

E/M/2

EL MUNDO www.elmundo.es

Ciencia / 46

Un estudio español halla un 'secreto' del yeso que puede valer millones



Madrid / 52

El Ayuntamiento pagará 2,5 millones por alquilar la Caja Mágica para el 'Open'



Comunicación / 57

La televisión mantiene vivos los estereotipos sobre la mujer

LITERATURA

Carlos Ruiz Zafón abrió las puertas y cada vez son más los autores que triunfan en los mercados extranjeros y defienden la marca de nuestro país

Las letras españolas inician la conquista

EMMA RODRÍGUEZ / Madrid
¿Qué tienen en común escritores como Carlos Ruiz Zafón, Javier Sierra, Félix J. Palma, Jaime Cabré o Clara Sánchez? La respuesta es bien sencilla. Pese a la diferencia de voces, estilos e intereses, todos son españoles, están siendo leídos por miles de lectores en otras lenguas y con sus ficciones contribuyen a vender fuera la marca España, ese reto que tanto persiguen los empresarios y que tanto adorna los discursos de los políticos.

Frente al panorama desolador que está viviendo el sector editorial de puertas adentro como consecuencia de la crisis económica, frente a

la caída en las ventas y la reducción de títulos que se publican en nuestro país, la conquista de otros horizontes se está convirtiendo en una de esas tan anheladas luces al final del túnel.

Aún es pronto para afirmar que se está fraguando una moda de narradores *made in Spain* similar a la que aquí percibimos, por ejemplo, con los autores llegados del frío a raíz del fenómeno Stieg Larsson. Tal vez si los tiempos no fuesen los que son, tal vez sin el espesor de las brumas de la recesión que están cayendo sobre Europa, el momento podría ser el ideal para consolidar el vuelo.

Pero, pese a todo, hay síntomas claros de que el interés va en au-

mento: la presencia generalizada en las editoriales extranjeras de lectores en español, la importancia creciente de los departamentos que tramitan los derechos de autor en los grandes sellos y la apertura en los últimos años de varias agencias de *scouts* -ojeadores-, que se encargan de recomendar títulos y autores a sus clientes en otros países.

«Es evidente que algo está sucediendo y es una pena que coincida con una situación grave de crisis, que no sólo nos afecta a nosotros», señala Antonia Kerrigan, conocida en el sector como la agente literaria con mayor proyección internacional. No en balde todo empezó en 2001 con uno de sus autores, Carlos Ruiz Zafón. **Sigue en página 40**



JAVIER OLIVARES

EM2 / CULTURA

LITERATURA

● La narrativa española cada vez es más universal, menos localista

● Los 'scouts', ojeadores, son una novedad en la edición española

Viene de página 39

La novela, *La sombra del viento*, una intriga que gira en torno a un libro y sus secretos y que rinde homenaje a la literatura y a su capacidad para cambiar la vida, fue el inicio de una tetralogía que ha proseguido con *El juego del ángel* y *El prisionero del cielo* (2008 y 2011).

Una aventura espectacular, con más de 25 millones de ejemplares vendidos en todo el mundo, que ha llevado al escritor barcelonés a viajar por más de 50 países, a meterse en el bolsillo al público europeo, a romper las barreras del mercado anglosajón y a colarse en geografías tan remotas y apetitosas comercialmente como China.

«Zafón ha contribuido muchísimo a abrir las puertas a otros autores, pero no es la única causa que explica el fenómeno; también hay que tener en cuenta la relevancia cada vez mayor de los hispanos en Estados Unidos, que reafirma la importancia de la lengua española», argumenta Kerrigan.

Queda una tercera razón de peso. La literatura española cada vez es más universal, menos localista y capaz, una vez ampliado el foco de la Guerra Civil, de conectar con esos grandes temas que tocan el corazón de amplios sectores de la población en cualquier parte del globo terráqueo.

