

## Trece años transmitiendo el oficio de editar

Desde 1995, año en que se impartió el primer Curso de posgrado en Edición del IDEC-Universitat Pompeu Fabra, curso pionero del actual **Máster en Edición**, de reconocido prestigio internacional, se han cumplido trece años dedicados a la formación de futuros editores y a la actualización de profesionales de la industria del libro. Trece años compartiendo la experiencia de los líderes del sector y aprendiendo de los mejores especialistas internacionales. Trece años de constante esfuerzo y renovación para adaptarse a las necesidades del mundo editorial y revisando las últimas tendencias de la industria con el fin de explotar los aciertos y enmendar los errores. Trece años dedicados con discreción y *fair-play* a que las nuevas generaciones de editores puedan publicar mejores libros y mejor hechos.

Gracias al generoso y fiel respaldo de editoriales, imprentas e instituciones del sector, desde el **Máster en Edición** se ha podido desarrollar un programa eminentemente práctico, inmerso en la actualidad editorial, con vocación de servicio a la industria del libro, y siempre con enfoques, materiales y tecnología de última generación. Los jóvenes profesionales que han pasado por sus aulas lo saben: participar en este Máster implica sumergirse de lleno en el sector editorial; con plena conciencia del pasado, los ojos puestos en el futuro, los pies en la tierra y las manos a la obra. Esto sólo ha sido posible gracias a la colaboración de empresas y profesionales de referencia, que brindan su apoyo y participan, año tras año, para que los jóvenes editores reciban la mejor formación teórica y práctica.

Es precisamente el compromiso del Máster con la realidad y su arraigo en el sector editorial lo que le exige ser pragmático, dinámico y de talante internacional, de forma que los futuros editores conozcan en profundidad los entresijos del complejo y fascinante proceso que culmina cuando un libro llega a manos de un lector.

### Objetivos cumplidos paso a paso

En 1995 Javier Aparicio Maydeu y Dolors Oller crearon el Curso de posgrado en Edición, conscientes de la necesidad de formar editores con sólidos conocimientos y aptitudes para afrontar los retos del vertiginoso y polimórfico sector editorial.

Arraigado y consolidado el Curso de posgrado en Edición dentro del sector, dos años más tarde se convierte en el Diploma de posgrado en Edición, con más créditos y un programa que continuaba siendo sumamente práctico y profesional, pero sin duda de mayor alcance.



Solidez, experiencia y espíritu de superación forman los pilares de la eficacia. Seguros de que una casa sólo puede construirse sobre firmes cimientos, el Diploma en Edición continuó, paso a paso, con modestia, ampliando contenidos y enfoques en los años siguientes. En cada curso, los profesores y colaboradores, siempre seleccionados entre los mejores profesionales del mundo editorial, aportaban nuevas reflexiones y experiencias, cada año se planteaban nuevos retos y los directores del curso, comprometidos con la mejor formación para sus alumnos, se esforzaban para actualizar los contenidos según las necesidades siempre variables de la edición, ofrecer un bloque de conocimientos y prácticas que desarrollaran la versatilidad de cada alumno y fueran realmente útiles para su futuro laboral.

El Diploma de posgrado fue desarrollándose hasta que, en 2002, pasó a ser el **Máster en Edición** del IDEC-Universitat Pompeu Fabra, que recogía la experiencia de los años anteriores, contaba con el apoyo impagable de nuevas empresas colaboradoras y ofrecía un programa de formación puntera y práctica a para los editores del mañana.

La experiencia que proporcionan los años de desarrollo y aprendizaje, el vigor que producen los retos superados, y la satisfacción de ver que el programa del Máster proyecta el talento de sus estudiantes que, convertidos en excelentes profesionales, trabajan ya para empresas de gran prestigio internacional, son los factores que permiten al **Máster en Edición** sentirse útil, contar desde hace años con la complicidad del sector y transmitir con entusiasmo, rigor y frescura un oficio tan dinámico, interdisciplinar y proyectado al futuro como es el oficio de editor.

## Latidos de la industria cultural

LA VANGUARDIA – Libros - 12 junio 1998

### PARA SER EDITOR

Formación universitaria en letras y en economía; idiomas (especialmente el inglés y haberse empapado de cultura anglosajona), haber escrito algún texto largo, haber leído muchísimo de joven (una vez se empieza a

trabajar hay que olvidarse de hacerlo por placer), viajar mucho, curiosidad, conocimientos de informática, ser sociable y sacrificado y estar dispuesto a dedicar todas las horas del día a la profesión.

Si no requisitos, son al menos características recomen-

bles para un editor en ciertos, según plantearon los responsables de editorial Emecé, Sigrid Kraus y Pedro del Carril, en una de las jornadas de clausura del curso de edición de la Universitat Pompeu Fabra. Tras la repercusión de sus dos primeras convocatorias, este curso del Instituto

de Educación Continua de la UPF, que dirigen Javier Aparicio y Dolors Oller, se convierte en otoño en diploma de posgrado.

SERGIO VILA-SANJUAN

**Para los especialistas y profesionales vinculados a la cultura y los libros, convencidos de la utilidad de un curso de formación integral para editores, el éxito del programa que estaba desarrollando el IDEC-Universitat Pompeu Fabra no pasó desapercibido.**

## El ex director mundial de Penguin Books cree que "es un buen momento para las editoriales pequeñas"

Las aguas del mundo de la edición andan reueltas: batallas entre los grandes grupos, debates sobre el precio fijo, lucha por los derechos de autor... En medio de estas "turbulencias", como él mismo las denominó, uno de los mayores expertos mundiales en edición ha visitado Barcelona para contar "que actualmente es un buen momento para las editoriales pequeñas porque el argumento es el rey". Se trata del estadounidense Peter Mayer -director durante 20 años de la división exterior de Penguin Books-, que **hoy clausura el IV Curso de Posgrado en Edición de la Universidad Pompeu Fabra**, dirigido por el profesor y crítico literario Javier Aparicio.

"Mi generación probablemente es la última que considera eso de editar como un oficio", explicó

Mayer. "Nuestros sustitutos son hombres de negocios para quienes una editorial no es más que una forma de hacer eso, negocios. Aunque pueden hacerlo igual de bien que nosotros", subrayó. Mayer abandonó Penguin, la mayor empresa editorial del mundo anglosajón, hace tres años para crear un sello pequeño, The Overlook Press, que no edita más que 80 títulos al año y tiene sólo 14 empleados. "En Penguin éramos 2.800 y facturábamos 900 millones de dólares anuales [unos 158.000 millones de pesetas]. Porque, claro, la obligación de todo el que trabaja en el mundo editorial es contribuir a aumentar los beneficios de la empresa. Si no, te echan".

Mayer, descubridor de filones como Juan Salvador Gaviota o Stephen King, describe el entramado

editorial norteamericano con una palabra: dinero. "La diferencia entre editoriales no es corporativa frente a independiente, sino grandes frente a pequeños. Porque las grandes forman parte de grupos empresariales mayores, que incluyen todo tipo de medios de comunicación y tienen, claro está, otros intereses". "De todos modos", prosiguió, "eso también tiene algo bueno: el intercambio cultural. Desde que creé la división de Penguin en Nueva Delhi, los libros de los autores indios se encuentran por todo el mundo anglosajón, desde Canadá hasta Australia. El español es el único mercado del mundo [aparte del anglosajón] que puede hacer algo similar, y conviene que lo haga, porque nadie nos asegura que en un futuro próximo el centro de la producción literaria hispana no estará en México o Miami. De hecho, gracias

al intercambio editorial hoy se puede leer en España la mejor literatura hispana, que es la latinoamericana".

El editor se desmarcó de visiones apocalípticas, aunque enumeró los que a su modo de ver son los tres principales problemas del oficio: "La sumisión del editor al vendedor (cuando tradicionalmente había sido todo lo contrario), el aumento de peso específico del agente literario, por culpa del cual los autores sólo valoran al editor como el mejor postor, y la incertidumbre generada por el nacimiento del libro electrónico".

Él, mientras tanto, gasta lo mucho ganado con la edición a gran escala en una editorial casi artesanal.

Entrevista de **Quim Aranda**

### Peter Mayer EDITOR DE THE OVERLOOK PRESS

Peter Mayer és un home corpulent, un nord-americà que exhibeix el paquet de tabac sense tenir gaire en compte la persecució que ja fa temps han decretat contra els fumadors al seu país. A Barcelona, on la setmana passada **va cloure el curs de postgrau sobre edició de l'Institut d'Educació Contínua de la Pompeu Fabra**, es deu trobar relaxat. Mayer va ser director executiu del grup Penguin. Ha editat el famós 'Joan Salvador Gavina', i també Stephen King. Després de més de vint anys ho va deixar córrer. Va tornar a l'editorial del pare, The Overlook Press, per fer i desfer al seu aire. Edita anualment 45 novel·lats i 35 reedicions, des de curts tiratges de poesia fins a llibres d'arts marcials de difusió molt àmplia.

**Q.A.** ¿L'editor artesanal és una espècie en perill d'extinció?

**P.M.** En el passat, l'editor independent era gairebé un amateur. Avui, però, no és segur que siguin independents i petits.

**Q.A.** Però estan condemnats?

**P.M.** No, al contrari, es potencien. I guanyen terreny perquè ja no són tan petits. Tres o quatre editors han canviat els paràmetres del que és un petit o un gran editor.

**Q.A.** La intervenció dels agents, els seus interessos, ¿no fan que l'editor petit quedi fora de joc dels grans títols?

**P.M.** Potser, però sovint els agents tenen carteres d'autors que no només són els grans, els dels best sellers que es disputen les grans empreses. Els autors que no avenen gaire també necessiten petits editors.

