantidad de copias impresas o vendidas, o las diversas ediciones en las que el mismo texto ha sido presentado.

Imaginen una editorial de esta manera y se encontrarán inmersos en un paisaje muy singular, algo que podrían considerar una obra literaria en sí, perteneciente a un género específico, un género que se jacta de sus clásicos modernos, por ejemplo, los vastos dominios de Gallimard, que de las tenebrosas florestas y de los pantanos de la *Série noire* se extienden a los altiplanos de la *Pléiade*, pero incluyendo varias graciosas ciudades de provincia o asentamientos turísticos que a veces se parecen a los supremos Potëmkin de cartón levantados en este caso, no por la visita de Catalina, sino por una temporada de premios literarios. Y bien sabemos que cuando llega a expandirse de esta manera, una editorial puede asumir un cierto carácter imperial. Así, el nombre Gallimard suena hasta los limbos más remotos a donde se extiende la lengua francesa.

O en otra vertiente, podríamos encontrarnos a las vastas haciendas de la Insel Verlag, que da la impresión de haber pertenecido por mucho tiempo a un iluminado feudatario, que al final ha dejado sus propiedades a los más devotos y probados intendentes.

No quiero insistir más, pero ya ven que de este modo se podían concebir mapas muy detallados.

Considerando a las editoriales desde esta perspectiva, se mostrará quizá más claro uno de los puntos más misteriosos de nuestro oficio: ¿por qué un editor rechaza cierto libro? Porque se da cuenta de que publicarlo sería como introducir un personaje equivocado en una novela, una figura que arriesgaría con desequilibrar al conjunto o desvirtuarlo.

Un segundo punto concierne al dinero y las copias. Siguiendo esta línea se estará obligado a tomar en consideración la idea de que la capacidad de hacer leer o por lo menos comprar ciertos libros es un elemento esencial de la calidad de una editorial.

El mercado o la relación con este desconocido, oscuro ser que es llamado el público, es la primera ordalía del editor, en la acepción medieval del término. Una prueba de fuego que puede también convertir en humo considerables cantidades de billetes.

Por lo tanto se podría definir a la edición como un género literario híbrido multimediático, e híbrido sin duda lo es, en cuanto a que se mezcla con otros media se trata de un hecho ya obvio. No obstante, la edición como juego sigue siendo fundamentalmente ese mismo viejo juego que Aldo Manunzio practicaba, y un nuevo autor que se nos viene encima con un libro abstruso es para nosotros parecido al aún elusivo autor de la novela intitulada *Hypnerotomachia Poliphili*.

Hasta que este juego dure, estoy seguro de que siempre habrá alguien dispuesto a jugarlo con pasión, pero si un día las reglas tuvieran que cambiar radicalmente, como a veces estamos inducidos a temer, estoy seguro de que sabremos convertirnos a alguna otra actividad, y podremos también reencontrarnos en torno a una mesa de *roulette* o de *écarté* o de *black jack*.

Quisiera cerrar con una última pregunta y una última paradoja: ¿Hasta qué extremos se puede llevar el arte de la edición?

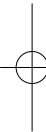
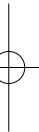
¿Es posible aún concebirla en circunstancias en que lleguen a faltar ciertas condiciones esenciales tuyas como el dinero y el mercado? La respuesta, sorprendentemente, es afirmativa. Al menos si observamos un ejemplo que nos ha llegado de Rusia. En plena Revolución de Octubre, en esos días que fueron, en las palabras de Aleksander Blok, “una mezcla de angustia, horror, penitencia, esperanza”, cuando las imprentas ya habían sido cerradas por tiempo indeterminado y la inflación hacía subir los precios de hora en hora, un grupo de escritores, entre los cuales un poeta como Chodasevich, un pensador como Berdjaev, además del novelista Michail Osorgin, que fue luego el cronista de esos eventos, pensaron bien en lanzarse a la empresa aparentemente insensata de abrir una Librería de los Escritores que permitiera a los libros, y sobre todo a ciertos libros, aún circular. Pronto la Librería de los Escritores se convirtió, en las palabras de Osorgin, en “la única librería en Moscú y en toda Rusia, en la que cualquier hijo de vecino podía adquirir un libro sin autorización”.

Lo que Osorgin y sus amigos hubieran querido crear era una pequeña editorial, pero las circunstancias lo hacían imposible, entonces usaron la librería como una suerte de doble de una editorial, ya no un lugar donde se producían libros nuevos, sino donde se trataba de dar hospitalidad y circulación a los libros numerosísimos, a veces preciosos, a veces comunes, con frecuencia dispares, pero como sea destinados a estar desperdigados, que el naufragio de la historia hacía arribar al mostrador de su negocio.

Importante era mantener con vida ciertos gestos, continuar tratando esos objetos rectangulares de papel, hojearlos, ordenarlos, hablar de ellos, leerlos en los intervalos entre una tarea y otra, en fin, pasarlos a otros.

Importante era constituir y mantener un orden, una forma, reducida a su definición mínima, irrenunciable, éste es justamente el arte de la edición. Y así fue practicado en Moscú, entre 1918 y 1922, en la Librería de los Escritores, que alcanzó el clímax de su noble historia cuando sus fundadores decidieron, visto que la edición tipográfica era

impracticable, iniciar la publicación de una serie de obras en un único ejemplar escrito a mano. El catálogo completo de estos libros literalmente únicos, se quedó en la casa de Osorgin en Moscú, y al final se perdió. Pero en su fantasmagoría queda como el modelo y la estrella polar para quien quiera que trate de ser editor en tiempos difíciles, y los tiempos siempre son difíciles.



Nuevos senderos

Fuentes de información para el acceso a derechos de edición

La utilidad de la feria virtual

Marifé Boix

La página web de la Feria de Frankfurt no sólo contiene información sobre la feria, sino que incluye algunos servicios muy interesantes y útiles para todos ustedes.

Hace unos cuatro años, se hablaba de la aventura de la gestión de derechos a través de internet. Este tema fue contemplado con mucho escepticismo por parte de los editores, pocas editoriales estaban de acuerdo en que ése sería el futuro, pero el sector en sí estaba de acuerdo en otra cosa. Ya entonces se aceptaba la red como servicio eficaz en lo referente a la comunicación, pero se calificaba como despersonalizada en cuanto a la cuestión de derechos.

El gran tema, por lo tanto, es la comunicación, pero ¿quiénes son los interlocutores y cómo se encuentran? El protagonista más importante es el agente literario: en general, es una persona o un grupo de personas que trabajan en una agencia, que conocen un país o varios países, donde se habla un mismo idioma, y que representa a autores y/o editoriales de estos países en su propio país. A veces también trabaja a la inversa, o sea, representa de su propio país editoriales en estos países que suele visitar.

Después, existe el *scout* literario, un intermediario que muchas veces suele ser traductor al mismo tiempo, y que trabaja por encargo de uno o varios editores buscando autores y títulos interesantes para sus respectivas casas editoriales, quienes primero le han encargado buscar estas cosas o que él sabe les pueden interesar.

Y luego existe el contacto directo entre las editoriales, entre editores y personas a cargo de derechos, dependiendo siempre de si se trata de

comprar o vender derechos. Junto a esta comunicación personal, insustituible por supuesto, la importancia de la red va creciendo paulatinamente como fuente de información.

En los últimos años, muchas editoriales han desarrollado su propia página web, con una sección de derechos en inglés. El objetivo es acelerar la comunicación: en el caso de estar en contacto con una persona interesada en algún título, se le puede enviar la dirección de la página web por correo electrónico y el interesado puede consultar de inmediato el catálogo de derechos, el material de prensa, etcétera, de la editorial correspondiente.

Pero para realizar esta búsqueda es necesario contar al menos con conocimientos sobre la editorial, el nombre de la editorial, el perfil o alguna persona que trabaje en ella, y si no se tiene esta información, desde mi punto de vista, es indispensable utilizar la red, y aquí en especial, la página web de Frankfurt. Esta página es una máquina de búsqueda dentro del ramo editorial.

Desde que en 1997 la Feria del Libro de Frankfurt incorporara su base de datos en la red, hasta la última edición celebrada en octubre, han pasado siete años de constante y prudente evolución. En 2004, 8.7 millones de usuarios ingresaron a la página. Ahí se puede encontrar información sobre el mundo editorial, así como sobre la Feria del Libro de Frankfurt.

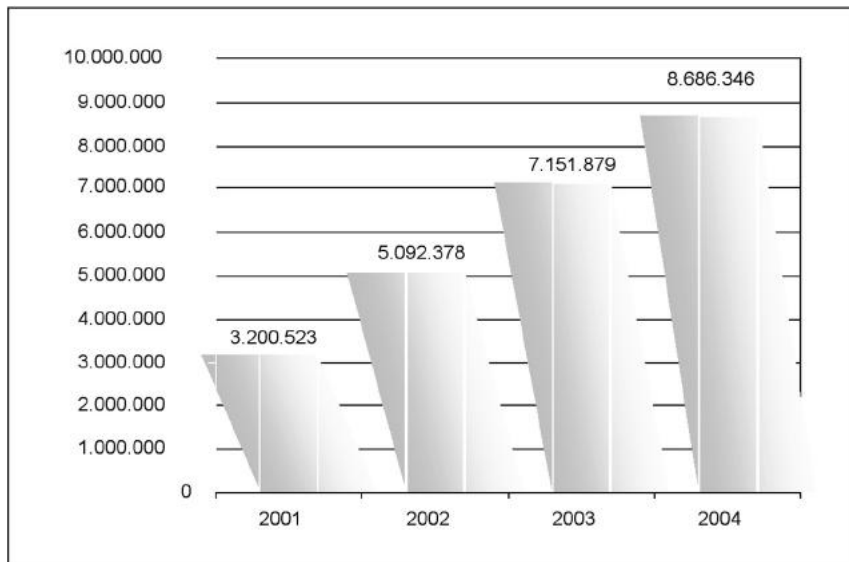


Imagen: www.book-fair.com: Page Views 2001-2004

En este contexto, quiero recomendar un boletín informativo mensual gratuito y que se puede abonar desde la misma página. Contiene información sobre el mundo editorial internacional y sobre novedades relacionadas con la Feria del Libro de Frankfurt.

El corazón de la página son los bancos de datos más grandes del sector.

Frankfurt online ofrece tres catálogos vinculados entre sí: el de los expositores de la feria, que también contiene empresas que no exponen; el *Quién es quién*, donde se encuentran las personas que trabajan en estas empresas, y el *Catálogo de derechos*.

Desde el principio, estos catálogos se crearon para que los expositores de la feria pudieran preparar su presencia en Frankfurt. Algunos de ustedes sabrán que la feria es enorme y sin preparar antes ese viaje, en cinco días nadie puede darse abasto con la cantidad de libros, *stands* e información. Por lo tanto es importante concretar citas antes de la feria y organizarse para luego realmente tener sus objetivos cumplidos.

A partir de 1997, como les dije antes, se digitalizaron estos catálogos, y se encuentran disponibles en internet, aproximadamente a partir de agosto de cada edición de la feria, que se celebra en octubre. De acuerdo con el *boom* de internet, pasamos a actualizar los datos cada día, a partir del 2000. Desde entonces existe este Frankfurt virtual durante los 365 días del año.

Las encuestas de la última feria nos muestran que nuestros objetivos se cumplen:

46 por ciento de los expositores de Frankfurt consulta el catálogo para organizar su viaje a la feria; de éstos, 31 por ciento lo utiliza durante todo el año. En el caso del *Quién es quién*, el *Frankfurt Who's who*, son 41 por ciento los que lo consultan antes de la feria; y de ellos, 26 por ciento lo hacen a lo largo del año. El *Catálogo de derechos* es consultado por 30 por ciento de los expositores; y de ellos, 21 por ciento lo visitan durante el año.

Nos parece estimulante que los profesionales utilicen estos catálogos con mayor asiduidad que los expositores mismos. Ellos sí tienen que prepararse, porque no están presentes en un *stand* a la espera de que pase alguien por allí. El catálogo de expositores es utilizado por 63 por ciento de los visitantes profesionales antes de la feria; de ellos, 20 por ciento lo consulta durante todo el año.

Estas cifras procedentes de encuestas nos confirman las cifras de las estadísticas: sabemos que un mes antes de la Feria de Londres, se dis-

para los accesos a la web. Pensamos que se debe a que la gente se prepara para esta feria a través de los catálogos de Frankfurt.

Las últimas cifras del *Quién es quién* confirman la importancia de conocer a la persona adecuada para entablar la comunicación. Los accesos han aumentado en comparación de septiembre del año pasado a éste, en 58 por ciento.

Les quiero especificar la búsqueda: en el *Frankfurt catalogue*, donde están registradas las empresas, se puede buscar, por ejemplo, por agencia: *agency*, *literary agency* y *literary scout*. En la actualidad contamos con 302 agencias, 223 agencias literarias y 31 *scouts* literarios.

La mayoría de estas empresas se encuentran en el Centro de agentes literarios, *The Literary Agents & Scouts Center*. El Centro de agentes literarios ha crecido en estos últimos cinco años, de unos aproximadamente tres mil metros cuadrados a casi cinco mil en la última edición de la feria.

Al Centro de agentes literarios en Frankfurt sólo tienen acceso los agentes y *scouts*—a diferencia del Centro de Londres y del de aquí en Guadalajara—, no la persona de derecho de las editoriales.

Adicionalmente se inauguró en la Feria de Frankfurt de 2004 un Centro de agentes para televisión y cine, donde se encuentran los espe-

The screenshot shows the Frankfurt Buchmesse website interface. The main header includes the logo and navigation links like Home, Deutsch, FAQ, Contact, Search, Imprint, and Sitemap. Below the header is a navigation bar with categories: Book Fair, eServices & Catalogues, International Activities, Trade Information, Press & PR, and Company. The main content area displays search results for '¡RING! ¡RING!' with details such as author (amo, montserrat del), language (Spanish), and publication date (1/2000). A 'Rights Information' section is also visible, along with a 'Login My Book Fair' sidebar.

FRANKFURTER BUCHMESSE eServices & Catalogues

Home | Deutsch | FAQ | Contact | Search | Imprint | Sitemap

Book Fair | eServices & Catalogues | International Activities | Trade Information | Press & PR | Company

Frankfurt Catalogue
Frankfurt Who's Who
Frankfurt Rights Catalogue
Search
Entry
Trade Visitors Directory
Booksellers Directory
Translators Directory
Press Directory
Exhibitors Press Boxes
Calendar of Events
Frankfurt Rights Exchange
eStand/eBusinessCar
PDA Download
Fair Tour Planner
Interactive Hall Plan
Price List
Sponsorships
My Book Fair

eServices & Catalogues / Frankfurt Rights Catalogue / Search / Detail Screen

¡RING! ¡RING! Rights Information

Originaltitle ¡RING! ¡RING!
Author amo, montserrat del
Language Spanish
Place / Date of Publication 1/2000
Subjects Children's Books (Age 1-7)
Product Book, 90 pages, 120 x 200mm, ISBN 84-239-7089-2

Two old sisters, Maria and Carmen, live together. They never open the door because they are afraid of thieves or dangerous people. However, one day a family of migrants knocks wrongly at the door. After moments of tension because they thought people with different color skin is no good, finally Maria and Carmen decided to open the door. Finally all they'll become friends and the sisters will understand that one of the best things in life is helping people.

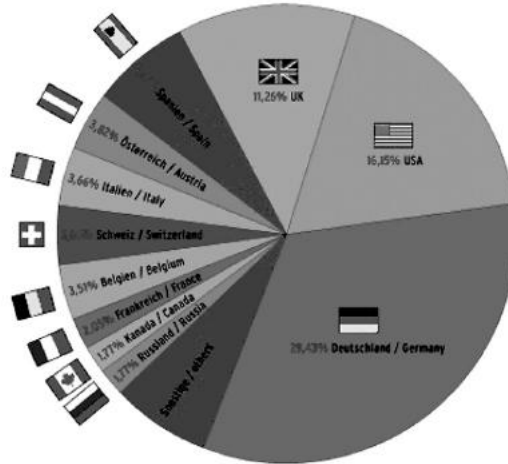
Rights Information

Contact Nuria Esteban
ediciones@espasa.es
Telefon: 34 / 91 / 3589669
Company Espasa Calpe, S.A.

Login My Book Fair
Registered exhibitors, booksellers, trade visitors, translators and journalists have access to their data here that can be updated all year round.
Login and Information

Imagen: Frankfurt Rights Catalogue - Título

TITEL 2003 IM FRANKFURT RIGHTS CATALOGUE NACH LÄNDERN:
TITLES IN THE FRANKFURT RIGHTS CATALOGUE 2003 BY COUNTRY:



cialistas como productores de películas, etcétera, para comprar derechos de novelas.

Volvamos a la página web: la búsqueda en los catálogos también puede realizarse por nombre de la editorial, por país o por materia. Lo más lógico, cuando no se conoce una editorial, es buscar por materia, por ejemplo, “viajes”, el resultado es de 782 empresas que se dedican al tema de viajes. Pinchando en el nombre de una de las editoriales, se recibe una página con información detallada de la empresa. Arriba en la página se encuentran los términos “Company”, “Who’s who” y “Rights”. Estos son los tres catálogos, las empresas, el *Quién es quién* y los derechos. Pulsando en estos términos entran a los otros catálogos.

Aparte de toda esta información, desde luego está la dirección de internet de la empresa, donde pueden entrar de manera directa y consultar si es de interés para ustedes.

Después de pinchar en el *Quién es quién* encuentran a las personas con su función dentro de la editorial, como el *rights manager*, el *managing director*, el *editor*, etcétera.

Pinchando en el nombre de la persona se obtienen los detalles como correo electrónico, teléfono, fax, y se la puede contactar directamente.

El *Frankfurt Rights Catalogue* contiene en este momento 19 mil títulos de 70 países y en 50 idiomas. El cuadro refleja que la mayoría de los títulos corresponden a Alemania (29,43 por ciento), seguida de Estados Unidos (16,15 por ciento), Inglaterra (11,26 por ciento) y, en cuarto lugar, España (6,19 por ciento).

El *top ten* de materias incluidas en este catálogo es ficción (7,452 títulos), ciencias (3,354 títulos), ciencias sociales (2,853 títulos), arte (2,624 títulos), educación (2,602 títulos), historia (2,549 títulos), economía (2,468 títulos), libros infantiles (2,393 títulos), medicina (2,140 títulos) y religión (1,853 títulos).

El *Frankfurt Rights Catalogue* funciona de la misma manera que los otros dos directorios. Para obtener información detallada se pincha en el título. La información contiene también la persona de contacto, que está a cargo de este título y que se puede contactar directamente.

De la misma manera en que figuran los expositores de la Feria del Libro de Frankfurt en estos catálogos, también pueden estar inscritas empresas que no tienen un *stand* en la feria. Esto incluye a las personas y los derechos. Actualmente trabajamos con la UNESCO, que patrocina la presencia digital de editoriales latinoamericanas, con lo cual los invito a participar.

RILVI: Un acercamiento al mercado del libro en Iberoamérica

Luis Fernando Sarmiento

Quisiera comenzar con unas reflexiones muy sencillas, porque cuando comenzamos a preparar este tema, aspirábamos a conseguir cifras, a investigar qué estaba pasando en el mercado internacional y cuál era sobre todo la participación de autores latinoamericanos o iberoamericanos en el ámbito internacional y en la propia entraña de negocios de derechos. La verdad disponemos de pocos datos sobre el tema, resulta difícil cuantificar la participación de los iberoamericanos o los latinoamericanos en el mercado pero, obvio, debe ser bastante marginal.

La participación de los latinoamericanos en cualquiera de los espacios en donde se negocian derechos es casi inexistente. Algunos latinoamericanos asisten y han tenido, digamos, un entrenamiento a costa de hacer muchos viajes y de una ingente inversión de recursos propios, para aprender un poco cómo funciona esta lógica del negocio de los derechos en las distintas plazas en donde se desarrollan estas actividades.

Yo hice un ejercicio, o mejor dicho, me encontré en estos días que estamos cerrando, un estudio en el Cerlalc sobre la industria editorial latinoamericana y veía unos cuadros sobre la producción editorial lati-

noamericana, y organicé la información por la relación que existe entre autores nacionales y autores de otros países en la producción de los países latinoamericanos. Y me encontré con una sorpresa, entre otras, que me deja lleno de reflexiones muy paradójicas, porque en una revisión en doce países distintos que tienen un funcionamiento más o menos bueno de sus agencias de ISBN, descubrí que el porcentaje de autores extranjeros en el volumen de la producción nacional es en realidad muy bajo, oscila entre el seis por ciento; algunas veces llega a diez por ciento y, en el mejor de los casos, a 18 por ciento del volumen de autores extranjeros que se producen en los países.

Esto hace que entre 81 y 99 por ciento de los autores que se producen en los países latinoamericanos sean locales, lo cual me provoca una serie de reflexiones, como digo, paradójicas, en relación con todas estas discusiones de la globalización y de si hay o no presencia y producción de autores locales, pues resulta que en América Latina prácticamente no hay, en ningún caso está por debajo de 80 por ciento de la producción de autores locales. Estos datos, desde el punto de vista del negocio de los derechos, habla con claridad sobre la escasa participación en la producción nacional y del interés que hay hacia autores de otros países.

El objetivo de mi presentación es bastante sencillo: mostrar a ustedes uno de los tantos instrumentos de información que existen para acercarse a comprender cuáles son y qué está pasando en el mundo editorial y, a diferencia de lo que Marifé hizo, éste se refiere en particular al ámbito iberoamericano.

Les voy a presentar el Repertorio Integrado de Libros en Venta en Iberoamérica.

Este instrumento, en principio, permite un acercamiento al mercado del libro en Iberoamérica; nos ayuda a comprender las características de la producción editorial en América Latina; permite acceder en forma directa a las editoriales, a través de las distintas fuentes de información, quiénes son los que tienen las obras de nuestro interés, insisto, en el ámbito iberoamericano.

Y aquí quisiera resaltar que cuando se miran las cifras sobre la circulación de los libros en América Latina éstas son deplorables, la producción también se queda en los mercados locales; tenemos un índice muy bajo de circulación de los libros y de las obras entre los países latinoamericanos; el conocimiento de la producción editorial entre los propios países iberoamericanos también resulta paupérrimo. Estoy seguro que buena parte de los mexicanos, y no por un asunto de falta de interés, tienen un escaso

conocimiento sobre qué está produciéndose en este momento en Paraguay o en Honduras, para hablar de una nación mucho más cercana.

De manera que este instrumento, para los editores interesados en la producción editorial iberoamericana, les permite comenzar a penetrar, a conocer y entender lo que ocurre con la producción editorial en América Latina. Le permite ver si un autor que le interesa a un editor ya ha sido traducido o si existen obras o quién las ha editado, o en dónde están, en qué territorio o países, en cuáles otros no, si hay oportunidad de negocio, incluso para hacer alianzas estratégicas o buscar fusionar o ampliar los mercados hacia otros sectores distintos.

¿Qué es el Repertorio Integrado de Libros en Venta? En esencia, un catálogo que pretende dar cuenta de la producción total en español y portugués de 20 países iberoamericanos; estamos en proceso de vincular Portugal, con lo cual tendríamos los 21 países iberoamericanos. Es una base de datos con más de un millón 300 mil registros o títulos de lo que se ha venido produciendo en estos años en América Latina.

Se puede acceder al Repertorio Integrado de Libros en Venta, el RILVI, a través de dos fuentes distintas: o bien a través de la página web del Cerlalc, o a través de un CD-ROM que hasta el momento ha sido distribuido de manera gratuita, pero eso dependerá de qué hablemos con el gobierno español, porque el disco se produce en cooperación con el Ministerio de Cultura de España.

Algunos antecedentes del repertorio: en 1982, el Cerlalc firmó un acuerdo con la agencia internacional de ISBN de Berlín, en el cual el Cerlalc se comprometía a promover entre los países latinoamericanos el uso del ISBN, y a partir de ahí hubo un intenso trabajo para crear las propias agencias que no existían en buena parte de los países latinoamericanos.

