

VICENTE BATTISTA

El negocio
de la
vanidad



Página 2

JAVIER CHIABRANDO

Lo escribo,
lo edito,
lo vendo



Página 3

NICOLÁS MAZIA HENDL

Sobre libros
y mercados

Página 4


télam
AGENCIA NACIONAL
DE NOTICIAS

SLT

WWW.TELAM.COM.AR

SUPLEMENTO LITERARIO TÉLAM | REPORTE NACIONAL

AÑO 5 | NÚMERO 244 | JUEVES 4 DE AGOSTO DE 2016

Pagar para publicar

Plantar un árbol, tener un hijo y escribir un libro son las tres cosas que supuestamente tiene que hacer una persona en la vida, pero si esto fuese cierto... ¿hay necesidad de publicarlo? Esta pregunta se hacía el escritor Isidoro Blaisten. Hoy nos preguntamos: ¿hay que pagar la edición del libro propio?



Archivo Histórico de Revistas Argentinas | www.ahira.com.ar

En el país hay 230 sellos activos: el 47% son pequeños, el 43% medianos y el 10% está en manos de grandes grupos que dominan más de la mitad de los títulos publicados. A pesar de la concentración, las editoriales que no representan conglomerados transnacionales se hicieron lugar en el negocio de los libros, según demuestra la Cámara Argentina de Publicaciones (CAP) en un informe

sobre la producción en 2015. "En los últimos años hubo nuevos editores y estamos mejor preparados que hace cinco. Si bien desde 2011 el sector no crece por costos internos y dificultad para exportar, las ventas acompañaron, no bajaron. Es un mercado estanco por la falta de apuesta editorial, pero creo que ya estamos listos para despegar", dice a **Télem** Trinidad Vergara, presidenta de la CAP.



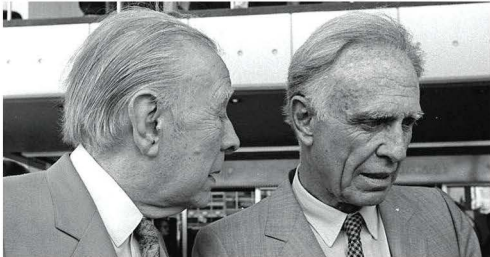
El negocio de la vanidad



→ VICENTE BATTISTA

Estaba convencido del talento de su hijo: a los 11 años el niño ya había escrito su primer cuento, por lo que no dudó en cubrir los costos de *Prólogo*, el libro de relatos y misceláneas con el que Adolfo Bioy Casares ingresó, ostentosamente, al mundo de las letras. El adverbio no es casual: aquella edición costó 180 pesos, que en 1929 significaba el monto de tres sueldos de un empleado administrativo bien pagado. Posteriormente, Bioy Casares renegó de ese libro y de los otros cinco que le siguieron, prohibió posibles segundas ediciones. A Jorge Luis Borges le sucedió algo parecido, pero con menos fortuna. En 1923 se hizo cargo de pagar la edición de su libro de poemas *Fervor de Buenos Aires*, trescientos ejemplares en rústica, con una tapa ilustrada por su hermana Nora, que el propio Borges se ocupó de distribuir silenciosamente, alguna vez confesó que iba a las reuniones literarias y, con timidez y disimulo, dejaba un ejemplar en los albrigos que colgaban de los percheros. Más tarde, igual que Bioy Casares, prohibió la reedición de ese libro, así como las reediciones de *Inquisición. El tamaño de mi esperanza* y *El idioma de los argentinos*, aunque no tuvo la fortuna de Bioy Casares, por razones mercantiles, antes que literarias, esos títulos repudiados por su autor se publicaron póstumamente.

En 1897, un joven e incógnito escritor de 26 años, integrante, junto a nombres como el de Anatole France, Octave Mirbeau, Alfred Jarry y André Gide, el grupo Dreyfusards, que apoyaba a Emile Zola en su defensa al capitán Alfred Dreyfus. Quince años después, ya convertido en escritor, decidió casarse con Gide, uno de los miembros del directorio de la editorial Gallimard, los originales de su primera novela. Por entonces, aquel joven escritor ya tenía 40 años y solo había publicado *Los placeres y los días*, una recopilación



PRIMEROS LIBROS. BORGES COSTEÓ *FERVOR DE BUENOS AIRES*, A BIOY EL PADRE LE PAGÓ *PRÓLOGO*. AMBOS PROHIBIERON LA REEDICIÓN DE ESAS OBRAS.