**Q.A.** N'hi ha?

**P.M.** El problema és que molts dels petits editors volen esdevenir editors de grans grups.

**Q.A.** Però no és el seu cas?

**P.M.** No.

**Q.A.** Per què?

**P.M.** Per una raó molt senzilla. En el meu cas, vull editar llibres fins a la mort. Però si treballes per una gran empresa, un dia poden dir-te: "Moltes gràcies pels seus serveis, però ja no el necessitem". Per tant, la millor manera de garantir-me la feina és treballar per a mi mateix.

**Q.A.** Cap altra raó?

**P.M.** M'he passat la vida fent informes [de lectura] per a altra gent, i ara, a una certa edat, em va semblar molt més elegant deixar de fer-ho. Ho faig per a mi. El moment és esplèndid. En el passat

oferia llibres de qualitat per a l'editorial, però també havien de ser també comercials.

**Q.A.** De quines xifres parla?

**P.M.** A cap editor nord-americà d'un gran grup l'interessa un llibre que no hagi de vendre entre 5.000 i 10.000 exemplars, com a mínim, una xifra ben interessant per a un editor petit.

**Q.A.** El seu èxit més gran?

**P.M.** Es refereix a fer diners?

**Q.A.** Per exemple.

**P.M.** Stephen King.

**Q.A.** Li agrada, a vostè?

**P.M.** Quan treballes per a altre és imperdonable no pensar a fer diners. Però en el cas de Stephen King, un autor molt comercial, també té bons llibres de terror, de qualitat.

**Q.A.** Altres dels seus autors?

**P.M.** John Updike i Saul Bellow, però són autors que han guanyat diners de mica en mica. També és el cas de Roald Dahl, que ha fet camí a poc a poc i ha aconseguit ser un èxit de vendes. Però una gran companyia necessita, almenys, un best seller a l'any.

**Q.A.** El seu col·lega André Schiffrin...

**P.M.** Col·lega i amic!

**Q.A.** André Schiffrin em va dir que els 'best sellers' no són negoci pels grans avançaments que s'han de pagar. ¿Hi està d'acord?

**P.M.** No.

**Q.A.** Per què ho diu?

**P.M.** Si un gran grup no fa diners, o no en fa molts, és un problema de gestió.

**Q.A.** ¿Editaria un llibre convençut de la seva qualitat però del qual cregués que no més vendria cent exemplars?

**P.M.** Aquest és un negoci molt subjectiu. El que pot ser qualitat per mi pot no ser-ho per vostè.

**Q.A.** Un criteri de qualitat?

**P.M.** Hi ha una dita americana que diu que si camina com un gos, si ho sembla, si ensuma com un gos, probablement ho és. Però només saps com es un llibre quan l'has llegit. Jo puc dir d'un llibre que és una tonteria i vostè no, i podem estar d'acord, fins i tot tenir raó. En aquest negoci l'experiència pot ajudar-te. I si coneixes el mercat pots conèixer el llibre que hi encaixarà, i la data en què es millor publicar-lo. L'experiència t'ajuda, sobretot per saber quin llibre de no-ficció pot ser vàlid, i t'ajuda a encarregar-lo. Però les vendes...

AVUI, 6 de Juliol del 2000

**Q.A.** Algun gran error?

**P.M.** N'he comès de petits, com tothom.

**Q.A.** ¿Alguna vegada ha dit no i el llibre, després, publicat per un altre, s'ha venut molt bé?

**P.M.** El cas d'Umberto Eco i El nom de la rosa. L'editor del llibre el volia publicar, però jo no n'estava convençut. L'hi vaig dir i va fer una oferta molt baixa. Si ell estava convençut que el llibre s'ho valia hauria d'haver-la incrementat, però no ho va fer. Ara, l'error va ser meu perquè jo era el seu cap.

**Q.A.** ¿El llibre electrònic acabarà amb el de paper?

**P.M.** El millor és el blanc sobre negre i la textura del paper. Potser d'aquí a 50 anys ens haurem acostumat a llegir en pantalla. Serà negatiu per als impressors, no per als editors.

**Q.A.** Un benefici per a l'ecologia.

**P.M.** Si, també. El llibre electrònic ens pot fer més cívics. Però sempre caldrà l'editor, per al llibre electrònic, per a Internet. El que ha de fer l'editor és aprofitar les oportunitats en un sector la naturalesa del qual està canviant.

Entrevista de **Dolors Massot**

### Peter Mayer, ex director de Penguin: <<Los best seller no son para el futuro>>

El descubridor de Stephen King clausuró el Posgrado en Edición de la UPF

Su opinión acerca de lo que ocurre en el mundo editorial sigue siendo imprescindible. Tal vez por eso ayer se encontraba entre el público más de un editor barcelonés, dispuesto a escuchar al maestro. - Si un autor acude a usted con su primera novela bajo el brazo, ¿qué podrá ofrecerle que no le dé un gigante como Random House, en Estados Unidos, o Planeta en España?

- Supongo que en el caso que planteamos, se trataría de una novela comercial, escrita en estilo popular. Una gran editorial estaría dispuesta a poner en marcha toda su maquinaria para hacer famoso a ese escritor. Y lo conseguiría, claro que sí. Pero el caso es que hay pocas novelas auténticamente comerciales. El 90 por ciento de los autores o no son famosos o son literarios. Buscan una atención más personal hacia ellos y hacia su libro, y eso sólo se encuentra en pequeños y me-

dianos editores. Al fin, además, consiguen llegar más lejos que los que van apadrinados por los grandes, porque se les hace un trabajo de mayor alcance. Mi teoría dice que un libro, por grande que sea, se pierde en una gran casa.

- Durante veinte años fue usted editor y director ejecutivo del grupo Penguin. Consiguió que esta empresa pasara a multiplicar su facturación por veinte. Tiene en su haber el descubrimiento de autores como Stephen King o de libros como <<Juan Salvador Gaviota>>, un libro por el que se arriesgó a pagar un millón de dólares en su día. Hace tres años, dejó todo para emprender una aventura editorial llamada The Overlook Press. ¿Qué le mueve a embarcarse en una aventura tan personal?

- Ha sido personal toda mi trayectoria. Ahora tengo 64 años, pero creo que desde que empecé con el grupo Hearst

como director de la división de libros de bolsillo y mis jefes veían que no todo lo que me interesaba era comercial comencé a crear lo que hoy es The Overlook Press...

- ...con un catálogo que va del Manhattan de Woody Allen a la enciclopedia sobre Marilyn pasando por libros de poesía o novelas de terror de Antonia S. Byatt. ¿Con qué palabras define el futuro como editor?

- El gusto en los lectores es diversísimo, pero en términos generales diría que la no-ficción es lo que tiene más perspectivas: los libros de negocios, de ayuda... No veo tanto éxito en las biografías, porque son cuestiones de temporada incluso en el mundo anglosajón, en el que este género tiene mucho prestigio; suelen ser títulos que se venden en función de una figura que se pone de moda. Esta-

mos en la era de la información y los lectores buscan que se les informe de manera práctica.

- ¿No queremos que nos hablen de novelas?

- Siempre quedará un reducto de auténticos lectores de novela. Al que no auguro un futuro muy alentador es al <<best-seller>>. Su público potencial es la gente que busca entretenerse, y cada vez hay más maneras de hacerlo sin libros: videojuegos, cine, ir de compras... La diversión está en otra parte. No sé si desaparecerá esta tipo de obras, pero estoy seguro de que al menos dejarán de ocupar el lugar que ahora les concedemos los editores y el público.

**¿Se lo dice un norteamericano!**

- Usted ha sido el editor de Salman Rushdie, lo que le acarreo no pocos problemas. Ha vivido grandes éxitos en Pen-

guin. Pero, ¿de qué se siente más orgulloso?

- Tal vez de haber conseguido que Penguin multiplicara sus beneficios sin necesidad de dejar de ser británica. ¿Se lo dice un norteamericano! También de haber sido el editor de muchos autores que ahora son clásicos: Graham Greene, John Updike, Saul Bellow, Malcom Bradbury.

- Le gusta el libro electrónico.

- Veo un peligro en su aplicación. No puede ser bueno que el editor posea el copyright de los autores. Si es así por contrato, todo quedará en sus manos, cuando en realidad lo interesante de Internet es que los libros puedan circular por donde quiera su autor y aparezcan millones de transmisiones más creativas. Si el editor de hoy controla Internet, se convierte en reimpressor y punto.

ABC, 1 de julio del 2000



## Peter Mayer, "Un buen editor tiene que ser un experto en finanzas"

Él es a la edición lo que Harold Bloom a la crítica literaria: una especie de gurú universal. Los 35 años que lleva dirigiendo editoriales grandes, 20 de ellos al frente de Penguin Books, el gigante anglosajón, le han dado a Peter Mayer (Nueva York, 1936) una visión global del oficio que hace que su palabra sea ley. A su olfato comercial le deben el éxito autores superventas como Stephen King y Salman Rushdie. Así se comprende que la **Universidad Pompeu Fabra** de Barcelona se haya gastado casi medio millón de pesetas para **que clausurara el 4º curso de posgrado en Edición**. "Si los editores no se inscriben en cursos de finanzas y de mercadotecnia, mal lo tienen", arranca Mayer, que conoce como nadie los imperativos del mercado. "De hecho, parte de la culpa de las actuales concentraciones empresariales la tienen muchos pequeños editores que se metieron en el negocio sin conocerlo bien, hasta que la mala gestión les ha obligado a vender la empresa a las grandes compañías. Y es una lástima porque en las pequeñas se disfruta más, pues son más creativas".

Mayer es desde hace tres años propietario de Overlook Press, una firma tan modesta que se permite el lujo de estampar libros de artista a riesgo de aumentar las pérdidas cuantos más ejemplares vende. "Abandoné Penguin porque a medida que una editorial crece se vuelve más aburrida. A mí me ficharon en 1978 para que cambiara de arriba abajo lo que ya era toda una institución en Inglaterra, porque todo el mundo veía los fallos pero nadie se atrevía a decirlos. Por eso buscaron en América, un país al que culturalmente desprecian, para poder decir si las cosas salían mal: "Ha sido el americano".