El Cerlalc se comprometió a dar una asistencia técnica permanente a las distintas agencias; desarrolló un software que permite y facilita la administración de las distintas agencias, y organiza y convoca reuniones periódicas entre ellas, de manera que se puedan coordinar proyectos entre los distintos países en esta materia, uno de cuyos productos es esta base de datos, el RILVI.

El objetivo básico y primordial del repertorio, en una primera instancia, era el de crear un mecanismo de información que facilitara la circulación de la producción editorial entre los propios países latinoamericanos e iberoamericanos. Se pretendía atender una constante exigencia de nuestros gobiernos, referente al tema de la libre circulación del libro entre los países latinoamericanos.

Deseo destacar que en la décima Cumbre Iberoamericana de jefes de Estado y de gobierno, realizada en Panamá, el RILVI fue declarado un programa “cumbre” también, de manera que se respondía a los jefes de Estado en esta ambición de trabajar en un proceso de integración cultural entre los países, con un instrumento de estas características.

El repertorio pretende responder a las necesidades de facilitar la administración y divulgación de la producción editorial; fomentar la libre circulación entre los países; ofrecer una herramienta de información fácil, ágil y sencilla de manejar para los agentes del libro, y permitir a nuestros 20 países, por un solo medio, hacer consultas con búsquedas a partir de temas como autor, título, materia, editorial, país, ciudad y fecha de publicación, idioma e ISBN, o hacer incluso búsquedas cruzadas.

Lo anterior, para las personas interesadas en conocer la producción editorial, les permite ubicar y organizar con facilidad información sobre la materia o el área específica de su interés. Les posibilita armar bloques determinados de información para el análisis de lo que el editor está buscando en términos de acercarse al material que le interesa. Permite, además, entrar en contacto con los propios editores que están produciendo los libros.

¿Cómo funciona? Para organizar el RILVI se firmó un convenio con las agencias de los 20 países en los que se autorizó la unificación de la base de datos, se acordó con las agencias una fecha de corte para la información; este repertorio se actualiza cada seis meses, que para el caso de los países latinoamericanos no es tan dramático, porque los niveles de producción en realidad no son tan elevados; el caso más difícil para el RILVI se presenta en la producción española, que en este momento se encuentra en alrededor de 70 mil títulos al año, con lo cual seis meses sí pueden afectar la comprensión de lo que ocurre en ese mercado, pero igual la base de datos del ISBN español también es accesible a través de internet, de manera que, para ese caso en particular, la cuestión se facilita.

Una vez acordadas estas fechas de corte, las agencias envían al Cerlalc las bases de datos, el Cerlalc las estandariza y las unifica en una sola, envía las bases compactas de América Latina a España, al Ministerio de Cultura, que produce el CD que sale a circulación y el Cerlalc, por su lado, sube la información a la página web.

En el caso de la página web, la consulta hay que hacerla por dos vías, porque por una parte están las bases de datos latinoamericanas unificadas y por la otra está la base de datos española, porque no se dio la

autorización desde España para hacer el cruce de la información en el caso de la página web. En el RILVI sí se pueden hacer los cruces completos de información de todo el resto de los países.

Ésta es la forma de acceder a la información, se puede buscar por título, por autor, por materia, por ISBN, por los ítems, por la serie, por la editorial, el país, la ciudad o el año de publicación.

Los reportes que da la consulta se muestran de distintas maneras posibles, y se pueden organizar ya sea por título o por ISBN, por autor o por editorial o por país, depende de los intereses de la persona que hace la consulta, de cómo se le facilita más ver la información.

Así se presenta el detalle de la información sobre los títulos, con los ítems correspondientes, los ítems básicos de la obra consultada; ahí se identifica el editor y uno puede acceder a la información sobre la editorial, para ubicarla con la información básica, incluso, como el ejemplo de Marifé, si la editorial cuenta con una página web o con correo electrónico o tiene fax o teléfonos, porque en América Latina esta situación es muy variable, según las editoriales han venido avanzando en los temas de página web y de correo electrónico, pues buena parte de las editoriales latinoamericanas todavía no cuentan con este servicio.

Como la información de las editoriales tiene variaciones permanentes, el Cerlalc ha venido desarrollando un proyecto paralelo, complementario al Repertorio de Libros en Venta, el Directorio de Editoriales, Distribuidoras y Librerías. Este directorio, muy especializado, ha identificado para el caso de las editoriales, las editoriales empresariales; es en realidad un directorio empresarial que se actualiza en forma permanente con distintos mecanismos, según los acuerdos con los países, y da cuenta sobre quiénes son los agentes que intervienen, como los agentes de la producción.

La información se puede acceder a través de material en PDF o de bases de datos; la intención de ofrecer esta doble posibilidad de acceso es que en el PDF se pueden enviar impresiones, hacer bloques de información y bajarlos, y a la vez imprimir de manera que se armen los directorios según los intereses de los editores que hacen la consulta para ubicar a sus interlocutores, en el caso que quieran acceder a determinadas obras.

En la base de datos se puede consultar por el nombre comercial, la razón social, la información de contacto, naturaleza jurídica, los sellos editoriales que manejan, las áreas temáticas, las líneas editoriales, si está o no afiliada a una gremial, con lo cual también se pueden hacer búsquedas indirectas, y el espacio geográfico de las editoriales, elemento

Luis Fernando Sarmiento

importante para la toma de decisiones sobre si uno se acerca o no a determinados agentes comerciales.

Y un dato simplemente estadístico, y con esto termino, Iberoamérica produjo, entre 2001 y 2003, en promedio, 132 mil títulos por año, de los cuales 43.6 por ciento son de España y 56.33 por ciento son de América Latina.

Negociación: los propietarios

Negociación de derechos: la perspectiva de los propietarios

Un negocio construido sobre la confianza

Anne-Solange Noble

Espero no decir cosas demasiado obvias, aunque nada resulta obvio en las relaciones entre editoriales. Quisiera primero insistir en que nuestro núcleo será el autor; luego hablaré del resultado y la manera como trabajamos. Voy a poner mucho énfasis en la confianza: la confianza entre editoriales, la confianza que ustedes deben tener con las vendedoras de derechos, y viceversa.

El núcleo es el *autor*, y me parece que todos nosotros demasiadas veces lo olvidamos. Claro, es cierto que un autor no logra mucho sin el apoyo de una editorial. Los “cementeros de manuscritos” están llenos de textos que nunca fueron publicados y, claro, la obra de un autor no va a existir si no está publicada. Pero nosotros, editores y editoriales, *no existimos sin nuestros autores* y es una cosa que nunca debemos olvidar.

Entonces, en la relación que se va a instituir entre editoriales nunca se debe olvidar esto, porque si no, vamos a hablar de intercambio entre dos editores, y que “yo te vendo”, “tú me compras”, etcétera, olvidando que sin el autor no vendemos o compramos nada.

Yo trabajo en una editorial que tiene la suerte de contar con total libertad. No pertenece a ningún grupo, existe desde hace más de noventa años y todavía es independiente, en manos de la familia Gallimard. Hay un señor Gallimard, nieto del fundador. Tengo en mi puesto una total libertad de decisión, a mí nunca me dice el jefe, el señor Gallimard, que sólo debo vender, por ejemplo, a países ricos que ofrecen anticipos altos o cosas por el estilo. *Sí* puedo vender a Vietnam o a los países bálticos, a veces por muy poco dinero.

Es una gran suerte poder promover libremente al autor en países muy diversos. Mi única presión consiste en promover al autor lo mejor posible.

A veces me preguntan: “Pero, ¿ustedes venden a otros ‘Gallimard’ extranjeros?” Pues no, primero porque de verdad no sé quién es el “Gallimard” extranjero, pero además porque podemos vender a grandes grupos, o a muy pequeñas editoriales. Depende: cada país, cada mercado, cada autor son diferentes; hasta para un mismo autor hay muchos títulos diferentes.

Yo me siento *intermediaria*. El autor que ha puesto su confianza en mí ha puesto su confianza en Gallimard para dos cosas. Primero, que Gallimard haga lo mejor dentro del mercado *francés*, que es el mercado del autor, que él conoce, en su idioma. Y segundo, promoverlo en *otros países* para que *otras editoriales* escogidas por Gallimard se hagan cargo, pues Gallimard no publica en Corea, ni publica en español o alemán.

El autor, ¿qué espera de mí?, que encuentre editoriales que hagan el mejor trabajo posible de promoción *en su propio país* y en traducción. Esto quiere decir que un mismo título puede ser vendido, por ejemplo, a una gran editorial alemana y a una pequeña editorial polaca (o viceversa).

Este enfoque quiero dar para la defensa del autor, quien ha puesto toda su *confianza* en mí, porque él no conoce los mercados extranjeros.

Entonces, ¿qué es lo que espera? No sólo que yo venda los derechos, y de la mejor manera posible, sino recibir ejemplares del libro, en traducción claro, que se *venda* este libro, que se *distribuya* y se *promocione*. Es decir, que el autor no se va a conformar con tener un libro en las manos y decir: “Ah, pues qué bonito, así se escribe en ruso”. Él espera que la editorial extranjera haga todo lo mejor para él.

Los mercados pueden ser muy diferentes. Desde luego si hubiera diez editoriales que luchan por tener un libro, menos mal para el autor, porque él podrá escoger, pues nosotros nunca escogemos a la editorial, al final, *sin el acuerdo escrito del autor*. Le vamos a decir: “Hay una editorial que hace tal oferta, éste es el perfil de la editorial y éste su catálogo, tal es el nombre del director editorial”, etcétera; y si hay tres editoriales que luchan por un libro, le vamos a dar al autor todos los elementos para escoger entre las tres.

Tampoco nos sentimos *obligados* para aceptar la oferta más alta desde el punto de vista financiero. Por supuesto si se trata de la mejor editorial y además ofrece más dinero, el autor estaría loco —y yo también— de no aceptarla. Pero a veces una oferta alta puede venir de una editorial que no tiene el catálogo adecuado para este tipo de libro, que no va a poder promocionarlo de la mejor manera posible. Una novela muy, muy literaria

tal vez no funcione bien con una editorial muy comercial; o una novela comercial con una editorial pequeña e intelectual, etcétera.

Por ejemplo, el autor y yo vamos a preferir a la editorial que dice: “Mira, mi mercado es éste y mi posibilidad de venta es ésta, esto es lo que voy a hacer con este libro, ésta es la tirada que yo veo para este mercado, más o menos el precio de venta, he escogido tal traductor”, etcétera. Todas esas cosas serán muy importantes.

La caricatura —exagerada como todas las caricaturas, sin embargo significativa— la tenemos en la editorial que dice: “Yo soy pequeño, pobre, lo voy a gastar todo en la traducción, no me pida demasiado dinero, no me pida liquidaciones anuales, sólo voy a hacer 900 ejemplares... pero quiero el mundo entero en exclusividad, y no me reclame que pague el dinero ahora”. Esta caricatura se encuentra muchas veces con editores que se quejan y dicen: “Pero ustedes son una gran editorial, nosotros somos pequeños”, olvidando al *autor*.

Porque el autor, insisto, ¿qué espera? Que el libro se publique, se traduzca con una buena traducción, que sea fiel, que haya promoción, publicidad, prensa, ventas, etcétera. Si hay promesas demasiado grandes, poco honradas, habrá una decepción del autor y una confianza quebrada. Y, por otro lado, la pequeña editorial, que dispone de medios modestos pero los aprovecha, que ofreció un anticipo coherente con su proyecto editorial, que contó con un buen traductor, que mandó los ejemplares justificativos, el anticipo, las liquidaciones anuales —sin que se le exijan tres veces—, que obtuvo en prensa artículos interesantes —y nos los mandó—, ahí sí que el autor tiene la impresión de que lo siguen, lo aman, lo tratan de promocionar lo mejor posible.

Todo esto creará una confianza sólida y la próxima vez que esta editorial haga una oferta para un libro se le dará mucha atención, porque la primera experiencia resultó positiva.

Para no hablar demasiado tiempo, quería decir que hay editores con bastante dinero para viajar sin dificultad, ir a Frankfurt, etcétera. Pero hay editoriales más modestas que cuentan con la ventaja de internet, con lo cual no les resulta tan difícil estar al corriente de lo que pasa; hay sitios web, se pueden mandar correos electrónicos... Si nosotros mandamos un catálogo de novedades —alguien que quiera estar en el *mailing list* que me lo diga— quisiéramos tener la certeza de que se le tomó en cuenta. Es decir, que de repente me manden un correo electrónico diciendo: “Página 3, hay un libro que me parece interesante”, y entonces le mandaremos un ejemplar de lectura.

Si supieran cuántos contratos hacemos con cuántas editoriales tan diferentes: con grandes grupos, pero también con pequeñas editoriales donde sólo hay tres personas. Entonces, yo creo que esta relación de confianza, de tener un proyecto coherente, de llevarlo a cabo y de dar la impresión de que uno *sí* va a hacer todo lo que puede para que el autor —el autor, siempre el autor... o sus herederos, si está muerto— tenga la impresión que se hizo lo máximo para la promoción del libro en traducción.

A veces se oye: “traducir es caro”. Pero yo les vendo un libro ya terminado, con horas y horas de trabajo editorial, ayudando al autor a llevar a cabo su proyecto, aconsejándole a reescribir el capítulo 16... En fin, todo este trabajo editorial también tiene su precio, *time is money*, dicen los estadounidenses.

Cuando ustedes compran un libro, cuando Gallimard compra libros extranjeros también, *sí* gastamos en la traducción pero *no* en el trabajo editorial de concebir el libro: somos todos iguales para esto. Vender y comprar no es exactamente la misma cosa. Cuando un libro es el libro original de una editorial o, al revés, cuando se compra el libro “hecho” que ya fue editado y publicado por una editorial extranjera, no es lo mismo y los gastos no son exactamente los mismos.

Tenemos al final el manuscrito de alguien —el autor— que lo escribió con su cerebro, con su corazón, con sus tripas, con su talento, con su escritura... y para su promoción todos debemos trabajar.

Sobre la necesidad de *rastrear* la vida del libro

Anne-Marie Vallat

Bueno, hablando después de Anne-Solange, voy a repetir algunas cosas, porque hay aspectos comunes. Y luego voy a pintar una situación quizá un poco menos idílica, menos poética, porque evidentemente está el autor en primer lugar, eso lo sabemos todos, y yo quería empezar por esto, diciendo que yo no me siento “propietario” de nada, sino que soy un intermediario.

Yo creo que la gente debe tener bien claro esto, que es intermedio entre dos partes interesadas en establecer una relación profesional, con el fin de dar a conocer una obra, la del autor, que es la materia prima para todos nosotros, mediante una negociación. Ésa es la parte más dura, porque yo quería tratar un poco la cuestión de la negociación. El vender

derechos tiene su parte bonita, de difusión de la cultura, de hacer llegar al máximo de lectores posibles la obra de un autor, pero no olvidemos que se trata de un negocio que requiere una remuneración.

Aunque sabemos todos que el máximo deseo de un autor es ser publicado en todos los idiomas posibles, también sabemos que las ediciones en otras lenguas exigen la intervención de profesionales que conozcan muy bien los mercados donde van a desarrollar su proyección. Es el papel de los responsables de derechos extranjeros en las editoriales, muy extendido en los países anglosajones, en Francia, como sabéis... y que comienzan a existir también en España, puesto que Cristina representa los derechos de Planeta. Y también es el papel de los agentes que ejercen como representantes de los propietarios y de los autores.

Es esencial conocer los catálogos de los editores a quienes vamos a proponer los libros y también es muy importante conocer las posibilidades de este mercado, para, llegado el momento de la negociación, adaptarla a la realidad de este mercado.

No son iguales las tiradas en Estados Unidos que en Francia o México, y tampoco es el mismo precio de venta en todos los países; por esta razón, tratamos de matizar la negociación en cada caso, dependiendo, por un lado, del libro que estamos vendiendo y facilitando y, por otro lado, que al comprador le salgan también las cuentas.

Quisiera insistir sobre la importancia de que una vez negociado el contrato, una vez publicado el libro, el editor comprador debe cumplir con el seguimiento de la vida de este libro, tal como se comprometió al firmar el contrato. Demasiadas veces todavía ocurre que no recibimos ni los justificativos de las ediciones ni los datos de publicación y ni siquiera los estados de venta al cabo de años. Los autores no pueden estar satisfechos cuando han estado tan ilusionados, como lo decía Anne-Solange, con sus ediciones extranjeras y no reciben ninguna noticia más sobre su libro, ni si se ha publicado ni qué tal se vendió.

Por suerte, esta situación va cambiando poco a poco porque existe un control más asiduo del propietario, gracias también a los programas informáticos, y al mismo tiempo, los editores van tomando conciencia de que es obligación contractual el informar de la publicación y enviar las regalías.

Hay que saber que el propietario, pendiente de los estados de ventas, los examina con atención y que la puntualidad del editor, al enviarlos, será un factor importante en el momento de cederle nuevos derechos.

Me gustaría tocar otro punto, con el que nos estamos encontrando con bastante frecuencia. Son las peticiones de universidades, organismos oficiales, instituciones, incluso pequeñas editoriales, que bajo el emblema de la cultura quieren adquirir derechos sin seguir las reglas básicas de cesión. Es decir, pagar un anticipo a cuenta de derechos y unos *royalties* posteriores. Se pagan si se cubre el anticipo, no se pagan si no se cubre el anticipo.

Esto no me parece justo, porque detrás de cada libro hay un autor que necesita vivir de su trabajo. Recuerdo al respecto una mesa que se organizó en el Salón del Libro de París hace dos o tres años, con editores mexicanos, quienes se quejaban de que las editoriales francesas, y en consecuencia los agentes, siempre piden mucho dinero. No sé realmente lo que quieren decir con mucho dinero, pero no tratándose de un libro que en su país de origen sea de gran venta, un gran éxito en ese momento, los cálculos son siempre los mismos y se basan en una tirada y en un precio de venta. En la mayoría de los casos, en un libro corriente se pide 50 por ciento de la primera tirada como anticipo, a cuenta, con un *royalty* de ocho por ciento. Incluso se pueden proponer tantos alzados, si se trata de tiradas muy cortas, para no complicar luego la vida del libro, la entrega de estados de venta, etcétera.

Hay que saber que el propietario siempre está dispuesto a negociar, a dar facilidades de pago, etcétera. Y no olvidemos las ayudas que también pueden disfrutar los editores. En el caso de Francia —bueno, yo hablo de Francia porque fundamentalmente represento editoriales francesas— existe, por una parte, la PAP, Participación a la Publicación, otorgada por el Ministerio de Asuntos Exteriores y a través de sus embajadas, y las ayudas a la traducción, otorgadas por el Ministerio de Cultura. Incluso ya se pueden conseguir las dos cosas últimamente, me parece.

Los propietarios tienen el mayor interés en que se publiquen las obras de sus autores, y en cuantos más países mejor, y siempre van a facilitar estas negociaciones, dentro del marco de un esfuerzo común. Es decir, que no sientan que sólo sea el esfuerzo de la parte del autor, en realidad, sino que también el editor, si quiere tener un catálogo, deberá tener también unos gastos.

El anticipo a cuenta de derechos representa una garantía de publicación. Todavía se ven casos de contratos que se cancelan al cabo de dos años, sin haber publicado el libro. Éste se quedó inmovilizado y el autor ha perdido todas las posibilidades de ser publicado en ese idioma. ¿Quién lo compensa?

La cuestión de los anticipos da siempre lugar a descripciones y “peleas”. Cuando negociamos un libro que ha tenido mucho éxito en su edición original, o con muchas expectativas de éxito, incluso en el país donde se vende, entendemos que no podemos calcular las condiciones del contrato sobre las ventas en el país de origen, esto sería una locura, pero sí se elevan las cantidades y los editores deben comprender que saldrán muchos competidores en un mismo país para ese mismo libro.

Lo fundamental es que la persona que va a negociar deje bastante claro desde el principio de qué forma lo hará, porque hay subastas, hay mejores ofertas, y luego, si no se deja muy claro al principio, empiezan los conflictos. Entonces, para evitarlos es mejor dejar muy claro cómo, qué tipo de negociación se va a realizar.

Por último, me llamó la atención que en las preguntas dirigidas a Alejandro Katz en el foro virtual realizado por la FIL y el CERLALC, se repitiera la petición de información sobre modelos de contratos, tanto para compra o cesión de derechos, incluso para representación con agencias literarias. Yo pienso que es un tema que podríamos abordar aquí, en apoyo de los editores y autores que no conocen bien aún el mecanismo de la contratación.

La edición como decisión del autor

Cristina Mora

Me voy a repetir un poco también, sobre todo con el trabajo de Anne-Solange. Pero la diferencia entre Gallimard y el Grupo Planeta es que dentro del Grupo Planeta existen varios sellos editoriales.

Yo empecé en el Grupo Planeta hace dos años y medio, para relanzar el departamento de venta de derechos al extranjero, casi inexistente. Se trataba de un departamento más bien de derechos de autor que gestionaba ventas si algún editor extranjero se interesaba por algún libro del grupo, se hacían los contratos y no había más. Desde que empecé yo intentamos promocionar a los autores de la casa que no tienen agente y también vender los derechos a todo el mundo.

Como se ha dicho antes, yo soy una intermediaria, el autor es el propietario y es quien en última instancia decide —cuando hay una oferta o cuando hay varias ofertas del mismo país— qué editorial quiere, cuál le gusta más. Nosotros también si hay varias editoriales en algún caso, en una oferta, le ponemos todos los detalles, le explicamos cada editorial

qué catálogo tiene, por qué creemos que puede ser la mejor opción. Igual le podemos dar un poco de ayuda diciendo: “Quizá esta editorial sería mejor que otra”, pero en definitiva es el autor quien decide.

Tengo mucha relación con los editores de cada sello, y hacemos una selección de los autores que creemos pueden funcionar mejor en el extranjero. Bueno, lo que hacemos básicamente es la promoción del autor, ya sea en las ferias, presentando los libros o durante todo el año haciendo envíos, *dossiers* de prensa, resúmenes de libros, a veces también traducimos capítulos al inglés, por ejemplo, para facilitar la primera lectura.

En estos dos años y medio el departamento ha empezado a funcionar bastante bien, estamos consiguiendo mucho trabajo. Nosotros, aunque somos un gran grupo, la empresa es familiar y entonces yo tampoco tengo ningún tipo de presión en vender ni a grandes editoriales ni conseguir grandes anticipos, lo que estamos intentando es dar a conocer los autores fuera y conseguir ofertas que sean interesantes para el autor.

Una oferta para nosotros representa no tanto el anticipo que puedan ofrecer en un principio, sino qué tipo de promoción van a hacer con el autor en el país, conseguir una buena traducción y, una vez publicado el libro, también hacer un seguimiento de éste, que no sea sólo publicarlo cuando por contrato toca y tenga una vida muy corta, si lo que se quiere es que el libro tenga una vida lo más larga posible.

Muchas veces, al principio me encontraba con una oferta de un país, sólo de una editorial, y esto resultaba más fácil. Ahora nos hemos ido perfilando mucho más, empezamos a tener, en algunos casos, ofertas de un país, de varias editoriales, por el mismo libro, entonces entramos un poco en lo que se viene a llamar subasta e intentamos no hacer subir mucho los anticipos, sino que se hagan ofertas, una escalada de *royalty* que nos parezca adecuada y luego, qué tipo de promoción, cómo van a cuidar el libro, etcétera. Una vez hecho esto, pasamos toda la información al autor y finalmente es el autor quien decide en qué editorial va a publicar.

También, como ha dicho Anne-Marie, se debe tener mucho en cuenta los países, porque no es lo mismo vender un libro en los Estados Unidos que vender un libro, por ejemplo, en Rumania. Hay que hacer bien los números y no se puede pedir un anticipo demasiado grande a un país como Rumania, por ejemplo, donde los libros son muy baratos —desde nuestro punto de vista, no para ellos. Entonces debemos tener en cuenta estas cosas.