De esto sabe mucho Clara Sánchez, protagonista de uno de los últimos capítulos de esta prodigiosa conquista, quien no deja de sorprenderse ante los 450.000 ejemplares vendidos en Italia de *Lo que esconde tu nombre*, una novela que indaga en la historia de los viejos nazis ocultos en España y de la que la crítica italiana ha resaltado su capacidad para «emocionar, convulsionar y turbar en lo más profundo» (Chiara Gamberato, en *Vanity Fair*).

El éxito del libro ya estaba garantizado con la obtención del Premio Nadal y los 150.000 ejemplares alcanzados en nuestro país, pero ver cómo semana a semana se iba alzando a los primeros puestos de las listas de venta ha sido algo mágico. «Ha habido magia, sí, y suerte, pero sobre todo un gran trabajo detrás. No es mi primera novela; antes hay otras ocho. Me gusta pensar que es un merecido regalo a una larga carrera», declara la escritora.

El estilo envolvente de Sánchez, que curiosamente no tiene agente literario –todo se lo gestionan desde Destino–, fascinó a Elisabetta Migliavida, de la editorial Garzanti, que vio claro que los lectores italia-

nos podían conectar con esa sensibilidad y apostó fuerte desde un primer momento. No se equivocó y, aprovechando el tirón de las ventas, como suele ser habitual en estos casos, el sello ha iniciado el lanzamiento de títulos anteriores con *Presentimientos*, una entrega más complicada e intimista que ya se está aupando a las primeras posiciones en el ranking de los vencedores.

«Yo sigo siendo la misma. Los cambios en mi manera de escribir tienen que ver con mis cambios existenciales», señala la autora, que reconoce que, con el tiempo, la Historia y la actualidad han ido adquiriendo mayor peso en sus ficciones. Una prueba de ello es su última novela, *Entra en mi vida*, que acaba de publicarse en España y que relata la estremecedora aventura de una madre que presiente que su hija no murió al nacer, como le hicieron creer. Un drama individual dentro de un desgarrador conflicto colectivo, el de los niños robados.

La venta de los derechos y las traducciones a otras lenguas se disparan y muy pronto Clara Sánchez tendrá la oportunidad de comprobar si en Rusia, Francia, Holanda, Serbia o Turquía los lectores también conectarán con sus historias; si el tan temido público estadounidense y británico responderá con la misma pasión del italiano.

El editor David Trías, al frente de Plaza & Janés, alude al mimetismo de los editores a la hora de valorar tendencias y ejecutar contrataciones. «Estamos muy conec-

Cuestión de costumbres

No deja de resultar sorprendente observar cómo en las más prestigiosas librerías alemanas la gente puede pagar alrededor de 20 euros para escuchar leer a los autores en su lengua original –simplemente para deleitarse en la musicalidad del idioma– fragmentos de las novelas que presentan, antes de que un actor reconocido proceda a hacer lo mismo con el mismo pasaje traducido. Esto lo ha comprobado un tímido Félix J. Palma o un asombrado Jaime Cabré. Dependiendo de la capacidad de fascinación que ejerza sobre ellos esa parte del libro, los lectores deciden si acceden a comprar la obra, por supuesto firmada por el autor. Es una práctica que contrasta con lo que sucede en España, donde ya se considera un éxito que acuda la gente a una presentación en la que normalmente se invita a una copa de vino. «En el último año ya he acudido a unos cuatro festivales literarios repartidos por la geografía italiana y el interés del público, que paga su entrada para escuchar leer a determinados escritores o asistir a entrevistas y coloquios es espectacular», señala Clara Sánchez. Cuestión de costumbres, diferencias que empiezan a apreciar los autores españoles, cada vez más cosmopolitas.

