ENTREVISTA DE ANA NIETO

A MARIANA EGUARAS

EL CONTRATO DE EDICIÓN

TRIUNFACONTULIBRO.COM

Triunfa con tu libro

Contrato de edición

Definición

[Ana]: Hola Mariana, ¿cómo estás?

[Mariana]: Hola Ana, buenos días

[An]: Buenos días, hoy continuamos contigo que nos asesoras tan bien sobre aspectos legales que tienen que ver con la publicación y la comercialización de libros, y vamos a hablar de un tema muy importante que es el contrato de edición, ese contrato entre el autor y la editorial.

¿Qué es el contrato de edición?, ya he hecho yo una brevísima presentación, pero no sé si nos puedes decir algo más sobre lo que es un contrato de edición.

[Ma]: Sí, como cualquier contrato, es un instrumento legal que se establece entre dos o más partes, en este caso, al ser un contrato de edición, es un contrato donde se establecen las cláusulas que deben cumplir cada una de las partes para editar y publicar un libro, esa sería la definición más escueta de lo que es un contrato de edición, por lo general, entre editorial y autor.

[An]: Perfecto, vale, como es un contrato que normalmente lo entrega la editorial al autor y el autor tiene que firmarlo, vamos a hablar de aquellos apartados donde el autor debe prestar especial atención sobre el contrato; ¿cuáles serían esos aspectos?, si quieres los vamos citando poquito a poco. Mariana me ha pasado una chuletita, para que yo lo vaya citando y tú nos vas comentando ¿no?

[Ma]: Sí, exacto.

Derechos que se ceden en un contrato de edición

[An]: El primero que comentabas o que me has pasado son los derechos que se ceden.

[Ma]: Exacto, porque, como hablábamos en un anterior podcast, hay derechos morales y hay derechos patrimoniales, relacionados con los derechos de autor.

Los derechos morales no se pueden ceder, pero sí se ceden todos los derechos patrimoniales o de explotación de la obra. O sea, los derechos morales, mientras viva el autor, no puede desprenderse de ellos, es algo inherente, pero sí puede dar permiso para que la obra se explote y eso es lo que corresponde a los derechos patrimoniales.

Entonces, cuando nos referimos a los derechos que se ceden en un contrato de edición, hablamos del derecho de reproducción, del derecho de distribución de la obra, del derecho de comunicación pública, del derecho de transformación y del derecho de colección. Por supuesto, es habitual que cuando una editorial quiere publicar un autor lo que haga es enviarle su contrato tipo.

Siempre hay que tener en cuenta que la editorial va a intentar obtener la mayor cantidad de derechos, de modalidades, de duración del contrato y, por otro lado, el autor lo que debería hacer es lo contrario: intentar ceder la menor cantidad de derechos, hacer que el contrato dure menos tiempo, etc., etc… Y ahí es donde entra en juego la negociación. Pero siempre el autor lo que tiene que tener en cuenta es que los derechos que se ceden en un contrato de edición son los de reproducción, distribución, comunicación pública, transformación y también los de colección.

Aquí no es que el autor pueda elegir qué derechos ceder o no, porque si hablamos de que una obra se va transformar en libro, la editorial va a necesitar que el autor le ceda estos tipos de derecho para poder trabajar con el libro, corregirlo, editarlo, maquetarlo, etc., poder distribuirlo a través de una distribuidora o a través de las plataformas, comunicación pública, que incluye hacer promoción en las redes sociales, en su propia página web. Incluso también el derecho de transformación si, por ejemplo, la editorial está interesada en hacer una traducción de la obra. Y el de colección, ese sí podría ser opcional, porque tal vez el autor no quiere que su libro sea incluido en alguna colección.

Pero sí hay que tener en cuenta que los derechos que se ceden son siempre los patrimoniales o de explotación, nunca los derechos morales.

[An]: Vale. En este, digamos, apartado del contrato de los derechos que se ceden, ¿ahí entraría también si el autor cede los derechos para la edición en papel, en libro físico y en digital, ¿o no?

[Ma]: No, en ese caso empezamos a hablar de modalidades.

[An]: Vale, pues si quieres cuando hablemos de modalidades lo comentas, ¿vale?

[Ma]: Perfecto, cuando lleguemos a ese punto, como prefieras.

[An]: Para hacerlo ordenadito.

[Ma]: Vale, perfecto, muy bien.

Duración del contrato de edición

[An]: Muy bien. Pues, háblanos un poco de la duración del contrato que sería el segundo aspecto.

[Ma]: Sí, respecto a la duración del contrato, mi sugerencia es siempre que los autores busquen dónde se especifica en el contrato de edición, cuánto durará el contrato, porque si no se especifica nada puede que el contrato por ley dure 15 años o 5. Es decir, normalmente, cuando no se especifica en el contrato si desde el momento que se firma hasta equis cantidad de años, significa que son 15 años, si la remuneración es proporcional, por ejemplo, el 10% por el libro en papel, etc. 10 si es a tanto alzado, y si no se especifica absolutamente nada, que es algo muy raro que no se especifique la forma de remuneración, son 5 años, pero por lo general todos los contratos están redactados de tal forma que si no se especifica la duración del contrato, este dura 15 años.

