ENTREVISTA A MARISOL SCHULZ

(Directora de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, México)

REFERENCIA:

VIDEOTECA-V00046

ACCESO:
http://www.cervantesvirtual.com/portales/editores_editoriales_iberoamericanos/847101_entrevista_a_marisol_schulz/

ENTREVISTADORAS:
Ana Cabello y Pura Fernández

DESCRIPTORES:

- FERIAS DEL LIBRO, COMERCIO DE LIBROS, FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE GUADALAJARA (MÉXICO), MÁRKETING EDITORIAL, LIBROS Y LECTURA, LIBROS ELECTRÓNICOS, DISTRIBUCIÓN EDITORIAL, LITERATURA INFANTIL, TRADUCCIÓN, FUTURO DE LAS FERIAS DEL LIBRO, CÓMICS, PREMIO FIL DE LITERATURA EN LENGUAS ROMANCES, BOOKTUBERS, INDUSTRIA EDITORIAL.
- SCHULZ MANAUT, MARISOL (1957-).
- GUADALAJARA (MÉXICO).
- FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE GUADALAJARA (MÉXICO).

Entrevista realizada el 3 de junio de 2017 en la Biblioteca Pública Municipal Eugenio Trías (Casa de Fieras de El Retiro, Madrid)

Marisol Schulz Manaut: MS

Marisol Schulz, directora de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, México

(00:00 - 02:00)
MSM. - Pues yo soy Marisol Schulz Manaut. Soy directora general de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, de Guadalajara, México, y llevo cuatro años al frente de una feria que este año, dos mil diecisiete, cumple treinta y un años de existencia. Es una feria que se ha consolidado, quizá, como una de las más importantes del mundo. Sin el "quizá", lo dicen todos los editores y, probablemente, también como una de las más importantes de Iberoamérica. Por-no solamente por su la asistencia, por el público que-que llega año con año, los nueve días que dura la feria llegan más de ochocientas mil personas, sino, fundamentalmente, por su internacionalización: es una feria a la que TODO EDITOR en lengua española, por lo pronto, debe acudir. Es una meca de la industria editorial. Es el punto de encuentro de la idustria-industria editorial en nuestro idioma, en español… con veinte mil profesionales del libro registrados año con año, que están durante tres días debatiendo entre sus pares, en los distintos foros, cerca de treinta y tres que hay en la feria, en la que cada año tenemos la presencia de mayores países-de mayor número de países. Y no solo con autores, no solo con alguna presentación editorial, sino, verdaderamente, con presencia en pabellones, en *stands*, con venta-compra de derechos, con ilustradores, con editores, con autores… Cada vez más es-hay una necesidad de países de lo más remotos de llegar a-a-a FIL (Feria Internacional del Libro) [de] Guadalajara. No sé, autores y es-y editores de la India, de Irán, de países árabes, de Emiratos Árabes… año con año nos visitan y cada vez quieren tener una mayor presencia; de Taiwán, de Corea, de China, de Japón… Entonces, realmente, el nivel de internalización de la-de la Feria de Guadalajara sí-sí es impresionante.

Repercusión social y mediática de la FIL

(02:01 - 03:04)
MSM. - Una feria que, además, tiene el mayor nivel de exposición en cuanto a repercusión periodística, con más de tres mil trescientos acreditados de distintos medios de comunicación mundial. Una feria con, bueno, con más de seiscientas cincuenta presentaciones de libros, setecientos autores de toda índole, treinta y tres foros académicos. Al mismo tiempo es una feria del libro infantil y juvenil: con FIL Niños con una actividad propia durante nueve días, paralela a lo que se hace para el mundo de los adultos <pausa breve>. Cada año organizamos cerca de dieciocho talleres de promoción de la lectura, donde alrededor de doscientos mil niños nos visitan año con año y van a

disfrutar, a-a-a vivir los talleres, los espectáculos que se preparan para los niños. Es, al mismo tiempo, un gran festival cultural. Para nosotros la parte cultural y de extensión de la feria a toda la zona metropolitana de Guadalajara es fundamental. Es una feria que, efectivamente, ha adoptado la ciudad de Guadalajara.

