

LITERATURA EN ESPAÑOL.

Las grandes cadenas de librerías norteamericanas, como Barnes & Noble, dedican cada vez más espacio a los libros en castellano.



► pretende incrementar en más de un 20% las cifras de ventas. “Llevamos trabajando años. Las expectativas son altas, pero la evolución es lenta. El mayor obstáculo es la distribución”, explica Margarita Guerrero, responsable de exportación de Random House Mondadori. Los datos son positivos: en 2006, las ventas del sector del libro español a Estados Unidos alcanzaron 23,1 millo-

nes de euros, frente a los 18 millones de hace diez años.

En la actualidad, ya hay más de 20 editoriales en suelo norteamericano y más de 50 empresas españolas participan en la feria del libro Book Expo América, el certamen más importante del sector. De todas formas, su presencia aún es inicial. “En la mayoría de los casos su principal objetivo se centra en

abrir mercado y conseguir una distribución constante. A esto le sigue perseguir un sólido posicionamiento y la adaptación de sus títulos a un mercado que presenta, en muchas ocasiones, signos de identidad que no coinciden con los de ningún otro país hispanohablante”, explica Ignacio Domínguez, director del departamento cultural de la Cámara de Comercio de la Embajada de España en Miami.

La religión tira de las ventas en Estados Unidos

Valor del mercado en dólares y porcentaje de cuota por materias.

TOTAL DEL MERCADO DE LIBROS EN EEUU EN 2003		23.6 MIL MILLONES \$
Tipo de libro	% Desglose	Crecimiento
Comerciales	35%	11%
Textos escolares	32%	4.7%
Técnicos & científicos	15%	2%
Religiosos y de referencia	10%	1.1%
Otros	8%	-
LIBROS EN ESPAÑOL		350 MILLONES \$
Tipo de libro	% Desglose	Crecimiento
Infantiles	20%	4%
Textos escolares	20%	3%
Técnicos & científicos	10%	2%
Religiosos y de referencia	20%	5%
Comerciales	30%	3%

Fuente: America Reads Spanish (FGEE, ICEX). Ed. 2005.

La ventaja de los derechos

El avance y el potencial de las editoriales ibéricas ha hecho que muchas firmas anglosajonas se blinden para seguir dominando ese mercado. “Nos encontramos con dificultades para conseguir los derechos para Estados Unidos”, explica Lucía Caratelli. La experiencia de *El código da Vinci* hizo replantearse a los americanos su estrategia. ¿Por qué regalarle ese trozo de pastel a otros? Desde entonces, negocian los derechos de las traducciones de los grandes *best sellers* sólo para latinoamérica, guardándose para ellos la distribución en EEUU. Su último golpe: Atria Books, de Simon & Schuster, se ha quedado con la última sorpresa literaria de la temporada, *El Secreto*, de Rhonda Byrne –que ya ha puesto en circulación más de