



PINTURAS QUE HACEN PENSAR
XAVIER EGAÑA CONCLUYE SUS MURALES EN ANTEZANA P68

LOS SONIDOS DE LA VIDA
JULIAN MAESO MONTA SU BANDA CON LOS MÁS PEQUEÑOS P71



LA AUTOEDICIÓN

430

euros es el precio medio por 50 ejemplares en las plataformas de autoedición.

30%

más de libros se editaron en 2016 en Euskadi respecto al año anterior.

«Las pequeñas y medianas editoriales sobrevivimos por una base de calidad»

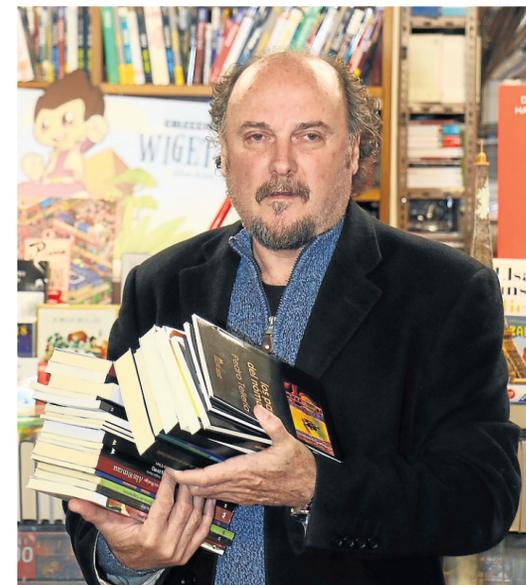
Roberto Lastre critica que las plataformas de autoedición no se preocupan por los contenidos de sus autores

■ R. ALBERTUS

VITORIA. El francés Marcel Proust pagó de su bolsillo el primero de los volúmenes de 'En busca del tiempo perdido'. «Sí, tuvo que pagar su edición pero es algo excepcional. Lo malo es que la norma sea autoeditarse y preocuparse de recuperar la inversión».

Lo cuenta el escritor Roberto Lastre. El mundo no está lleno de Proust. El editor de Arte Activo entiende que la principal diferencia entre una editorial y una empresa de autoedición es el cuidado del trabajo. «Cuando vas a un portal de autoedición les da igual el texto que envíes, ellos lo presuponían y no les interesa el contenido», apunta. «Son fábricas de libros».

Lastre agarra una obra autoeditada que ve en las estanterías de Mayner durante la entrevista, abre una página al azar y empieza a leer: «Mira, hay cinco 'que' en cada párrafo. Si estuviera en una editorial les recomendaría cambiarlo o lee a Azorín que apenas usaba 'que' para saber cómo se consiguen». Así ejemplifica «los defectos formales» que hay en muchos de los libros que se publican. «Las pequeñas y medianas editoriales estamos sobreviviendo sobre una base de exigencia de calidad», defiende.



El editor Roberto Lastre en la librería Mayner. ■ JESÚS ANDRADE

de.

También la editorial alavesa Las Modernas (formada por Raúl Gázquez y Laura Zorrilla) entiende que hay diferencias entre el método de trabajo de una editorial frente a la alternativa de la autoedición: «En la empresa de autoedición a los autores se les hace un presupuesto, se les pide dinero, imprimen ejemplares y dicen que se va a distribuir en el mercado», señala Zorrilla. «En nuestra edito-

rial 'Las Modernas' el autor no paga nada y publicamos lo que creemos que puede funcionar, lo distribuimos y hacemos la promoción».

Este cuidado por los autores no se contraponen a la búsqueda de alternativas para la financiación de los ejemplares como la campaña de 'crowdfunding' que llevaron a cabo para sacar una tirada mayor de la novela de Julio Corral, 'Locos que no lo parecen', sobre el Sacamantecas.

Convertirse en escritor tiene un precio

Las plataformas de autoedición son la alternativa para los autores alaveses que invierten su dinero para publicar sus novelas

RAMÓN ALBERTUS



El buzón de voz dice: «Pulsa uno si quieres publicar un libro...». El mensaje se repite en la mayoría de plataformas de autoedición. Son empresas que abren las puertas a quienes desean publicar su propio libro.