Yo prefiero un anticipo bastante normal que a la larga se cubra, y el autor pueda después cobrar *royalties*, que creo es algo que al autor

también le hace mucha ilusión, porque es como ver que el libro sigue vivo y que se sigue vendiendo. No, por otro lado, cobrar un anticipo muy grande al principio y después nunca más se sabe nada, porque el anticipo ha sido tan importante que luego nunca llega a cubrirse.

Es verdad que en los últimos años ha mejorado mucho todo el tema contractual, es más fácil, se han mejorado las maneras de hacer un seguimiento de un libro cuando ya está publicado. Por ejemplo, hace unos años los contratos eran de diez, quince años, a la fecha de la publicación, y esto siempre hacía muy difícil seguir la duración del contrato, porque a la publicación del libro siempre es bastante difícil controlarlo. Ahora ya se empiezan a hacer, o ya se están haciendo, contratos a la fecha del contrato mismo.

Es verdad que como hay más tecnología informática, todo resulta mucho más fácil, se introducen los datos y todo tiene un seguimiento mucho más fácil. En vez de diez, quince años, ahora ya se hacen contratos de cinco, siete años, que pueden ser renovables después, pero también es una manera de acotar y tener la venta controlada.

También han mejorado un poco los *royalties*, se han subido un poco, depende del país, si antes empezaba por un siete, por un ocho por ciento, ahora muchas veces ya se empieza por un ocho, por un diez, y todo esto son cosas que con los años se han ido perfeccionando.

Yo creo también, como se ha dicho, que de hecho lo que hay es una confianza del autor, el autor nos cede a nosotros la gestión de sus derechos porque confía en nosotros y considera que podemos hacerlo bien, porque nosotros tenemos el conocimiento del mercado extranjero que él no tiene.

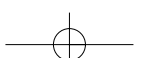
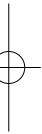
Entonces, nuestro trabajo consiste en buscar la editorial más adecuada para él y hacer un seguimiento y procurar que el autor nunca pierda la confianza en nosotros, o sea, una vez que se hace una venta damos seguimiento al libro para que el autor vea que en realidad —aunque él decidió en qué editorial iba a publicar— ha tomado una buena decisión y que publicando el libro en esa editorial está muy bien cuidado, y si todas las cosas van bien, va a publicar otra vez en esa editorial. Y bueno, es una relación de confianza sobre todo.

Una de nuestras obligaciones consiste en no ser duros, pero sí procurar —una vez firmado un contrato, con sus cláusulas de duración, plazos de publicación— que todo se cumpla. Si se establece un plazo de publicación a 18 meses, debemos vigilar su cumplimiento. Si ponemos una cláusula de que el autor quiere ver la cubierta, tratemos de estar aten-

tos para que el editor no se despiste y publique el libro sin que hayamos visto la cubierta. Si se pide revisar la traducción, también.

Todo esto hace que el autor se sienta muy apoyado por nosotros, continúe con nuestra confianza, y que cada vez que le proponamos algo, se fiará de lo que le estemos diciendo, porque verá que las cosas funcionan bien, tan bien como podrían funcionar en el país de origen, donde las cosas parecen más fáciles porque hay más cercanía.

En el fondo las tres expositoras, aunque desde diferentes lugares y desde diferentes puntos de vista, somos intermediarias, y pretendemos dar a conocer a los autores de otros países y promoverlos más allá de nuestras fronteras, buscando siempre que los autores estén contentos.



Negociación: los editores

Negociación de derechos: el punto de vista de los editores

Sobre la negociación de los derechos de autor

Carmen Corral

Mi intervención está pensada para un público que viene a aprender, a compartir un poco nuestra experiencia, y para quienes les resulte bastante conocido, podemos hablar de otras cosas en otro momento y me encantaría seguir aprendiendo.

Supongo que aquí también hay bastantes abogados, o al menos ayer me dijeron que era probable que los hubiese, y a ellos les voy a pedir una complicidad especial, porque quiero, sobre todo, destacar la importancia de las legislaciones y de los contratos. Es decir, si se negocia, se negocia porque estamos en un negocio, tan básico como la compra-venta existente en todas las legislaciones y en operación desde el derecho romano. Entonces, los abogados percibirán que estoy apuntando a mucho más, pero quienes no participan en una práctica legal, al menos en dos situaciones pensarán cuando encuentren un nuevo contrato. Incluso, quienes llevan mucho tiempo haciendo contratos, verán que a veces algo se nos escapa.

Tusquets Editores, donde desarrollo este trabajo, es muy conocida por la mayoría de los presentes, porque tiene una filial en México y porque sus autores son de renombre. Es una editorial independiente, y en el Departamento de Derechos se nota esa característica, porque se compran y se venden derechos. Es una situación que ahora resulta habitual en muchas otras editoriales, pero en los inicios, con Beatriz de Moura, quien hoy nos acompaña, no era tan habitual que un editor asumiese ese papel de intermediario mencionado en la intervención anterior, para mover a los autores y para erigirse en voz de esos autores, en otros ámbitos en los que los autores no están y a veces es mejor que no estén, porque pueden ser espacios muy duros, donde los tér-

minos son sólo económicos y el amor a la literatura parece quedar puertas afuera.

Ahora voy a empezar con las tres ideas básicas de las que quiero hablar. La primera, contextualizar en qué consisten los derechos de autor. Hay algo que a lo mejor no lo sabe todo el mundo, que los derechos de autor forman parte de los derechos humanos. Por tanto, están recogidos en casi todas las constituciones, en la *Declaración de los Derechos Humanos*. Entonces, uno se pregunta —y ahora me sale la parte filósofa que tengo por formación—: ¿los derechos humanos son negociables? ¿No nos han vendido siempre que los derechos humanos, y por tanto, también los derechos de autor, son un logro, algo que hemos conseguido? ¿Hemos llegado al 2000 y ahora los derechos son materia de negociación, de términos económicos, de anticipos? Pues parece que sí.

Pero hay algo de esa calificación de derechos humanos que no se debe perder. Anne-Solange, en la intervención anterior, hablaba de confianza; yo me atrevería a hablar de responsabilidad. Los editores, los agentes, en tanto que intermediarios o titulares de derechos, en muchos casos somos responsables. Esa responsabilidad tiene mucho que ver con el respeto a todas las partes, al autor, a quien estamos representando, o al autor que nos interesa incluir en el catálogo, pero también tiene que ver con el respeto a la persona con la que estamos negociando. Éste me parece, es el punto de partida básico.

Luego, hay un tema para mí importante, el segundo aspecto que me gustaría dejar claro: una vez definido qué entendemos por derechos de autor —derechos patrimoniales y a la vez morales— y que hemos decidido, con el paso del tiempo, que son objeto de negociación, cabría definir qué se entiende por negociación porque, creo, usamos esta palabra con mucha facilidad.

Tenemos una disciplina, proveniente del terreno económico y del empresarial, empleada también en el ámbito legislativo, donde la negociación se define como “teoría de juegos”. De seguro alguno de los presentes ha oído hablar al respecto. La teoría de juegos se basa en algo tan sencillo como el juego de cartas: hay dos jugadores, hay una mesa de negociación. Todas las negociaciones, absolutamente todas, pueden reducirse a un modelo de la teoría de juegos.

Negociaciones hay muchas. Dos básicas: una, la negociación de “puro conflicto”, cuando ya de entrada las dos partes saben lo siguiente: “Si tú ganas, yo pierdo; y si tú pierdes, yo gano”. Ésta se da en el mundo de la negociación de los derechos de autor. Todos hemos vivido, estoy

segura; la siguiente situación: llegamos a hacer ofertas, a plantear anticipos, sabiendo que tenemos todas las de perder, por muchos casos. Aquí sabemos que, de alguna manera, ya salimos con la carrera perdida.

La otra negociación, la clásica, es la de “cooperación” para intentar alcanzar un objetivo. En ésta existen muchas estrategias. No voy a descubrir nada, ni voy a decir cosas que no sepamos todos, sólo pretendo enfatizar que a veces va bien saber que ciertas prácticas ya están inventadas o ya se han categorizado, ya tienen una etiqueta.

Cuando hablamos de negociación por cooperación encontramos muchas estrategias, como la del compromiso, que de entrada voy a decir es la más interesante; tanto a quien vende derechos como a quien los compra le interesa llegar a buen término, cerrar esa cooperación, adquirir un compromiso, el cual luego se plasma en un contrato.

Pero aparecen muchas otras cosas, como la técnica del anclaje, que consiste en encerrar al otro para obligarlo a cooperar. Hay otras estrategias, otras técnicas, como puede ser la promesa. Podríamos pensar: ¿qué es la promesa y qué es el compromiso? Son dos cosas absolutamente diferentes. Anne-Solange, en su intervención final, durante las preguntas, habló de la carta de motivaciones; ésa es una promesa, diferente al compromiso, porque éste implica que queda recogido por escrito y la otra parte conocerá a lo que nos comprometemos todos.

Pero también hay otras técnicas, como dejar la negociación. Llega un momento en que la única manera de seguir cooperando es retirándonos, por ambas partes. Hay otras, como la amenaza, el aviso... pero lo estoy llevando al terreno de los derechos. Sin embargo, en la vida cotidiana, en el ámbito familiar, en el de los amigos, funcionamos siempre con estas estrategias. Debemos ser conscientes de cuáles estamos usando y saber reconocer cuáles está usando la otra parte, como cuando jugamos al póquer o a los dados. Todo consiste en llevarlo al terreno de la negociación.

Si hablamos de que la negociación de derechos de autor debe ser de cooperación y de compromiso, en tanto que esa responsabilidad a la que aludí antes está ahí, está por parte de los editores, de los agentes y del autor, creo que lo importante es pensar cuáles serían las estrategias de negociación para llegar a ese compromiso responsable.

Creo, y a lo mejor soy utópica, que negociar no consiste en pelearse, ni regatear, ni enfadarse... No, negociar es tener muy claro que se quiere conseguir una cosa, en este caso, los derechos de un libro que hemos leído y nos interesa para el catálogo. Pero también negociar, en el caso

de editores, es vender los derechos, intentar que ese libro en que confiamos pueda encajar en el catálogo de un editor que nos parece interesante.

¿Qué es lo primero que hay que saber o tener en mente una vez que se entra en este juego del compromiso y de la cooperación? Pues lo primero, y lo planteaba Ana, es conocer la legislación, no sólo la del país, sino la internacional. Esto, a mí personalmente, es algo que me preocupa porque somos responsables de ese autor que, por definición, no tiene por qué saber de leyes. No, un autor escribe, crea, transmite sus conocimientos, sus percepciones; pero sí, quienes somos responsables debemos saber en dónde nos estamos metiendo, porque el terreno no es que sea peligroso, porque ningún terreno es peligroso cuando se conoce, cuando uno sabe por dónde tiene que ir.

Casi siempre en el terreno de los derechos de autor se habla de las leyes de propiedad intelectual que puede haber en cada país. Pero por encima de la propiedad intelectual existen los códigos civiles que rigen y que están donde la ley de propiedad intelectual no llega. Además, por encima de los códigos civiles están las leyes internacionales, que son absolutamente diferentes en Estados Unidos, con una trayectoria jurisprudencial que no tiene nada que ver con la mexicana o con la europea. Con todo eso, aunque no seamos especialistas, debemos saber dónde estamos entrando.

Por ejemplo, hay un tema que considero importante. Yo he visto contratos —y no creo ser la única, muchísima gente de aquí los habrá visto— con Estados Unidos en los cuales los editores firmamos alegremente que nos responsabilizamos ante reclamaciones que puedan hacer terceros. En el caso de Estados Unidos, donde todo funciona por jurisprudencia y donde cualquiera puede sentirse capaz de reclamar ofensas o puede sentirse aludido incluso por la temática de una novela, no sé si podemos tan alegremente firmar esos contratos. Como mínimo, eso también es negociable. Y no sólo los anticipos o los *royalties*, sino que esa cláusula de verdad interesa sacarla o modificarla, de alguna manera. Porque somos responsables de las reclamaciones que puedan hacernos.

A lo mejor en el contrato ponen un anticipo, y hablo tanto de venta como de compras, porque tampoco hay mucha diferencia en el plano legal, y éste puede derivar en reclamaciones muy perjudiciales.

Aquí hay gente que sabe que en Francia o en España, por ejemplo, ha habido problemas que han podido afectar la imagen de un autor o de una autora por cuestiones legales. Debemos ser conscientes de que nosotros estamos velando, protegiendo, defendiendo los derechos del autor.

Creo que en esa negociación, en la que nosotros —cuando digo nosotros me refiero al que vende, al que compra, a los que están ahí, jugando a las cartas— debemos ser conscientes de que es “un” nosotros que nos obliga a dejar de lado ciertos complejos de inferioridad para poder abordar temas importantes a la hora de plantear la oferta.

Todo el mundo dice que ahora los anticipos se dan de otra manera. Una oferta no se hace sólo en términos de anticipos, económicos, de escala de *royalties*, sino que es una oferta de confianza, de responsabilidad, de compromiso que pasa por muchos aspectos que se han mencionado antes, como la calidad de una traducción, la promoción que se puede hacer, el trato personal que se puede brindar al autor, la confianza, todo eso está presente a la hora de realizar la oferta, pero no sólo de cara afuera, sino también de cara adentro.

Los editores —y aquí tengo compañeros de la editorial que no ignoran su importancia— deben tener en cuenta, a la hora de formular la oferta, los costes internos. No debe plantearse una situación tan idílica y pensar: “Me gusta este libro, lo quiero como sea”. Debemos considerar las implicaciones tanto para el departamento de producción como para el de contabilidad. Es decir, toda una serie de factores que, a la hora de plantear la oferta, se deben tener en cuenta, porque sería muy fácil pillarse las manos y que al final los compañeros de trabajo pensasen que no pueden cobrar a final de mes, porque ha comprado un libro que le gustaba mucho. Estoy ridiculizándolo, pero lo hago para tener en cuenta desde dónde se hace la oferta.

Ese nosotros negociador, ese nosotros que al final sobre la mesa sitúa esa oferta en términos económicos, pero no sólo en términos económicos, adquiere compromisos que se formalizan, y aquí, considero, concluye la parte más importante de la negociación de derechos: en el contrato.

Un consejo personal, no sólo para los derechos de autor. Y si hay abogados, sé que van a decir lo mismo: un contrato cuanto más largo, cuanto más extenso, cuanto más rollo sea, mejor, siempre. Un contrato escueto es lo peor que pueden firmar un editor y un autor, porque todo lo que no esté en el contrato se somete a la interpretación y eso resulta peligroso, muy peligroso. Lo mejor sería un contrato largo entre ambas partes, incluido el autor. Si el autor quiere revisar la traducción, como se dijo antes, si quiere revisar la portada, que lo diga; es mejor adquirir compromisos que luego crear malos entendidos.

Por eso soy una gran defensora de los contratos largos, igual que cuando compramos una casa o decidimos hacer reformas al baño. A nadie

se le ocurre encargar unas reformas al baño simplemente diciendo: “Mire, refórmeme el baño, me lo entrega tal día y yo le voy a pagar tanto, y me comprometo a equis cosas”. ¿Verdad que eso no lo hacemos en nuestra vida diaria? Pues si yo tengo que reformar el baño voy a pedir tal calidad de azulejos, tales plazos, tal manera de decorar; pues todo eso que en la vida diaria hacemos, ¿por qué no lo llevamos también al terreno de los derechos de autor, al terreno editorial? No es tan complicado, sólo se trata de aplicar un poco el sentido común y de ser conscientes y de, incluso, tener una cierta mentalidad fría para no dejarnos llevar por la emoción, por la utopía que pueda despertarnos un libro que nos ha gustado mucho. Estamos hablando de cosas serias y quiero que eso quede muy presente.

Ahora me referiré a un tema que he discutido un poco con gente del mundo editorial, y sobre el que jamás se había reparado. Voy a ridiculizarlo un poco, porque en ocasiones aparece dentro de los contratos.

En todos los contratos hay una cláusula final donde los editores, los autores, cualquiera que lo firme, expresa cuál es el fuero al que se somete. Casi todo el mundo renuncia al fuero propio. Tusquets Editores, Gallimard, quien sea, vende los derechos de traducción a Hong Kong, y firma un contrato en el que renuncia a su propio fuero y se somete al de Hong Kong. Recibe un anticipo, porque está muy contento, porque además es maravilloso poder publicar en Hong Kong, todos saltamos de alegría. Se recibe un anticipo de 500 dólares, pero da lo mismo el anticipo, da lo mismo la escala de *royalties*, es genial poder vender un autor en Hong Kong.

Y hay problemas. Porque hay problemas, no nos engañemos, en el mundo de la edición hay problemas, estamos hablando de un territorio mercantil, como va a decir Ofelia, nos movemos en un terreno en el que todos nos queremos mucho, somos muy amigos, pero hay problemas con la distribución, ha salido una edición pirata y un montón de cosas, eso lo sabemos todos.

Bueno, pues ese editor, voy a decir Tusquets Editores y nadie se va a enfadar conmigo, está muy contento porque ha firmado, y resulta que debe viajar a Hong Kong o buscar en ese país un representante. Los 500 dólares no le alcanzan para nada, ni para las tres llamadas de teléfono que tenga que hacer. Parece una tontería, pero está ahí, en todos los contratos que se elaboran, en todos.

No me voy a alargar más, creo que estas tres pinceladas, no de una defensa exacerbada de lo que significa firmar contratos, nos orientan para tomar conciencia de lo que hacemos y que, a veces, nos obligan a dejar las ilusiones y ser un poco más responsables.

Tenemos la última estrategia, para mí la mejor, la que por experiencia personal pero también ajena, debe estar siempre ahí: el sentido del humor. En España se dice aquello de “a mal tiempo, buena cara” y aun cuando las cosas vayan mal, en cualquier negociación —porque si van bien todos estamos muy felices— lo mejor es mantener el sentido del humor, entre otras cosas porque tampoco somos tantos, todos nos hemos encontrado otra vez, y porque una de las maneras de demostrar la confianza es ese sentido del humor. El término no es exacto porque la filosofía es otra cosa, pero tomarnos las cosas con filosofía y con una cierta capacidad de situarlas en su contexto.

El riesgo de distorsionar el tema del anticipo

Ofelia Grande

Quiero hacer más un poco las palabras de Carmen al principio de su ponencia. Esta puede ser útil para aquellas personas que estén montando su propia editorial o que estén empezando en este negocio, y es a ellas a quienes en este momento quiero dirigirme, personas que estén, a lo mejor, en una situación similar a la mía y que pudieran tropezarse con los casos que yo me he ido encontrando, en los dos o tres últimos años.

Han sido muy interesantes las ponencias que hemos escuchado, he tomado algunas notas que luego pasaré a comentar, aspectos que muchas veces no tenemos en cuenta y con los que estoy de acuerdo sólo en parte. En cualquier caso, no me gustaría que esto se plantease como una guerra entre agentes, entre propietarios y editores, a ver quién saca más de quién, que a veces parece que nos estamos metiendo en esa dinámica, sino que se plantee como una colaboración en la que cada parte ofrece al otro justo lo que necesita.

Sabemos que la edición tiene una parte mercantil, por fortuna no mayoritariamente mercantil, y ningún editor debe olvidar esto.

Una editorial, además de otras muchísimas cosas —por suerte en su mayor parte incluye otras muchísimas cosas—, es un negocio y también debería ser un negocio. Vamos a entrar en esta parte mercantil.

Hay un viejo dicho que dice: “Un negocio no es negocio si no es negocio para una de las partes del negocio”. De una relación de negociación de derechos las dos partes deben salir contentas. Se hablaba antes de las técnicas de negociación con estrategia y, me parece, son

las únicas que funcionan en relación con la negociación de derechos de autor.

Por supuesto, el autor quiere ver reconocido el valor de su obra por parte del editor. Eso es innegable. Todos comprendemos que un autor que lleva dos, tres, cinco, diez, veinte años trabajando en una obra, le puedan resultar tristes, incluso deprimentes, muchos de los anticipos que se le ofrecen, pero no olvidemos, por favor, la otra parte.

El autor también tiene que ver recompensado su esfuerzo, el cual, en todos los casos, es una apuesta que muchísimas veces se hace con los ojos cerrados. No es lo mismo cuando ofreces por un autor que ya conoces, que ya vende, que tiene prestigio, que cuando lo haces por una primera novela, por una segunda novela, por un autor que nunca ha sido publicado en España, por un autor absolutamente desconocido.

Todos lo tenemos en cuenta y en la otra parte también lo deben tener en cuenta. Son muchos los casos en los que te encuentras con una primera novela de un autor de 22 años, que tiene una novela fantástica o al menos suficientemente buena o que te ha gustado como para decidir apostar por ella. En este caso considero que el autor sí puede reclamar unos ciertos derechos económicos, pero debería colaborar con el editor, que está haciendo una apuesta por él, y sería muy buena para todos esa colaboración, porque ya llegará el momento, si ese autor triunfa, si adquiere prestigio, si además se convierte en un *best seller*, ya llegará el tiempo en que disfrutará los beneficios económicos, pero en una primera fase las cosas deben ir un poquito más tranquilas, porque el editor también tiene que ver recompensado su esfuerzo económico y su apuesta.

Aquí entramos en el espinoso tema del que venimos hablando, el de los anticipos. Explicaba muy bien Anne-Marie Vallat que anticipo, como su propio nombre indica, es una cantidad que el editor adelanta al autor, en teoría a cuenta de unos potenciales beneficios, con lo cual el pago al autor no es el anticipo, el pago al autor es el *royalty*, el anticipo es una cantidad que se le adelanta.

Si yo fuera un autor que confiara muchísimo en mi obra, y fuera un autor novel, y no hubiese sido publicado, a lo mejor intentaría pelear por un *royalty* más alto que por un anticipo más alto, porque el *royalty* es lo que en realidad al final va a consistir en el pago del autor. El autor no puede decir: "Me han pagado por mi novela mil o diez mil dólares". El pago no es el anticipo, el pago es lo que después de tres, cuatro, cinco, diez, veinte años de publicación de su novela, él ha conseguido como *royalties*.

El problema radica en que hay muchos autores —supongo yo que es por esto— que no confían demasiado en sus obras, entonces quieren decir: “Bueno, yo en un primer momento me llevo esto y después, Dios dirá. Si esto no se vende, el editor carga con el riesgo de todo y yo me lavo las manos”.

Si seguimos estrictamente esta premisa, de la que hablaba Anne-Marie, y sacamos la calculadora —siempre, en cualquier operación mercantil, hay que tener una calculadora en la mano— y decimos: “Un libro, ¿qué precio le ponemos?” No olvidemos —ésta es una de las cosas de las que me gustaría hablar—, el *royalty* bajo en el primer tramo, o sea, en los primeros dos o tres mil ejemplares, evidentemente ayuda a pagar la traducción, pero tiene que ayudar a pagar otras cosas. A la primera edición se le están cargando todos los costes del libro, de correcciones, de la traducción, diseño, maquetación, composición, filmación, fotomecánica... todo esto incide en el precio de venta al público, con lo cual no se trata sólo de la traducción y por eso los editores reclamamos un *royalty* más bajo en el primer tramo, no sólo en el caso de que haya traducciones, porque hay un montón de costes que, una vez hechas las reediciones, ya no los tienes.

Pongamos, por ejemplo, un caso como el nuestro, el de Siruela, con primeras tiradas medias de tres o cuatro mil ejemplares. Después de aplicados todos los costes de producción, de traducción, etcétera, nos sale una cantidad determinada, y al final me dice el precio de venta al público recomendado para el libro, y sobre eso voy matizando un poco.

