

Xornada A internacionalización do libro galego.

Conclusións

Organizada polas Comisión de Acción Exterior do CCG, en colaboración coa AGE, e baixo a coordinación de Xosé Ballesteros, celebrouse esta xornada **o mércores 26 de setembro** nas instalacións do CCG.

A xornada foi inaugurada por Rosario Álvarez, presidenta do CCG e polo Secretario Xeral de Cultura, Anxo Lorenzo, e desenvolveuse en tres mesas redondas:

- **A relevancia das feiras internacionais do libro.**

Contou coa participación de Antonio María Ávila, secretario técnico da FGEE, e con Marifé Boix García, vicedirectora da Frankfurt Book Fair.

Antonio María Ávila,

presentou o modelo LIBER, a feira de profesionais do libro en España. Entre outras cousas salientou:

- As feiras internacionais do sector do libro son, ante todo, espazos para promover accións comerciais, e Liber está deseñada para que as editoras españolas exporten.
- As microempresas deben pensar na exportación como fórmula para sobrevivir. Para as empresas pequenas o LIBER é unha cita imprescindible
- O Liber posibilita que veñan prescriptores e compradores de libros en español de todo o mundo.
- As feiras do libro deben ser organizadas e xestionadas polas asociacións editoriais de cada comunidade e non polas administracións, que deben dar apoio pero non exercer a xestión en ningún caso, pois isto só dá como resultado o fracaso.

Marifé Boix,

presentou o modelo da Feira de Frankfurt:

- A feira de Frankfurt é propiedade dunha Asociación, formada por editores e libeiros, (arredor de 1600 editores e 2800 libeiros), ademais da MVB, unha filial da Asociación, quen se encarga de dar servizos á cadea do libro, xestionar o ISBN, etc.
- A feira conta actualmente con arredor de 7000 expositores, dos que o 67% son internacionais.
- En Frankfurt preséntanse novidades e tendencias nun escaparate que logo é trasladado e replicado en outras feiras.
- A feira de Frankfurt conta cun centro de axentes literarios, con máis de 500 mesas ao que se accede exclusivamente previa cita.

- Para asistir e participar nunha feira é fundamental preparar un catálogo de dereitos presentado en inglés e que conte con metadatos de cada título (editora, sinopse, autor, dereitos vendidos e dereitos dispoñibles, etc.) Isto permite que o editor poida centrarse cando manteña as reunións na feira e aproveitar mellor o tempo dispoñible.
- Recomenda informarse a través da web da Feira, crear un perfil propio, se se vai participar nela, ter en conta o calendario de eventos e buscar información previa das axudas á tradución que ofrecen outros países.
- Para participar como cultura ou país convidado débense deseñar uns obxectivos previos e xestionar os recursos do mellor xeito posible, para obter a meirande repercusión posterior e uns resultados positivos a medio e longo prazo.

Editoras galegas, o seu modelo de internacionalización, foi a segunda mesa redonda, e contou coa participación de Xosé Ballesteros (Kalandraka Editora), Carlos de Pulgar (Nova Galicia) e Laura Rodríguez (Hércules Edicións).