Borges, Bioy Casares y Proust son solo algunos de los autores consagrados en el mundo de las letras que pagaron su propia edición, pero junto a estos nombres hay millares de anónimos que se autofinanciaron y no tuvieron ningún éxito.

de narraciones breves, de poemas y reflexiones, al más puro estilo decadentista, que podía leerse como una crónica frívola de los salones franceses. Los costos de edición del libro habían corrido por su cuenta y, según le anunciara a Gide, estaba dispuesto a repetir el gesto con el manuscrito que ahora le enviaba que, por otra parte, era la primera novela de un ciclo comenzado nueve años antes. Gide fue categorico, dijo que ante los "usos inapropiados del lenguaje", ese texto bajo ningún concepto debía publicarse, incluso aunque los gastos de edición corrieran a cargo de su autor. Así, sin más vueltas, devolvió el original que ya había sido rechazada por *Le Mercure de France* y por *Pasquelle Editions*; finalmente, la editorial Grasset accedió a publicarlo, siempre y cuando el autor pagara la edición. De ese modo, en 1913 apareció *Por el camino de Sion*, la primera novela de un ciclo de ficción que, bajo el título de *En busca del tiempo perdido*, se constituiría en una de las mayores obras del siglo XX. Marcel Proust sufragó los gastos de aquella primera edición. Habrá que agregar que André Gide aceptó el error que había cometido, le pidió dis-

culpas a Proust y a partir de ese momento y hasta hoy, *En busca del tiempo perdido* continúa siendo editado bajo el sello Gallimard. En estos días en que los escritores se multiplican sin descanso, las posibilidades de editar disminuyen con idéntica pasión; una paradoja que, curiosamente, beneficia a un buen número de editoriales. Estoy hablando de esas empresas que especulan con la buena fe, con el entusiasmo e incluso con el ego de más de un autor deseoso de ver publicada esa obra que con tanto empeño escribiera. Costo por costo, nuestro esperanzado artista no vacilará en abonar lo que la editorial le pida. El precio estaría sujeta a una serie de elementos: número de páginas, tapa con o sin solapas, colores de esa tapa, publicidad o no en alguna revista especializada. Una vez establecidas las pautas del contrato, la maquinaria se pone en marcha y algunas semanas más tarde el autor tendrá en sus manos el libro en sus manos. No se trata de una gentileza de la editorial sino del tiraje total de la

obra; una cifra exígua, que apenas alcanza para obsequiar a parientes y amigos, y que, por supuesto, no alcanza para la prensa y menos aún para la distribución en librerías. Por consiguiente, nuestro escritor tendrá un bonito y colorado libro que apenas le servirá para quedar bien con su novio o esposa, con parientes y amigos. Sin embargo, no todo está perdido. Hay editoriales que cobran por la edición, pero a cambio de eso realizan una buena tirada del libro, lo distribuyen y envían a los medios. Se trata, entonces, de no dejarse tentar por el canto del cisne de las editoriales tramposas y fijar la atención en aquellas que proponen buenas ediciones. Marcel Proust solventó los costos de la primera edición de *El camino de Sion*, algo parecido hicieron Borges y Bioy Casares con sus libros iniciales. Si dos de nuestros grandes escritores de estas tierras, uno de los mayores escritores en lengua francesa, pagó o financió humildemente las primeras ediciones de sus libros, no veo que sea ofensivo repetir el gesto. Lo que vale a suceder después corre por exclusiva cuenta de la calidad, el valor y la importancia de la obra, se haya pagado o no su edición.

La muestra se llevará a cabo del 18 al 22 de agosto en el Espacio Darwin de la ciudad bonaerense San Isidro. Desde su primera edición en 2009 se ha multiplicado la cantidad de visitantes: en 2015 se registraron casi 30 mil personas. Esta edición viene con novedades, como la inauguración de un área dedicada al Diseño y una intensa agenda de encuentros, además de la posibilidad de poder adquirir

obras de los artistas. La exposición anual de arte "despliega una gran panorámica contemporánea en la que dialogan artistas noveles y consagrados, lenguajes y disciplinas diversas, y se cruzan perspectivas estéticas", señalaron los organizadores. La sección de Homenaje a Grandes Maestros tiene a Guillermo Roux como protagonista con una muestra curada por su hija, Alejandra Roux.



Lo escribo, lo edito, lo vendo



→ JAVIER CHABRANDO

Los caminos de la autoedición son inescrutables, casi tanto como los escritores consideran a los editores de los grandes sellos. Y entre tanto escritor a la deriva en busca de satisfacer la necesidad de ser leído, la autoedición en papel, y ahora digital, crece hasta el punto de haberse transformado en un fenómeno de análisis en sí mismo.