Aterrizado en Barcelona en pleno revuelo por la dimisión de la junta directiva del gremio de editores a causa de la polémica por los descuentos en los libros, Mayer no se arriesga a alinearse porque no conoce bien la realidad española, aunque aconseja no hacerse ilusiones: "La cultura nunca ha sido cosa de los gobiernos". "De todos modos", prosigue, "no hay que alarmarse con lo del cierre de las librerías. En Estados Unidos, por

ejemplo, en 10 años se han quintuplicado. Es más, las que están cerrando son las de las grandes superficies, porque se dedicaban sobre todo al libro de bolsillo y ese es un sector en claro retroceso". ¿Y en cuanto a los índices de lectura? "Bueno, es innegable que en las sociedades occidentales se lee mucho más ahora que hace 50 o 100 años. Es curioso porque esa es una preocupación muy de aquí. Cuando yo viví en España, en los años sesenta, me di cuenta de que la lectura a menudo es asociada a lo obligatorio. Muestra de ello es que en todo el mundo latino hay poca tradición de literatura infantil, que es la cantera de los lectores".

La que no se le escapa es la realidad de las nuevas tecnologías, ya que una de sus principales batallas como editor ha sido la de los derechos de autor, cosa que la distribución electrónica pone en cuestión: "Lo importante es hacer entender al consumidor que no se pueden pretender determinados productos de manera gratuita, porque autores y editores también tienen que co-

mer. El libro electrónico está replanteando la cuestión del copyright, pero lo primero que debe establecer la empresa es de qué material es propietaria. Hoy es muy barato imprimir un libro en siete minutos, lo que ya no es tan fácil es hacer negocio con eso". Y menos con los agentes literarios de por medio, que encarecen los costes. "Los agentes literarios son necesarios porque actualmente lo que quieren los autores es que les paguen lo máximo posible, aunque no les gusta reconocerlo públicamente. Como García Márquez, que ni siquiera se presenta a recoger el Premio Nobel si no va acompañado de un regalo de 20.000 dólares".

Lluís Amiguet para *La Contra*

## "He editado libros que me repugnan"

Tengo 64 años. Siempre me sentí más joven de lo que soy, pero siempre supe que era más viejo de lo que me sentía. Nací en Londres. Estuve casado y tengo un hijo. Todos mis autores me superan en egolatría. Gozo con mis cuatro viejos coches: BMW, Saab, Chrysler y GM. **Intervengo en el máster de edición de la Universidad Pompeu Fabra.**

LA VANGUARDIA, 12 de Julio de 2000



EDITOR DE PENGUIN BOOKS, STEPHEN KING Y SALMAN RUSHDIE

PETER MAYER

- **Dígame esa frase de un libro que jamás olvida.**

- "The past is a strange country" (el pasado es un país extraño). La escribe Hartley en "The go between".

- **¿Por qué le fascina?**

- Porque demuestra la impotencia del ser humano para recordar su propio pasado, lo vivido por él mismo. Ni usted ni yo ni nadie podemos evocar un momento del ayer desde la absoluta convicción de que fue así; de que no nos dejamos algo. Nuestra memoria es pura ilusión y el pasado un país en el que somos extranjeros.

- **En cambio creemos que el pasado es lo único que nos pertenece...**

- ...Aunque el presente se nos escape. Pues ni siquiera eso, amigo. Vivimos de alquiler en nuestra propia casa. Y le voy a confesar algo...

- **Confiese...**

- Tampoco estoy seguro de que la cita sea exacta.

- **Al menos recordará que usted publicó "versos satánicos" de Salman Rushdie.**

- Los volvería a publicar ahora mismo.

- **Esa decisión podría costarle un disgusto incluso años después.**

- Bueno, recuerdo que cuando leí ese libro por primera vez estaba en un vuelo entre Australia y Londres, así que pude leerlos de una tirada: lo cierto es que muy pocos occidentales conocen el Corán lo bastante bien para adivinar que provocarían aquella reacción. A mí el libro me pareció bueno y ordené que se publicara.

- **Millones de musulmanes se sintieron ofendidos.**

- ¿Quiere eso decir que debe hurtarse el libro a

la humanidad entera por eso?

- **No he dicho eso.**

- Ni católicos ni protestantes ni judíos ni budistas ni nadie se atreve a amenazar hoy la vida de un autor y sus editores por heréticos. ¿Por qué debemos concederles a los integristas musulmanes ese derecho?

- **Muchos británicos se quejan de lo que cuesta la seguridad de Rushdie.**

- Pues a mí me parece un precio ínfimo a cambio de la libertad de expresión en Occidente. Yo ya sabía que publicar aquello iba a costar lágrimas, pero si no lo editábamos por miedo, mañana alguna secta prohibiría otro libro por su cuenta y esto sería la Inquisición.

- **¿Dónde están los límites?**

- En la inteligencia de cada uno, no pueden ser definidos. Yo mismo, a veces, publico libros que me desagradan, me irritan, o incluso me repugnan, pero son obras escritas por gente inteligente que deben ser difundidas.

- **¿De verdad?**

- Sí, soy más bien liberal, pero he publicado libros ultraconservadores, porque creo que debían ser editados para que la gente pueda leerlos y decidir por sí misma.

- **A algunas inteligencias les ofende Stephen King.**

- Yo no soy un purista ni creo que un libro que vende millones de ejemplares es peor o más fácil por eso.

- **¿Stephen King es gran literatura?**

- Algo tendrá cuando repite ventas de millones de

ejemplares.

- **Puede que sea puro marketing.**

- Con puro marketing vendes tal vez un libro, pero no consigues que pase nadie de la décima página si no tiene algo. King lleva 39 best-sellers.

- **Dicen que es un tacaño.**

- ¡Ja,ja! Algo hay. Yo lo descubrí. Un día, cuando ya era famoso, le intenté convencer de que no pidiera tanto por sus derechos.

- **¿Por qué?**

- Le dije: "Mira, Stephen, con lo que gana tu libro podemos publicar a otros autores buenos, pero menos leídos".

- **¿Y lo entendió?**

- Contestó: "Yo prefiero escoger mis propias obras de caridad".

- **¿Por qué vende tanto Stephen King?**

- Porque describe con diabólica perfección la vida cotidiana de la familia media americana. Ese realismo hace creíble luego el desenlace fantástico. Y le digo una cosa...

- **¿Sí...?**

- Un día King será un autor de culto como lo es hoy en el cine Charlie Chaplin cuando en su día era un payaso para las masas. Las etiquetas son tan duraderas como nuestras vanidades.

- **¿Por qué ha dejado Penguin Books después de 20 años?**

- Creo que todo hombre debe reinventar su vida alguna vez. Yo he empezado de nuevo con Overlook Press.

- **¿Le queda energía?**

- He recobrado mi alma. Fíjese en los grandes grupos multimedia. Rebosan de contables con cargos pomposos, burócratas, pelotas, enchufados y aprovechados, pero muy pocos profesionales coherentes. ¿Usted cree que Murdoch sabe lo que está publicando?

- **¿?**

- Pues no tiene ni idea de la mitad de lo que se emite e imprime en su nombre. Esos conglomerados multimediáticos servirán para impresionar a los banqueros, pero son poco eficaces para generar contenidos de interés. Para eso se necesita un alma, una personalidad, un carácter. ¿Le gusta su trabajo?

- **Sí, claro.**

- Pues vale más que espabile ahora y decida y monte algo o decidirán por usted.

- **No me asuste.**

- Bueno, tal vez sea de los que prefieren jubilarse pronto, pero entonces no me diga que le gusta su trabajo.

Lluís Amiguet.

LIZ CALDER/ Editora de Bloomsbury, Londres.

**'Los agentes literarios tienen cada vez más poder'**

Sólo con decir que la editorial de la que es fundadora publica la saga de *Harry Potter* en el mercado anglosajón, bastaría para presentarla. Pero con 30 años de profesión a sus espaldas, el currículo de Liz Calder (Londres, 1938) es mucho más extenso. Editora de autores como John Irving, Margaret Atwood, Jeffrey Eugenides y Michael Ondaatje, entre muchos otros, y descubridora de Salman Rushdie y Julian Barnes, Calder ejerce de directora de ficción de Bloomsbury, 'una de las dos grandes editoriales independientes que quedan en Gran Bretaña', subraya.

Liz Calder empezó en el mundo de la edición a finales de la década de 1960 redactando informes de las novedades británicas para la industria cinematográfica de Hollywood. Desde entonces ha trabajado en Victor Gollancz y Jonathan Cape, y en 1986 se asoció con tres editores

más para fundar Bloomsbury. 'Empezaban los tiempos duros para los editores independientes, muchos de ellos no pudieron sobrevivir y se tuvieron que integrar en grandes grupos, como Jonathan Cape, que ahora es de Random House. Muchas de las viejas editoriales se habían convertido en estructuras rígidas que repetían las mismas fórmulas de siempre y quisimos crear algo más flexible sin convertirnos en un monstruo', dice la editora británica.

En estos años, continúa Liz Calder, ha cambiado radicalmente la estructura de la industria editorial, pero lo que considera más importante de su oficio -'la excitación que produce el descubrimiento de un nuevo autor'- permanece inalterable. 'La concentración editorial y la constante movilidad de los editores de un sello a otro ha propiciado el auge de las agencias literarias, que cada vez tienen más poder porque se han convertido en el apoyo más estable con que cuentan los autores. Además, los editores han permitido que los agentes se quedaran con todos los derechos de los libros'. Quizás pensando en el caso *Harry Potter* -cuyos derechos cinematográficos gestiona la agencia de la escritora escocesa J. K. Rowling-, añade: 'Las editoriales deberían recuperar algo de ese territorio'.