En cualquier caso, un libro del que vamos a hacer tres mil ejemplares y queremos vender a quince euros; tres mil por quince, esto es igual a 45 mil euros; a estos 45 mil euros le aplicamos el diez por ciento; serían cuatro mil 500. De tal cantidad los agentes nos recomiendan pagar la mitad, que serían dos mil 250, suponiendo que fuera diez por ciento en el primer tramo; si vemos que es ocho por ciento, estaríamos presentando una oferta para este libro de unos mil 500, mil 700 euros. Hay casos, evidentemente, en que te los admiten, pero, ¿cuáles son los casos? Son aquellos en que el propietario, en tanto sea un director de *foreign rights* de una editorial extranjera, como un agente, tienen ese libro, ahí en la agencia, nadie ha presentado ninguna oferta por ellos y, entonces, es lógico que te lo den así.

Pero entramos en el tema de las subastas y es comprensible; no pretendo criticar el tema de las subastas, no es lo mismo cuando tú tienes una cosa en tu casa y llevas diez años sin venderla, y alguien te la viene a com-

prar, casi la vendes por el mínimo de dinero que te dé un cierto margen; si de repente vienen diez señores a la puerta de tu casa, a llamar para comprar lo mismo...

Supongo que es difícil para el agente, para el director de *foreign rights* de la editorial extranjera, para el propio autor, atenerse a esa utópica y estricta forma de ver las cosas, y ver que esto es lo justo, lo recomendable. Yo misma, si fuera autora y alguien me ofreciera 300 mil dólares por un libro, no creo que los fuera a rechazar, siempre y cuando las otras condiciones también fueran buenas.

En cualquier caso, ¿cuándo se distorsiona este tema sobre cuál es la cantidad del anticipo? Ocurre en dos momentos, eso es lo que acabo de decir, uno que es subsanable, cuando tanto el propietario de los derechos, véanlo como propietario, agente, autor o lo que sea, por no hacerlo muy largo, cuando el propietario de los derechos considera que la cantidad ofrecida como anticipo es poco porque, en general, por principio, siempre les parece poco o siempre hay que decir que parece poco, comprensible también, pero no tiene otra oferta, al final, por supuesto, llegamos a esta negociación.

Cuando entran en juego más de un editor en competencia por el mismo título pueden ocurrir cosas un poco extrañas, aunque muchas veces la culpa es nuestra, de los propios editores. Hay casos —aunque entre las pequeñas editoriales no ocurre con frecuencia— en los grandes grupos en que dos o tres sellos editoriales del mismo grupo editorial están pujando por el mismo libro. Estas son cosas que vemos todos los días.

Bueno, para no hacerlo muy largo, quiero ir a otro punto, que considero también importante, porque como decía Carmen antes, poniendo el ejemplo de Tusquets vendiendo en Hong Kong un libro por 500 euros, a veces nos pasa, sobre todo cuando nos entusiasamos con un libro, cuando de verdad queremos tener este libro y lo conseguimos, no miramos más allá en el contrato y no sabemos qué estamos adquiriendo, a veces decimos: “Lo tenemos, lo tenemos” y nos parece suficiente, pero no hemos negociado correctamente otras muchas partes del contrato, también importantes.

Entonces, uno de verdad tiene que ser muy consciente y no dejarse llevar por el entusiasmo y por la emoción de haber conseguido un autor o una novela que te gusta mucho, y ser muy frío, en algunos casos, antes de cerrar un contrato, y no nos dé apuro un contrato ya enviado por el agente o por el propietario, decirle: “Un momento, no hemos hablado de

qué va a pasar con los derechos de una edición de bolsillo, con la prepublicación, con la pospublicación y muchísimas cosas más”.

Digo, esto no me va a volver a pasar, si no tengo la edición de bolsillo sabré que así es, por lo menos, y no me encontraré en esa ridícula situación de negociar algo que no tengo, y en ese caso concreto me dejé llevar por la inexperiencia, pero ante todo por el entusiasmo de ver cerrado un negocio por un libro que me agrada y por un autor que quería tener bajo cualquier concepto y se me olvidó pensar en todo lo que venía después.

Quisiera terminar mi ponencia con tres peticiones a los agentes y a los propietarios, sobre las cuales me gustaría que reflexionaran. Nosotros haremos nuestro propio análisis sobre lo que hemos oído en las primeras ponencias, pero hay varios puntos que considero importantes y, a la vez, muy sencillos.

Uno: ¿qué pasa con la renovación por el paso del tiempo, de obras que no han cubierto el anticipo inicial? Es decir, tú tienes un libro que te gusta, lo contratas, pagas un anticipo determinado, haces una primera tirada, se vende regular, no cubres el anticipo por el motivo que sea, has pagado más de lo que hubieras debido —lo cual ocurre con frecuencia—, pasan los cinco, seis, siete años, el contrato caduca y tú, si quieres volver a hacer una edición de ese libro, tienes que volver a contratarlo aun sabiendo que teóricamente ese libro te debe equis cantidad de dinero del anticipo no cubierto.

Hay agentes que jamás toman en cuenta lo anterior y les da igual, y si quieres volver a tener ese libro debes pagar otro anticipo y renegociar los *royalties*. Sin embargo, los propietarios no lo piensan en demasiadas ocasiones pese a ser un punto a tener en cuenta, por lo menos para hablarlo. ¿Qué pasa cuando tú has pagado un anticipo desproporcionado? ¿Sería posible descontar de la parte del nuevo anticipo la parte del anterior que queda sin pagar? En fin, son aspectos, no digo para solucionarlos ahora, pero sí para considerarlos y tenerlos en cuenta.

Otro tema corresponde a la contratación de una segunda obra de un autor que no ha llegado a cubrir el anticipo inicial. Hay muchas editoriales en las que por suerte hay una política de autor, uno contrata un autor, porque le gusta, lo publica, no vende y aun así quiere seguir publicándolo porque espera que llegue un momento en que ese autor adquiera el reconocimiento que el editor, el agente y el mismo autor creen que merece y el reconocimiento por la vía de la crítica, de los lectores, y, ¿por qué no?, de las ventas. Muchas veces pasa que es el tercer o

cuarto libro de un autor el que empieza a vender, a tener reconocimiento. ¿Qué pasa cuando uno contrata un libro, hace un esfuerzo, lo pone en el mercado, el libro le gusta, tiene muy buenas críticas, aun así vende mil 500 ejemplares, contrata el segundo libro, vuelve a tener muy buenas críticas y vende mil 600 ejemplares? Esto ocurre constantemente, o por lo menos a editoriales como la nuestra nos pasa muchas veces.

Llega un momento en el que te sientes, por un lado, en la tentación de abandonar al autor, y decir: “Bueno, yo ya no puedo apostar más por este autor, con el que estoy perdiendo una y otra vez”. Tengamos en cuenta que un anticipo no cubierto en el balance de resultados de una editorial va a pérdidas directamente, al último renglón, no es algo que se maquille, con lo cual uno se puede permitir tener muchos autores cuyos anticipos no cubren, no sé hasta qué momento y hasta qué punto. Entonces, otra petición para propietarios es que tengan en cuenta la política de autor y que ayuden a los editores a poder tener esta política.

Del tema de los derechos subsidiarios ya hemos hablado. En el siguiente punto me gustaría hablar de los plazos, no de los de publicación sino de los de caducidad de los contratos. Yo entiendo que un autor tiene prisa por verlo publicado, una vez que ha entregado su manuscrito, pero entre todos deberíamos convencer a los autores de que si han estado siete años escribiendo una novela pueden esperar seis meses más para que sea publicada en los mejores términos posibles, con una buena traducción, unas buenas correcciones, un buen diseño, que sea un libro que cumpla las expectativas que el autor ha puesto en cada minuto de trabajo en esa novela.

Muchísimas veces nos encontramos con que si queremos un libro tenemos que contratarlo ya, pues lo quieren más personas, y nuestro plan editorial está lleno, el traductor que queremos está ocupado, porque es un traductor del húngaro y está ya trabajando para Tusquets y tiene un año y medio para terminar lo que está haciendo y poder empezar a hacer algo para nosotros; esto pasa sobre todo en traducciones de lenguas, no digo extrañas, pero sí que no sean del inglés, francés o alemán.

Uno se encuentra que cuando el plazo de caducidad del contrato te lo han puesto desde el momento de la firma del libro, te das cuenta que cuando el libro sale a la calle te quedan dos o dos años y medio para venderlo. Entonces sí pediría a los agentes que en determinados casos tuvieran en cuenta estos factores para poner el plazo de caducidad del contrato, desde el momento en que el libro sale publicado, o llegar a un arreglo, si estas cosas son siempre cuestión de hablarlo, pero que no te impu-

sieran *a priori* siete, cinco o diez años desde el momento de la firma del contrato, sino desde el momento —puede ser a lo mejor un año o menos— en que el libro sale a la calle.

Otra de las peticiones, dije tres, pero van a ser más, de la que quería hablar, se refiere a lo que habíamos señalado antes, de cómo se aplican todos los costes a la primera edición. Nuestro eterno reclamo de un tanto por ciento de *royalty* más bajo en el primer tramo, entiendan, no es un capricho, sino que nos ayuda a poner al libro un precio de venta al público más bajo, lo cual nos beneficia a todos.

Hay ocasiones en que, pongamos por caso, tenemos un libro que publicaremos el año próximo, y por cierto motivo es un libro extenso y no nos va a quedar más remedio que ponerle un precio de venta al público de unos 70 euros; así resulta imposible vender. Soy consciente desde el primer momento que si de este libro vendemos mil ejemplares, debemos quedar satisfechos por ello. Si en lugar de pagar diez por ciento hubiésemos dado siete por ciento, para los dos o tres mil primeros ejemplares, a lo mejor en vez de a 70 euros lo hubiéramos podido poner a 40. Yo no sé si facilitaría las cosas, pero creo que un poco.

Mi última petición se refiere a las operaciones especiales. Preguntaba alguien si siempre el *royalty* se paga sobre el precio de venta al público, y así es. Pero me gustaría que tuvieran en cuenta las operaciones especiales que se hacen en particular con los países latinoamericanos, saben ustedes que hay muchas licitaciones de los gobiernos, muchas operaciones para bibliotecas, en estos casos las cantidades de libros que te compran son muy grandes, pero los precios que te pagan por ellos son muy pequeños. Estamos hablando a lo mejor de un dólar o un dólar y medio por un libro, con lo cual se supone que debes hacer la producción en el país que sea. Si es un libro que en España lo estás vendiendo a 18 euros, y el autor se lleva 1.8 euros de eso y a ti la biblioteca o ministerio latinoamericano te está pagando 1.5 dólares por el libro, realmente tienes que renunciar, porque te está costando más lo que tienes que pagar al autor. No sólo no ganas nada, sino que con lo que te dan no obtienes ni para pagar el *royalty* al autor.

A nosotros nos ha pasado en algunas ocasiones, pero siempre hemos llegado a un acuerdo y en estos casos el *royalty* se paga sobre el precio al que a ti te lo compra la biblioteca o el ministerio. En cualquier caso, para un autor es mejor llevarse diez por ciento de 50 mil dólares que diez por ciento de nada. Eso es mejor para todos.

Artes de México como aventura editorial

Alberto Ruy Sánchez

En *Artes de México* todos los días negociamos derechos de autor, pero *Artes de México* es una editorial muy especial, para empezar deberíamos ser cualquier otra cosa, menos lo que somos; es una revista, pero no es una revista; es un libro, es una antología, pero no es exactamente una antología; hacemos libros que sirven de regalo, pero no somos una editorial que hace libros de regalo, rechazamos ser una editorial que hace exclusivamente libros de regalo de fin de año o libros bellos sobre las cosas bellas de nuestro país.

Somos un proyecto, primero, de investigación y de soporte a la difusión de proyectos culturales que nos parecieron interesantes. Eso lo hacemos con el lenguaje editorial. Cuando la gente que trabaja con nosotros va de vacaciones, yo le digo: “Sí, pero ve todo el mundo como si fuera una página. Traduce todo a páginas”. Es decir, la primera meta de nuestra actividad no se refiere a lo que aquí se trata, que es el mundo editorial y la negociación de derechos.

Por supuesto tenemos que comprar derechos y vender derechos todo el tiempo. Vendemos tanto derechos de textos como derechos de fotografías, y la legislación en cuanto a los derechos de las fotografías es distinta a la de los textos, más variada y más problemática en cada país, porque los derechos de una imagen muchas veces no están nada más en el fotógrafo sino en el museo o el coleccionista que tiene la obra y, además, el objeto fotografiado con mucha frecuencia. Entonces hay que tener mucho cuidado para conseguir los derechos en todas estas cuestiones.

Pero hace cuatro años, gracias a Michi Strausfeld, fuimos invitados a la Feria de Frankfurt. Nos dieron un *stand* y recibimos un curso para comprar y vender derechos, que fue muy instructivo de todo lo que no somos. Es increíble. Nos sentimos por completo en otro planeta. Por ejemplo, una de las conferencias la daba un señor Parsons, de Parsons, una empresa inglesa de libros educativos, la cual durante los días que dura la Feria de Frankfurt tiene a 20 agentes recibiendo a una persona cada quince minutos y sólo venden derechos, no compran absolutamente nada. Tal vez la relación entre un país pobre y un país rico, o un país que tiene una gran voluntad de mando, es que el país que más poder tiene y más voluntad de poder y más voluntad de mando, vende más de lo que compra en derechos de autor, eso es

innegable. Y nosotros, en eso, lo único que tenemos es una gran voluntad de estilo.

Sin embargo, aprendimos mucho en aquella feria y aprendimos que si hay un centro importante de venta y compra de derechos de autor, también, así como nosotros somos satélites dispersos girando no alrededor de ellos sino alrededor de un ente extraño llamado público, al cual a veces le gustan cosas que a los editores no les gustan, o que los distribuidores o los compradores de derechos subsidiarios dicen que no se van a vender, pero de pronto aparece un público que compra esas cosas y le gustan, y alrededor de ese público hay algunas instituciones marginales como nosotros, con las que de pronto podemos hacer aventuras.

Yo recuerdo que nosotros comenzamos a hacer libros para niños por dos cuestiones. Había una editora aquí, de una editorial canadiense, que traía un libro precioso, una muy buena versión, muy autorizada para niños y jóvenes del *Popol Vuh*, el libro sagrado de los mayas. Vino, lo ofreció a varias editoriales de niños en México y me dijo: “Cinco editoriales ya me han dicho que los temas indígenas no venden”, entonces le contesté: “Oye, nosotros no hacemos libros para niños, pero si otras cinco te dicen que no, lo hacemos”.

Es decir, somos raros por completo, vamos a comprar algo precisamente porque no se vende. Pero hemos descubierto que nuestra especialidad es vender las cosas que no se venden, ¿por qué? Porque existe ese ente extraño en el mundo editorial que se llama gente, y de pronto le gustan cosas que están hechas con el corazón, que están bien hechas y que tocan algo de la sensibilidad de las personas. Como editores, tenemos que pensar que si algo nos gusta a nosotros, a la larga vamos a poder venderlo.

Somos aparte una empresa que no tiene una subvención del gobierno o de una fundación privada, es decir, tenemos que buscar ser autosuficientes, pero nuestra fabulosa meta, desde que comenzamos, ha sido, al final de cuentas, un uno por ciento de ganancias.

Somos muy rigurosos en lo que debe ser la lógica de la empresa, el máximo gasto tiene que estar en el producto, en la belleza de la revista o de los libros que hacemos, y no en nuestros gastos de comidas o en nuestros gastos de viajes o en lo que sea.

La revista, por supuesto, tiene una lógica y una administración en la que unas cosas, las ganancias de unos compensan a otras, pero a la larga, cada operación, cada edición, tiene que ser autosuficiente, buscando ese uno por ciento de ganancias. Es decir, funcionamos, somos conscientes, como una fundación más que como una empresa privada.

Es natural que muchas de las coediciones y de las ventas de derechos que hagamos con instituciones en otros países sean fundaciones similares a nosotros.

Por ejemplo, hemos hecho muchas ediciones con la Fundación Getty, en Los Ángeles, que es una fundación muy rica y que tiene un pequeño departamento editorial, hicimos algunas de sus guías en español, etcétera, y también con ellos hicimos un libro para niños, muy lindo, nos gustó, un libro sobre la imaginación, para niños muy pequeños, hicimos la primera edición, mil ejemplares, llegamos a un acuerdo, era muy fácil negociar con ellos. Tuvimos una compra de la SEP, que ha salvado a muchos editores en México, vendimos 100 mil ejemplares de pronto, renegociamos los derechos en otros términos, se los pagamos, y quisimos hacer una tercera edición de nuevo, de mil ejemplares.

Pero en cinco años, la lógica dentro de la Fundación Getty se transformó, y eso que describió André Schiffrin como la lógica de las grandes corporaciones invadiendo toda la lógica de la edición, hace que incluso una institución como la Fundación Getty ya no pretenda tener punto de equilibrio, ya busque conseguir una ganancia de 18, 19 por ciento, y si ya se la dimos, en 100 mil ejemplares, lo cual no era difícil, al volver a hacer tres mil ejemplares, ellos quieren tener varios puntos más que en la última ganancia, es decir quieren tener 20, 25 por ciento de ganancia, con lo cual ya no podemos hacerla, porque es completamente ilógico. Lo que era la editorial de una fundación funciona peor que un proyecto con Random House de Estados Unidos, o más bien, ex Random House, porque ya no existe.

Por ejemplo, hace tres años vinieron los editores de la Smithsonian Institution, ustedes saben, el Smithsonian es el conjunto de museos más importante de Estados Unidos, incluye desde la National Gallery hasta la Sackler Gallery, y tienen una rama editorial muy importante, que hace muchos libros académicos, pero también libros de gran divulgación. Estudiaron en México quién se ha ocupado del arte popular, hicieron una investigación y decidieron dar una especie de reconocimiento, de premio, a la labor de *Artes de México*.

Llevamos 16 años ocupándonos del arte popular y ellos notaron muchas cosas que la mayoría de las personas no ha notado: que tenemos una dedicación, una cercanía con los artesanos, que les damos voz a ellos, lo cual la mayoría de los editores no hacen, sólo publican fotos bonitas y le encargan el texto a un escritor famoso, que por lo general no sabe nada sobre el tema, pero sabe, si es nombre, es marca; y además, tenemos

análisis profundos no sólo de lo que significan estéticamente las piezas artesanales sino de lo que significan dentro de la comunidad, tratamos de ir, que sea multidisciplinar nuestro acercamiento, es decir, siempre hay aproximaciones desde el punto de vista de la antropología, que ha sido el punto de vista tradicional, pero también desde el punto de vista literario y también desde el punto de vista de lo que llamamos historia de las mentalidades, en fin, tratamos de acercarnos de mil maneras.

El resultado de ese premio fue una edición antológica de lo mejor de *Artes de México*, con un editor invitado de Estados Unidos, Elliot Wallenberg, y con la edición nuestra. Pero esa misma transformación que hubo en el Instituto Getty, también está sucediendo en el Smithsonian; lo que al principio era una especie de premio se fue convirtiendo en un negocio, al tal grado que las últimas negociaciones eran imposibles, porque todo lo que habíamos hablado un mes antes ya no contaba. Decían ellos: “Queremos los derechos para hacer cine y televisión, el futuro de los medios, todo lo que la ciencia pueda descubrir como medio de difusión”, entonces dijimos: “Pues no, de eso no se trata”. Cada punto que estábamos de acuerdo en que no lo iban a tener, en el siguiente contrato venía incluido y peor todavía.

¿Por qué? Porque el proceso de la lógica de las corporaciones se va comiendo a la institución Smithsonian de la misma manera y de pronto son los abogados los que mandan en la negociación de los derechos de autor, no los editores y ya ni siquiera los directores de la pequeña rama editorial, sino los abogados que tienen un criterio específico, ni siquiera son los contadores, ni siquiera los administradores.

Por supuesto hicimos nuestro libro, logramos la negociación que queríamos, tuvimos que imprimir en Hong Kong, lo cual nos parecía aberrante, porque en México hay muy buena calidad de impresión y somos muy hábiles para regatear, entonces, tú le dices a un editor que te dé el mejor precio y te lo tiene que dar, pero como ellos, como el Smithsonian, imprime en Hong Kong, tuvimos que ceder y hacerlo en Hong Kong, pero no hay absolutamente ninguna razón para imprimir fuera de México. A menos, claro, los que hacen libros de arte porque le pagan a la señora del patronato del banco para que vaya a hacer un viaje. No hay pues ninguna razón, pero tuvimos que imprimir en Hong Kong, logramos un buen resultado, aunque hubiera sido mejor si hubiéramos impreso en México.

A la semana que ganó Bush nos enteramos de que la editorial del Smithsonian será vendida a alguna institución privada, es decir, ya no exis-

tirá como editorial pública. ¿En quién quedaron nuestros derechos? Ya no sabemos. ¿En quién van a quedar? No sabemos. Es decir, nuestros derechos también están a la venta siguiendo las decisiones del señor Bush.

Esto por contar dos experiencias negativas que nos han sucedido, pero hay muchas positivas, emocionantes.

Para traducir el ancho mundo editorial

Trinidad Vergara

Nosotras fundamos la editorial, mi socia y yo, hace ocho años, y estábamos en pleno proceso de las concentraciones, de las compras de los grandes por los chicos, todas estas fusiones que hemos escuchado aquí y que se hallan tan en el aire en estos días. El desafío era encontrar un lugar bajo el sol, allí, nosotros llamábamos los libros, yo venía de una editorial que fue absorbida también.

¿Qué hacer para sobrevivir? Algo que debíamos considerar, igual que nuestro colega Alberto Ruy Sánchez, era ser autosustentables. No teníamos ningún capital mágico que nos fuera a sostener si nos iba mal, y al mismo tiempo teníamos —eso era algo ya más personal de mi parte— el sueño de jugar el juego internacional. Yo voy a la Feria de Frankfurt desde los 25 años —no voy a decir cuántos son ahora— y me ocurría lo que nos pasa a muchos editores de Latinoamérica: íbamos a comprar derechos de autor. Uno tenía una agenda profusa, de media hora corriendo por los pasillos, que ahora, incluso, con el crecimiento de la feria, hay que hacer el mapa de las citas antes, para que en el trayecto entre una y otra no llegue uno al final de los diez minutos de aquella media hora. Esta experiencia de comprar derechos, de estar del lado del editor que negocia y contrata derechos para su catálogo, y los traduce, a mí me enseñó mucho, fueron diez años de enorme aprendizaje, pero me desafió siempre, algún día quizá, para sentarme del otro lado, a vender derechos de autor o de edición, aunque es un poquito más amplio el concepto que hemos desarrollado.

Nosotros nacimos en Buenos Aires; el proyecto nos ofrecía otra oportunidad en esta etapa creativa, ¿qué vamos a hacer? Y era el idioma castellano. No sé si todos nosotros tenemos tan clara la ventaja de publicar en idioma castellano y de poder, si queremos, incluir a todo el mercado de la lengua en nuestro catálogo. Yo creo que hay sólo dos opciones: o uno se empeña en concretar esta maravilla que hace Alberto con *Artes de México*,

profundizar en algo de tanta calidad local, ediciones nacionales de temas nacionales; nosotros tenemos en Argentina un ejemplo precioso que es Aldo Sessa, un editor estupendo que se dedica a los temas argentinos. Uno tiene esa opción, hacerlo muy bien localmente o, ¿por qué no?, trascender las fronteras políticas de nuestros países y llegar a estos 400 y más millones de hispanoparlantes. Ése fue, para nosotras, el desafío.

Por supuesto, los derechos de autor, los contratos, son la vía de hacer esto. ¿Cómo se hace? Bueno, ¿a quién contrato o qué publico? El contrato de derechos de autor define todo el proyecto, el catálogo, el lector, y una vez que uno empieza a definir su mercado y demás, y tener la ventaja de publicar para Latinoamérica, por supuesto crea condiciones. Los contenidos, lo que debíamos publicar tenía que ser universal y así fuimos llegando a esta idea de libros para regalar, libros regalo, que es lo que hacemos nosotras, que apelan, en realidad, a algo muy simple y es a la expresión de sentimientos o de pensamientos que una persona quisiera decirle a otra y que podemos plasmar por escrito más fácilmente que diciéndolo cara a cara. Eso es un poco el fondo de lo que hacemos.