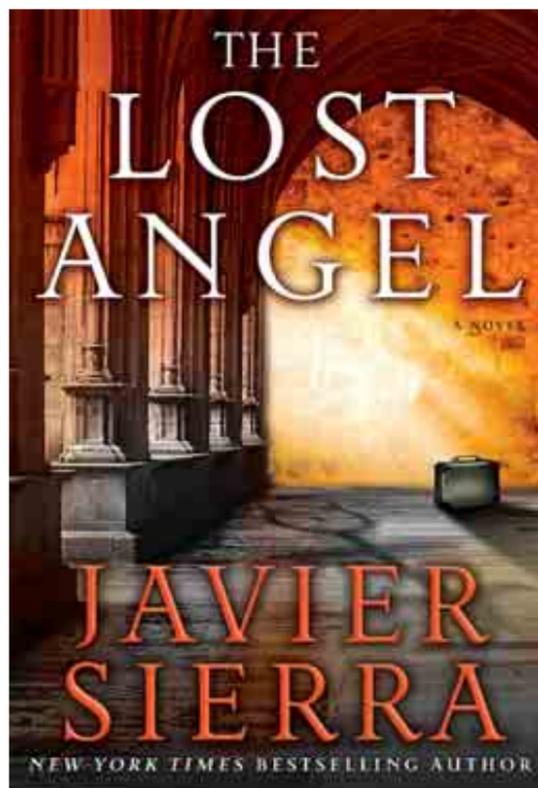
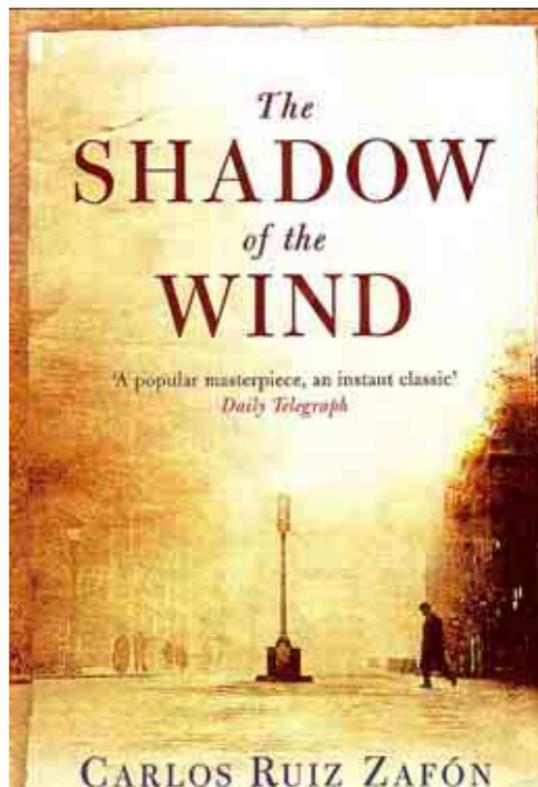
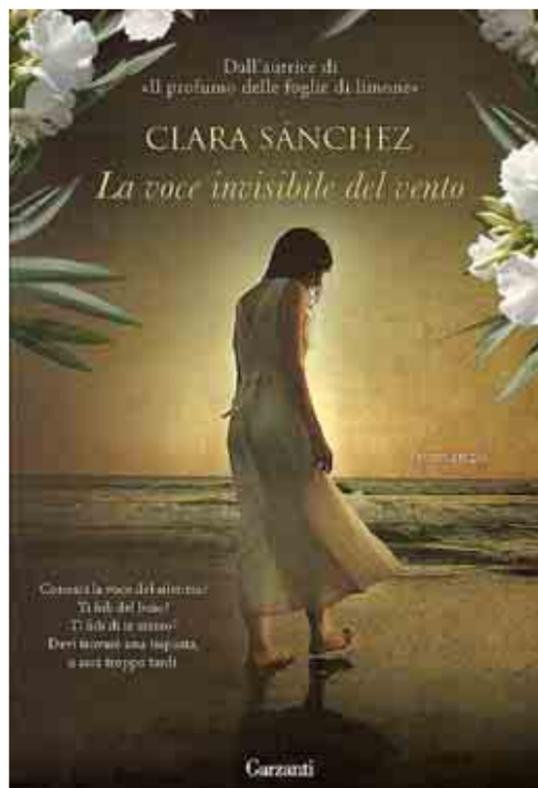
tados a nivel global, manejamos la misma información de ida y vuelta, ponemos el oído y sabemos en cada momento qué autor, con qué libro y en qué país está funcionando. Todo eso se acaba concretando en las grandes ferias internacionales, que es donde se acaban cerrando las operaciones», explica.