La autoedición está plagada de sorpresas, que van desde los innumerables casos de autores que guardan debajo de la cama los ejemplares editados sin saber a quién dárselos, hasta éxitos de venta que han llamado la atención de grandes editoriales y que han transformado al escritor en un boom de ventas. No siempre esto es bueno, claro. Si E.L. James, autora de las *50 sombras de Grey*, que empezó autoeditando como fanfic (fans de una película, novela, videojuego, etc.) de *Crepúsculo*, hubiera guardado sus ejemplares debajo de la cama, el mundo habría ahorrado tiempo y dinero. Para colmo, siguiendo su ejemplo, dos veinteañeras que firman como Christie Sims y Alara Branwen pasaron de escribir y autoeditar libros eróticos ambientados en la prehistoria que se conocieron como novelas paleozoológicas o *Dinosaur Erotic*, una mezcla de bestias, mujeres en bikini y un extraño humor, además del erotismo por demás extraño, que terminó siendo éxito de ventas. A veces la autoedición comienza como una forma de sobrevivir. Es el caso de Jasinda Wilder, una autora de novelas eróticas y románticas (en realidad un matrimonio, Jasinda es el nombre de esposa), que a partir de perderlo todo se dedicó a escribir y autoeditar tan a escribir compulsivamente y publicaron veinte libros en seis meses. Así logra-

A las ediciones pagadas por sus propios autores se las denomina en los Estados Unidos *vanity press*. ¿Realmente los escritores que publican sus libros lo hacen por vanidad? ¿O ante la falta de un mercado editorial más amplio y arriesgado no hay otra salida?

GIACCONDA. EL ROBO DEL FAMOSO CUADRO DE LEONARDO Y UNA HISTORIA QUE INVOLUCRA A DIEGO GUELLAR, MARTÍN CAPARRÓS Y EL PREMIO PLANETA.

ron pagar deudas e hipoteca. Ahora firman contratos millonarios con Penguin Random House.

A estos fenómenos difíciles de encasillar hay que agregarle las posibilidades que ofrece Amazon, entre otras plataformas, con la venta de eBooks y su mercado sin más límites que el planeta. Así es como John Locke, un perfecto desconocido, escribió *Scrving Rachel*, lo puso a la venta en Amazon y vendió tal cantidad de libros que le permitió entrar al exclusivo club de los autores con más de un millón de ejemplares vendidos. Una variante la aporta el escritor norteamericano de novela negra William Gordon, que autoedita sus novelas en EE.UU. y luego vende los derechos de traducción al español, portugués y alemán. En España, autores como Natalia Gómez del Pozuelo, Fernando Gamboa y Manuel Loureiro empezaron autoeditando sus libros y han logrado trascender el ámbito local e incluso nacional.

En la Argentina un caso similar a estos últimos es el de Hernán Laviers, un médico cordobés que luego de autofinanciar su primer libro mandó ejemplares a una gran cantidad de editores hasta que logró llamar la atención de uno que lo lanzó al mercado y lo volvió un best sellers gaucha. Pe-

ro algunos logran difundir y vender su obra sin saltar al circuito comercial. Es el caso de Enrique N'Haux, que autoeditó en 2005 el libro *Maquiavelo no asoció a los argentinos sobre el tema de los sobornos del menemismo*. La primera tirada de quinientos ejemplares se vendió antes de salir a la venta gracias a una entrevista en televisión. Al fin el libro vendió diez mil ejemplares, todo un best sellers si de mercado nacional se habla. Y todo un caso dentro del mundo de la autoedición.

La autoedición también puede servir para buscar venganza o justicia, según se mire. Diego Guellar, ex embajador en los Estados Unidos, escribió *El robo de la Gironda* y se lo entregó a Planeta para su evaluación. Su personaje principal era Valferno. Poco después, Martín Caparrós ganó el Premio Planeta con una novela llamada *Valferno*, que cuenta aproximadamente la misma historia. Guellar (entre quejas de plagio y desconcierto) en un intento de no dejar pasar el momento autoeditó su novela e inundó las librerías sin demasiada suerte. Pero le agregó una novedad: la contraparte invitaba a compararla con la de Caparrós y tenía un 0800 donde uno podía dejar sus impresiones.