Luego, otra misión que nos propusimos consistió en la creación de libros amigables, que atrajeran personas a la lectura, personas que quizá no son lectores habituales, pero lo serían con libros amigables. Esta palabra viene ahora de la tecnología, en realidad, de *user friendly*; buscamos libros que no intimidaran a personas que a lo mejor no entran siquiera a una librería. Nosotros vendemos en librerías, por supuesto, pero vendemos mucho en tiendas de regalo, otro tipo de lugares donde a lo mejor no hay un solo libro. Tratamos de atraer a esas personas, y hemos constatado, una y otra vez, cómo autores nuestros, una antología de Pablo Neruda, ilustrada, muy bonita y demás, provoca luego que esa persona que leyó poquito, se interese y vaya a la obra más contundente y más completa del autor.

Otro privilegio de trabajar en Latinoamérica es que en el juego internacional, que yo ahora voy conociendo cada vez más, uno va formando parte de los buenos jugadores. Ustedes no se pueden imaginar lo que es salir de los quince idiomas —no hay más, yo calculo quince, a lo mejor son veinte— donde trabajan editores que respetan las reglas del juego, los contratos. Esto es fundamental, todo esto que hemos oído a Anne-Marie y a todos los demás es clave, el contrato debe ser respetado. El resto del mundo, saliendo de estos quince idiomas, que son, por supuesto, el nuestro, el inglés, el francés, el alemán... no los voy a nombrar todos, porque voy a meter la pata, pero básicamente están en los idiomas europeos,

todos los escandinavos, ahora se van sumando algunas de las repúblicas bálticas, o de la Europa oriental, más o menos cumplen las reglas del juego, y se puede comprar y vender.

Lo que yo llamo el ancho mundo es la cosa más increíble que hay. Hay anécdotas increíbles. Hay un autor que todos ustedes conocen, Paulo Coelho, él desembarcó, por ejemplo, en Irán, por primera vez hace como dos años, y su esforzado y arriesgado editor iraní había sido precedido, él y su editor, y la edición de *El alquimista*, por años de ediciones de *El alquimista* silvestres, muy creativas, que se hacían sin pedirle a nadie permiso de nada. Esto no ocurre nada más en Irán, sino en montones de países donde reina el caos.

Además, porque si uno lo piensa, si mira el mapa, el globo terráqueo, la concentración de población y de superficie no corresponde para nada a la concentración de editores y de tráfico de derechos, en el mejor sentido. En esos territorios exóticos hay una libertad enorme. ¿Por qué? Por la barrera idiomática, para empezar, y porque en efecto no vamos a ir a Hong Kong, pero ellos tampoco van a venir a Buenos Aires, aunque tú les pongas el fuero en casa, tampoco van a pagarse el viaje, o sea, son lugares para trabajar, donde la palabra confianza, que mencionó Anne-Solange, es decisiva para mí.

Uno va descubriendo, descubriendo; China, por ejemplo. Sí, se habla mucho de China, pero ¿ustedes saben que en China no se puede ser editor? Sólo existen editoriales del Estado, y sin embargo hay editores que se presentan en Frankfurt con una tarjetita donde dice que son traductores, aunque en realidad fungen como editores, con unas reglas de convivencia curiosísimas. Uno estaría muy perdido frente a ese mundo.

Esta experiencia yo la he ido recogiendo porque el catálogo que fuimos desarrollando nosotras nace en castellano, pasa al portugués, cruzamos a Sao Paulo desde Buenos Aires, muy temprano, con bastante audacia porque en Brasil el mundo de la edición ha crecido enormemente, es fantástico lo que han hecho los editores brasileños en los últimos diez años, y venir a venderles *caipirinha*, como dicen ellos, a los brasileños desde Argentina, no era fácil.

Sin embargo lo hicimos, vendemos en todos los países de habla castellana, pero como desarrollábamos estos contenidos universales y que tenía yo este sueño de estar sentada del otro lado, dije: “Bueno, a ver, ¿cómo le hacemos? ¿Cómo se puede hacer para tener un día los libros en polaco, o en, qué sé yo, estonio, ahora los voy a tener en estonio, o en cualquier otro idioma?” Y ahí descubrimos, y ésta es una experiencia que

les quiero transmitir, es empírico totalmente, no está en ningún manual ni nada, puede haber otras maneras. Yo les cuento un poco la receta de cocina de lo que hicimos nosotras y consistió en darnos cuenta, muy temprano, que hay un idioma pasaporte, el inglés, yo lo llamo así, el idioma pasaporte. Así como nuestra colega de Planeta traduce capítulos para ver si de otros idiomas pueden entender lo que nosotros estamos haciendo, nosotros decidimos traducir los libros enteros, invertimos y produjimos incluso una tirada mínima en inglés, nos pusimos en Frankfurt hace tres años, a sentarnos del otro lado, a ver qué pasaba. Les aseguro que es la cosa más emocionante del mundo, ver que de pronto lo que a uno se le ocurrió sentado en una tarde de un martes en Buenos Aires, cuando yo dije esta ilustradora, esta selección de textos, sentada frente a un señor coreano o malasio, que viene con un intérprete, y uno habla ahí, y empieza: “*Very nice, very nice*”, y nada más eso paga bastante.

Luego las negociaciones resultan difíciles, es esto de ir traduciendo este ancho mundo tan curioso, pero es muy gratificante, y en realidad yo lo cuento para decir que se puede hacer.

Probablemente sean otras las reglas del juego con autores literarios, con novelistas, quizá la identificación allí del editor adecuado sea más rápida, porque son pocos los editores literarios y se deben conocer bastante. Pero cuando uno está en un mundo más abierto, más difuso, como estos libros que hacemos nosotras o, por ejemplo, si uno hiciera libros de cocina, ¿por qué los libros de cocina los tienen que inventar en Inglaterra?, ¿cocina italiana?, los hacen estupendos, Dorling Kinders y todos los *packages*, pero los podemos hacer nosotros también, libros de cocina; yo tengo más experiencia en ediciones para el público en general, variada, apuntando a la calidad, y ahí lo que uno no tiene que hacer, probablemente, sea subestimar a nadie. Todo lo contrario, sobreestimarlos, porque las cosas de buena calidad se valoran, se respetan y se reconocen, en cualquier lugar del mundo.

Ésa es más o menos mi experiencia, ojalá sirva.

Tras las fronteras

La presencia de la obra en español en otras lenguas

El agente, un compañero crítico del autor

Ray-Güde Mertin

El hecho de representar un trabajo con autores de lengua portuguesa y española se debe a ocho años y medio de vivir en Brasil, donde enseñé en la universidad antes de ir a Nueva York, y para mí fue una manera de traducir y agenciar los libros en este idioma. Es una manera para mí de transmitir la vivencia en un país y también de muchísimos viajes por América Latina, entonces cada uno de nosotros tiene otro punto de partida para su trabajo.

Nuestra profesión de agente literario está llena de sorpresas y yo quería aquí exponer algunas reflexiones, de cómo los libros viajan por el mundo.

Lo que resulta emocionante en nuestro trabajo es que siempre hay sorpresas y cuando comencé en 1982, del otro lado del Atlántico, de vuelta a Alemania, a ofrecer libros de Latinoamérica, todavía no sabía lo imprevisibles que pueden ser los caminos que recorre el libro. Cuántas veces no había estado segura de que una novela sería bien acogida si conseguía transmitir todo mi entusiasmo por ella, y cuántas veces no había sido testigo de un mayor éxito de libros a los que había augurado poca fortuna. Todos conocemos esto.

Desde el escritor y el autor latinoamericano hasta el público lector del otro lado del charco, los libros siguen unos derroteros y, en muchos casos, nada fáciles caminos de explicar; es un camino tortuoso, costoso y muchas veces no llegan a otros países. Pero no obstante los obstáculos, para los libros escritos en español son mucho menores que, por ejemplo, para las literaturas de África, o Asia, muchísimo menos conocidas entre nosotros.

En los años ochenta, los cambios políticos en América Latina atraían mucho la atención muy a menudo hacia uno u otro de los países de la región; la información de los medios de comunicación contribuía a inten-

sificar el interés por Latinoamérica, pero era en general menos un interés y mucho más un interés por lo que pasaba allá.

Ahora las distancias se han reducido, el acceso a la información es hoy en día mucho más fácil, la percepción de las diferentes realidades es por suerte mucho más exacta y objetiva. Aunque seamos testigos de programas de televisión que nos enfadan porque simplifican muchísimo el día a día. En general, los medios de comunicación se dedican a un país cuando hay un terremoto, una inundación, algún escándalo o algo similar, pero no se dedican tanto a lo cotidiano de los países.

Hace sólo dos años una editora en París —había empezado en aquella editorial hacía poco tiempo— me preguntó todavía si no le podía ofrecer algo parecido al realismo mágico, y yo había pensado que esto ya no era nada de la actualidad, pero era lo que ella realmente buscaba. *Cien años de soledad* fue sinónimo durante muchísimo tiempo de lo que se esperaba de Latinoamérica.

Los clásicos modernos, como Onetti, Borges y muchos otros, hacía tiempo que disponían de un fiel público lector, pero el realismo mágico, que parecía ser en realidad invencible, y con él los autores del *boom*, ya van entrando ahora, poco a poco, en la historia de la literatura, pero parecía que durante un tiempo la geografía tenía un cierto papel, por ejemplo en la editorial tenía un autor de Colombia, que era García Márquez; uno de Perú, que era Vargas Llosa; y algunos mexicanos, Carlos Fuentes, Octavio Paz, Juan Rulfo; unos argentinos... Y parecía que con esto ya era suficiente de tener autores latinoamericanos.

Era como si los grandes autores hubieran querido despertar únicamente el interés por sus propios libros, pero que la proyección hacia el exterior no iba nunca más allá de Macondo, no facilitaba una visión general del país y las últimas tendencias de la literatura, más bien al contrario, las dificultaba.

En Europa se hablaba de forma ligera sobre la literatura latinoamericana como si de una unidad se tratara; al contemplarlas de lejos, las diferencias resultan más difíciles de distinguir. Al otro lado del Atlántico, en general, no se tiene conciencia de que desde México hasta la Tierra de Fuego uno se encuentra con más de veinte países diferentes, cada uno con su propia historia, cultura y particularidad étnica.

Lo correcto y lo lógico sería hablar de las literaturas latinoamericanas. ¿Se imaginan que alguien hablara siempre de la literatura europea? Los temas son demasiado complejos, la evolución en los diferentes países demasiado variada para que podamos hablar de una unidad.

Y también hay que dejar bien claro que las literaturas latinoamericanas siguen nuevas sendas en técnicas narrativas y recursos lingüísticos, y creo que mucha gente todavía no sabe, leyendo a Guimarães Rosa, a Jorge Amado, Juan Rulfo y otros, que la mayor parte de la población de América Latina vive en ciudades grandes y no en el campo, en el interior, y que esto tiene su reflejo en la literatura, obvio.

Pero entre tanto, y felizmente, algunos de los jóvenes autores latinoamericanos, ya sea con o sin ayuda del *crack* y Macondo, han conseguido ver traducidos sus libros a otras lenguas y reclaman con aplomo el reconocimiento de sus mundos literarios sin desdeñar a los grandes precursores.

No tienen que decorar sus obras con notas de folclor para encontrar lectores en otros continentes. Tienen derecho a escoger cualquier tema que les interese, porque me acuerdo que un autor en el Festival Horizonte, en 1982, en Berlín, se paró y dijo: “¿Por qué nosotros tenemos que escribir siempre sobre la miseria del tercer mundo, siendo latinoamericanos?”

Y en 1994, había entre muchas publicaciones brasileñas, dos libros brasileños que tematizaban la vida en la gran ciudad de forma irónica y muy sutil; fueron comentados en un gran periódico alemán bajo el siguiente título: “Ni un ápice del tercer mundo”, que para nosotros fue un triunfo.

El periodista había leído dos retratos sobre la vida en una gran ciudad que le habían parecido magistralmente escritos, sin samba; sin sombreros de paja, ni pampa ni poncho habían sido necesarios para convencer al lector.

Y si me permiten que añada algo directamente relacionado con mi actividad de agente, para mí ha sido también fascinante entrar en el mundo de la lengua portuguesa, porque no sólo es Brasil y Portugal, sino también Mozambique, Angola, Timor del Este, Cabo Verde, mundos fascinantes y muy poco conocidos.

También han tomado la palabra, como todos sabemos, nuevas narradoras alcanzando grandes éxitos, no voy a citar aquí los nombres, pero lo que cuenta ahora es que sean mediáticas, además de jóvenes, y que tengan una muy buena presencia.

Hay editoriales que saben que los lectores, la mayoría son las lectoras, y buscan específicamente autoras, porque el público lector femenino busca los libros escritos por escritoras.

Sabemos que las estrategias de mercado han llevado a convertir cada presentación de un libro en un evento, se trata en Europa de hacer

un evento de cualquier presentación de libro. Las editoriales hacen gala de grandes dosis de fantasía para convertir el acto en evento. Yo me acuerdo de una lectura del libro de Yann Martel, canadiense que ganó el Booker Prize, en el jardín zoológico de Frankfurt; fuimos al zoológico, habían puesto algunas sillas en la arena, nos sentamos y quedamos durante la presentación, en la lectura, entre dos jaulas de vidrio, en una había una pareja de leones maravillosa, y en la otra una pareja de tigres, y como hay un tigre en el libro de Yann Martel era, digamos, el contexto del evento de presentación del libro.

Y también una especie de significación son los grandes premios editoriales que sobre todo España usa como máquina publicitaria para promocionar los libros.

Si ustedes preguntan a diez agencias diferentes sobre su trabajo, y cómo transportan estos libros a otros mundos, recibirán probablemente diez respuestas distintas.

En una escala entre cultura y comercio, las agencias irán posicionándose más cerca y más lejos a los extremos, según su idiosincrasia y sus prácticas profesionales.

Hay gente que dice, y éstos son los *tai pums* de nuestro ramo, “crea un mercado para un libro, un libro tiene el valor que un editor está dispuesto a pagar”, y esto ya no tiene nada, pero nada que ver, con el bonito 50 por ciento de que se habló aquí, del anticipo de la primera tirada.

Estos anticipos están lejísimos de esto, y muchas veces y en general es una corrida entre varias editoriales de un país, es como si los niños quisieran llegar primero a algún lugar, y entonces llegan a pagar anticipos que ni la primera ni la tercera ni la cuarta edición van a recuperar.

Nuestra profesión, como decía en un comienzo, está llena de sorpresas y siempre es imprevisible lo que le pasa a un libro; también me refería a que no hay ninguna fórmula de validez general que explique el éxito de una obra literaria. Existen círculos editoriales, por ejemplo, que facilitan la publicación de algunas obras en diferentes países, por ejemplo la editorial A en Alemania, publica la novela de un autor; la editorial italiana B, que es muy amiga y tiene un catálogo parecido, se interesa por este autor y se lo dice a un editor francés que también es parecido en su catálogo, y éste se lo dice a un holandés... Entonces se trata de una especie de círculos editoriales que existen, que entre ellos se informan y van publicando los autores de los colegas.

Ahora, para saber qué libro se convierte en éxito, cuándo y dónde, esto resulta por demás difícil, en verdad difícil de prever. En cada país el

libro tiene un papel distinto, los hábitos de lectura varían mucho de país a país, y un autor Latinoamericano, por ejemplo, puede tener gran éxito en Italia, pero puede ocurrir que en el país vecino la repercusión sea mucho menor o al contrario. Y si ustedes me preguntan por qué, no sabría explicarlo. Y sin embargo, si le echamos una ojeada a la lista de los grandes *best sellers* a escala internacional veremos que los nombres de los primeros lugares de venta son los mismos en casi todos los países, provienen en su mayoría de la lengua que goza de una manera apabullante, que aquí se ha llamado el idioma pasaporte, el inglés.

Alemania es un país donde se traduce mucho por tradición. Unos años atrás, de cada siete libros uno era una traducción; ahora esto ha bajado un poquito, de cada diez libros uno es una traducción.

En Alemania el porcentaje de libros traducidos del inglés llega a 70 por ciento, entonces ustedes se imaginan cuánto sobra para otros idiomas.

Por el contrario, en los mercados de lengua inglesa se publican únicamente el seis por ciento de todos los libros publicados en el mundo, pero de todos los libros escritos y publicados en lengua inglesa se publica y traduce 50 por ciento a los otros idiomas. Esto explica un tanto también las dificultades que tenemos para conseguir traducciones para nuestros autores.

Si evaluamos estos resultados desde el punto de vista del libro latinoamericano las perspectivas no son muy alentadoras.

El porcentaje de libros traducidos del español varía entre uno por ciento, a lo máximo tres por ciento. Estoy hablando sobre todo de Europa occidental; Europa del este es un poco diferente.

Yo traje estadísticas en francés porque son parte de un artículo que publiqué en una revista francesa, será más fácil para ustedes entender el francés que el alemán; puse los títulos en español: sobre los pasatiempos favoritos en Alemania, por lo menos la lectura está en octavo lugar, no está tan mal; lenguas traducidas al alemán y de qué áreas; y una estadística sobre la producción de títulos de los últimos años; las diez lenguas más importantes traducidas al alemán; y la producción internacional de títulos producidos entre 1997 y 2001.

La literatura es un boleto para viajar por todo el mundo, ha dicho un colega alemán durante una mesa redonda, y es verdad, se puede decir que somos una especie de agencia de viajes, nuestro trabajo empieza con la lectura de los libros, nos ponemos de acuerdo con los autores, aceptamos su representación cuando estamos convencidos de que podemos mandar el libro de viaje por el mundo; y si no vemos posibilidades de

viaje para los títulos de un autor, porque no nos convence o porque no vemos ninguna perspectiva, tenemos que decir que no.

Yo creo que el agente —aquí no se ha hablado mucho de los autores hoy— tiene que ser un compañero crítico del autor, y dejar también claro que a veces se ha escrito una obra de mucho éxito y ha escrito otra que no es tan buena, que la editorial también tiene el derecho de decir no al segundo libro para el bien del autor, y decirle: “Mira, si quieres escribir otra o estás escribiendo otra, vamos a esperar, tómate el tiempo que necesites, pero vamos a esperar porque será mejor publicar un segundo libro tuyo que nos convenza y que tenga más posibilidades”.

Todos ustedes pueden imaginar la presión que vive un autor que ha tenido éxito con un primer libro y en muchísimos casos el segundo o el tercero ya no están a la altura del primero.

Y ahora me preguntarán si esta forma de proceder es infalible, esto de escoger, de leer los libros y ver lo que uno acepta para hacerlos viajar, y yo les diré que no, que los errores y las falsas apreciaciones no se pueden excluir y que la evaluación de un libro siempre se debe a una lectura personal y subjetiva, todos lo sabemos.

Como decía antes, prever el éxito de un libro es una ciencia bastante difusa, ni el éxito en el país de origen sirve de garantía para asegurar el éxito en otros países, eso también hay que dejarlo bien claro, hay libros que en su contexto nacional pueden tener gran éxito, pero este éxito no puede transportarse a otro país.

Puede suceder fácilmente, por ejemplo, con novelas históricas, que describen hechos históricos, pero cuanto más se alejan del contexto nacional en las traducciones, menos es posible transmitir el contexto histórico de esas novelas.

La riqueza de experiencias humanas, paisajes, historias de la historia de México, hasta Tierra de Fuego, está el que uno dispone de muchos argumentos para entender la difusión de los libros de esos países, pero con mucha paciencia, atención, lectura crítica, con entusiasmo y esperanza, pero sin jamás prometer hacer milagros, porque no es honesto.

En la época de la caída de la cortina de hierro aumentó el interés por los países del Este europeo y ahora se constata que estos países también tienen cierta necesidad de recuperar el tiempo perdido y están muy interesados en libros de América Latina. Hemos descubierto por ejemplo que a los rusos les gustan mucho los libros grandes, como si todavía funcionara el modelo de *La guerra y la paz*; los coreanos y los japoneses nos dicen que quieren libros pequeños, entonces esto varía mucho de

país a país. En la Feria de Frankfurt, ahora, dos editores polacos en un intervalo de dos horas y cuatro citas, que es el ritmo de Frankfurt, uno nos dijo: “Yo quiero un libro con color local”, y el otro comentaba: “No, no, nada de folclor, yo quiero literatura”. Entonces, dentro de un mismo país esto varía muchísimo y uno tiene que descubrir lo que los editores quieren.

Una tendencia que de seguro ha cambiado bastante son las novelas policiacas, aquí hemos tenido un homenaje a Vázquez Montalbán y yo creo que su éxito ha contribuido a que la novela policiaca pueda venir de otros países, de países latinoamericanos; hace unos diez o quince años la novela policiaca que se publicaba era anglosajona, y esto ha cambiado bastante.

Con todas estas reflexiones, otra vez uno acaba por preguntarse constantemente si no hay alguna receta que explique cómo puede un autor convertirse en un éxito en el extranjero. La fórmula no la tengo, y de hecho no creo que exista, pero lo que sí puedo asegurar es que el autor que cree que tiene que escribir para un público extranjero que no lo haga, porque este planteamiento lleva a un fracaso seguro, y de ello hemos sido testigos en algunas ocasiones.

Sabemos que el mercado editorial ha cambiado muchísimo en los últimos años, André Schiffrin lo describió de una manera impresionante: “ayer publicado, hoy leído, mañana olvidado”. Todos conocemos la rapidez con que los libros aparecen y desaparecen en el mercado editorial, y eso dificulta muchísimo nuestro trabajo y el trabajo de las editoriales, dedicarse a los autores menos conocidos y publicarlos.

Y por otro lado, la concentración de los grandes grupos editoriales ha llevado también a la fundación de editoriales pequeñas que se atreven a arriesgar la publicación de libros de desconocidos.

Creo que —y esto ya se ha dicho aquí también— una de las cosas fundamentales que tenemos que observar es justamente que con todos estos cambios los agentes tienen cada vez un papel más importante como intermediarios, se ha perdido en muchos casos el contacto entre el autor y el editor porque el agente está en medio, yo creo que debemos tener conciencia de esto y tenemos que saber que somos los intermediarios entre los dos, el autor y el editor, sabiendo que la barrera lingüística en español es mucho más alta que para el inglés. Si un editor tiene un manuscrito en inglés y otro en español, se decide por el de inglés porque en la editorial todo el mundo sabe evaluar el libro en inglés y menos el libro en español, que depende en muchos casos de informes de lectores de fuera que hacen esa lectura para la editorial.

Quería aquí destacar la importancia de los traductores, cuántos libros no serían inaccesibles sin la labor de los traductores, y qué pobre aspecto tendrían las librerías, ustedes se imaginan, sin la presencia de los libros traducidos. Yo no imagino una librería sin traducciones en las estanterías, y esto hace necesario reconocer y fomentar el trabajo, apoyarlos en su tarea, pero hay que dejar claro que también son las editoriales las que escogen al traductor y quería aquí dejar un aviso: cuidado con los jóvenes traductores que llegan y le piden a un autor los derechos de traducción que quieren llevarse sus libros a Europa para presentarlos allá, le piden una carta que los autorice, el autor se compromete con el traductor, y entonces el traductor puede hacer una pequeña traducción y un resumen de la obra. Si eso está mal escrito, en una traducción mal hecha, el libro no tiene ninguna perspectiva de ser publicado. Hay que saber con quién habla uno, y si son traductores que tienen experiencia.

Y por otro lado, hay muchas iniciativas y traductores que justamente han hecho excelentes traducciones de la primera obra de un autor, y con esto pueden contribuir en forma decisiva a su difusión y éxito en el país correspondiente.

Y también quería rápidamente señalar una diferencia que considero esencial entre el mercado de aquí y Europa, el papel del editor que acompaña la revisión de la traducción. Nosotros nos encontramos muy a menudo con originales que no han sido lo suficientemente revisados en la lengua original, y es el editor extranjero y sobre todo el traductor que más que nadie conoce el original, quien tiene que corregir los errores y los puntos menos logrados del original.