Invitado de honor en la FIL

(03:05 - 03:19)
MSM. - El invitado de honor es el que le imprime ese-ese sesgo cultural año con año. Es decir, el rasgo de un año a otro varía por el invitado, que puede ser una ciudad, puede ser un país, una región, una comunidad autonómica…

Organización de la Feria

(03:20 - 03:54)
MSM. - Bueno, la feria se prepara con muchísima anticipación, con mucho más de un año. Es decir, nosotros vamos convocando al posible invitado de honor con más de tres-cuatro años de anticipación, porque esta es toda una negociación. Los requisitos para ser invitado de honor son muchos, porque no es que estemos cobrando nada, pero sí pedimos una serie de cuotas, por decirlo de alguna manera, del mundo editorial, del mundo cultural, de presencia literaria, del pabellón mismo, de presencia gastronómica, de un festival de cine… Todo lo que ocurre alrededе-alrededor del invitado de honor es fundamental y la preparación pues la hace un gran equipo.

Equipo de gestión de la FIL

(03:55 - 04:41)
MSM. - Yo soy la persona que dirige a un equipo DE LO MÁS PROFESIONAL: estamos hablando que, durante el año <pausa breve>, ya para estas alturas, son cincuenta personas trabajando para la FIL y tenemos, desde la Dirección General a una Dirección de Contenidos, que es la que se encarga justo de contenidos literarios y culturales, ina Dirección de Operaciones, que también trabaja en todo, desde el montaje, las partes técnicas… Y tengo varias coordinaciones generales: una Coordinación General de Prensa, una Coordinación General de <pausa breve> Protocolo, que se dedica a todo el tema de protocolo, de recepción de invitados, de ver que, quien llegue, llegue bien, etcétera, etcétera. Estamos hablando de cerca de tres mil actividades durante la feria, con lo cual, cuando yo digo todo esto, tiene un sentido: es gente que trabaja todo el tiempo.

Presencia editorial en la Feria de Guadalajara
(04:42 - 05:07)
MSM. - Y nosotros tenemos la presencia de dos mil doscientas editoriales de todo el mundo, de más de cuarenta y cuatro países, con lo cual la venta de espacios, pues también es complicada y tengo gente que se dedica exclusivamente a eso y gente que se dedica solamente a contenidos para profesionales del libro. Dos coordinaciones-coordinaciones

de viajes, para tratar, también, de armar todos-todos los paquetes de viajes para nuestros invitados.

Sostenibilidad económica

(05:08 - 06:15)
MSM. - La feria es completamente autosustentable, es decir, al final del año la feria es rentable. El sesenta por ciento viene de-de-de ingresos propios, no solamente de venta de-de espacios, también de taquilla. [En] la feria se cobra la entrada, es un cobro muy económico, alrededor de un euro la entrada, que no es nada, pero sí nos permite el control de públicos, ¿no? Y… entre taquillas y otros ingresos, sí tenemos e-e-esa posibilidad de-de que sea autosus-sustentable y la participación, año con año, de patrocinios y subsidios, y me voy a explicar, y auspicios. Te voy a decir que me voy a explicar por qué: porque el patrocinio es de pri-de iniciativa privada, de empresas que a veces nos dan dinero, o sea, capital, y a veces es un patrocinio en especie, ¿no? Puede ser el caso de la publicidad, puede ser el caso de ciertas, pues… requerimientos de la propia feria. Y… en el caso de los auspiciantes son, sobre todo, instancias gubernamentales, instancias públicas, que apoyan también con dinero ciertas actividades de la feria.

Evolución del modelo de la FIL

(06:16 - 07:12)
MSM. - Mira, yo tengo que comentar que, independientemente de que yo llevo cuatro años al frente de la feria, la feria tiene treinta y un años y yo nunca he dejado de ir a la feria, en distintas áreas en-como editora: sea editora universitaria, como directora literaria, etcétera. Quiero decir, que la feria la conozco desde sus inicios y he ido viendo el progreso de la feria también en otras trincheras en las que he estado metida. En el momento que yo decidí asumir el compromiso de ser directora en la feria, entendía que era una feria consolidada y que, al ser consolidada y tener el nivel que tenía y la vara muy alta, tampoco no podías hacer cambios bruscos. Es decir, no se trataba de cargarse la feria, se trataba de lo que ya estaba… no solamente continuarlo, tratar de mejorarlo y… sí innovar, pero de una manera paulatina. Dirigir un grupo a ciertos cambios, pero que el público en general no los sintiera. Al público en general no le importa quién esté dirigiendo la feria, lo que quiere es disfrutarla y vivir.

