

AUTORES, AGENTES, EDITORES, UNA TAREA COMPARTIDA

Las numerosas transformaciones que se han producido en el sector editorial, como la globalización en grandes grupos editoriales, las nuevas demandas del mercado y la renovación tecnológica, ponen en peligro la Propiedad Intelectual y los derechos de los autores. Ahora más que nunca se hace necesaria la existencia de elementos que proporcionen estabilidad y coherencia al sector. Uno de ellos es el agente literario.

En el mundo anglosajón, el autor que no ha logrado interesar a un agente, sencillamente no existe. Ningún editor contratará una obra de un autor si no ha pasado por el filtro de una agencia. Esta figura es, sin embargo, relativamente reciente en España.

Cuando en 1998 di una conferencia en la Universidad Complutense de Madrid sobre la función del agente literario, el nombre de mi intervención en ese ciclo, en el que participaban también autores y editores, fue: *El agente literario, un poder en la sombra*. La titulé así porque en aquellos momentos, y me doy cuenta ahora de que sólo han pasado cinco años, la figura del agente literario era muy poco conocida fuera de los círculos de la edición.

Desde entonces, la presencia en los medios de comunicación de los agentes y los comentarios de autores

y editores sobre esta profesión han hecho que se sepa que, al menos, existimos y que algo tenemos que ver en la publicación de un libro.

El agente literario, una figura imprescindible.

Para convertirse en autor, un escritor necesita encontrar un editor que transforme su manuscrito en un libro, lo que le permitirá no sólo obtener ciertos beneficios económicos por su trabajo, sino también lograr que su obra se divulgue. El autor sabe que nadie llamará a su puerta para interesarse en lo que ha escrito. Necesita buscar a alguien que entienda el esfuerzo y el trabajo que ha dedicado durante mucho tiempo a escribir una obra con la que está totalmente identificado e involucrado, y que gestione, de la mejor manera posible, ese producto tan personal que es la creación. Alguien, además, a quien recurrir en los momentos difíciles, que le proporcione ánimo cuando se desorienta, alguien, en definitiva, que le libere de las gestiones administrativas y de la negociación que ha de llevar a cabo si quiere ver publicada su obra.

El agente literario es esa persona que conoce el mundo editorial, sus líneas de publicación y las necesidades de los editores, que conoce las leyes de

Propiedad Intelectual y la práctica que rige el mercado editorial. El agente literario es el socio del autor, el gerente de una empresa en la que ambos comparten intereses e ilusiones.

Hace cuatro décadas, Carmen Balcells fundó en España la primera agencia literaria. Es a ella principalmente a quien los autores deben en este país que sus derechos se hayan respetado y recogido en la práctica y en las leyes que rigen los acuerdos con los editores. Actualmente somos más de veinte agencias las que nos ocupamos de velar por los intereses y derechos de nuestros autores.

Porque tan importante como las leyes es la práctica por la que se rige el negocio editorial. Esa práctica permite establecer si las condiciones que fija un contrato son adecuadas o abusivas, aunque las condiciones se hayan pactado de acuerdo a la legislación vigente.

Para el autor, el agente es, además, su primer lector, quien busca el editor más apropiado y quien negocia la contratación, promoción y publicación de su obra. Quien ejerce el control profesional para que se respeten los acuerdos con el editor y quien trata de conseguir para sus autores las condiciones más ventajosas, no sólo para una obra concreta, sino también para su carrera literaria. No es lo mismo negociar un contrato para un autor novel que para un autor consagrado, ni contratar una obra de ficción, ya escrita, que encargar a un autor que participe en un libro colectivo o que trabaje sobre un tema de actualidad. El conocimiento de las condiciones que deben pactarse en cada caso permitirá establecer el contrato más adecuado.

El autor que contrate directamente su obra con un editor estará probablemente más preocupado por la mera publicación del libro que por las condiciones no sólo económicas sino promocionales o de calendario. El editor le ofrecerá un contrato según las normas marcadas por su empresa y que, obviamente, siempre serán más ventajosas para sus intereses.

En busca de editor.

Cuando el agente busca editor para una obra, tiene en cuenta no sólo el catálogo, sino también el comportamiento que asume el editor con la publicación y promo-

//

El agente literario es esa persona que conoce el mundo editorial, sus líneas de publicación y las necesidades de los editores, que conoce las leyes de Propiedad Intelectual y la práctica que rige el mercado editorial

//

ción de los autores, así como su disposición a cumplir los compromisos contraídos tanto contractual como verbalmente.

Los agentes son también un filtro de calidad, de selección de obras y autores y una cantera de proyectos para los editores. En ese contexto, la posición de los agentes literarios es cada día más sólida. Si el autor necesita prescindir de trámites burocráticos y emplear todo el tiempo posible en la creación, el editor tiene que vigilar su catálogo, que es su nexo con el lector, y buscar la rentabilidad de su actividad en la cuenta de resultados.

No siempre, por tanto, los intereses de ambas partes coinciden. La complejidad de todos estos factores hace que sus relaciones puedan llegar a ser difíciles y contradictorias. Tanto, que la figura del agente literario es, de nuevo, imprescindible como interlocutor. En la mayoría de los casos, el éxito de esa mediación da sus frutos en la publicación de una obra.

A nadie le resultará extraño, por tanto, que para unos y otros, para autores y editores, el agente literario sea ese cómplice necesario en la siempre fascinante aventura de acercar el libro a quien desde el primer momento está destinado: los lectores.