Entonces, el traductor aquí tiene el papel de revisar, de hacer una segunda revisión del original, y esta batalla con esos errores y las incorrecciones es bastante frecuente en los libros traducidos allá, porque no existe la costumbre en la editorial latinoamericana, esto también es lo mismo para el mercado en lengua portuguesa, de revisar el original y hacer sugerencias al autor; muchas editoriales me han dicho: “No tenemos gente para hacer ese trabajo”.

Para terminar, otra de las tristes realidades del mercado editorial, éste tan velocífero, como lo decía Goethe sobre la vida cotidiana en una carta, es que las ediciones agotadas difícilmente van a encontrar reediciones. Es un mercado que se dedica a lo reciente, lo que se ha publicado ya ayer y no a las ediciones agotadas.

En julio de 1964 el editor alemán leyó en Guimarães Rosa el gran clásico moderno de las letras brasileñas. Escribía el autor: “Tal como están las

cosas en el mercado internacional del libro, se tiene que hacer mucho ruido para que los textos realmente literarios puedan hacerse oír entre la avasalladora masa de textos mediocres”. Cuarenta años después, huelgan los comentarios, las obras de Guimarães Rosa en alemán están todas agotadas.

Para terminar, quería citar a un profesor universitario que acaba de publicar un artículo en un periódico suizo, sobre la recepción de la literatura latinoamericana, y hemos escuchado algo muy parecido a lo que dijo Gonzalo Celorio en la mesa redonda del sábado 28, *Del boom al boomerang*: “Hoy en día no deberíamos pedir en las librerías libros de literatura latinoamericana, sino libros de autores latinoamericanos. Los jóvenes autores no protagonizan ningún *boom*, no lo necesitan, de la misma manera que no necesitan un punto de referencia geográfico, entran a competir en el mercado editorial para medirse con los mejores a escala universal, sabiendo que en esta olimpiada rara vez se otorga oro, y compiten esperando ganarse la confianza del público mundial que dispone de buen criterio literario”.*

Y acabo volviendo al principio: ¿qué libros viajan? No hay ninguna receta, lo único que puedo decir es que constantemente se producen sorpresas que se deben al público mundial que dispone de buen gusto literario y en el que los autores confían y nosotros también.

Nuevos obstáculos para difundir la nueva literatura latinoamericana

Michi Strausfeld

Estoy muy contenta de encontrarme otra vez en Guadalajara, porque debo decir ahora que el trabajo de dar a conocer la literatura latinoamericana se ha vuelto muchísimo más difícil, a pesar de que llevo 30 años en la tarea, y cuando empecé pensaba que todo era difícil.

Luego vinieron épocas mucho más fáciles, y ahora parece como si el círculo se hubiese cerrado para quizá abrir otro; la situación resulta mucho más difícil. Les agradezco mucho su presencia, porque es como si me echasen gasolina en el motor para seguir luchando.

Voy a dar un muy breve resumen sobre lo que ha sido la recepción de la literatura latinoamericana en Alemania en los últimos 50

* Evento parte de “FIL Literatura” organizado en el marco de la FIL Guadalajara, 2004.

años, porque más o menos da una idea de lo que se ha conseguido y de lo que no se ha podido lograr.

Mientras que París siempre está considerada por los latinoamericanos como la capital cultural de América Latina, nunca ha ocurrido algo similar con Alemania. Berlín hoy en día está convirtiéndose en una ciudad que atrae porque es muy viva, muy activa, y se está convirtiendo en un cruce de culturas del este y del oeste, por lo tanto es sumamente interesante lo que está pasando ahí, pero las relaciones entre Alemania y el mundo de lengua española, y en particular con América Latina, a pesar de nuestro gran Alexander von Humboldt, siempre han sido complicadas, y hay un dicho en alemán, cuando uno no entiende nada: “Esto me suena a español”, con lo que ya les digo cuál fue el punto de partida.

Después de la Segunda Guerra Mundial, por supuesto, había dos Alemanias, la República Federal y la República Democrática, una por supuesto comunista y la otra por supuesto muy libre, muy maravillosa. Entonces esto tenía como consecuencia que había dos mundos de recepción de la literatura latinoamericana bien diferenciados.

Mientras que en la República Democrática se escogieron los autores políticamente más afines, como Neruda, Asturias, Jorge Amado y la literatura cubana después de la revolución, en la República Federal teníamos a Borges, a Rulfo, a Cortázar, mucho más tarde a García Márquez. Era menos claro lo que se hacía y además no había un interés muy marcado para América Latina y todas las tentaciones para acercar los dos mundos más o menos habían fracasado.

Existe una famosa anécdota de un viaje de autores latinoamericanos por Alemania en 1970, durante el cual el organizador en aquel momento les pidió a los autores presentes que por favor se autopresentasen y García Márquez simplemente, que en aquel momento sí viajaba, puso sus libros sobre la mesa y decía: “Esto soy yo”, y nunca más volvió a Alemania. Es decir que ya había sido publicado en Alemania, entre otras cosas, *Cien años de soledad*, pero sin mayor eco.

Esta situación recién empieza a cambiar con algunas fechas que son significativas. La primera corresponde al Premio Fomentor que se dio a Borges y Beckett, en 1961, que a Beckett sí lo conocían los alemanes, y lo querían mucho. Esto ponía a Borges a la par, lo cual representó un momento importante.

Luego, en los años sesenta, los años del *boom*, algunos libros de García Márquez, de Vargas Llosa, fueron traducidos al alemán, pero nadie logró de verdad imponerse en forma destacada, ninguno. Aparte de Jorge

Amado, porque éste cumplía con todos los clichés, es maravilloso, es tropical, tiene mulatas y es perfecto.

En 1976, el entonces director de la Feria del Libro de Frankfurt, que lo fue durante 25 años y todos lo alabamos, Peter Weidhaas, inventó y dedicó la Feria de Frankfurt a un tema y este tema era América Latina.

Desde ahí uno puede decir que empieza una especie de aceptación de la literatura latinoamericana. En Alemania hay un mayor interés, y por decir, la editorial para la cual yo trabajo en Alemania, Suhrkamp, ha tenido un papel bastante importante en este trabajo, pero en 1976 también los malentendidos eran todavía muy fuertes. Por ejemplo, Peter Weidhaas pidió a Mario Vargas Llosa que hiciera el discurso de inauguración en inglés, cosa que por supuesto a mucha gente nos pareció muy errado, y lo ha sido, pero era para decir que efectivamente todavía padecíamos un vacío importante. Y los actos cumbres de aquella feria por desgracia fueron cumbres muy borrascosas. Más bien mucho problema, pero quedaban los libros y los libros poco a poco sí consiguieron lectores, había una especie de publicidad: “Mira, ¿has leído esto?”, “éste está muy bueno”, entonces la gente decía: “Pero estos nombres que nadie puede pronunciar”, los dobles nombres que en Alemania no se conocen. Se trató de un aprendizaje bastante lento y difícil.

En 1982 hubo otro gran acontecimiento en la recepción no sólo de la literatura, sino de la cultura latinoamericana: el Festival Horizonte organizado en Berlín. Y debo decir que ahí es cuando uno dice, uno rompe un nudo gordiano, éste es quizá el momento en que se puede decir ahí comenzó de verdad un interés muy generalizado por la literatura, por la cultura latinoamericana.

Entonces los premios Nobel, Asturias en el ‘67, pues no estaba, sí se reconocía pero no tenía gran impacto. Neruda en el ‘71 lo tuvo mucho más, también por la situación política de Chile, el premio de García Márquez en el ‘82, sí.

En la primavera se organizaba el Festival Horizonte, en el otoño se otorgaba el premio Nobel a García Márquez, entonces la flor se abre, era fantástico. Y el premio Nobel a Octavio Paz en el ‘90, era ya digamos sobre algo que había crecido bien en estos años.

Luego tuvimos la gran suerte de autores en América Latina que fueron *best sellers*, como Isabel Allende, publicada en Alemania en 1984 y de quien mucha gente decía: “Por primera vez hemos entendido lo que ha sucedido en Chile”. Es decir, son libros que han ayudado a los lectores a tomar conciencia de lo que pasaba en los diferentes países y

por supuesto los engancharon. Isabel Allende ha vendido más de tres millones de ejemplares en Alemania. García Márquez después del premio Nobel se convirtió en un autor muy leído, muy querido, y lo ha seguido siendo hasta hoy en día.

De repente en las listas famosas de los *best sellers* entraron nombres latinoamericanos como Isabel Allende, como García Márquez, pero luego estos maravillosos años ochenta, diría yo ahora retrospectivamente, también entró una autora desconocida con una primera novela que fue Ángeles Mastretta, con *Arráncame la vida*, y en estos años en Alemania se recuperaron muchas de las lagunas, se tradujo *Rayuela* —la traducción tardó siete años—, se tradujo *Paradiso* —que fue otra larga gestación—, se tradujeron *Tres tristes tigres*, en la cual tres traductores se ensayaron los dientes con los tigres hasta que por fin salió una traducción maravillosa, y Laura Esquivel también tuvo gran éxito, etcétera.

Un premio importante, porque Alemania no es por suerte un país que da tantos premios, y sobre todo los premios se dan sobre libro publicado, y en dinero tampoco son sumas abismales o cumbres como en España, es el que dan los libreros alemanes cada año en la Feria del Libro de Frankfurt, llamado el Premio de la Paz de los Libreros Alemanes, entregado a Ernesto Cardenal en 1980, seguramente también en la conexión con la situación política en Nicaragua, y luego lo obtuvieron Octavio Paz en 1984 y Vargas Llosa en 1996.

Y uno llegaba a una especie de normalidad, y esta normalidad en la recepción de la literatura latinoamericana, quiero hacer hincapié, se refiere exclusivamente a la novela. Lo que es poesía, ensayo y cuento, es una situación muchísimo más difícil y además muy triste porque se conoce muy poco.

Después de que las dos Alemanias se convirtieron en una, es decir después de la caída del muro en 1989, se da la fusión entre las editoriales del este y el oeste, y el biscocho se repartió otra vez y de manera diferente porque ahora es también un solo derecho que se cede para Alemania, no como antes que eran dos derechos diferentes, aunque había muchas complementariedades, porque uno no traducía en los años ochenta un libro dos veces, es decir que hasta este extremo no se llegó.

Y en los años ochenta entraron también los autores de España, y además muy masivamente, después de una Feria del Libro de Frankfurt dedicada a España en 1991, había ahí también un *best seller* que era Javier Marías, como ahora es un *best seller* Carlos Ruiz Zafón, y de repente el interés por América Latina tuvo que compartirse con el interés por España, que

por supuesto interesaba muchísimo el país por toda la transición, por toda una fascinación de cómo una sociedad se cambió y hay que añadir que el interés por América Latina en los medios, la televisión, la radio, la prensa escrita, ha caído, ha menguado, yo a veces pienso que América Latina está en un hueco negro, es como si hubiese desaparecido.

Esto nos dificulta enormemente el trabajo hoy en día, pero para cerrar este pequeño recuento, en 1997 Portugal fue tema de la feria, como lo fue México en el '92, Brasil en el '94, es decir que tuvimos siempre estos puntos de interés especial y adicional que ayuda, por supuesto, a dar a conocer porque uno tiene automáticamente más atención por los medios, por la crítica, nos facilita los trabajos. Como hoy en día estamos muy pendientes de aniversarios, de algún estímulo extra que nos ayude en la labor.

Y seguimos por supuesto, ahora bastante, siempre estamos a la par de la recepción de novelas, descubrimos nuevas voces, descubrimos autores que no fueron traducidos en su momento porque había un interés primero por los grandes nombres que no todos eran conocidos. Por ejemplo, Sergio Pitol fue recibido mucho más tarde que lo que hubiera correspondido, pero era que faltaban tantos traductores y había un embudo donde tenían que entrar las grandes voces primero hasta que ahora esta especie de normalidad, que es muy bueno porque ahora un autor latinoamericano, de lengua española, puede tener la seguridad de que en Alemania hay muchos editores que se interesan por su obra.

Tenemos un auge muy espectacular de traductores del castellano, ahora hay muy buenos traductores del castellano, que también ayudan por supuesto a que la recepción sea más sencilla, pero yo diría que a partir del 2000 todo se ha vuelto muchísimo más difícil.

Si se me permite hablar un poco de esta labor que yo hago en Suhrkamp, es una editorial con política de autor que es una editorial de fondo, es decir que los libros no se descatalogan a los dos años, sino que uno trata de darle la máxima vida posible en nuevas ediciones, en nuevas publicaciones, y siendo una editorial muy importante para los autores alemanes de la escuela de Frankfurt, que son autores publicados por Suhrkamp, Hermann Hesse, Brecht, etcétera, entonces un libro que no-sotros publicamos la prensa decía: "Seguramente esta gente se ha pensado algo", y además el catálogo de nuestros autores de lengua española habla por sí solo, es decir, que hay una confianza que ha ido creciendo en treinta años.

¿Con qué panorama me veo hoy? Descubro un nuevo autor en este año por ejemplo, José Manuel Prieto, un cubano que vive en México, ahora está un año en Estados Unidos con una beca, un autor excelente,

hace diez años, ocho años o seis, hubiera tenido automáticamente mucha repercusión en la crítica, ahora las críticas salen a cuentagotas y seis meses después de la publicación, por lo tanto el panorama es muchísimo más complicado, todo hay que medirlo con mucho cuidado y hacer esfuerzos muy grandes.

Publicamos y seguimos publicando entre diez y doce novedades literarias al año en las diferentes colecciones que tenemos, lo cual es una cantidad muy importante cuando uno tiene en cuenta lo poco que se traduce de lengua española en Alemania, y entonces para encontrar el público, la atención y todo lo demás hay que hacer nuevas alianzas y fortalecer las existentes. Por ejemplo, nosotros siempre trabajamos muy estrechamente con los libreros y con el último *best seller* que les mencioné de Carlos Ruiz Zafón, *La sombra del viento*, dijimos: “Éste es un libro que puede gustar a los libreros”, e hicimos unas actividades reforzadas con los libreros que nos dio un resultado espléndido, nuevamente maravilloso porque fueron ellos los que se involucraron y quienes recomendaron el libro.

Ahora hay que crear de nuevo alianzas con críticos porque antes era un grupito muy pequeño y decíamos: “Hay que luchar”, y todo esto.

Después de la “normalidad” pensábamos que ya todo funcionaba y ahora me veo en la necesidad de volver a crear alianzas con críticos, con libreros especiales, con estos viajes de lectura que se hacen en Alemania que es nuestra manera de promoción, y como digo, hacen falta alianzas con agentes también para que vean los problemas que tenemos y este tipo de alianzas están a favor de poder seguir publicando los libros que queremos publicar, que son literarios, que tienen calidad, que tienen una vida determinada, y que nos enriquecen cuando los publicamos y cuando encuentran a sus lectores, y ésa es la tarea en la cual seguiré luchando.

Literatura hebrea: un fenómeno vital en el mundo

Nilli Cohen

1. *¿Cuáles son los puntos sobresalientes de las historias de la lengua hebrea y de la literatura moderna hebrea?*

El hebreo es la lengua del estado de Israel. Aunque dejó de ser una lengua hablada cerca del 200 después de Cristo, estuvo en uso durante siglos como la lengua de religión, filosofía y literatura. Comenzó a surgir como un instrumento cultural moderno al final del siglo XVIII y la literatura secular hebrea comenzó a desarrollarse durante el siglo XIX. Consecuentemente, se convirtió en la herramienta principal para conducir el movimiento nacional renacentista.

En los comienzos de 1920 Palestina, o la tierra de Israel, se volvió el centro de la lengua hebrea. Nuevas generaciones de lectores y escritores emergieron y la prensa y literatura hebrea florecieron. El vocabulario de la lengua se expandió en este periodo de cerca de ocho mil palabras en la era bíblica a más de 120 mil. El hebreo moderno es un vibrante y rico lenguaje pero al mismo tiempo esta afinidad con la lengua bíblica ha sido preservada y cualquiera que domine el hebreo moderno también está familiarizado con la lengua de la Biblia. Esto contrasta con otras lenguas ancestrales en donde hay una diferencia fundamental entre lo ancestral y lo moderno.

Durante el periodo en que el pueblo judío vivió en el exilio, el hebreo estaba obligado a competir con otras lenguas judías: el arameo, el judeo arábigo, yiddish y ladino (judeo-español) y con las lenguas indígenas. Algunos escritores judíos escriben en tres lenguas: hebreo, un poco de lengua judía y el lenguaje de sus alrededores. También es cierto que existen los escritores judíos en los países de habla española que escriben en hebreo, ladino y español.

La historia de la literatura moderna hebrea está estrechamente conectada al renacimiento de la lengua hebrea. El pueblo judío es conocido como la gente del libro y la Biblia es el libro más vendido de todos los tiempos.

La literatura hebrea es ancestral y se remonta desde la era bíblica hasta nuestros días. Su primera creación, la literatura de la Biblia, fue influenciada por el Antiguo Este —babilonios, egipcios y ugaritios— y de otras influencias que fueron traídas a lo largo de los siglos como factores de cambio ambiental, social y lingüístico. La literatura hebrea moderna es una síntesis de todas estas influencias.

Durante los dos mil años del exilio judío, la creatividad de la literatura hebrea continuó y alcanzó alturas sublimes en varias eras, como en la España medieval.

El fin del siglo XVIII anunció una nueva era en la literatura hebrea, ya que cayó bajo la influencia de la literatura moderna occidental y se volvió

una parte integral de ésta. Inicialmente fue una literatura sin patria ni territorio, desarrollada ante todo en Europa del este —Odessa y Varsovia—, y a la vuelta del siglo XX, en Palestina. Desde el punto de vista histórico, ésta manifiesta su contribución a la consolidación de la identidad nacional.

Hasta la década de los cincuenta la orientación cultural de la Palestina judía, antes y después de la fundación del Estado de Israel, era típicamente rusa, y este factor se reflejaba en la vida cultural y en la literatura local, y en la opción de obras para traducir. Como resultado, los lectores de hebreo tuvieron a su alcance una selección impresionante de traducciones de literatura rusa. Esta tendencia se alteró al final de los cincuenta, cuando la literatura en lengua inglesa y europea occidental comenzaron a causar impacto.

2. ¿Cuáles son los factores básicos que operan en el mercado editorial israelí?

Examinando las características de la literatura en lengua española en España y en Iberoamérica, con la literatura hebrea, debemos tener en mente que la literatura española se crea y disemina en los ámbitos geográfico, histórico y cultural, mientras que la literatura hebrea contemporánea lo hace dentro de un territorio de algunos diez mil kilómetros cuadrados. La población de Israel es ahora cercana a 6.5 millones, y esto incluye alrededor de un millón y medio de árabes y un millón de inmigrantes de lo que fuera la Unión Soviética, quienes no dominan el hebreo. De ahí que hablamos de un potencial público lector de hebreo de cuatro millones, de los cuales un porcentaje puede excluirse —niños, por ejemplo—. Debemos recordar este dato cuando examinamos el mercado del libro en Israel y los hábitos de lectura del pueblo israelita.

El número de libros publicados cada año en Israel se estabilizó en los noventa en los cinco mil, con un promedio de circulación de entre dos mil y dos mil 400 cada uno. Reconocidos escritores, incluyendo jóvenes y en ocasiones poetas también, pueden llegar a ser éxitos de ventas y vender más de diez mil ejemplares de sus libros. Ventas de 50 o 60 mil copias no son un fenómeno raro en el mundo del libro israelí, y escritores famosos como Amos Oz y A. B. Yehoshua venden un millón o más copias de cada libro que escriben.

Estas cifras son en particular impresionantes tomando en cuenta el tamaño de la población y relacionado principalmente con la literatura indígena. Sin embargo, la lista de éxitos también refleja desarrollos en el extranjero y libros que encabezan esas listas venden un número muy sig-

nificativo de traducciones al hebreo. El mercado del libro y el público lector reaccionan de inmediato al mercado mundial del libro.

En 2003, cinco mil 853 títulos fueron publicados en Israel. Cerca de 90 por ciento fueron publicados en hebreo pero también aparecieron libros en otras 38 lenguas. Debido a la suma heterogénea de población, hay un gran potencial de público lector en otras lenguas que no sean el hebreo, con fuerte énfasis en inglés, ruso y árabe. Este año 37 traducciones del español fueron publicadas en Israel.

Hay cerca de 110 editoriales comerciales en Israel, y cerca de la mitad producen menos de diez libros por año. Otras 36 publican hasta 50 títulos cada una. Las restantes 23 son consideradas editoriales de gran escala y cada una publica más de 51 libros al año.

Además, hay muchos cientos de editores de literatura religiosa dirigidos a los ultraortodoxos y al público observador.

Más de mil publicaciones periódicas aparecen en Israel al año, de las cuales 198 son periódicos, 629 revistas en lengua hebrea, 289 revistas en inglés, 60 en arábigo y 37 en ruso. Existe un semanario en español.

3. *¿Cómo influyen en la literatura hebrea los eventos históricos de España?*

Los judíos abandonaron España cinco siglos atrás, desterrados por los monarcas católicos. Esta experiencia traumática moldeó la única historia de los judíos sefarditas, cuyos anhelos evocaban un profundo sentido de la pérdida de su hispanidad, que llevaron consigo a los países donde se reinstalaron, a comunidades dispersas a los largo del imperio otomano, de Viena, al norte de África. A la vuelta del siglo XX, cuando procesos históricos impulsaron a los judíos sefarditas a buscar nuevas oportunidades, hubo una tendencia gradual en el incremento de quienes escogieron inmigrar a América.

La expulsión de España fue apropiada a la historia y transformada en un mito inmediatamente después que sucedió. Desde entonces, se volvió uno de los componentes centrales en la memoria colectiva del pueblo judío y una parte integral de su conciencia nacional colectiva. Y permanece como un componente fundamental de la literatura hebrea de todo tipo, tanto histórica como contemporánea. Muchos de los escritores que han hecho uso de este suceso histórico estaban de hecho aludiendo al tiempo presente y a sucesos contemporáneos. Este antecedente histórico es también utilizado en forma extensa en la literatura hebrea desde el punto de vista *turístico*. El autor no cita ningún material fuente

al escribir de España, lo que escribe es un reflejo de una experiencia personal en el trayecto de su visita. Este modelo también aparece en la literatura hebrea en el contexto de la Guerra Civil Española.

4. *¿Hasta dónde ha influenciado Cervantes a la literatura hebrea?*

Aunque este documento se ha enfocado a la era moderna, no se puede ignorar la profunda influencia de Miguel de Cervantes en la literatura hebrea. El reflejo del “Caballero de la triste figura” puede ser encontrado en muchos trabajos del hebreo moderno. Hemos encontrado registros de 22 traducciones al hebreo de la obra de Cervantes, 16 de ellos traducciones del *Quijote*, muchas de ellas versiones cortas o editadas. Tres de ellas, incluyendo la de Hayyim Nachman Bialik, el poeta nacional hebreo, quien tradujo una corta versión “para adaptar el libro a los jóvenes” (1912) son consideradas traducciones ejemplares y han sido disfrutadas por generaciones de admiradores.

El poder y vitalidad del *Quijote* no se encuentra sólo en sus cualidades como novela sino también en su impacto. Las figuras de don Quijote y su escudero están reflejadas en una amplia cadena de libros hebreos contemporáneos. En muchos encontramos referencias, ligas intertextuales o similitudes con personajes o detalles de la trama, que marcan una afinidad con el Quijote. Esto es también cierto de autores tales como Amos Oz (*Fima*), Hayim Beer (*Feathers*), Yeoshua Kenaz (*Infiltration*), y Etgar Keret (*Kneller’s happy campers, Pizzeria kamikaze*). Don Quijote también dejó una influencia considerable en el trabajo del ganador del premio Nobel S. Y. Agnon.

Como sucedió en muchos países del mundo, los lectores judíos también percibieron en don Quijote una figura simbólica del destino del pueblo judío.

Incidentalmente, entre las traducciones del español al hebreo están las obras clásicas de la Edad Media y el Renacimiento.