Alejados de toda esta parafer-

nalía, donde el azar juega tanto como el talento, la autoedición suele ser en algunos casos la única posibilidad que los escritores tienen de ver su trabajo transformado en libros. Me refiero a cuando se vive en un pueblo sin acceso a relaciones editoriales. O cuando se escribe poesía, ya que prácticamente toda la poesía se autoedita en plataformas, libros o plaquettes. El cuento, género en el que la Argentina ha marcado diferencias, se encamina hacia un mismo destino.

Números. Números que indican que el fenómeno crece y seguirá creciendo. En 2013, en EE.UU. se autoeditaron 458.564 títulos, un 437% más frente a los números de 2007. El 48% de los eBooks vendidos por Amazon España son autoedicionados. En la Argentina no hay demasiadas estadísticas, pero sí se sabe que casi la mitad de las publicaciones se reparten entre microemprendimientos, universidades, fundaciones, ONGs y organismos oficiales, lo que en buena parte serían autoediciones. Mientras que la Cámara del Libro registró en 2015 una duplicación de las ediciones de autor debido sobre todo a las posibilidades de la impresión digital de baja tirada.

Como malas lenguas hay en todos lados, a los autores autoeditados se los conoce como *Vanity publishing*, nombre que surge por la satisfacción que buscan de tener un libro publicado aunque lo lean solo los familiares. Pero, ¿no es acaso lo que queremos casi todos? Así parece ser en Francia, donde una encuesta de *Le Figaro* reveló que el 6% de los franceses (más de dos millones de personas), tenían un manuscrito para publicar.

Todo indica que el fenómeno apenas comienza. Y los autores autoeditados no parecen sentirse en falta ni considerarse excesivamente vanidosos por querer tener un libro en una vidriera. Y por eso en casi todos los países del mundo hay libros autoeditados hay ferias de autoeditados. Del autor al lector sin intermediarios, o casi.



Historico de Revistas Argentinas | www.ah...

→ NATALIA PORTA LÓPEZ

GATOS,
RATAS Y
LIBROS

Abrió *Nuevas ratas en busca de un cuento* con prejuicio. ¿Qué más se podría escribir sobre roedores de biblioteca? Verónica Sukaczcer supera el desafío con una historia plena de acción e inminencias y a la vez profundamente literaria, que abre caminos hacia otros libros, por lo menos *Las Mil y Una Noches*, *Don*

Quijote, los surrealistas y hasta Pirandello desde el título. Un gato es el nuevo bibliotecario a cargo de estantes habitados por 62 ratones, comunidad en la que se observan y comentan sin contemplaciones todas las posibles actitudes personales ante el peligro: cobardía, acción, solidaridad, afectividad. Al fin sólo nueve resuelven

el problema que implica meterse con las Grandes Preguntas de la escritura. Un libro para charlar con los chicos acerca de cómo procede la literatura, el material del que está hecha, cómo se escribe un cuento, diferenciar buenos de malos textos. Acierito de Editorial Norma, bien acompañado por los dibujos de Cristian Bernardini.



CONTRATAPA

→ NICOLÁS MAZZA HENDEL

Sobre libros y mercados

Hay una lista de escritores incomprendidos por el mundo editorial que decidieron dar a conocer sus manuscritos publicándolos por su cuenta. Algunos se agruparon con otros escritores y decidieron fundar su propia editorial independiente: una literatura fuera del gran mercado.



FERIA DEL LIBRO INDEPENDIENTE Y ALTERNATIVO. SURGIDA EN 2006 PARA MOSTRAR LAS PEQUEÑAS EDITORIALES, QUE HOY SON MÁS DE QUINIENTAS.

A lo largo de la historia de la literatura, siempre ha habido distintas problemáticas o discusiones: si debe o no interferir con la política, si la originalidad existe verdaderamente, qué sucede con el lenguaje y con el idioma en la traducción, entre muchos otros. En estos últimos años, está creciendo cada vez con más fuerza, una de las cuestiones troncales a la hora de pensar una obra literaria: la disputa de las editoriales independientes frente a las grandes corporaciones. Sin embargo, este debate, no es de ahora. Habría que pensar, por ejemplo, en el poeta chileno Pablo Neruda, quien en los diecinueve decidió vender los muebles de su casa y pedir un préstamo al crítico Hernán Díaz Arrieta para poder costearse la edición de *Franciscanillo*, o en el novelista francés Stendhal, quien pudo vender únicamente once ejemplares de *Rojo y negro* en el lapso de sus años. (¿Habrá que imaginarse a André Gide, en el momento exacto en el que está frente a *En busca del tiempo perdido* mientras siente que es una novela ilegible, o a un joven Borges, que con tan solo veintitrés años carga un enorme bolso con ejemplares

de *Fervor de Buenos Aires*, financiada por su padre; o en Jane Austen; en el *Ulises* de James Joyce; o en Ramón del Valle Inclán, quien siempre prefirió verse alejado de editores y publicarse él mismo sus libros. Entonces la pregunta, se hace inminente: ¿por qué existe esta disputa entre las editoriales llamadas independientes y las grandes editoriales? Y, por lo tanto: ¿cuáles serían las ventajas de publicar en unas o en otras?