Para los escritores noveles, esta autoedición es en muchas ocasiones la única manera que tienen para pasar por la librería y mirar de portada. «Al final se trata de contratar una serie de servicios: un diseño, una maquetación y en mi caso una red de distribución con Caligrama», explica el vitoriano Daniel González. Este periodista debuta como novelista con 'En el fondo del vaso' con la marca de la Editorial Caligrama, una plataforma del sello clásico Penguin Random House. Después de llamar a la puerta de alguna editorial tuvo claro que nadie iba a arriesgar con un debut. Así que lo vio claro. «Hasta hace poco se vinculaba la

autoedición propia a la baja calidad», sostiene. «Pero Eva García Sáenz de Urturi empezó así, Fran Santana también con 'Los niños que no sonríen'...»

La existencia de Caligrama dentro del grupo Penguin Random House –publica a Ken Follet, tiene a más de 70 autores Nobel en catálogo y los derechos de las memorias de Obama– es un síntoma de los cambios en el mercado. Cada vez se apuesta menos por escritores noveles porque no son garantía de éxito y hay quienes están dispuestos a pagar por publicar su propio libro. ¿Cuánto tengo que pagar? En el caso de Caligrama las tarifas van desde la básica –de 499 euros, incluye la impresión de 25 ejemplares– hasta la publicación 'Talento' –que cuesta al interesado 2.299 y ofrece 150 ejemplares e incluso la reseña de 'bloggers'–.

De hecho, Penguin Random House no es el único gigante que cuenta con un medio para facilitar la edición de esos libros a quienes no encuentran una editorial o desconfían de ellas. Amazon también tiene su

propio portal, CreateSpace, que se anuncia con una frase inocente y reveladora: «La industria editorial está evolucionando». En esta plataforma los ejemplares se imprimen bajo demanda, te facilitan el diseño... y si cuelgas la edición digital en la web de Amazon «te pagan hasta por página leída».

En estos días, dos alaveses han autoeditado su libro con esta plataforma. Uno de ellos es Jesús Mari Sáez, 'Txusmi', que aprovecha la noche para escribir –es conductor de Tuvisa– y no se plantea vivir de la escritura. Confiesa que hay editoriales que le han llegado a ofrecer ser uno de los firmantes en la Feria del Libro de Madrid. «Era si yo pagaba la primera edición y sacaba una tirada alta con ellos. Eso es arriesgar mucho», asegura. Este desengaño con las editoriales ha hecho que su segunda novela, 'Siberia', tenga el sello de CreateSpace. Además, estará en Elkar, Zuloa, AstroLibros, Mara-Mara y Caracola. «¡No hay problemas para que tu libro esté en tiendas! Amazon te

facilita tu propio ISBN, el identificador de libros para uso comercial», destaca. Sabe que sacar una obra supone más trabajo porque él mismo se encarga de buscar diseñadora y correctora. «Pero prefiero trabajar así que regalar dinero a una editorial».

La figura del editor tradicional y el respaldo de una editorial se diluye en este mundo literario alternativo. Y el autor se convierte en protagonista –si no lo es ya de su novela– de todo lo que rodea a su publicación. En 2016 se editaron un 30%

LAS FRASES

Daniel González
Caligrama Editorial
«La autoedición es contratar una serie de servicios: distribución, diseño, maquetación...»

Inés Apraiz
CreateSpace de Amazon
«Yo soy escritora, editora, repartidora... Eso de quedarte con el libro en el cajón da rabia»

Luis B. Rodríguez
Editorial Círculo Rojo
«Me ayudaron con todo, desde el diseño a la corrección, siempre pagando claro»

los alaveses Ander López de Abecheco, Yeray Martín y Luis B. Rodríguez a quien le sobrevino la vena literaria cuando nació su hijo Aimar, que padece TEA. 'Tengo autismo mi amigo poncho' cuenta su historia. «Hice un cuento para que los niños de su clase supieran lo que es el autismo y cómo piensa mi hijo», explica. «Me di cuenta de que contando sus vivencias de una manera pedagógica podía ayudar a otros padres». Su intención de sacar el libro por una editorial tradicional se frustró. «Sus puertas están cerradas», asiente. ¿Qué hizo? «En Círculo Rojo me ayudaron con todo, desde el diseño a la corrección. Siempre pagando, claro».

La autoedición convive con los sellos tradicionales en los estantes de las librerías y está en auge. El mensaje en el contestador de todas las empresas que se dedican a ello es muy parecido: «Pulsa uno si quieres publicar un libro... pulsa dos si ya tienes uno en proceso». Una llamada a la escritura.