5. *¿Cómo afectó el boom hispanoamericano a la literatura hebrea y a los lectores en Israel?*

La recepción de literatura española traducida ha sido excepcional en Israel, y en la práctica, al menos en su fase inicial, corresponde al *boom* hispanoamericano en el mundo editorial internacional desde la década de los sesenta, cuando capturó el corazón de los lectores a nivel mundial.

Un número de inmigrantes de habla española, en especial de Latinoamérica, llegaron a Israel después de su establecimiento en 1948, pero la ola sudamericana, como es llamada en Israel, extendió el público lector como un todo y no fue influenciado por la comunidad hispanohablante (que no necesitaba de traducciones y podía leer los libros en su versión original). Los hábitos de lectura en Israel reflejan un interés considerable en trabajos traducidos en general, entre otras razones por el carácter multicultural de la sociedad.

La aceptación de libros en español, respecto a las críticas y estadísticas, ha sido excelente. El éxito comercial de las primeras traducciones, en particular de *Cien años de soledad* de Gabriel García Márquez, allanó el camino para la publicación de un gran número de obras traducidas. Este proceso ha continuado y el ritmo de publicaciones se ha duplicado por lo menos. Desde comienzos de los setenta los títulos traducidos del español han aparecido en un rango de dos o tres por año y en los dos últimos años siete trabajos de prosa en español se han publicado anualmente. En otras palabras, el interés de los lectores en Israel, y por supuesto, de los propios editores israelíes, en literatura en lengua española continúa en aumento.

En la literatura contemporánea hebrea y en particular entre la generación más joven de escritores que marcaron la atención del público en los ochenta y los noventa, uno puede discernir la influencia de García Márquez —cuya primera obra fue traducida al hebreo en 1972 y otras catorce fueron subsecuentemente traducidas—, algunos ejemplos son *Blue mountain* de Meir Shalev, *Perian brides* de Dorit Rabinian; mientras que otros escritores, como Alex Epstein, fueron influenciados por Borges, de quien se han traducido al hebreo siete de sus obras. Borges, incidentalmente, mostraba un interés considerable en la Cábala y el misticismo judío, mencionándolo con frecuencia en sus narraciones y ensayos.

La comunidad editorial israelí ha compartido el gran interés que la literatura hispanoamericana ha despertado en el ámbito internacional, y los lectores hebreos la han adoptado desde que fueron traducidas al hebreo. Desde comienzos de los setenta, algunas 130 traducciones de prosa del español han aparecido en Israel, el trabajo de 48 escritores, incluyendo además de García Márquez y Borges, Mario Vargas Llosa, Antonio Molina, Eduardo Mendoza, Julio Cortázar, Carlos Fuentes, Rosario Castellanos, Isabel Allende, Miguel Ángel Asturias y Marcela Serrano. Algunos 30 libros de poesía traducidos del español fueron publicados en el mismo periodo, incluyendo a Pablo Neruda, Octavio Paz, Rosario Castellanos, José Hierro y

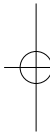
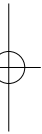
César Vallejo. También se han publicado algunas 30 obras teatrales modernas y clásicas en lengua española. Además, un gran número de traducciones de poesía y narraciones han aparecido en varias revistas y antologías.

6. *¿Cómo se ha recibido la literatura hebrea por los lectores de lengua española?*

La literatura hebrea está floreciendo a lo largo del mundo. El alcance de las traducciones al alemán, y en fecha reciente al italiano y francés, han sido comparadas al *boom* hispanoamericano, aunque si bien a menor escala. Los editores europeos más prominentes ahora publican traducciones de literatura hebrea. Desde comienzos de los ochenta el número de títulos traducidos del hebreo se ha triplicado. El centro de gravedad de las traducciones se ha desplazado en forma gradual del inglés al alemán y recientemente las escalas se han inclinado hacia el italiano y francés.

Ha sido aceptado de manera general que las comunidades judías alrededor del mundo jueguen un rol decisivo en guiar al público lector a la literatura hebrea traducida. Esta suposición es errónea y el verdadero perfil del lector constante de literatura hebrea en Europa es un lector conocedor que no es por fuerza judío pero sí está interesado en la literatura mundial. Tales lectores buscan literatura hebrea de alta calidad igual que leen literatura hispanoamericana o étnica.

En contraste, las cifras de traducción del hebreo al español no son todavía impresionantes. Se tiene que asumir que el alcance limitado ha sido dictado por la naturaleza del mercado del libro en España y Sudamérica, quienes no producen muchas traducciones, y por la continua crisis económica de Argentina. Entre 1983 y 1993, 47 libros hebreos aparecieron en traducciones al español —un porcentaje de cuatro por año—, y en la década siguiente hubo un incremento de 70 por ciento y 79 libros fueron publicados —ocho por año. La gran mayoría de éstos fueron publicados en España, seguido de Argentina.



Apoyo y difusión

Estrategias y apoyos económicos al servicio de la traducción y compra venta de derechos

Edición holandesa: puerta abierta a la literatura universal

Maarten Valken

Un estudio reciente indica que un millón de holandeses escribe, de una forma u otra: ficción, diarios, poesía o cartas. Para una población de dieciséis millones esto representa un número sorprendente. Pero Holanda no es sólo un país rico en escritura, sino también en lectores. Un gran número de libros son comprados y muchos más prestados.

Cada periódico, diario o semanal, dedica múltiples páginas a los libros nuevos, en ocasiones un suplemento completo. Existen alrededor de 25 suplementos literarios, que funcionan como un foro para la literatura o la discusión más general y como semillero de nuevos talentos de la escritura.

Una variedad de festivales literarios se realizan a lo largo de cada año, incluyendo el Festival de Poesía Internacional, uno de los más famosos en el mundo; entre todos atraen a un enorme número de visitantes.

Holanda tiene una tradición de cooperación cercana entre editores y el comercio de las librerías, y esto ha producido entre otras cosas un sistema de distribución único, el Central Book House, donde casi todas las compañías editoriales almacenan sus libros. Gracias a esta institución cualquiera que ordene un libro en una librería holandesa puede recogerlo al día siguiente. Otro importante producto de la estrecha relación entre editores y librerías lo tenemos en la CPNB (Propaganda Colectiva para el Libro Holandés, establecido en 1933), responsable de innumerables iniciativas destinadas a estimular las ventas. El evento más conocido que realizan es la Semana del Libro, celebrada cada año durante marzo, cuan-

do cualquiera que gaste más de doce euros en libros recibe una copia gratuita del llamado Regalo de la Semana del Libro, una novela corta o novela escrita por un autor holandés contemporáneo. Una de las comisiones más prestigiosas para un escritor holandés es ser invitado a escribir este libro, que tiene una edición inicial de más de 800 mil ejemplares. Éste también representa un número asombroso. La Semana del Libro comienza cada año con la Ceremonia (baile) del Libro, uno de los acontecimientos más relevantes del calendario social holandés.

A lo largo de los últimos años un número de autores de origen extranjero han enriquecido la literatura holandesa al introducir voces nuevas y diferentes, ya sea si son descendientes de inmigrantes marroquíes o turcos, de segunda o tercera generación, o perseguidos exiliados que han hecho propia la lengua holandesa. Aunque la sociedad holandesa sólo ha admitido dudosamente a estos recién llegados, ustedes pudieron haber oído acerca del intenso debate originado después del reciente deceso del controvertido cineasta Van Gogh, pero la república holandesa de las letras los ha recibido con los brazos abiertos y reconocido, además que con su llegada se ha enriquecido nuestra literatura.

Un aspecto que merece ser remarcado es el éxito actual de la literatura holandesa en el extranjero. Desde octubre de 1993, cuando los Países Bajos fueron el invitado de honor de la Feria del Libro de Frankfurt, el número de libros holandeses traducidos se ha incrementado enormemente, no sólo de ficción, sino de literatura infantil, juvenil y de adultos, al igual que la poesía y la no ficción.

Aun cuando la literatura holandesa se ha vuelto un producto exitoso de exportación por cerca de diez años, las exportaciones también suponen importaciones.

La edición holandesa siempre se ha caracterizado por una abierta hospitalidad hacia otras literaturas. Un gran número de libros han sido y continúan siendo traducidos al holandés, no sólo de la lengua inglesa dominante y de las más bien cada vez menos dominantes alemana y francesa, sino de todas las lenguas y áreas lingüísticas. Representan entre 20 y 25 por ciento de todos los títulos de literatura traducidos de otras lenguas, que según sé es uno de los más altos.

Mientras que el estado general de la literatura holandesa se ve sano, es posible señalar algunos desarrollos negativos en tiempos recientes. La actual crisis comercial en el negocio del libro no ha dejado fuera a los Países Bajos. Muchas editoriales respetadas de trayectoria han sido devoradas por los enormes conglomerados y esto ocasiona que el merca-

do de libro esté dominado por sólo tres grandes compañías. Un ejemplo reciente lo tenemos en la casi desaparición de una de las primeras editoriales literarias, Murderhouse, editora de García Márquez y muchos otros autores extranjeros, y esta mañana hemos oído que una de las tres compañías, la que está acabando con Murderhouse en este momento, quiere comprar otra compañía, y con esto estaría absorbiendo 70 por ciento de todo el mercado de editoriales literarias de Holanda.

Uno de los peligros inevitables a lo largo de este proceso es que dentro de los grandes grupos editoriales resulta cada vez más difícil publicar proyectos menos comerciales como colecciones de poesía, ensayos, óperas primas y obra traducida en particular referente a la diversidad de la literatura holandesa. Aquí es donde se concentran los esfuerzos de la Fundación para Literatura Holandesa. Hay otra fundación literaria que forma parte de la nuestra, la cual se interesa por editoriales extranjeras que pretenden traer a sus autores a Holanda merced a los apoyos en traducción, en ficción o no ficción, de otras lenguas al holandés.

Esta fundación nació en los sesenta, y ha ido creciendo con la llamada Protesta de Escritores, cuando los autores y traductores holandeses protestaron por el apoyo mínimo que recibían por parte del gobierno, en particular del Ministerio de Cultura, para los escritores y traductores que intentaban vivir de su pluma. En 1965 la Fundación para la Literatura comenzó a conceder apoyos para trabajo y subsidios a autores y traductores holandeses de lengua extranjera al holandés. Nuestra fundación cumple una función dual: se creó en 1991 por iniciativa del Ministerio de Cultura, que quería dejar las funciones de promover la literatura holandesa en el extranjero en manos de una organización independiente y profesional. Tal como lo sugiere su nombre, las funciones de la fundación son:

- Apoyar la producción de obras de literatura holandesa de calidad y apoyar su traducción a otras lenguas. La primera parte está enfocada de manera especial a obras literarias de calidad difíciles de explotar comercialmente por los editores, apoyándolos en reducir los costos de producción. Esto significa que este apoyo extraordinario permite al editor publicar un libro que no forma parte de su programa usual para el mercado, a un precio razonablemente bajo, tal como colecciones de ensayos, obras colectivas o nuevas ediciones de clásicos. También incluimos revistas literarias y libros fotográficos de alta calidad. De esta forma, la fundación intenta ayudar a preservar la variedad y profundidad de literatura disponible.

Todo el proceso de solicitud es rápido y fácil de realizar. El comité se reúne cada mes y decide sobre todo las últimas solicitudes para subsidios, a veces consultando con asesores externos. Los solicitantes por lo regular no tienen que esperar más de un mes para recibir una respuesta. La fundación ha desarrollado este procedimiento para adecuarse a las dinámicas de las editoriales holandesas y extranjeras, que después de todo son quienes operan como negocio.

La fundación impulsa activamente la traducción de literatura holandesa en el extranjero. En un mundo cada vez más internacional, donde el dominio de la literatura anglosajona continúa creciendo, áreas lingüísticas pequeñas como la nuestra tienen que hacer un esfuerzo extra para concentrar la atención en su literatura.

Enseguida les comparto algunos ejemplos de cómo la fundación promueve la literatura holandesa a otros países:

- La fundación mantiene contacto cercano con los editores de todo el mundo, por medio de visitas regulares, y teniendo siempre un *stand* en las ferias internacionales del libro más importantes como Frankfurt, Londres, Bolonia y también aquí en Guadalajara. Además, ha organizado eventos en Liber Barcelona y en el Salón del Libro de París cuando Holanda fue invitado de honor. Cada año compilamos un *dossier* con muestras de traducciones de una selección de títulos literarios holandeses que han demostrado su éxito artístico y comercial. Para mantener informados a los editores extranjeros acerca de nuevos títulos interesantes, la fundación produce un *brochure* bianual llamado “10 Books from Holland and Flandes”, presentando una selección de novelas exitosas artística y comercialmente y que puede esperarse que les vaya bien en el extranjero. Aparte, tenemos un *brochure* de “Quality non fiction from Holland”, que presenta nuevos títulos de no ficción.
- Una vez que el editor extranjero ha expresado interés en un libro holandés específico y ha adquirido los derechos, el editor puede solicitar a la fundación el subsidio de hasta 70 por ciento del costo de la traducción. Debo agregar que no negociamos con derechos, porque queremos dar a los editores una opinión neutra del libro en cuestión.

Como parte del Programa de Visitantes, ocho de cada diez editores extranjeros son invitados cada año a venir a Amsterdam por una tempo-

rada, lo que les da oportunidad de examinar la escena literaria holandesa y de visitar a editores holandeses.

- La fundación también cuenta con un Programa para Escritores, que apoya la presencia de autores holandeses en el extranjero: un editor quiere invitar a un autor holandés a promover su nuevo libro, un festival literario invita a participar a un poeta holandés, o un foro literario planea organizar un debate que incluya a un autor holandés. Se puede pedir a la fundación apoyo para estas intervenciones reintegrándoseles sus gastos de viaje.
- Como una extensión del Programa para Escritores, la fundación es responsable de un programa de eventos, que ocasionalmente elabora junto con organizaciones literarias, editores y ferias del libro.

Sería en vano la promoción en el extranjero si no se tuvieran buenos traductores profesionales. La fundación siempre ha considerado la capacitación, apoyo y orientación a los traductores trabajando el holandés como uno de los pilares fundamentales de su política de traducción. The Amsterdam Translators House fue establecida con este propósito en mente, como un lugar donde los traductores de literatura holandesa puedan vivir y trabajar por un periodo de uno o dos meses por invitación de la fundación. The Translators House también organiza talleres regulares para traductores literarios, dedicados a una lengua específica y dirigido por un traductor experimentado. Las listas de traductores cualificados en más de 40 lenguas llega a los 400.

- Cada dos años organizamos en Amsterdam una conferencia internacional de no ficción, enfocándonos en asuntos de actualidad. Los invitados incluyen a un número de editores holandeses e internacionales a la vez que agentes literarios, críticos, autores y traductores. Creamos un espacio donde la gente del mundo del libro se reúne en un espacio tranquilo.
- Por último, la fundación cumple un papel importante como fuente de información. Al igual que los *brochures* y las muestras de traducciones que he mencionado, nuestro *website* ofrece una abundante información acerca de nuevos títulos y el desarrollo del mercado del libro holandés, incluyendo eventos literarios y premios.

- También hay una base de datos con información acerca de la literatura holandesa en traducción y una biblioteca con más de siete mil ediciones traducidas de libros holandeses.

En 1980 un total de 55 libros holandeses aparecieron traducidos en el extranjero. En 1994, tres años después de que la fundación fuera creada, y un año después de la exitosa presentación de Schwerpunkt en la Feria del Libro de Frankfurt, las cifras anuales se han incrementado por encima de 200. Hoy en día cerca de 400 títulos holandeses en traducción son publicados cada año: novelas, colecciones de cuentos, poesía, libros infantiles y de no ficción. Acorde con las estadísticas, en Alemania la literatura holandesa es especialmente alta en la lista, ante todo con los autores Cees Nooteboom, Harry Mulisch, Hugo Claus, quienes se han vuelto autores de *best sellers*. Otros países que han recibido las obras holandesas son: Escandinavia, Francia, Italia, Europa del este, Japón e incluso Estados Unidos y Gran Bretaña. Ambos mercados, por tradición, muy difíciles de penetrar.

Debo agregar que la traducción al inglés es esencial para entrar a otros mercados para una lengua pequeña como la nuestra. Pueden ver un desarrollo en los últimos años donde otros países pequeños como el nuestro, en especial en Europa, se están buscando entre ellos para traducciones, en vez de sólo ver el mercado dominante en inglés.

Más allá de las experiencias que he contado en estos minutos, debo hacer hincapié en que la vitalidad de la literatura holandesa contemporánea y su reciente éxito internacional se debe a nuestros autores.

Protrad: un vehículo de exportación para el libro mexicano

Phillipe Ollé

Yo represento un programa de apoyo a la traducción de obras mexicanas para editoriales extranjeras que se llama Protrad. Este programa se pensó durante 1999. Como tenía la experiencia de la oficina del libro de la embajada de Francia, me pidieron analizar cómo podría desarrollarse un programa de apoyo a la traducción, porque las autoridades mexicanas se daban cuenta que había un problema para exportar tanto la literatura como las ciencias humanas bajo forma de traducción, o sea a otros idiomas.

Sería muy complejo repetir aquí todas las conclusiones a las cuales llegamos, pero desde luego del lado literario, por ejemplo, México se aprovechó de grandes nombres como Octavio Paz o Carlos Fuentes, los autores que de manera casi sistemática se tradujeron en el mundo, y para darle más vida al flujo de textos literarios se creó este programa.

Desde el principio fue un programa cuyo brazo director se llama Fonca, el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes, es una parte del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Desde el Fonca se administra un fondo cuyo presupuesto viene de diversas instituciones y participan en la mesa directiva de este programa varias instituciones como la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, la CANIEM; la Sogem, la sociedad de los autores; muy importante, la Secretaría de Relaciones Exteriores tiene como función, entre otras, mostrar la cultura mexicana fuera de sus fronteras, después hablaré un poco más de esa parte; el Fonca mismo participa en la Dirección General de Publicaciones; y desde hace poco la Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM, representada por la Coordinación de Difusión Cultural; y la Fundación para las Letras Mexicanas.

Una vez que nos pusimos de acuerdo sobre la mecánica misma, quisimos trabajar con las editoriales extranjeras para tener la seguridad de que los fondos y el trabajo que se iba a invertir se convirtiera en resultados concretos, o sea que sí fueran libros. Hemos sufragado, a veces, el financiamiento de traducciones que no siempre llegan al lector, gracias a becas para traductores que después no consiguen editorial. Esa mecánica de Protrad es un trato directo entre ésta y la editorial extranjera.

Desde el 2000, cuando empezamos a funcionar, se han apoyado 52 títulos, publicados en doce idiomas y desde luego los idiomas más comunes son el alemán, francés, italiano, portugués... pero también tenemos ahora presencia en Japón, Corea, Bulgaria, Rumania, Rusia... países que no han tenido tantas traducciones de literatura mexicana, básicamente literatura, hemos tocado tanto la narrativa como la poesía, el teatro en fechas recientes, o las ciencias humanas, como la historia.

Funciona como siempre opera un programa del Fonca: hay una comisión de tres personalidades del mundo de las letras, yo no tengo voto, les presentamos las ideas de las editoriales, que pueden ser diez, doce, quince; antes nosotros, los administrativos del programa, quitamos algunas propuestas poco serias, me gusta siempre citar un proyecto que nos llegó de Croacia, de un amigo croata que quería publicar un diccionario croata-otomí que por supuesto del lado experimental resulta interesante, pero la

inversión como siempre, si poníamos dinero en este libro, no lo íbamos a poner en otro.

Dos o tres veces al año se junta esta comisión y aprueba o rechaza apoyos económicos. El más bajo que hemos dado, me parece, fue para una obra de teatro que recibió 700 dólares, pagaba la traducción, o hasta cinco mil dólares para proyectos más pesados, dólares americanos.

Esa cantidad corresponde al pago de una parte de la traducción, o de los derechos de autores, o de una parte de la producción. De este lado no exigimos a la editorial que nos entregue un comprobante diciendo que se ha gastado tanto sobre tal y tal parte del trabajo.

En cuatro años hemos tenido que definir criterios. El primer criterio, aparte de la anécdota que les comentaba del diccionario, hay un apoyo a los libros de calidad, por eso tenemos a tres personalidades de las letras. Dos, el campo tiene que ser contemporáneo, los libros que ya son de autores muertos, o del siglo XIX, que nos ha pasado, es mucho más difícil que los apoyemos. Hemos dado un apoyo excepcional a la traducción al francés de la *Breve historia de las Indias*, de Bartolomé de las Casas, que no se había traducido en su integridad a ningún idioma y más o menos el presupuesto de traducción era tan alto que ahí decidimos aportar nuestra gotita adentro del océano.

Por otra parte no queremos apoyar a autores que no necesitan realmente este apoyo económico, tratamos de apoyar a editoriales cuyo trabajo, cuyo catálogo, cuya entrega a las letras de América Latina y muy especialmente a las mexicanas, necesitan ese apoyo para bajar el riesgo que van a tomar si publican a un autor muchas veces desconocido en el país de la editorial.

Por lo tanto, cuando recibimos esas propuestas vemos los montos disponibles, hacemos cuotas. Son tres escritores que empiezan a jugar el juego, les decimos: “hoy pueden gastar quince mil dólares”. Entonces empiezan a dar dos mil a uno, mil a otro, según la importancia que le den a cada una de las obras.

El resultado fue hasta hoy bien recibido, quisiera insistir sobre el hecho de que no somos una agencia de promoción tampoco. No tenemos la infraestructura para hacerlo, no tenemos tampoco ganas de serlo, sabemos muy bien que las editoriales interesadas en la literatura o ciencias humanas mexicanas conocen más o menos, a través de universitarios, lectores, traductores, en fin, una red que ustedes conocen... saben muy bien qué les interesa más allá de lo que es la producción editorial mexicana.

Hay puntos de detalles, por ejemplo se ha apoyado a varios autores que no son mexicanos de nacimiento, pero han vivido tantos años en

México que los consideramos como tales, por ejemplo Tito Monterroso en su traducción al italiano.

De la misma manera, consideramos que nos gustaría tener presencia en otras áreas editoriales que hasta la fecha no se han presentado proyectos. Al principio queríamos darle más importancia a los idiomas de mayor circulación: inglés, francés, alemán, italiano, etcétera. Hoy en día nos damos cuenta que hay un déficit tal en varios países que hemos decidido no dar prioridad, pero sí aceptar que esos proyectos pudieran llegar a nuestras manos.

Como les decía, 52 proyectos aprobados y la idea de que el agregado cultural de la embajada de México en mi país, o el encargado de la política cultural mexicana del país, tiene un papel motor en el conocimiento de esas letras, son las personas que deben actuar como agentes de las letras y de las ciencias humanas mexicanas. Yo, desde aquí, no tengo presencia en Japón, por lo cual sería absurdo pensar que yo me contactara con editoriales así y decirles: “Oye, pues publiquen a un mexicano”. Resulta mucho más sano y eficaz que la editorial japonesa, por repetir este ejemplo, nos contacte y que nosotros podamos aceptar una propuesta, de hecho ya van dos para el ejemplo japonés.

Por lo mismo al principio decía que la Secretaría de Relaciones Exteriores mexicana es capital tanto en su aportación económica como en la difusión de la información a través del mundo.

Si quieren tener contacto con nosotros o si quieren más información les doy nuestra dirección electrónica: protrad@correo.conaculta.gob.mx. Ahí nos pueden pedir la información, los formularios para participar. Pedimos, y es muy importante, que cuando compiten los editores tienen que haberse comprometido, o sea haber firmado el contrato de cesión de derechos y haber pagado los derechos. Es un detalle que tiene su importancia.

Apoyos a la traducción y a la difusión del libro en Francia

Christian Moire

Francia es el país de la diversidad cultural, es quizás el campeón de la diversidad cultural. En ese contexto, nace el Programa de Apoyo a la Traducción impulsado en Francia por parte del ministerio equivalente a la

SEP de México, y también por parte del ministro de la cultura en Francia. Este programa se consiguió gracias a un buen número de acciones a favor del libro, y como estamos aquí participando en un foro de editores, quisiera mencionar la importantísima ley sobre el precio fijo del libro, porque yo sé que los editores mexicanos están pensando en escribir una ley de este tipo.