La concentración editorial y la proliferación de los grandes grupos, prosigue Liz Calder, ha provocado aún otro fenómeno: 'Muchos editores se han hecho agentes para poder tratar más directamente con los autores. Es toda una tendencia últimamente'. E ilustra el fenómeno con el caso de Peter Strauss, de Picador (Macmillan): 'Acaba de anunciar que se ha hecho agente. Es algo sorprendente porque es muy buen editor, alguien que se preocupa mucho por sus escritores, y no un negociante. La cuestión es que, para alguien tan creativo como él, se ha vuelto muy difícil trabajar en una atmósfera llena de especialistas en finanzas y ventas. Todo esto no le permitía hacer lo que quería, que era tratar con los autores'.

Quizá Bloomsbury no se haya convertido en un monstruo invadido por especialistas en finanzas, pero lo cierto es que la editorial se fue haciendo grande, según reconoce Liz Calder, compatibilizando exigencia literaria con una agresiva mercadotecnia. A pesar de ello, la publicación del primer libro de *Harry Potter* les aportó una solidez financiera con la que ni soñaban: 'En los primeros años tuvimos grandes problemas y ahora todo es mucho más fácil. *Harry Potter* y la piedra filosofal nos fue enviado desde una agencia des-

pués de pasar por una larga lista de editores que declinaron publicarlo. Lo leyeron las cuatro personas del departamento de ficción para niños y a los cuatro les encantó. Pero la profesional que empezó la magia, por decirlo de algún modo, fue la encargada de mercadotecnia de esa área, Ros Delahay, que no paraba de hablar del libro y de hincharnos a todos la cabeza con sus historias en torno a él. Ella fue la única en reconocer que ahí había algo muy especial'.

**Optimismo y paciencia**

Liz Calder ha pasado esta semana unos días en Barcelona invitada por el máster de edición de la Universidad Pompeu Fabra. A sus alumnos, dice, les ha expuesto 'las cosas que se necesitan para editar'. A saber, 'optimismo, porque un editor siempre tiene que pensar que lo que tiene entre manos será algo especial. Paciencia. Aprender a creer en el propio instinto, algo que requiere su tiempo. Tener una buena capacidad para el olvido, porque todo el mundo se ha equivocado a la hora de distinguir algo bueno, ha perdido un autor o un libro que quería realmente. Y ser consciente de que un editor sólo ejerce de puente entre el lector y el libro'.

Lluís Amiguet para *La Contra***“Hoy se leen más libros que nunca”**

Tengo 48 años. Nací en un rancho de Oregón, conseguí tres títulos en la universidad y un único trabajo como editor. Los editores de entonces pensaban que vender menos era ser mejor. Viajo con mi mujer; un hijo lector de “Harry Potter”. No soy creyente porque ya están todos en la Casa Blanca. **Enseño en el Máster de Edición de la Pompeu Fabra.**

EDITOR: DIRIGE ALFRED A. KNOPF

- **Supongo que se me quejará usted de la tele y lo poco que se lee...**

- ¿Cómo? ¡Sería un estúpido! Jamás se han vendido ni leído tantos libros como ahora.

- **Pero, ¿la crisis de los lectores...?**

- Eso es una tontería. Y le diré más: no sólo vendemos millones de libros, sino que además nuestros libros son influyentes como nunca y tienen un peso social y cultural y una influencia perdurable sin parangón en otras épocas en todo el mundo avanzado...

- **Pero la telebasura...**

- ¡Tonterías! Un programa de televisión no tiene ninguna influencia profunda y carece de prestigio. Es humo y la gente lo sabe, y reserva y obtiene de la lectura sus mejores ratos. Y los niños leen cada vez más y más.

- **Deme ejemplos...**

- “Harry Potter”. El último ha vendido ocho millones de ejemplares apenas publicado, pero es que si los editores hubieran cubierto la demanda inicial de los libreros hubieran llegado a los catorce millones de libros... ¿De verdad cree usted que los niños no leen?

- **Hombre, Potter no es Marcel Proust...**

- Es un relato que exige las mismas habilidades lectoras y atención que muchas novedades de adultos. Pero además “Harry Potter” ha cambiado el paradigma editorial. Ahora todos los editores del mundo estamos pensando cómo vender más libros a esos cientos de millones de personas que se acercan a las librerías por “Harry Potter”, y estoy seguro de que

lo conseguiremos.

- **Los best sellers ya vendían millones...**

- No se acercaban a estas cifras. Un Grisham, el más potente escritor de megaventas, se quedaba en apenas dos millones de copias.

- **Usted es un raro editor que no arruga la nariz al hablar de masas y de millones...**

- ¿Verdad? Hay mucho cretino engreído en el mundo editorial. Yo he sufrido unos cuantos que echaban la culpa de su incompetencia y sus fracasos de ventas al mal gusto de la gente. Y es justo al revés.

- **... Me habían dicho que usted era una editor de autores exquisitos “de culto”.**

- Raymond Carver, Tobias Wolf, Mary McCarthy, John De Lillo o Bret Easton-Ellis son autores míos, entre otros muchos, pero venden cientos de miles de ejemplares. Si no vendes, no hay literatura.

- **Pues no son fáciles.**

- Cuando llegué a editor hace veinte años, si un libro vendía 10.000 ejemplares era un pedazo de libro y besabas las manos del autor; si llegaba a 20.000 era increíble. Cuando edité a Mary McCarthy y su “Todos los caballos bonitos” llegábamos a los 200.000 y lloramos juntos al saberlo, porque la pobre Mary había vendido sólo 800 ejemplares de su anterior novela; cuando edité las “Memorias de una geisha” de Arthur Golden y superamos los 400.000 ejemplares, yo creía que había algún error en los números...

- **Pero, ¿qué entiende usted por editar?**

- Desde luego no es darle palmaditas en la espalda al autor. Yo cojo los originales de mis autores y se los

devuelvo chorreando tinta roja. Les sugiero cambios de personajes, de capítulos enteros, de frases y de comas...

- **¿No se le enfadan?**

- Si quieren seguir conmigo, no.

- **¿Y siguen?**

- Hasta ahora, sí, porque saben que con mi par de gafas de propina ven más y mejor que sólo con las suyas. En un original hay muchísimos errores y opciones de mejorarlo que sólo puedes descubrir a través de los ojos de otro, mejores que tú como escritor eres incapaz de apreciar solo. Un escritor no es Dios...

- **¿Qué es un escritor?**

- Para mí, un escritor es alguien que ve el mundo de un mundo original y diferente, pero sobre todo, es alguien incapaz de no explicarlo.

- **¿Qué quiere decir?**

- ... Que si quien quiere ser escritor es capaz de dedicarse a cualquier otra cosa, por favor, que haga cualquier otra cosa.

- **Buen consejo.**

- Yo lo he seguido. Soy editor y muy feliz. Y debo añadir algo: si ese escritor cuenta algo que no es interesante o entretenido para los demás, por favor, que no lo publique.

- **¿Por qué? ¡Pobrecito!**

- Porque estamos inundados de títulos. Editamos cientos de miles de títulos. Es un derroche innecesario que amenaza el sector.

LA VANGUARDIA, 8 de julio de 2003



GARY FISKETJOHN

- **¿Entonces por qué lo hacen?**

- Porque es como la lotería. Si juegas muchos números tienes más posibilidades de ganar algún premio, pero, claro te dejas el sueldo comprando billetes.

- **¿Alguna autocrítica más?**

- Perdimos demasiado tiempo y dinero con Internet, cuando el problema está en los grandes almacenes y cómo venden libros.

- **¿Ve como al final se me queja usted?**

- ¡No! Este negocio está en su mejor momento, aparte de que pagamos demasiado de adelanto a los autores. Ahora puedo editar dos mil ejemplares de libros con ganancia y a lo mejor puedo acertar con un “Harry Potter” y vender 4 millones. Todo es posible...

- **Me alegre, hombre...**

-...El único problema para el sector es el inútil que tenemos en la Casa Blanca, y no por una cuestión de ideología: Bush tiene la suerte de ser un ultraconservador, así parece que se le critique por sus ideas radicales...

- **¿No le critica usted por eso?**

- No. George Bush II es un inepto y no va a sacar la economía mundial del agujero a no ser que se vaya. Lo que el presidente espera ahora es una guerra constante para tener al electorado preocupado y unido y que así olvide lo incapaces de gestionar la economía norteamericana que son él y su equipo.

Lluís Amiguet.



ANTOINE GALLIMARD/ Presidente de Editions Gallimard, París.

## 'Los escritores buenos son escasos'



Antoine Gallimard tiene tras de sí casi un siglo de historia de la literatura. En los noventa, por peleas familiares, la mítica editorial casi se fue al traste. Logró comprar las acciones de sus hermanos y en 2003 adquirió las restantes, en poder de un banco. Ahora posee el 98% y se enfrenta con tranquilidad a los retos del siglo XXI. Los más importantes para él son preservar el carácter familiar de la empresa, encontrar buenos escritores y la renovación generacional.

Antoine Gallimard (París, 1947), presidente de Éditions Gallimard, la mítica editorial que nació de la *Nouvelle*

*Revue Française (NRF)*, fundada por André Gide y Jean Schlumberger, entre otros intelectuales, en 1909, ha estado en Barcelona para dictar la **conferencia de clausura del Master de Edición de la Universitat Pompeu Fabra**. Y habló de Gallimard, la editorial entre el mito y la empresa. Tiene tras sí casi un siglo de historia de la literatura y ante él importantes retos.