Xosé Ballesteros

- Antes de comentar o modelo de internacionalización de Kalandraka, Xosé Ballesteros fixo unha breve introdución para valorar o tecido editorial galego, como presidente da AGE.
- Mantén que, actualmente as editoras galegas, cando falamos de internacionalización se poden dividir en tres grupos diferenciados:
- O das editoras galegas que son delegacións doutras, como as de libro educativo; as das que poderían internacionalizarse pero que non lles interesa porque o seu único mercado é o galego, ou non teñen capacidade económica para facelo e, un terceiro grupo formado polas as tres editoras presentes nesta mesa (Kalandraka, Nova Galicia e Hércules) que elixiron o camiño da internacionalización porque viron que era posible facer negocio fóra das nosas fronteiras.
- Kalandraka Editora explorou este camiño e traballo en dúas liñas: vender dereitos (*royalties*) e vender libros de produción propia. O mercado galego cada vez é máis pequeno e está en recesión, coa lingua galega maltratada e desprotexida. E Kalandraka decidiuse pola internacionalización para medrar noutros mercados. De cada cen libros producidos en Kalandraka vinte son exportados fóra do estado español.
- Para Xosé Ballesteros, as feiras internacionais son o camiño imprescindible para chegar a outros mercados, para establecer alianzas, horizontais, de confianza plena, e de complicidades.
- Unha editorial, para chegar a outros mercados, ten que crer no seu catálogo de venda de dereitos. Somos un gran de area no mundo do libro, tendo en conta toda a variedade e diversidade que se ofrece pero o milagre é posible. Hai que facer un gran traballo de promoción, de posta en escena (catálogo en inglés, axenda organizada)
- O traballo da feira consiste en atender aos clientes habituais, atender as citas concertadas, e facer un rigoroso seguimento post-feria.
- Como problema de fondo, de difícil solución, lembra que a Administración galega non ten en conta que o sector editorial é industria, non só cultura, e non existen liñas

de apoio á internacionalización semellantes ás de Cataluña, Euskadi ou Valencia. Estamos en condicións precarias se as comparamos con editoras doutras comunidades que compiten no mesmo mercado.

- As feiras son unha oportunidade de negocio para as editoras. Debemos ter un catálogo colectivo atractivo para promocionar a creación do no país..

Carlos del Pulgar

Nova Galicia Edicións edita en catro idiomas; algunha colección en dez idiomas

Antes de participar nunha feira internacional o editor debe preparar e organizar a axenda previa, para aproveitar os días de traballo nela.

Esta editora ten asistido habitualmente ás feiras con axudas do Igape, a través das misións da Cámara de Comercio. Ás veces, saen bos contratos con estas misións. Hai que ter en conta que as administración ofrecen o 80% dos custos para asistir a feira, pero, finalmente, quedan na metade.

A pre-feira e a post-feira son fundamentais para a organización e o traballo do editor. Logo da participación, Nova Galicia chama inmediatamente aos posibles compradores, comeza un traballo de seguimento importante. Destaca ademais, que é imprescindible manter unha boa relación comercial co cliente.

Actualmente, Nova Galicia, ten presenza en México D.F. As canles de distribución poden ser a través de minoristas ou cadeas máis grandes.

Laura Rodríguez

Laura concorda coa valoración do sector da edición galega feito por Xosé Ballesteros. A maioría son microempresas e non poden chegar a mercados externos.

Dentro deste contexto, Hércules de Ediciones comeza ter presenza fóra de Galicia en bibliotecas, universidades, museos, tanto en Latinoamérica como en Europa. Pon como exemplo o *Proxecto Galicia*, distribuído a través da propia editorial ou de distribuidores de libro académico.

Para Laura existen unha serie de dificultades de cara á internacionalización: un deles é carecer dun produto moi identificado ou atractivo para vender no exterior. En Hércules diversificaron a súa oferta, como álbum ilustrado, pero atópanse que os distribuidores deste segmento son distintos aos seus habituais, o que dificulta o proceso. Canto máis diverso sexa o catálogo máis difícil é distribuílo. A LIX é máis sinxela de vender que outro tipo de libro.

Aconsella definir ben o produto de cada editorial e ser coherentes co catálogo; ter un catálogo homoxéneo e un volume mínimo para distribuír.

Tamén cre fundamental o apoio da Administración e que facilite as ferramentas axeitadas. Pon o exemplo de Flandes.

Para mercar dereitos cre que as editoras galegas teñen moitas dificultades, sempre hai mellores ofertas por parte de grupos con máis potencial económico, fóra do noso país.