Trías está siendo testigo de primera línea de otro de los casos

CLARA SÁNCHEZ
«La voce invisibile del vento» se ha titulado en italiano 'Lo que esconde tu nombre', novela con la que Clara Sánchez ganó el Premio Nadal.

CARLOS RUIZ ZAFÓN
Con 'La sombra del viento' empezó todo en 2001. El éxito de la novela de Ruiz Zafón, que ha dado la vuelta al mundo, abrió muchas puertas.

JAVIER SIERRA
Ejemplo de 'best seller' a la española, tras 'La cena secreta' su éxito ha sido imparable. 'El ángel perdido' es su último libro.



más sorprendentes de los últimos años, el de Félix J. Palma, del que Plaza acaba de publicar la esperada segunda parte del *Mapa del tiempo*, la milagrosa obra que supuso su lanzamiento.

Este autor minoritario, procedente del territorio del cuento, ocupaba un discreto segundo plano en el plantel literario nacional cuando fue descubierto y encumbrado por el público alemán con una historia que homenajea a los autores victorianos y bucea en los viajes en el tiempo de H. G. Wells, acercándose de manera original a un género menospreciado en nuestro país, la ciencia-ficción.

De pronto, Palma se convirtió en el centro de una campaña de promoción que califica de «sobrecogedora» y que nunca hubiera podido imaginar en el país germano. «Lo que me propuse», explica, «fue rendir tributo a esos libros que nos hicieron soñar de niños, cautivar al lector con la historia de amor que se cuenta, pero también llevándolo a un mundo que está más allá de la realidad, de lo que se puede tocar, a una época en la que el hombre podía creer en muchas cosas: en la ciencia y paralelamente en las hadas o el espiritismo».

El llamamiento a la fantasía, la maestría del autor a la hora de insertar el prodigio en la cotidianidad, funcionó. El efecto contagio produjo que la editora estadounidense Johanna Castillo, de Atria Books, del grupo Simon & Schuster, comprara los derechos para Norteamérica por una cifra de seis dígitos. En la operación participó también la agente del autor, nuevamente Antonia Kerrigan, que actuaba en nombre de Algaida, un sello modesto que se vio desbordado por el éxito.

La novela se alzó a las listas de los más vendidos de *The New York Times* en su primera semana de lanzamiento y, a partir de ahí, los derechos fueron adquiridos en 25 países, entre ellos Australia, Nueva Zelanda, China y Japón.

«Cuando en Estados Unidos compran, los demás países levantan la oreja», declara Kerrigan, señalando que aún es pronto para saber si la segunda parte, *El mapa del cielo*, correrá una suerte similar, aunque incluso antes de ser publicada en España ya se había vendido en otros mercados.

«Ahora se está traduciendo a autores españoles, catalanes y latinoamericanos más de lo que se había traducido nunca», dice José Hamad, un reconocido scout (ojeador, espía, sabueso de libros), cuya función es informar y recomendar a sus clientes qué libros y autores se ajustan mejor a sus intereses. «Hay algunos que buscan títulos que les funcionen comercialmente y otros que anteponen el prestigio, la buena crítica».

El *scouting* se introdujo en España hace poco más de cinco años proveniente del mundo anglosajón. Actualmente existen tres agencias, comandadas por profesionales con una larga experiencia en el mundo de los libros.

«Cada scout trabaja de manera continuada con sus distintos clientes y sólo puede comprometerse en exclusividad con una editorial por territorio lingüístico», explica José Hamad, quien, cuando se le pide que ponga como ejemplo un caso llamativo en el que los editores