Gallimard, "casi un grupo", como la define su presidente y propietario, tiene en este momento seis editoriales: Denoël, Mercure, Nouveaux Loisirs, Gallimard Jeunesse, POL (el 88%) y Éditions de la Table Ronde; tres empresas de distribución; seis librerías; y cuatro filiales en el extranjero: Foliade (Bélgica), Cinq Frontières (Suiza), Gallimard Limitée (Canadá) y Schoenhof's Foreign Books (Estados Unidos).

Factura 225.600.000 euros (2002), emplea a un millar de personas y en 2003 publicó 1.418 títulos, de ellos, más de 700 fueron editados por Gallimard. Su catálogo sigue siendo impresionante. De André Gide a Milan Kundera, Malraux, Proust, Saint-Exupéry, Sartre, Camus, Sollers, Aragon, Mallarmé, Breton, Artaud. Los rusos, los alemanes, los estadounidenses... "De *La mancha humana*, de Philip Roth, vendí el año pasado 270.000 ejemplares. Increíble, porque es un buen libro". De sus españoles, le funcionan muy bien, repite a lo largo de la entrevista, Javier Marías y Manuel Rivas.

**Pregunta.** Se dice que Gallimard es la historia de la literatura francesa del siglo XX. ¿Lo seguirá siendo en el XXI?

**Respuesta.** Para responder a su pregunta habrá que esperar 30 años. Lo que le puedo decir hoy es que intento mantenerme en la línea que fijaron mi abuelo [Gaston Gallimard], Gide o Valéry a principios de siglo, es decir, publicar siempre libros en los que creemos. Hoy somos una gran editorial, una empresa, casi un grupo que todavía puede desarrollarse, pero nuestro oficio es realmente la literatura. Cuando no creemos en un libro, no lo publicamos. La filosofía es la misma, a pesar de las obligaciones comerciales. De vez en cuando también publicamos necesariamente libros comerciales.

**P.** ¿Es posible el equilibrio entre calidad y rentabilidad?  
**R.** Totalmente. La diferencia que hay entre las editoriales independientes como la mía y los grandes grupos se establece exclusivamente en relación a los compromisos financieros. Mi obligación es alcanzar unas cuentas equilibradas, aunque sólo obtenga un 10% o un 15% de beneficios. En Europa tenemos suerte, gracias a las librerías, todavía conseguimos vender calidad.

**P.** El Grupo Lagardère (Hachette) ha comprado las editoriales de Vivendi Universal Publishing. ¿Es cada vez mayor la concentración editorial en Francia?

**R.** Aumenta día a día. Lo que preocupa de la concentración es que estos grandes grupos meten la mano en grandes centros de distribución. Hemos visto recientemente como editoriales

**"En Europa tenemos suerte. Gracias a las librerías, aún logramos vender calidad"**

familiares tradicionales como Flammarion y Le Seuil han cambiado de propietario. El panorama cambia. En España, el fenómeno ya se produjo, pero lo positivo de su país es que emergieron pequeñas editoriales que son como un vivero. En Francia había un equilibrio, pero no se sabe lo que va a ocurrir.

**P.** ¿Intentó comprar alguna de las editoriales de Vivendi?  
**R.** Hace unos años quise comprar, Hatier, una gran editorial escolar, pero Hachette tenía más medios que yo y se la quedó. En cuanto a las editoriales de Vivendi, que ahora se llaman Editis, hice algunas propuestas. Estaba muy interesado en algunas editoriales, como Le Robert, pero se vendía todo el grupo en bloque y era demasiado para mí, porque me obligaba a buscar un socio. Mi prioridad es mi editorial y lo que representa mantener mi mayoría y no contraer deudas que la amenacen.

**P.** ¿Se opuso a la operación Lagardère?

**R.** Junto a otras dos editoriales independientes, Le Seuil y La Martinière, advertimos a las autoridades de Bruselas en materia de competencia de que, si Hachette se hacía con Editis, iba a controlarlo todo: la edición escolar, los diccionarios, la distribución, los libros de bolsillo, todo. Trabajé mucho para que esta operación no se llevara a cabo y no se realizó o sólo se hizo en parte, no como Lagardère había planificado.

Entrevista completa en: [www.idec.upf.edu/medifiles](http://www.idec.upf.edu/medifiles)

Lluís Amiguet para *La Contra*

## "Hoy Marcel Proust no encontraría editor"

Tengo 55 años y gran experiencia en el error. Nací en París: en sus jardines secretos encuentro mis mejores placeres. Tuve esposa y barco: los dos días más felices de mi vida fueron el día de comprarlo y el día de revenderlo. Me divorcié. Tengo cuatro hijas. Soy cristiano no creyente. **Clausuro el máster de edición de la Pompeu Fabra**



LA VANGUARDIA, 3 de julio de 2004

PRESIDENTE DE EDICIONES GALLIMARD

ANTOINE GALLIMARD

El último contrato que negocié con el escritor Daniel Pennac nos lo acabamos jugando a los chinos...

- **¿A ver quién pagaba las copas?**

- ¡No! Le hablo de los porcentajes del contrato. Lo más importante. Nos los jugamos. Somos amigos y como nuestros representantes empezaban a enfadarse, decidimos vernos. Nos aburrimos discutiendo detalles hasta que al final cada uno puso en un papel lo que quería. Y lo echamos a suertes: el que ganó impuso sus condiciones.

- **¿Quién ganó?**

- ...

- **¿Y le parece serio?**

- La vida es un juego o una condena. Yo jamás he sabido vivir sin la libertad del juego y editar libros es mi jugada favorita. Tiene que ser absolutamente libre y azarosa.

- **Si le oyera su abuelo, el editor de Proust.**

- Sonreiría, porque mi abuelo fundó esta editorial por puro azar y yo me hice cargo de ella por otra jugada del destino.

- **¿No le tocaba en herencia?**

- No. Yo era el tercero en el derecho a heredar y además tenía una bien ganada fama de aventurero poco serio y enemigo de cualquier formalidad.

- **¿No le atraía el negocio editorial?**

- Me gustan los libros, pero no los libros contables y sus aburridos, grises y estériles guardianes. Para mí, un negocio es mucho más que su balance de cuentas. Está vivo. Si no es un instrumento de cre-

ación con el que ilusionar a cientos de personas, ¿para qué mantenerlo? ¿Para esclavizar a trabajadores y escritores? Yo de joven me fui a dar la vuelta a América en autostop, que era algo mucho más próximo a editar libros que hacer cursos de marketing.

- **Pues creo que no le ha ido mal.**

- Estoy a punto de recomprar la parte de la editorial familiar que aún está en manos de bancos y multinacionales: el proceso inverso al habitual, en el que la empresa familiar se vende al mejor postor. Y me preocupa que se hayan vendido así editoriales como Flammarion o Le Seuil.

- **¿Por qué entró en la editorial?**

- La verdad es que yo no trabajé en serio hasta los 35 años y lo hice por amor a mi abuelo y porque todos los seres humanos, ricos o pobres, tenemos una obligación moral de hacer algo por los demás. Si la ignoramos, nos sentimos incompletos.

- **¿Vivir no es suficiente?**

- Vivir no es necesario, navegar sí, por eso tuve un barco y navegué hasta Venezuela y si ahora alguien, por ejemplo yo, no edita con amor, me temo que pronto nos quedaríamos sin algo interesante que leer, porque mientras las decisiones sobre qué se publica y qué no las tomen los expertos en marketing, los libros no serán mejor lectura que las etiquetas de los botes de tomate.

- **Vivir no es necesario, navegar sí y un buen libro es el mejor barco... ¿Y editar?**

- Editar es imprescindible mientras existan escrito-

res además de técnicos de ventas. El editor es el entrenador emocional del escritor: está a su lado cuando el autor cree estar solo. Es su amigo en la travesía de la soledad antes de la creación. Cree en él antes que nadie y cree en su obra antes que el propio autor: apuesta por él y gana o pierde con él.

- **Bonito, pero si no hay beneficios, usted tiene que cerrar.**

- Yo no he dicho que no me interesen los beneficios. Todo lo contrario. Si no hay beneficios, no hay libros. Lo que estoy diciendo es que si de un escritor no te interesa lo que escribe sino sólo lo que vende, pues dedícate a las latas de tomate: venden más.

- **Seguro que usted se mira los números.**

- Sí, pero no sólo los del dinero, sino los del alma. Mi abuelo ya decía que además del balance de los dineros, está el de las cosas bien hechas. Tal vez no ganaba una fortuna con algunos libros, pero se sentía pagado con la satisfacción de hacerlos. Además del balance contable, está el literario, estético y humano. Y hay muchas personas que saben leerlo.

- **Cíteme alguna.**

- Muriel Toso era una de las grandes accionistas de la editorial. Ella creyó en mí pese a que Murdoch y otro multimillonario, Bouygues, le enviaban ramos de flores con ofertas muy tentadoras para que les vendiera a ellos su parte. Muriel sabe que en el juego de la vida se apuesta algo más que dinero.

- **¿De qué se enorgullece?**

- Hemos plantado en el balcón del edificio editorial unas rosas preciosas.

- **¿Eso es todo?**

- Para divertirme con lo que haces, la primera norma es no tomarte demasiado en serio a ti mismo ni tus grandes ideas, pero tienes que tomarte muy en serio las pequeñas cosas que sí puedes hacer para mejorar tu entorno.

- **También puedes hacer cosas grandes.**

- Nadie puede cambiar el mundo ni salvar a la humanidad, pero todos podemos plantar unas rosas en un balcón donde alegren a cualquiera que pase por allí. Las rosas son importantes, porque nos gustan a todos en la editorial y nos alegran la vista cada día.

- **¿Envidia la relación entre su abuelo y Proust?**

- A Proust le envidio su capacidad de escribir, que es revelar las realidades escondidas bajo las verdades adquiridas, y a mi abuelo le admiro por su entrega a sus tres pasiones: los libros, las mujeres y los baños de mar.