A terceira mesa redonda foi:

- **Modelos de presenza en feiras internacionais**

Ilya Pérdigo,

Falou no nome das Asociación de editoras en lingua catalá

- A presenza nas feiras internacionais de editoras catalás medra anualmente. Asisten ás feiras compartindo espazo Editors.cat (Associació + Gremi), o Ramón Llull, o ICEC e nalgunha feira, o concello de Barcelona
- O stand ten dispoñibles espazos gratuítos (o colectivo), contratados individualmente ou compartidos. Nestes dous últimos as empresas editoras pagan por módulo e mesa. Xestiona o stand Editors.cat (tamén o envío e devolución dos libros).
- Na FIL é o ICEC o que xestiona e os libros faise cargo do envío ou transporte propio cada editor. O ICEC conta con axudas do 40% en concepto de voo e hotel en Guadalaxara.
- O Instituto Ramón Llull ofrece axudas á tradución e á promoción do libro.
- Con respecto á feira de Frankfurt contan cun programa de visita *Un día na feira*. As editoras que participan nel teñen axudas para a viaxe e traslados do aeroporto á feira.
- Ilya Pérdigo destaca o traballo previo que debe facer un editor antes de asistir e participar nas feiras internacionais do libro. Primeiramente preguntarse se hai materia prima, se hai que ofrecer: ilustradores, autores, etc. Dáse o marco para amosar o que se ten. Valorar a continuidade ao traballo logo da asistencia á feira. Polo tanto, tendo estas premisas en conta, as editoriais poderán valorar a súa presenza neste tipo de eventos. A continuidade é fundamental logo, xa que non tería sentido, se non se fai, polo investimento que supón.

Koen Van,

Representante da Flandes Literature

- Contan con 7 millóns de euros en 5 anos para a difusión da cultura no exterior (aproximadamente 2 millóns serían para as feiras)

O apoio desta organización consiste en:

- Facilitar a tradución; contan con axudas de ata o 60%
- Promover os seus autores/as
- Informar sobre que libros deben traducir
- Base de datos cos libros a traducir, catálogo, etc. dende a súa web. Pódese acceder aos dereitos, ao pdf. do libro, metadatos, etc.
- Pagan estancias aos autores e autoras para a súa promoción, aos lugares onde son traducidos
- Convidan a dez editores e autores estranxeiros a Flandes a través dun programa literario (unha semana)

- Koen Van fai unha valoración positiva con respecto ao retorno no país e na imaxe del ao seren cultura convidada nas feiras. Notaron un cambio positivo, de actitude, por parte das editoras de fóra coas de Flandes
- A súa presenza nas feiras consiste en compartir espazo cos editores e alugar mesas no salón de dereitos na feira de Londres.

Dolores Tobío ,

Representante da Secretaría Xeral de Cultura da Xunta de Galicia,

- A empresas editoras galegas, moi pequenas, céntranse no mercado interior a meirande parte delas. A presenza de editoras nas feiras internacionais do libro mingua cada ano, debido á situación económica e á falta de axudas (reduciuse nun 50% o investimento nos últimos anos por parte da Administración galega para as feiras)

Sería necesaria unha valoración da presenza das editoras nestas feiras e marcar obxectivos.

Conclusións.

- O tecido editorial galego está configurado principalmente por microempresas. Factores como a recesión, o mercado pequeno e a lingua minorizada, fan imprescindible para a súa sobrevivencia chegar a mercados exteriores e emprender o camiño da internacionalización. Esa acción é posible; o sector do libro galego ten potencial, creatividade e talento.
- As feiras internacionais do libro están enfocadas ao comercio e á exportación, son foros fundamentais para que as microempresas aproveiten a concentración de compradores e distribuidores para a expansión do seu negocio no exterior.
- A asistencia e participación nas feiras internacionais do libro supoñen un investimento importante; requiren duns obxectivos claros por parte das empresas: traballo previo (a pre-feira), coa elaboración dun catálogo de dereitos en inglés (metadatos, sinopses das obras, dereitos vendidos e dispoñibles, páxinas, autoría ...), a organización da axenda, e a post-feira, para dar continuidade ao traballo realizado durante os días da feira.
- Para que a presenza e participación nestes foros sexa posible, as administracións deben apoiar ás empresas con axudas directas e misións comerciais, espazos expositivos, sempre xestionados polos propios gremios; con programas literarios con editoras e autores/as, promoción, etc.
- As administracións galegas deben considerar o tecido empresarial do libro galego non só cultura senón como industria cultural, tendo en conta que é un sector estratéxico para o país.