Fue a partir de comienzos de la década del 90 en nuestro país, cuando las pequeñas editoriales autogestionadas empezaron a tomar cada vez una mayor preponderancia con la necesidad y el objetivo de hacerse un lugar en el mundillo literario. "Ahí surge este mote de "independiente" que en el 2001, con la crisis, hizo que se fortaleciera y que tuviera su desarrollo en 2006 con la creación de la Feria del Libro Independiente y Alternativo (Flia)", asegura Mariana Rodríguez, quien es el director de Wilela Caserola, tal vez el ícono de estas editoriales, que ya llegan a quinientas en nuestro país. Y luego, continúa: "Pero lo de 'inde-

pendiente' es un contrasentido total: en la Feria del Libro de La Rural premiaron a *Caja Negra*, una editorial que lleva ocho años a un nivel bastante alto con respecto a contenido, distribución, esfuerzo y equipos chicos". Porque, ¿qué sucede si de pronto una de estas denominadas como independientes empieza a crecer un día y su capital tanto económico como publicitario se acrecienta? ¿Qué sucede con su ideología antimercado que fue su motor primero? De esta manera que el binomio planteado ya desde un comienzo, en este caso empieza a pensarse de manera tripartita: las grandes editoriales, las editoriales chicas o medianas y las que aún siguen siendo independientes. Si se piensa, entonces, en la máxima virtud posible de esta última, se llegue a la idea de libertad y con ella, a la idea del tiempo. El hecho en sí de no publicar bajo el nombre de una gran editorial, implica, en pocas palabras, que el autor es el dueño del libro. Y, al mismo tiempo, acrecienta la ventaja de evitar la enorme burocracia obligatoria por la que todo escritor (el que comienza o el que ya tiene una obra publicada en su haber) debe atravesar: las correcciones del editor,

las innumerables pruebas de galera, etc. Es decir, de algún modo el escritor que se autopublica, en el fondo, está haciendo una enorme apuesta por sí mismo y por su obra. Tal vez, el caso emblemático de este grupo, sea el escritor Diego Arbib, quien escribe, edita y publica sus propios libros, quien es además el símbolo y la inspiración para cada nueva editorial independiente que recién comienza y quien es, sobre todo, uno de los pilares fundamentales de la Flia y del concepto de Slam de poesía, torneos en el que los participantes componen entre sí realizando lecturas en voz alta de sus textos frente a un jurado. Pero al mismo tiempo, por supuesto, en contraposición a estas cualidades positivas, existen también algunas negativas: por ejemplo, el hecho de no ser tenido en cuenta de manera masiva y, por lo tanto, no entrar en el denominado circuito literario, dado, principalmente, por las editoriales Pirandello, Sudameris, y otros que muy pocas corporaciones, que apuntan directamente al consumo masivo sostenido por enormes aparatos de publicidad que termi-

nan por generar en el imaginario del lector la idea de que el libro es un objeto que a su vez construye, en ese lector-comprador, una demanda. Habría que pensar, como Carlos Molenos, en los libros de Harry Potter o en los de John Katzenbach. Sin embargo, como siempre, hay excepciones y Leonardo Oyola, por poner un caso emblemático, es uno de esos ellos. Con su novela *Kryptonia*, logra insertarse en el mercado, gracias a editorial Mondadori, aunque sus comienzos "como suele decirse-habría sido "desde abajo", cuando publicó *Santeria y Sacrificio* para la colección dirigida por Juan Sasturain, Negro Absoluto, donde también participaron Juan Terranova o Ricardo Romero, dos autores que comenzaron su carrera literaria del mismo modo. Y casos como estos, en realidad, abundan y en nuestro país, cada vez con mayor fuerza. No es ya el talento lo que se pone en juego, sino la posibilidad de ser escuchado a gran público o, como diría Abelardo Castillo "si la palabra "mercado" te hace pensar "persa", quizá no seas muy original pero todavía estás a tiempo. Si la palabra mercado te hace pensar en la venta de tu libro, no insistas con la literatura".