Con los cambios actuales que hay, 15 años es una locura, para mí es una extensión bestial, porque imagínate que firmas un contrato a 15 años y luego aparecen nuevas modalidades de edición, nuevas formas de editar, o no te gusta cómo trabaja la editorial, y romper un contrato de 15 años es muy complicado.

Lo habitual es que el contrato tenga entre 5 y 7 años, yo siempre a los autores les sugiero que no firmen un contrato por más de 5 años, porque si luego no hay ningún problema, la relación es muy buena tanto para la editorial como para el autor, se puede renovar por otros 5 años, entonces no hay ningún tipo de problema. Y sí también mi sugerencia es que se eliminan todas las renovaciones automáticas de los contratos porque puede suceder que, dentro de 5 años, si uno firma un contrato por 5 años, te olvidas de que tal día se acaba el contrato, automáticamente se va a renovar por otros 5 años.

Entonces lo mejor es firmar un contrato de 5 años y que no tenga renovación automática y tácita del contrato. Si se desea luego continuar con la relación con la editorial, se vuelve a firmar un nuevo contrato con nuevas condiciones, o se puede prorrogar el mismo contrato que se ha firmado.

El ámbito lingüístico

[An]: Perfecto, vamos al tercer aspecto que sería el ámbito lingüístico.

[Ma]: Sí, hablamos de ámbitos lingüísticos porque, en el caso de los contratos de edición, se habla de lenguas. También vamos a ver el aspecto que es el área territorial, son, sobretodo estos dos ámbitos los heredamos del libro en papel. Claro, ahora como todo es más global y en digital podemos llegar a todo el mundo, esto se está cambiando un poco.

El ámbito lingüista refiere exclusivamente a los idiomas, es decir, un autor escribe en su lengua, por lo general, en este caso digamos el castellano, y lo que hace es ceder a la editorial, o sea, darle el permiso a la editorial para que publique su obra en formato libro, en castellano.

Entonces, también puede ser, en España es muy común encontrar contratos que el ámbito lingüístico incluya cualquier lengua oficial de España, es decir, cualquiera de las cuatro lenguas oficiales de España. Ahí es el autor quien puede decidir si solo lo cede en una lengua o lo cede en más lenguas.

No me quiero adelantar un poco, pero luego sí vamos a hacer alguna combinación de todos estos ámbitos para ver cómo cambia un contrato haciendo mezcla de cada uno de estos puntos.

Área territorial

[An]: Perfecto, y el área territorial que sería el cuarto aspecto, ya has adelantado un poquito…

[Ma]: Sí, porque el área territorial debemos considerar que, si hablamos del ámbito lingüístico, por ejemplo, el castellano se habla no solo en España, sino en toda Latinoamérica, en parte de Estados Unidos, en algún lugar de África, bueno y todo hispanohablante que esté por el mundo. Entonces, claro, ahí lo tenemos que relacionar al área territorial porque cuando no existía internet, por ejemplo, una misma obra podía ser editada y publicada en castellano para España y exactamente la misma obra ser editada por otra editorial y publicada en América Latina o, incluso, solo en algunos países de América Latina.

Por ejemplo, hay casos de libros que han sido editados y publicados por una editorial en España, por otra en Argentina y, por una tercera, en México. Entonces era necesario, bueno y sigue siéndolo en muchos casos, necesario especificar si es que sede la lengua castellana solo para España, lengua castellana para España y América Latina e incluso, castellano para América Latina, España y Estados Unidos, y aunque en Estados Unidos no se lea mucho en castellano, la población latina es muy importante.

[An]: ¿Y no suele ser lo más habitual el que la editorial te proponga en el contrato de edición que el ámbito lingüístico sea para todos los idiomas y para todo el mundo y luego tú tengas que renegociar el contrato, o no?

[Ma]: Sí, sí porque es un poco lo que decía al principio, la editorial intentará obtener la mayor cantidad de derechos y que sus cláusulas vayan a su favor, entonces claro, la editorial va a solicitar todas las lenguas y para todo el mundo.

Aquí es importante ver que, si es una editorial que no tiene capacidad para publicar en todas las lenguas y en todo el mundo, cosa que es bastante normal que una editorial no publique en todas las lenguas y para todo el mundo, entonces es mejor hacer estas especificaciones, por ejemplo, en vez de decir para todas las lenguas, que sea para cualquiera de las cuatro lenguas o las cuatro lenguas oficiales de España para publicar en España.

¿Ves? Ahí es donde comenzamos un poco a empezar a mezclar. Sí luego, en un punto que veremos más adelante, la editorial puede pedir que sea para todas las lenguas y todo el mundo cuando va a hacer también de agente literario tuyo.