- **¿Usted no las comparte?**

- Yo las he heredado las tres, pero me temo que no podré realizarlas de forma tan brillante como él.

- **Algún vicio original tendrá usted.**

- Los jardines secretos de París y de la vida. Por sí solos la justifican.

Lluís Amiguet.



## Antoine Gallimard &lt;&lt;Al sector editorial ja no hi ha equilibri, està destarotat&gt;&gt;

Entre moltes altres, Antoine Gallimard té una imatge gravada de la seva infantesa a la seu de la seva editorial, al carrer Sébastien-Bottin: << William Faulkner al jardí. Venia molt poc a París, i aquell home era allà amb tot l'aire de ser en un altre lloc >>. Altres amics del nen Antoine es deien Louis Aragon, Albert Camus, Jean Genet - << el vaig estimar molt >>, Andre Malraux i Marguerite Yourcenar - << que era molt digna >>. Crescut al si de l'editorial que representa l'essència del prestigi literari a França, ell ha conegut o ha editat bona part del panteó literari universal, però malgrat tot no pensa a escriure les memòries. << A cada un el seu ofici >>. El seu es editar, << un acte de convicció >>

-El 5 de gener del 2003 va recomprar el 38% de Gallimard que la seva família havia venut. Avui en posseeix el 98%, el contrari del que passa al sector des del 1995: les famílies venen i les multinacionals compren.

-Des que el 1988 vaig prendre les regnes de l'editorial vaig voler tenir el màxim de capital per evitar perdre la independència i fer una política lliure de tota pressió exterior. Però s'ha de saber tocar l'acordió: un cop replegat, avui estic disposat a tornar a obrir-me a altres socis.

-¿La venda recent del 60% del macrogrup d'Editis, herència de Vivendi, no era una ocasió per fer-ho?

-Sí, però la meua proposta no va prosperar. Volia comprar algunes de les editorials d'Editis: Presses de la Cité, Le Robert, Laffont... Estava disposat a posar en perill una altra vegada Gallimard per comprar aquelles editorials.

-¿Créixer per evitar morir?

-Avui, o ets ben petit, amb pocs títols a l'any i poca gent, o ja has de tenir una estructura bastant gran. L'edició a Europa s'ha radicalitzat. Ja no hi ha editorials mitjanes com la meua. A França, Flammarion s'ha venut. La segona generació de la família de Le Seuil s'acaba de vendre. Estic sol. Pots quedar-te en una talla mitjana en casos com el nostre, perquè tenim un catàleg molt ric. Però tot i així, si tinc una mala distribució o venc massa car, no puc defensar el meu catàleg. Per això estic obligat a tenir un projecte empresarial.

-Hachette, la segona editorial francesa, ha comprat el 40% d'Editis, la número u; Le Seuil, la quarta, ha estat adquirida per La Martinière, que d'aquesta manera s'ha convertit en la tercera...

-Hi ha un moviment ineluctable de concentració. Avui en el sector editorial sembla que tot està en venda, ja no hi ha equilibri, està destarotat. I això continuarà així molt temps. Els grans grups aniran molt seriosament en camps com la literatura o l'educació. Ja ho veuram a Espanya amb Hachette. I Planeta... El panorama quedarà, per un costat, amb grans grups europeus, i per l'altre, amb una sèrie de petites editorials. I, en algun lloc, no se sap on, Gallimard, la muntanya blanca.

-En la seva conferència de clausura del novè Màster en Edició de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona va dir que una editorial ha de saber mol bé quin és el seu perfil. ¿Quin és el de Gallimard?

-La imatge de Gallimard és la de la gran tradició -Proust, Yourcenar, la col·lecció La Pléiade...-,

però amb un toc de modernitat. La modernitat no és forçosament la moda; la moda és el que passa de moda. Però tenim els llibres de l'època, com el fenomen Harry Potter.

-Un equilibri difícil.

-Almenys sabem el que no s'ha de fer a Gallimard. Així, menys excepcions, no publiquem ni polítics ni gent del show-business. I això sí, no suportem les traïcions.

-Gallimard té sis llibreries. ¿No es pot avui treballar sense cadena de llibreries i filial de distribució?

-És vital tenir el control de la xarxa comercial. Si no, és difícil accedir al mercat. És el meu dilema: ¿podem ser una editorial amb un catàleg magnífic i, a la vegada, comercial?

-Com va escriure Paul Claudel a André Gide el 1910: << La qüestió consisteix a saber si una empresa comercial viu editant només obres excel·lents de forma i fons >>.

-Sí, és el mateix que llavors, només que tot s'ha accelerat i multiplicat. Els autors volen vendre més, hi ha una concentració sobre els best-seller i els resultats han de ser immediats. La pressió és molt dura. I els autors són menys fidels que mai: són molt sensibles a l'aspecte comercial. Abans no ho eren tant, n'hi havia prou amb el catàleg, la qualitat.

-¿I d'aquí ve la tendència a apujar cada vegada més el marge de benefici d'un llibre o demanar a un autor d'èxit que escrigui més?

-Mirin: un editor és com un pescador que cada dia va a pescar i torna a casa amb tres dorades, suficients per alimentar la seva i viure bé... Però si co-

mença a endur-se més del que pot abastar acaba sent perillós per a l'ecosistema.

-Parlant d'ecosistemes i pescadors, ¿com es porta amb la FNAC?

-Les relacions no han sigut bones durant anys perquè estaven en contra del preu fix del llibre i jo hi estava a favor. Avui són bones, per començar perquè no tinc cap més opció. Tenim acords, però no saben vendre el fons. Sempre parlen de negoci, de gestió. Res d'estocs en llibreria. D'aquesta manera es perden vendes. És el mal de les cadenes.

-La FNAC ven molt a França.

-El que fan és accelerar els llibres que es venen sols i no venen els que també podrien anar bé. Son com un accelerador de partícules. Però quan tens llibres que no estan a dalt de tot, no existeixen. La FNAC es un simple hipermercat.

-Però un gran grup com el seu no necessita defensar el preu fix.

-Quan vull fer llibres barats ja en faig: en tinc que costen dos euros. En canvi, l'últim Harry Potter val 28 euros, i això no ens ha impedit vendre'n dos milions d'exemplars. El preu fix defensa la llibreria tradicional, que al seu torn defensa una presència permanent del llibre, que és un element clau. Els llibres arriben a les llibreries, hi són tres o quatre setmanes i desapareixen. I la llibreria pateix. Fixin-se què ha passat amb el disc: ja no hi ha botigues. Els discos només són a la FNAC i a les grans superfícies, i amb prou feines hi ha dependents que sàpiguen el que venen.

Entrevista completa en: [www.idec.upf.edu/medifiles](http://www.idec.upf.edu/medifiles)

Lluís Amiguet para La Contra

## “Abran su cultura y el catalán ganará”

Tengo 62 años y voy a fundar la Feria del Libro de Ciudad del Cabo y estoy dispuesto, si quieren, a ayudarles a crear una gran feria del libro universal en Barcelona. Casado, tres hijos. Empecé siendo tipógrafo y he sido vendedor de libros, editor y director de Bertelsmann.



LA VANGUARDIA, 1 de julio de 2005

DIRECTOR DE LA FERIA DEL LIBRO DE FRANKFURT

VOLKER NEUMANN

**Siento enteramente de que acaban de sustituirle.**

-No ha sido el final, amigo, es un principio.

**-Celebro verle optimista.**

-He sido contratado para crear la Feria del Libro de Ciudad del Cabo en Sudáfrica y... ¿Por qué no crean ustedes una en Barcelona para todo el mundo editorial hispano y catalán, por supuesto?

**-¿Se ofrece a dirigirla?**

-¿Pues claro! Barcelona es una ciudad universal. Y aquí se imprimió *El Quijote*...

**-Por primera vez.**

-Esta ciudad tiene un potencial inmenso y tradición de grandes acontecimientos: en cinco años, podríamos poner nerviosos a los de Frankfurt y comenzar a convertirla ya no sólo en la referencia editorial del mundo hispano y catalán, sino de todo el planeta.

**-Herr Neumann: ¿cuente conmigo!**

-Hablo en serio. La Feria del Libro de Frankfurt, hasta ahora la gran referencia universal del mundo editorial, ha iniciado una peligrosa deriva hacia la búsqueda miope de la rentabilidad a corto plazo, que temo acabe por afectar a su liderazgo.

**-Tiene que ganar dinero.**

-Por supuesto, pero si se obsesionan con ganarlo enseguida, acabarán perdiéndolo.

**-Suele pasar.**

-Existe un riesgo cierto de que los editores y libreros cedan la *Buchmesse* a los gestores de la Feria de Frankfurt. He soportado una batalla política por eso y, como ve, la he perdido. He sido sustituido el pasado 1 de junio, pero mi contrato acaba el 1 de diciembre

y sigo vinculado al certamen. Puede usted decir que soy director en funciones.

**-Le dejaremos de titular porque la de este año la organiza usted.**

-Lo que me preocupa es que, con la venta de ese certamen que hasta ahora organizaban los libreros y editores alemanes, lo único importante será ganar dinero a corto plazo.

**-¿Eso pasa en las mejores familias!**

-Y eso acabará con el espíritu de la feria. Mientras yo mandaba en ella, el 60 por ciento de los asistentes no cubrían en realidad con su dinero el gasto que generaban.

**-¿Les invitaban?**

-No era filantropía ni caridad: es una inversión. Invitábamos a editores y autores de países pobres y de editoriales pequeñas que empezaban porque ellos son el motor de la industria universal de los contenidos. Son los que aportan el valor, las ideas...

**-Que no suelen abundar en las grandes organizaciones.**

-Lo reconozco. He sido responsable de Bertelsmann durante 24 años. La cogí ganando 10 millones de marcos anuales y la dejé ganando 200. Sé lo que es rentabilidad.