El libro electrónico

(07:13 - 07:49)
MSM. - Una de las innovaciones en estos cuatro años ha sido la-el establecimiento de un área de libro electrónico y… empezamos con módulos, con módulos de cara al público, de demostración de libros electrónicos y, luego, entendimos que un área importante que no estábamos cuidando era el libro electrónico para…, o el área del libro electrónico para profesionales del libro. Y este año, bueno, estos dos años, ya lo hemos dividido. ¿Qué me-qué he procurado? Bueno, pues buscar países que no habían estado como-como

invitados de honor y ha sido una gestión, pues… complicado, países o ciudades, y-y-y también imprimirle un sello muy internacional a la feria.

El espacio del cómic

(07:50 – 07:58)
MSM. - Un tema que vamos a innovar este año y que es una demanda también del público como tal, y de la vida, es un área de cómic. Vamos a establecer el salón de cómic por primera vez.

La FIL y la actualidad social y cultural

(07:59 - 08:25)
MSM. - Sí establecimos lo de "la FIL también es ciencia", no existía antes. Estamos involucrándonos, cada vez más, en el área de pensamiento. La feria está organizada por una universidad mexicana y, para nosotros, es una gran feria de las ideas y tiene que serlo así. Es también el gran… escaparate de lo que ocurre en el mundo en español, pero del mundo político y de las sociedades y los temas de actualidad se discuten en la feria.

Fomento de la lectura

(08:26 – 09:16)
MSM. - Nosotros, desde ya hace mucho tiempo, no es una novedad, tenemos un programa que se llama Ecos de la FIL. El programa Ecos de la FIL implica justamente que la feria ocurra no solamente en el recinto ferial, sino en las escuelas. Estoy hablando de probablemente unos veinte años, en los que <pausa breve> a los grandes escritores que nos visitan, a ciento veinte-entre ciento veinte y ciento cincuenta escritores, se les lleva a las preparatorias, a los bachilleratos del estado de Jalisco, incluso a los más remotos. El autor que va a llegar a determinado colegio, a determinada preparatoria, ya fue leído previamente, ya se hizo un trabajo de promoción de su obra para que, en el momento en que llega a hablar con los chicos, los chicos sepan qué preguntar. Entonces hay un trabajo previo y hay un trabajo *a posteriori* de e-e-esto que se llama Ecos de la FIL.

Premio de la FIL

(09:17 - 09:35)
MSM. - Cada uno de los Premios FIL, porque además la feria tiene esta característica de que entrega uno de los premios más importantes en nuestro i… bueno, en nuestros idiomas, porque es en lenguas romances, el Premio FIL en Literatura y Lenguas Romances, y cada uno de los que gana el premio, año con año, tiene este encuentro con los chicos, donde los chicos le pueden preguntar cosas, ¿no?

Booktubers

(09:36 - 09:46)
MSM. - Fuimos de las primeras ferias en incorporar encuentros de *Booktubers* y… concursos <pausa breve> nacionales, sobre todo, de *Booktubers* y están presentes desde hace tres años en la feria.

El futuro de las ferias

(09:47 - 11:00)
MSM. - Bueno, hay muchas ferias del libro y muchos tipos de ferias del libro con perfiles completamente diferentes entre sí y cada una tiene un porqué. Es decir, yo creo que cada que-que alguien que organiza una feria del libro debe entender qué es lo que pretende: hay ferias del libro EXCLUSIVAMENTE comerciales, hay ferias del libro EXCLUIVAMENTE para profesionales, hay ferias del libro EXCLUSIVAMENTE para el público, que no tiene ni idea, ni necesidad de tener-de incorporar actividades para profesionales y… somos algunas las que tenemos… como ferias mixtas. Nosotros constituimos un grupo que se llama Los ferieros donde algunas ferias del libro internacional nos reunimos, sobre todo las que nos dedicamos a temas profesionales, en Frankfurt cada año, cada dos años en distintos países… Tenemos muchas maneras de compartir experiencias y… saber que ciertos mecanismos que funcionan en un país PODRÍAN llegar a apropiarse otros de ese mismo funcionamiento, pero eso va a depender del perfil de la feria. También de la idiosincrasia del país en el que estás: no es lo mismo Frankfurt que Guadalajara, por supuesto, y eso es clarísimo, como no es lo mismo LIBER que-que el Retiro. O sea, son ferias con perfiles y con intenciones muy distintas entre sí, y creo que de-en ese sentido es injusto compararlas.