El programa de apoyo a la traducción tiene tres formas. La primera, en cada país del mundo se otorga un apoyo a editoriales locales para la traducción; no se trata de un contrato entre la embajada de Francia y un traductor, es un contrato entre la embajada de Francia y una casa editorial. El segundo apoyo consiste en el pago, por parte del Ministerio de Asuntos Exteriores, de los derechos de autor. Y la tercera forma de conseguir un apoyo puede ser a través de la casa francesa que vende los derechos; el Ministerio de Cultura puede pagar a esta casa editorial francesa los derechos de autor, y después la casa francesa reasigna el pago a la casa editorial mexicana.

Es un programa importante para México. Phillipe empezó este programa hace nueve años y ahora hemos apoyado más de ciento cincuenta libros, que equivale al fondo de una casa editorial, y hacemos lo mismo en Argentina, Chile, Colombia, Madrid, sólo para hablar de la lengua española.

No queremos ser editores a la vez de las casas editoriales que apoyamos, lo cual representa un hecho importante. El apoyo se da cuando los contratos se firman entre las casas editoriales y sobre todo cuando hay un contrato entre la casa editorial que va a publicar el libro y un traductor.

Son casi las dos únicas formas de obtener este apoyo, tener los contratos firmados, porque si participamos antes en el proceso quizás los derechos sufran un pequeño incremento; es, pues, una precaución.

Este programa puede complementarse de la siguiente manera: las embajadas en todos los países pueden invitar autores. Intentamos que ello ocurra, cuando sea posible, cada vez que el libro de un autor vivo se publica.

Después de tantos años podemos ver los resultados de esta política. Lo primero que vemos es que hemos apoyado libros importantes, los cuales de otra manera hubiera sido imposible publicar. Voy a dar un ejemplo, *La historia del paraíso*, de Jean Delumeau, en tres tomos, obra importante de un historiador francés, este libro está en Taurus; sin el apoyo de la embajada de Francia este libro no existiría.

Otro efecto que me parece interesante es que representa una manera de apoyar a pequeñas casas editoriales locales. Sabemos que el

mercado de la lengua española no es un verdadero mercado, no hay una circulación fluida de los libros entre España y México, o entre España y Argentina... Entonces las pequeñas casas editoriales en México o Argentina pueden tener un verdadero punto de apoyo.

También vemos que no se privilegia ninguna especialidad. Hemos apoyado libros de ciencias humanas, he hablado de *La historia del paraíso*, el más reciente es una obra del filósofo francés Alain Badiou, *L'éthique*, "La ética", publicado aquí hace quince días por la Editorial Herder, pero también hemos apoyado fuera de las ciencias humanas a la literatura, a autores jóvenes o menos jóvenes —voy a citar títulos que Phillipe ha apoyado— como Annie Lobra, Pierre Michon, por ejemplo este libro maravilloso que se llama *Rimbaud le fils*.

Ustedes pueden ver que se trata de un programa sin tantas especialidades. No contamos con suficientes recursos para apoyar todos los proyectos que llegan a las embajadas, lo cual nos obliga a ser selectivos. Elegimos más las casas editoriales porque queremos estar seguros que lo que damos se destina en realidad para el libro. Apoyar la traducción del libro es un hecho, pero debemos asegurarnos que no se quedará en una bodega; entonces intentamos ver cómo la casa editorial maneja su política editorial, para estar seguros que vamos a ver en las librerías esos libros.

Hay un punto a desarrollar, es de la traducción. Ésta es una manera de poner el dedo sobre el papel del traductor. Si pagamos el apoyo a la traducción es porque queremos que el trabajo de la traducción sea casi perfecto, para decir a los editores que la traducción de un libro es el punto esencial de su labor editorial, de su labor en el caso de libros procedentes de idiomas extranjeros. Vamos a seguir con esto y empezamos este año un programa de reflexión sobre la traducción enfocado a la lengua española, y vamos a tener en el 2005 un congreso en México, un poco para impulsar un programa en la formación de traductores literarios, aspecto que consideramos de la mayor importancia.

Relatoría y conclusiones

Sesión de relatoría y conclusiones

El relator como traidor

Julián David Correa

Hay una vieja frase que habla del traductor como un traidor, y ante el valor de tantos traductores presentes yo me atrevo a hacer la relatoría que no deja de ser una suerte de traición también, en el sentido de que seguro se van a escapar cosas, pero mucho más cuando uno se da cuenta que tuvimos unas jornadas tan intensas y tan interesantes.

Espero que todos tengan la misma sensación que nosotros: que el foro fue importante y que cumplió sus expectativas.

Para empezar la relatoría, mencionaré las palabras introductorias. Todos estuvimos de acuerdo en que la Feria de Guadalajara se encuentra en una etapa nueva, en la cual el Salón de Derechos se integra muy bien con este foro, pues se requiere de formación para que quienes están a cargo de la compra venta de derechos puedan hacer un muy buen trabajo.

Nuestra directora, Adelaida Nieto, dijo algo que voy a citar, porque responde mucho al espíritu de tender puentes que siempre estamos trabajando y es que muy pocas industrias culturales cuentan en el mundo, no sólo en América Latina, con un órgano intergubernamental que cubra tantos países y con una institución privada como el Grupo Interamericano de Editores; es muy importante, creemos, fortalecer esta relación y que todos ustedes que son editores, que están en el mundo editorial, se aprovechen de esta relación para fortalecer sus propias industrias.

En la conferencia de Roberto Calasso —estupenda—, hubo muchísimas afirmaciones de interés. Sólo para dejar un par de ellas señaladas: una buena editorial es la que publica buenos libros, lo que suena a Perogrullo, pero es totalmente cierto, lo que no necesariamente significa

grandes ganancias; el ser editor es algo que también da prestigio, es un arte, pero es un arte peligroso para el cual el dinero es esencial.

Él se pregunta con base en qué se juzga la grandeza del editor. No hay bibliografía para hacerlo, pero entonces empieza a realizar algunas reflexiones acerca de lo que puede ser la grandeza en un editor, presenta el caso de Aldo Manunzio, del Renacimiento italiano, y Kurt Wolf, quien durante la Primera Guerra Mundial publicó, entre otras, las obras de Kafka.

Él hizo una afirmación muy interesante, en el sentido de la obra del editor como obra de arte, en donde cada uno de los libros representan un capítulo de un único gran libro, en donde el trabajo del editor es coherente y se convierte en un *bricolage* que responde a su concepto acerca de lo que es el mundo.

André Schiffrin, en su conferencia —fue un honor y un orgullo tenerlo tan cerca, sus palabras fueron muy iluminadoras—, de una manera muy breve nos alertó acerca de los peligros de la globalización, los riesgos acerca de la fusión entre las industrias de la comunicación y de todas las grandes industrias mediáticas que terminan por absorber también a las editoriales, sobre todo porque hay un proceso creciente de una búsqueda de mayores rendimientos de parte de esas empresas, y en la medida que pasan de diez por ciento que se pretendía hace unos quince años, como él dice textualmente, a 25 o 26 por ciento, existen cada vez menos posibilidades de que los libros pertenecientes un poco a la periferia, que de alguna manera son diversos, probablemente no tengan unas altas ventas, hay menos posibilidades de que estos libros sean impresos, y que los sellos que los representan, como decía hace un momento, son también una gran obra, estos sellos tienden a desaparecer al igual que los libros.

Como señalaba Calasso, el conjunto de textos de un editor equivalen un poco la obra de un autor, y desaparecen los libros y tienden a desaparecer también los sellos que no resultan de una alta rentabilidad, una rentabilidad de 26 por ciento, lo cual ocurre bastante en este tipo de negocios. Esto representa una traición a la estupenda charla de André Schiffrin, pero es algo muy breve, sólo para resumir.

Y dejando a Schiffrin, pasando al tema de las fuentes de información, escuchamos un par de presentaciones sencillas pero muy importantes, tuvimos a Marifé Boix de la Feria de Frankfurt, y tuvimos a Luis Fernando Sarmiento, un colega del CERALC.

Marifé Boix, en términos generales, habló de la importancia de la red, internet, como una fuente de información fundamental para todos

los editores y luego nos habló del proyecto de la página de la Feria Internacional del Libro de Frankfurt, *My book fair*, que cuenta desde 1997 con una gran base de datos al alcance de todos ustedes, una página que a todos recomendamos. La dirección era, si no recuerdo mal, www.book-fair.com con información de 302 agencias, 221 agentes literarios, tres catálogos con más de 19 mil títulos de 70 países en 50 idiomas. Una base de datos imprescindible sin ninguna duda, y además abierta, como ella lo dijo y como lo conversamos después de la reunión, a que las pequeñas editoriales de América Latina y de otros países cuelguen ahí su información.

Eso es una llamada de atención muy importante para ustedes, para que lo aprovechen, este pedacito del proyecto de Frankfurt está financiado por la UNESCO y es la oportunidad para que los editores que no tienen su propia página web, o quienes ya la tengan, puedan colgar su información en vinculación con la página de Frankfurt.

La presentación de Luis Fernando Sarmiento se ocupó del repertorio integrado de libros en venta en Iberoamérica, una herramienta que está construida sobre la base de los registros del ISBN de todos los países miembros del CERLALC. Esta gran base de datos se imprime en un CD-ROM que se distribuye de momento gratuitamente, incluso quienes estén interesados lo pueden encontrar en el *stand* del CERLALC que es el mismo que se llama *Ilimita*, que queda justo a la entrada del Salón de Derechos; es un CD donde ustedes pueden encontrar toda la oferta registrada en ISBN, lo cual como alguien llamó la atención ese día, en algunos países funciona muy bien y en otros no tanto, pero es una base de datos fundamental que les permite a ustedes revisar búsquedas desde autores, número de ISBN, título, puede ser una herramienta muy importante que además pueden consultar desde internet en la página del CERLALC, www.cerlalc.org.

Luis Fernando Sarmiento hizo una observación que resultó muy fuerte —para algunas personas, podría ser sujeto de discusión—, pero es lo que las cifras nos han mostrado: en América Latina sólo entre seis y diez por ciento de lo que se publica pertenece a autores extranjeros, que es bastante fuerte de decir, pero eso muestran los números.

En la mesa “Negociación de derechos, la perspectiva de los propietarios”, una mesa estupenda como todas las de este foro, se hicieron varias afirmaciones.

Por una parte se dijo, y afirmaron las tres personas que participaron en la mesa, el centro de la venta de derechos de autor es la relación con el autor: el autor, lo más importante; y el capital fundamental, la confianza.

Esto, como dicen los uruguayos, no es poca cosa, es fundamental, en eso se basa todo el trabajo. Se dice también que para quienes tienen la posibilidad de negociar con los derechos de autor, el autor sigue siendo el propietario por supuesto, pero quienes pueden negociar los derechos, para que hagan un buen trabajo, se necesita conocer el mercado al cual se están dirigiendo, esa fue una primera observación.

Otra segunda observación importante es que resulta necesario hacer el seguimiento de los libros y en esto hay editoriales que no son tan juiciosas, en cuanto a hacer reportes de lo que se publica en prensa, de cuánto se imprime, de cuánto se vende, eso es un llamado de atención tanto a quienes venden como a quienes compran.

Se afirmó también que había una transformación en los contratos, tradicionalmente se habían hecho para quince años y ahora tienden a ser entre cinco y siete años con posibilidades de negociación.

Igualmente con los *royalties* que se están negociando desde ocho por ciento o incluso desde diez por ciento para la primera edición.

Alejandro Katz, asesor del FIE expuso varias frases que resumieron bastante bien esta mesa. Dijo, en una parte muy divertida, que él ha encontrado un nuevo modelo de editor, el editor como mamá, el cual cuida al autor, lo que es bastante cierto.

Por otra parte afirma lo siguiente, que resume bastante bien el espíritu de la mesa: el que vende derechos tiene como obligaciones, primero, conocer el mercado de destino de la obra que se va a vender; segundo, conocer bien el catálogo del comprador. Como se decía hace unos días en un corredor, el editor no es otra cosa que su catálogo. Tercero, debe cuidar a sus autores y preservar su confianza. Éstas son las tres afirmaciones de Alejandro Katz.

También hizo una afirmación muy interesante: a diferencia de lo que sucede con muchos otros bienes, no sólo del sector productivo común y corriente, sino también bienes culturales, la venta no es el fin de la relación, sino que en estos casos la venta representa el comienzo de una larga relación y por eso el tema de la confianza resulta fundamental.

Es importante ser metódicos en ofrecer la información. Se afirmó también en esta mesa que el criterio de decisión en la venta no depende sólo del monto del anticipo, como podría pasar también en algunos otros comercios de bienes, sino que se consideran también temas como la calidad del catálogo, la calidad de la traducción. Eso resume esta mesa.

Luego tuvimos la tercera mesa, “La negociación de derechos, el punto de vista de los editores”, con la participación de Carmen Corral,

de Tusquets; Ofelia Grande, de Siruela; Trinidad Vergara, de Vergara y Riba Editoras; Alberto Ruy Sánchez, de *Artes de México*; y moderaba Ana María Cabanellas.

En esta mesa se hicieron las siguientes afirmaciones: se inició con una pregunta muy interesante, nos informaron o nos recordaron que los derechos de autor forman parte también de los derechos humanos, esto lo dijo Carmen, ella planteó una pregunta por demás inquietante: ¿Usted puede negociar con los derechos humanos? ¿Son negociables los derechos humanos?

Esto representó sobre todo una llamada de atención acerca de lo delicado de la relación con el autor, y lo delicado del material con el cual se trabaja.

Se hizo énfasis en las múltiples maneras de negociar, pero que el tipo de negociación de la que se habla cuando se compran y venden derechos es una negociación basada en una cooperación, porque se construye un camino en el cual se requiere que ambas partes salgan ganando.

Más adelante, otra persona de la mesa afirmó que un viejo refrán mercantil sostiene que un buen negocio sólo es bueno cuando beneficia a todas las partes involucradas.

Se hicieron afirmaciones como que se requiere un buen conocimiento de la legislación internacional, y todos los que estaban sentados en la mesa hicieron énfasis en la importancia de los contratos: en cuanto más detallado y extenso sea, mientras menos cosas deje a la libre interpretación, mucho mejor será la relación.

Por supuesto, se mencionó que había países con los cuales, por diferencias en la legislación, este asunto puede resultar complicado.

En el caso de Trinidad Vergara y de Alberto Ruy Sánchez, ambos tenían varios puntos en común, porque nos estaban hablando de una oferta editorial muy particular.

En el caso de Vergara y Riba Editoras, nos han hablado acerca de una serie de productos como libros regalo; se hicieron un par de afirmaciones interesantes, entre otras que dos opciones dentro de la industria son: buscar una muy rica oferta local, como el caso de las editoriales que desarrollan proyectos como el de *Artes de México*, que realizan una muy profunda investigación acerca de la propia realidad, de una excelente factura, una excelente confección. O también existe la posibilidad de explorar el mercado hispanoparlante.

Hubo una frase que nos quedó sonando a muchas personas, expresada por Trinidad Vergara: el camino del inglés como un idioma

pasaporte, es decir, explorar la posibilidad de hacer primero traducciones en inglés que te permitan explorar la posibilidad de que estas obras vayan luego a otros idiomas.

En el caso de Alberto Ruy Sánchez, escuchamos una presentación muy particular en la que mostró el trabajo apasionado de una editorial que ha sido y ha estado comprometida con compensar a México y que tiene unos excelentes productos, unos excelentes libros, y su intervención estuvo bastante emparentada con la de Schiffrin en varios momentos.

En resumen, él también terminó por alertarnos sobre los riesgos del nuevo contexto para una editorial como la suya. Nos habló del caso del Smithsonian y de una fundación de Los Ángeles que lo habían apoyado en algún momento, aunque luego el asunto se pone algo complicado cuando ocurre una fuerte intervención de los abogados, cuando hay un conjunto anónimo de accionistas detrás que presionan por una alta rentabilidad, y cuando además te compran los derechos, te editan, pero luego venden la empresa a otra que finalmente tú no conoces, con lo cual al final tú no sabes a quién pertenece tu obra. Creo que eso se repitió de varias maneras a lo largo de estos días.

En “La presencia de las obras en español en otros idiomas” tuvimos a Ray-Güde Mertin, directora de Ray-Güde Mertin Literarische Agentur. Ella habló de la evolución de la obra en español en Alemania; nos contó una historia que es posible que más personas conocieran y expone cómo el largo trabajo de acercar las obras latinoamericanas al mercado alemán tuvo un momento muy brillante alrededor del realismo mágico, pero durante un largo tiempo posterior estuvo anclado el pensamiento de los lectores y también de los editores con este tema, el cual creo que lo conocemos bastante: el supuesto de que América Latina es una sola gran cosa, de manera que hay literatura latinoamericana. Ya en un par de momentos en esta mesa se hace énfasis en decir que no hay una literatura latinoamericana, hay autores latinoamericanos.

Ella nos mostró algunas cifras muy interesantes para esta relatoría: en Alemania, 70 por ciento de las traducciones vienen del inglés. El 50 por ciento de la producción en inglés se traduce, mientras que del castellano se traduce tres por ciento. Los angloparlantes sólo traducen seis por ciento de otras lenguas.

Ray-Güde también hizo algunas reflexiones acerca de qué es eso de tener éxito en el extranjero. Como conclusión se expuso que no hay ninguna receta para tener éxito en el extranjero. Que lo que sí es cierto

es que quien escriba deliberadamente para un público extranjero de seguro fracasará, fue una de las afirmaciones.

Otra cosa que se señaló en conexión con el tema del realismo mágico es que no hay reglas ni recetas, pero un éxito va llamando a otros nuevos éxitos.

También tuvimos a Michi Strausfeld, quien nos contó también una historia de la relación de la literatura latinoamericana dentro de Alemania, pasando por la historia de la Alemania dividida, la caída del muro, la importancia de los premios Nobel obtenidos para el lanzamiento de las obras latinoamericanas en alemán, la participación de los latinoamericanos en Frankfurt, también como uno de los puntos altos, pero nos alertó acerca de que hemos entrado, por lo menos en Alemania, en un momento en el cual es muy difícil que las obras latinoamericanas lleguen al público que tiene muy poca atención por parte de los críticos y que ellos enfrentan en este momento el reto de conquistar la atención de los críticos y desarrollar estrategias para hacer de cada lanzamiento un evento que tenga bastante resonancia.

En el caso de Nilli Cohen, nos contó un poco acerca de la historia de la literatura hebrea y la relación de ésta con la literatura en castellano.

En Israel se están produciendo unos 37 libros al año en castellano, motivado fundamentalmente porque éste es un país construido sobre una alta migración y por supuesto porque hay muchas personas que hablan castellano y existe un mercado natural para ello.

Para concluir, tuvimos nuestra última mesa, la de estrategias de apoyos a la traducción de obras.

Tuvimos a Phillipe Ollé, vimos el caso de Protrad de México, un programa vinculado con CANIEM y con la UNAM, que a pesar de que — como señalaba una de las asistentes— los recursos no sean los más abundantes, de una manera muy consistente ha venido trabajando en el apoyo a la traducción de obras mexicanas siempre en relación con los editores, y sus apoyos van entre 700 y cinco mil dólares.

Nos cuenta también que por supuesto se trata de una relación donde no se está promoviendo a uno u otro autor sino que es una relación con el editor y depende de ciertas condiciones y la tendencia ha sido apoyar a autores contemporáneos y vivos, aunque ha habido algunas excepciones. Cuentan con el apoyo de los agregados culturales de las embajadas.

De Holanda, Maarten Valken nos contó sobre la Fundación para la Producción y la Traducción de la literatura holandesa, nos habló de la muy vital existencia que tienen los libros en Holanda, la importancia que

la literatura tiene para los holandeses y la lectura, nos habló de *magazines* literarios, de festivales de poesía, de la Semana del Libro, de la fuerte relación que existe entre los editores y los librereros, también alertándonos acerca, otra vez, de cómo hay grupos que cada vez están comprando más y están tendiendo a ocupar todo el mercado.

Nos habla de su institución, fundada en 1991 por iniciativa del Ministerio de Cultura, de cómo ellos han trabajado de una manera muy comprometida para que las obras holandesas se traduzcan a otros idiomas. En Alemania es donde más éxito han tenido, han hecho sobre todo un trabajo muy fuerte con traductores. Todas las personas de esta mesa fueron conscientes, y antes se había dicho también, que si no hay una buena traducción, la obra está muerta, de eso depende la vida que pueda tener la obra en el ámbito internacional.

Ofrece pasantías en Holanda para los traductores, tiene en estos momentos una base de datos que incluye a traductores para 40 idiomas.

Y del Bureau du Livre de México de la embajada de Francia, la charla empieza con afirmaciones de que Francia es el país de la diversidad cultural, para ellos es muy importante fomentar la traducción y dispone de recursos importantes para ello, con tres formas de apoyo: el contrato entre la embajada y la casa editorial, para que se realice la traducción, es decir, no hacen un contrato con el traductor como ocurre en otros casos, sino que lo hacen directamente con la casa editorial; segundo, Relaciones Exteriores paga los derechos de autor; tercera opción, el ministerio de cultura puede pagar a la editorial francesa los derechos de autor que se requieran para que la obra pueda ser publicada por una editorial extranjera.

En este momento apoyan alrededor de 150 libros, desarrollan también actividades en Argentina, Colombia y España. Analizan con mucho cuidado, incluso más que a la obra, a la editorial, porque obviamente lo único que ellos esperan, o lo que consideran más importante, es tener una excelente traducción, lo más perfecta posible, y que los libros estén en las estanterías, que sean comprados y leídos.

Con esto terminamos la relatoría. Muchísimas gracias a ustedes, que disfrutaron de estas jornadas, y a todos los participantes de las mesas.

Participantes

Roberto Calasso, director editorial y consejero delegado de la Editorial Adelphi, Italia.

Marifé Boix, directora de eServices de la Feria del Libro de Frankfurt, Alemania.

Luis Fernando Sarmiento, secretario técnico del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC), Colombia.

Anne-Marie Vallat, directora de Anne-Marie Vallat Agencia Literaria, España.

Anne-Solange Noble, directora del departamento de derechos extranjeros de la Editorial Gallimard, Francia.

Carmen Corral, Responsable del Departamento de Derechos de Tusquets Editores, España.

Cristina Mora, responsable del departamento de cesión de derechos al extranjero del Grupo Editorial Planeta, España.

Ofelia Grande, directora de Ediciones Siruela, España.

Alberto Ruy Sánchez, escritor y director general de Artes de México, México.

Trinidad Vergara, presidenta de Vergara y Riba Editoras, Argentina.

Ray-Güde Mertin, directora de Ray-Güde Mertin Literarische Agentur, Alemania.

Michi Strausfeld, responsable de literatura latinoamericana, española y portuguesa en la editorial Suhrkamp de Frankfurt, Alemania.

Nilli Cohen, directora del Instituto para la Traducción de la Literatura Hebrea, Israel.

Maarten Valken, responsable del área de No Ficción de la Fundación para la Producción y la Traducción de la Literatura Holandesa, Holanda.

Phillipe Ollé, director de la Casa del Refugio Xitlaltépec y la revista *Líneas de fuga*. Dirige el Programa de Fomento a la Traducción Literaria del FONCA y es asesor de varias editoriales francesas, México.

Christian Moire, agregado cultural, tiene a su cargo el Programa de Apoyo a la Traducción en la embajada de Francia en México, Francia.

Julián David Correa, subdirector de Libro y Desarrollo del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC-UNESCO), Colombia.

Negociación de derechos: trascendiendo fronteras
se terminó de imprimir el mes de noviembre de 2005
en Compuformas PAF, S.A. de C.V. Av. Coyoacán 1031,
03100, México, D.F.