**-No lo dudo.**

-Y asumí la Feria de Frankfurt en plena decadencia hace casi tres años y la dejo en su mejor momento. Lo conseguí porque invitaba a más de mil autores y editores que no podían pagársela, pero eran rentables.

**-¿En qué medida?**

-El 60 por ciento de los que venían no pagaban el cos-

te real de su presencia, pero el 40 por ciento restante lo cubría con su aportación: el resultado es que todos ganaban. Tener una cultura invitada costaba dinero, la solidaridad con escritores encarcelados, también: pero todo eso era una inversión útil.

**-¿Por qué han elegido a la cultura catalana para el 2007?**

-El año pasado fue la árabe. Empezamos invitando a la cultura iberoamericana en 1976; en el 91 la invitada fue la cultura española y este año nuestra invitada especial es la catalana... Son grandes culturas universales.

**-¿Qué es la cultura catalana?**

-Los límites de una cultura raramente coinciden, como bien sabemos los alemanes, con los de un Estado. La cultura catalana está presente en varios estados y administraciones: en Baleares, donde yo tengo una casa...

**-¿Buen gusto!**

-En Catalunya, Valencia, parte de Aragón, el sur de Francia...

**-Se deja l'Alguer.**

-¿?

**-Una ciudad de Cerdeña.**

-Alghero, en italiano. Y Andorra.

**-Consignado.**

-Yo creo que en toda esa área cultural catalana el catalán se asocia con otros idiomas para servir a todos. En Pollença, donde tengo mi casa, se habla catalán y castellano y no he observado ningún problema al respecto.

**-¿Un escritor argelino que escribe en árabe en el Raval barcelonés es cultura catalana?**

-Les corresponde a ustedes decidirlo. Ustedes deciden qué es lo que quieren promocionar o vender y lo muestran como quieran.

**-¿Usted qué cree?**

-Creo que no es necesario haber nacido catalán y escribir en catalán para ser integrado en su gran cultura catalana y acabar algún día escribiendo también en catalán. Si le hacen sentir catalán a ese escritor cuando escribe árabe, es muy probable que acabe adoptando también el catalán.

**-A la cultura catalana le hacen falta más lectores que escritores.**

-Creo que si ustedes mantienen la mente abierta al mundo y sus influencias y no tienen miedo de que lo nuevo perjudique su idioma, la cultura catalana acabará ganando. Abran su cultura y el catalán saldrá ganando.

**-¿Ha seguido la polémica sobre qué escritores son o no catalanes?**

-La cultura tiene muchos códigos y no sólo la lengua: el teatro, la música o la danza mantienen sus lenguajes muy abiertos a lo universal sin miedo a perder su identidad y esa es una actitud que deberíamos también asumir en el mundo editorial.

Lluís Amiguet

VOLKER NEUMANN / Ex presidente de la Feria del Libro de Francfort

**"El mundo de la edición vive una crisis mundial tras décadas de crecimiento"**

Volker Neumann (Berlín, 1942) ha vivido tiempos complicados. En abril pasado cesó en su cargo de director de la Feria Internacional del Libro de Francfort. Él insiste en que no ha sido destituido, sino que no se le ha renovado el contrato, que vencía en diciembre de 2005. En Barcelona, donde impartió el pasado jueves la **conferencia de clausura del 10º Master en Edición de la Universidad Pompeu Fabra**, se mostró tranquilo, relajado y feliz, como si le hubieran quitado un enorme peso de encima.

Fue Neumann quien más apostó por que la cultura catalana sea la invitada de honor en la edición de 2007. En una multitudinaria rueda de prensa, aceptó con resignación, prudencia y enormes dosis de diplomacia que la trifulca sobre qué autores catalanes -si los que escriben en catalán o los que escriben en castellano- deben estar representados en la feria, se convirtiera en tema único. Se mostró partidario de que no haya exclusiones, recordó que son las adminis-

traciones catalanas quienes tienen que decidir al respecto y recomendó que Cataluña "dé ejemplo de convivencia".

Neumann, que se inició en el mundo de la edición como tipógrafo, trabajó durante 24 años en el Grupo Bertelsmann, donde, en los últimos 15 años, fue director general y presidente de mercadotecnia para Europa Central y América Latina.

**Pregunta.** ¿Qué pasa en la Feria de Francfort? ¿Hay crisis? Su antecesor, Lorenzo Rudolf, apenas estuvo tres años y usted no ha llegado a los cuatro.

**Respuesta.** Rudolf no procedía del mundo del libro y se encontró con una situación muy complicada de declive de la feria. En 2000, la feria había obtenido sus mejores resultados económicos y en 2001 se inició un retroceso, que no tuvo que ver exclusivamente con los atentados en Estados Unidos. El problema fue que no fueron capaces de remontar en 2002.

**P.** En ese año, cerca de 400 editores alemanes no pudieron asistir a la feria, a su feria.

**R.** Fue un momento tremendo y no sé cómo hubiera acabado la feria si no se hubiera actuado radicalmente. Fui nombrado director con el encargo de dar la vuelta a la situación.

**P.** En 2003 se inició la recuperación y en 2004 hubo resultados favorables.

**R.** Para poder dar la vuelta a una coyuntura dramática había que actuar con medidas tajantes, y eso es lo que intenté hacer.

**P.** Las cosas fueron mejor, pero el consejo de vigilancia de la Asociación de Libreros y Editores Alemanes decidió prescindir de usted. Se dice que molestó a las autoridades de Francfort.

**R.** Sí. Tengo la sospecha de que soy persona *non grata* en Francfort. He hablado de medidas tajantes. Por una parte, intenté negociar un contrato mejor con la Feria de Francfort y eso sólo fue posible con la amenaza de trasladar la Feria del Libro a Múnich. También luché para que los hoteles rebajaran sus precios, que son realmente abusivos.

**P.** ¿Lo consiguió?

**R.** Lamentablemente, no tuve éxito, por decirlo de una manera bonita. Mientras yo apretaba a los hoteleros, la Asociación de Libreros y Editores llegó a un acuerdo con la Feria de Francfort para que la Feria del Libro se quedase en esta ciudad. Ya no había nada que hacer. Hemos entrado en una espiral.

**P.** ¿A qué se refiere?

**R.** Quiero decir que las grandes editoriales llevan menos gente a la feria porque les resulta muy caro y, en consecuencia, necesitan casetas más pequeñas. Y como los *stands* reducidos quedan abarrotados, al año siguiente, los editores deciden enviar a menos profesionales. Es una catástrofe. La política de la feria es un desastre y sólo tengo la esperanza de que en el futuro se presione lo suficiente para poder cambiar las cosas.

**P.** ¿A qué se debió esa crisis?

**R.** Fue una crisis mundial del sector editorial, una crisis que aún se mantiene ahora tras décadas de crecimiento. ¿Cuáles son los motivos? No hay un único factor y tiene que ver con el desarrollo económico mundial, nacional y regional. En el Reino Unido, la eliminación del precio fijo de los libros provocó una crisis; en Alemania, la reunificación hizo que el sector editorial se tambaleara. El euro ha hecho subir el precio de los libros...

**P.** En España hay una cierta saturación de títulos nuevos, ¿pasa lo mismo en otros países?

**R.** Sí. Desde el punto de vista de los autores, esto es bueno, y para los editores es un juego de azar. Cuantos más libros publican, más esperanzas tienen de obtener un gran éxito, pero la experiencia no ha demostrado que a más libros haya más éxitos. Para el lector es imposible atravesar ese mercado saturado y también influye negativamente en los libreros, que no tienen ni tiempo ni espacio suficiente para atender las novedades.

**P.** Los editores afirman que la Feria de Londres ofrece más ventajas y en 2006 se trasladará fuera del

centro y ampliará espacio. ¿Es una amenaza para la de Francfort?

**R.** Hay 100 ferias en el mundo, pero la única que tiene una dimensión verdaderamente internacional es la de Francfort. Londres tendrá 31.000 metros cuadrados, Francfort ya tiene 175.000 metros cuadrados.

**P.** ¿Qué futuro prevé para el mundo de la edición?

**R.** Estoy seguro de que el libro no perderá su papel como bien cultural al menos en los próximos 100 años, como mediador entre culturas y, sobre todo, en su función de formación y transmisión de conocimientos reales. Internet y los nuevos medios están adquiriendo un papel básico en la información, pero mucho más por su rapidez que por la calidad de la información. Los nuevos medios nos hacen ir más rápidos pero no siempre nos hacen ir mejor.

**P.** El hecho de que tenga una casa en Mallorca ha influido en su apuesta por la cultura catalana para 2007.

**R.** Desde luego, pero que quede claro que no tengo una casa, sino una pequeña vivienda.

**P.** ¿Quiénes le han perseguido más, los políticos o los editores?

**R.** Por parte de Cataluña, quienes más han insistido y trabajado han sido los editores. Por parte de la Feria, yo. Pero tengo que decir que la iniciativa ha sido muy bien acogida por los editores alemanes, por el mundo cultural y por los políticos de mi país.

**P.** ¿Qué va a hacer ahora que ya no es director de la Feria?

**R.** Disfrutar del tiempo libre y pasar más temporadas en Mallorca. Espero y deseo encontrar alguna tarea interesante para los próximos tres o cinco años, pero si no es así, no hay problema: tengo tantos libros que no he podido leer y que valen la pena que siempre estaré ocupado. Y por descontado, en octubre de 2007 voy a estar en Francfort para celebrar la presencia de los catalanes.