La FIL de Guadalajara

(11:01 - 11:46)
MSM. - La FIL tiene esta especificidad de ser una feria completamente mixta, que es una feria <pausa breve> dedicada al púbico, pero con un componente de ideas, como una feria académica, y con un componente literario, como un gran festival literario, pero también profesional. O sea, tiene como varios pilares: la FIL no podría con-considerarse como una sola feria, probablemente es una feria de ferias. Es una feria infantil y juvenil, es una feria de las ideas, es una feria académica, es una feria del libro profesional, es una feria comercial, porque hay compraventa de libros, es un GRAN festival cultural y, al mismo tiempo, es una feria para el público, para el gran público, que disfruta todo tipo de autor, no solo literario. Al ser feria del libro y no festival literario, incorporas, por ejemplo, a las celebridades que han escrito una biografía.

La distribución como reto

(11:47 - 12:15)
MSM. - Yo creo que los retos de la edición en lengua española… no es la edición como tal, sino la distribución; o sea, la edición existe y seguirá existiendo. Es la distribución, es-e-es muy complicado que un escritor que publique en Bolivia sea conocido en Chile y en Argentina. Es más fácil que conozcamos a los autores españoles que-a que conozcamos a los autores latinoamericanos. Ese es un reto que no se ha podido… durante mucho tiempo hemos tenido ese mismo desafío. Algo podría ayudar el libro electrónico, pero tampoco así…

Los grandes grupos editoriales y el español global

(12:16 – 14:00)
MSM. - Yo he sido editora de un corporativo y, como editora de un corporativo, te puedo decir que yo no engañaba a los escritores, yo les decía: "te vamos a publicar fundamentalmente en México, con la posibilidad de que puedo-puedas llegar a otros países", pero no hay compromiso, porque también el mundo del libro vive muchas veces de la novedad y el librero no quiere exhibir a autores a los que no conoce. O sea, tiene ciertas limitantes, que es el propio mercado del libro, ¿no? El editor <pausa breve> muchas veces se frustra de no poder hacer más de lo que hace: tú editas un libro y tú quieres que ese libro y ese autor se conozca en todo el mundo; o sea, tu trabajo como editor sí se ve frustrado cuando a ese autor no lo quieren llevar a otras partes. No es que tú no lo quieras, tú lo pretendes, pero cada editor local tiene sus propias limitantes y no puede estar incorporando a su catálogo a autores de veintiún países.

MSM. - [En] la época en la que yo estuve dirigiendo Alfaguara en México no se traducía en libros de un país a otro, ¿eh? Es decir, el que escribía en España se publicaba en ese español. Lo que sí está- lo que sí se echa en falta es traducciones <pausa breve> de otros idiomas al español, que son en un español con muy coloquial, con coloquialismos, con términos que no se van a difundir de un país a otro, que no se van a entender de un país a otro. Y cuando tú traduces de un idioma, del inglés, del ruso, al español, de repente, como lector, en otros países sí te-te irrumpen estos términos y-y a veces te frenan la lectura. Es más, en traducciones que… cuando tú estás leyendo a un nicaragüense, la riqueza de un nicaragüense es que escriba con esos términos propios, es la riqueza de nuestro idioma. Al revés, yo creo que lo tenemos que ver como una de las grandes ventajas en nuestro idioma.

El libro en español en Estados Unidos

(14:00 - 14:49)
MSM. - Un tema que a la universidad de Guadalajara en concreto le ha preocupado y del-del que yo provengo, es de la-del mercado del libro en español en Estados Unidos o de la promoción del español en general en Estados Unidos. De tal manera que durante cuatro…

yo estuve casi <pausa breve> cinco años al frente de una feria del libro en español en Los Ángeles, California, con un componente absolutamente… pues latino, que abarca a todo aquel que habla español o PROVIENE de un país en el que se habla español. Y hay una gran necesidad de-de libros en-en español, porque es un mercado fundamental, porque es una misión llegar a gente que se fue a otros países por circunstancias económicas y que se quedaron ahí y tienen una necesidad de cultura -de buena cultura en su idioma.