Artículo de Israel Punzano

EL PAIS, 26 de junio de 2004

**El editor Michael Krüger aboga por la pervivencia de las librerías tradicionales**

El editor de Carl Hanser, Munich, defiende el precio único del libro porque la literatura "es un bien social"

El alemán Michael Krüger (1943) se conoce al dedillo el mundo editorial. Comenzó como librero en Londres. En 1968 entró como lector en la prestigiosa editorial muniquense Carl Hanser, de la que hoy es editor jefe. Descubrió a Elias Canetti, ha editado revistas culturales, es autor de poemarios y novelas... Krüger, que ha visitado Barcelona para participar en el **Máster en Edición de la Universidad Pompeu Fabra**, analiza los problemas y retos a que se enfrenta el sector y muestra su convencimiento de que la desaparición de las librerías tradicionales es el gran problema del sector editorial.

Pese a algún lastre, Krüger, no renuncia al optimismo. "El trabajo de editor se diferencia del resto de los oficios por su extrema novedad. De hecho, nació con la Revolución Francesa. Los editores son como unos hijos bastardos que robaron su oficio a la alta burguesía, la Iglesia y la nobleza. Se suele hablar mucho del final de la novela, de la dedicación intelectual, pero sólo estamos en el principio. Es algo que nos debería ilusionar".

Pero no todo son alegrías en un gremio apremiado por los requerimientos del éxito inmediato. "La concentración empresarial es una de las grandes trabas del sector editorial. En EE UU este fenómeno se da de una forma más agresiva. Buena parte del trabajo intelectual más sólido se publica allí en las editoriales universitarias. En Europa, todavía no es tan grave, pero en el futuro se notarán más sus pésimas consecuencias". Pero, a su juicio, hay una contrariedad aún más grave: "La desaparición de las librerías tradicionales es el gran problema del sector editorial. Editar un libro es barato, pero los beneficios se obtienen con las ventas. En mi caso, negocio con 15 distribuidores que me aseguran el 60% de los ingresos. Si me fallaran, los libros que publico dejarían de existir".



El editor y escritor Michael Krüger, el jueves en Barcelona. / CONSUELO BAUTISTA

¿Soluciones? No ceder ante el capitalismo salvaje. "Soy un furibundo defensor del precio fijo del libro. Sólo con el precio fijo se pueden combinar las grandes tiradas de éxitos seguros y las pequeñas de obras minoritarias. En Europa tenemos una posibilidad real de defenderlo, porque pensamos que la literatura es un bien social. Los libros no se pueden someter a las reglas del mer-

cado como si fueran tomates", apunta el editor, y añade: "En Europa existe una práctica muy arraigada de traducciones literarias. Ocurre así en países como Italia, España, Alemania, Francia y Polonia, entre otros. La única excepción es Inglaterra, donde los libros traducidos apenas superan el 3% de lo publicado".

Entrevista completa en: [www.idec.upf.edu/medifiles](http://www.idec.upf.edu/medifiles)



# “Soy escritor porque no sé escribir”

Tengo 62 años, pero aparento 50: tal vez porque me gusta lo que hago. Nací en Leipzig. Soy el editor de Carl Hanser Verlag y de la revista Akzente. No tengo familia y lo siento.

Soy un agnóstico apasionado por las religiones: la gente las cree cada vez menos y las necesita más. **He colaborado en el máster en Edición de la UPF.**



EDITOR

MICHAEL KRUGER

Su padre había muerto. No era nadie importante ni especial, pero era su padre. Así que quiso saber más de él y, tras largas indagaciones, llegó a Estocolmo, donde se hallaba *La enciclopedia de los muertos*.

**-¿Y aparecía el padre de él en ella?**

- Allí estaban consignados todos los muertos que no salen en las demás enciclopedias: personas con las que se cruza uno por la calle a cada momento, de apellidos vulgares y que se llaman María, José, Pedro y Juan.

**-Hoy ya son todos Jonathan y Tatiana...**

- Allí el hijo localiza la carpeta con la vida de su padre. Un dossier muy gordo donde se había consignado todo: qué fumaba y qué fumaba a escondidas; a quién amaba y a quién odiaba; a quién engañaba y quién le engañaba; con qué soñaba y cuales eran sus pesadillas...

**- Todo está escrito en alguna parte.**

- Y también habían descrito allí cómo sentía su padre en cada etapa de su vida. Le hablo de una obra maestra. Es *La enciclopedia de los muertos* de Danilo Kis...

**- Hay traducción española en Aleph.**

- ... Y se la cito porque deja al descubierto el trasfondo de lo que estamos viviendo.

**- ¿Qué estamos viviendo?**

- Cada uno de nosotros se siente ninguneado por la fama: ese arbitrario mecanismo que impone el conocimiento de los personajes que interesan al poder y decreta el anonimato para el resto.

**- Si uno es famoso será por algo.**

- Eso es lo que proclama la tele, que divide la hu-

manidad en los que salen en ella y los que les vemos. Estamos cien millones de personas viendo el mismo partido de fútbol, pero estamos tremendamente solos. Más comunicados y más in-comunicados que nunca.

**- Menos los famosos, que cobran.**

- El resto somos insignificantes hormiguitas afanadas en contribuir a la globalización de estructuras gigantescas que apenas entendemos. ¿Qué somos nosotros? ¿Qué son los seres que amamos? ¿Por qué no se merecen que sepamos tanto de ellos como sabemos del cantante o el futbolista o el politicastro?

**- ¿Quién nos recordará?**

- Kis en su libro proclama el derecho a la memoria individual frente al anonimato que impone poderes cada vez más lejanos.

**- Lo impone de un modo muy borgiano.**

- Y nosotros las hormiguitas anónimas tenemos miedo. Hace unos años, creíamos que el Estado cubriría nuestra pensión, que la Unión Europea nos haría más felices, que la ONU gobernaría el planeta, que el Muro caería y todo sería más fácil y próspero.

**- Ahora parece que no va a ser tan bonito.**

- Porque en vez de sentirnos protagonistas de esa nueva sociedad abierta y rica, sin fronteras, nos sentimos sus víctimas. Hemos acabado temiéndolo progreso en vez de protagonizarlo. El mundo se acelera hacia lugares desconocidos y nosotros, acongojados, nos aferramos con nuevas fuerzas a los viejos y engañosos asideros de la religión y la nación.

**- El capital no tiene religión ni patria.**

- Justo lo que le digo: los intelectuales cosmopolitas y políglotas no necesitan saberse de un pasaporte, una bandera, una cultura, una iglesia. Pero, los demás, la mayoría, quieren seguir siendo lo que eran sus padres.

**- ¿Los alemanes también?**

- Los alemanes estamos de nuevo inmersos en un proceso de regermanización, de búsqueda de raíces, de angustiosos exámenes de conciencia nacional identitaria.

**- ¿No ha sido siempre así?**

- No. En los setenta Foucault hubiera dicho y todos hubiéramos aceptado que la verdad es sólo una relación, pero que no hay una verdad ni un mal ni bien absolutos. Hoy Bush guerrea en nombre de un solo Dios y una sola verdad: la suya, evidentemente.

**- Le veo un poco angustiado.**

- Pues hoy no lo estoy mucho: hace ya diez años que predije el fin de la novela y ya ve.

**- ¿No me va a predecir hoy ningún final?**

- ¿Necesitamos la literatura hoy? ¿Para qué? Hace un siglo si querías saber algo sobre Rusia, tenías que leer a Tolstoi, a Chejov, a Dostoyevsky. Hoy puedes mirar un excelente documental o entrar en internet, o hay otras mil maneras de aprender y saber.

**- Dostoyevsky, Tolstoi... son universales.**

- Si y por eso le hablaba de Danilo Kis, para que entienda lo que yo hago. Las buenas historias son universales. Si usted sale a la calle y pregunta a cualquiera si quiere leer poesía ucraniana, le mi-

rará asustado, pero hay cientos de autores como él en la Europa del Este que son desconocidos y son universales. Yo los descubrí para ustedes.

**- ¿Cómo descubre buenos libros?**

- Un gran libro es el que conecta con una necesidad humana eterna y universal.

**- ¿Y si es momentánea y local?**

- Vende momentánea y localmente. Pero si lo descubres, ese libro único da la vuelta al mundo durante años y tal vez la dé durante siglos. Y te preguntas por qué ese libro ha sido importante para millones de personas.

**- ¿Por qué?**

- No lo sé. No hay respuesta. Es una de las cosas que hacen interesante mi trabajo.

**- Usted también escribe.**

- Escribo porque no sé escribir. Si supiera escribir, pues no sería escritor, sería probablemente otra cosa, pero si me empeño en ponerme delante de un papel y escribir es porque todavía no he aprendido.

**- ¿Sufre usted mucho escribiendo?**

- Sufro más cuando me enfrento a un mamotreto de novela de 500 páginas que no tiene ningún interés. Es la tragedia de mi vida: los muchos libros que leo y no me interesan.

**- Pues lleva usted unos años ya.**

- Porque a veces encuentras una joya inesperada que justifica todos los tochos.

Lluís Amiguet.

Javier Aparicio Maydeu (Director del Máster)

**“Colaboran con nosotros los mejores profesionales de la edición: autores, editores, directores literarios, gestores editoriales, agentes, diseñadores gráficos, periodistas culturales, librerías y distribuidores, todos de reconocido prestigio en el sector, y es gracias a ellos que podemos ofrecer una buena formación práctica en todas las tareas que requiere la publicación de libros.”**

Dolors Oller Rovira (Directora del Máster)

**“En la próxima edición continuaremos trabajando para ofrecer una formación realmente sólida, práctica y competitiva, dirigida al mercado laboral, mediante un proceso formativo e informativo pensado para todos aquellos vocacionales de la edición que aspiran a ser los mejores”**



## MÁSTER EN EDICIÓN

**Información y matrícula**

IDEC-Universitat Pompeu Fabra

info@idec.upf.edu

Balmes, 132-134

08008 Barcelona

Tel.: +34 93 542 18 50

Fax: +34 93 542 18 08

[www.idec.upf.edu/medi](http://www.idec.upf.edu/medi)