Modalidades de explotación

[An]: Vale, perfecto. Buenos pues vamos con el quinto punto para hacerlo de forma ordenada que serían las modalidades de explotación.

[Ma]: Sí, aquí es también en el otro podcast hablábamos un poco de cuando yo hago la aclaración entre obra y libro. Estamos acostumbrados a que cuando hablamos de libro, si decimos la palabra "libro" lo primero que se nos ocurre es el libro impreso. Ahora que empezamos a incorporar también la imagen del libro digital o cuando se habla de libro, por ejemplo, pregunto ¿en qué formato? Porque claro, lo que escribe un autor es una obra que puede transformarse en un libro, pero a su vez en un libro con distintas características. Si, por ejemplo, hablamos del libro impreso, hay distintas modalidades de libro impreso, puede ser del tapa dura o cartoné, puede ser rústica, puede ser en una edición económica o de bolsillo, también puede ser una edición de lujo, se puede transformar en una edición de bibliófilo, en una edición ilustrada, ediciones especiales… Esa misma obra se puede transformar en un libro que se va vender en fascículos, en ediciones para escuelas, ediciones resumidas, compendiadas, etc., etc…

Es decir, que de una obra que ha escrito el autor podemos obtener distintos productos, estas son las modalidades de explotación en el caso del libro impreso.

También podemos hablar de modalidades de edición digital y vamos a encontrar el e-book, que es el más conocido por todos, pero también puede ser e-books enriquecidos, y también se puede transformar la misma obra en una serie de televisión, en una película, en una serialización radiofónica, en un podcast, en un audiolibro… Todas estas transformaciones que puede tener la obra original es lo que se denominan modalidades de explotación.

[An]: Ok Mariana, y respecto a las modalidades de explotación que acabas de comentar, ¿tú qué recomendarías a los autores, ¿qué deberían negociar aquí?

[Ma]: Bueno, hay que ver primero qué tipo de editorial o quién es la editorial que le ofrece un contrato al autor, porque hay editoriales que, por ejemplo, siguen solo publicando en papel, entonces ahí en este punto sería interesante que el autor cediera las modalidades de explotación, las que desee para su libro en papel, pero se reserve las modalidades de edición digital porque puede seguir haciéndolo por su cuenta y entonces lo que hace es tener dos posibles vías de ingreso, por un lado con el libro impreso con una editorial y, por otro lado podría, por ejemplo, auto publicar su libro en digital o incluso cedérselo a otra editorial que solo publique en digital.

Por lo general, la mayoría de las editoriales solicitan la mayor cantidad de modalidades de explotación. Conozco casos de autores que querían reservarse sí o sí publicar el e-book ellos y no llegaron a un acuerdo con la editorial porque la editorial quería que le ceda para libro impreso y para el libro en digital, y no se llegó a un acuerdo.

Entonces aquí lo que siempre digo, depende mucho de la situación del autor, de lo que quiera en ese momento, porque hay autores que prefieren que la editorial se encargue de su libro en digital, de su libro en papel y ellos dedicarse a escribir nada más, cosa que también es una utopía porque hoy por hoy todos los autores, publiquen por su cuenta de forma independiente o publiquen con una editorial, tienen que dedicarse a la promoción. De hecho, en el contrato editorial, también se aclara que el autor estará disponible para las promociones que organice la editorial, etc.

Hay casos, muchos de éxito y de que el autor está conforme de publicar distintas modalidades con una editorial, y hay otros casos en los que no. Sí considero que ceder los derechos solo por el digital a una editorial y quedarse el autor los derechos del papel no es negocio para el autor y eso en uno de tus podcasts los hemos oído muy claramente. Recuerdo siempre el caso de Mercedes Pinto y que lo comentó.

[An]: El segundo episodio efectivamente. Un poco lo que yo veo que los autores van intentando negociar, no sé si tú estás de acuerdo por tu experiencia, lo que van intentando negociar es que la editorial se quede el soporte en papel que es donde además tiene experiencia, y tiene distribución y tiene sus canales ya de años realizados, y el autor que tiene posibilidades de promocionar su libro en digital quedarse con los derechos digitales ¿no?, siempre que se pueda.

[Ma]: Exacto, sí, aquí el inconveniente es que hay editoriales que no negocian.

[An]: Ya, claro, claro.

[Ma]: Siempre quieren las modalidades en papel y las modalidades en digital. Yo creo que la mayoría de los autores, por mi trabajo lo veo, quieren que su libro esté en las librerías físicas y para que un libreo esté en las librerías físicas, el acceso es a través de una distribuidora y a las

distribuidoras se accede a través de una editorial. Entonces el sueño de ver su libro publicado y de verlo en una librería, muchas veces se recurre a la editorial por esto.

Luego hay casos en donde, claro, el sueño se ha cumplido, dura una semana y luego hay decepción, porque también eso es otra de las cosas, que hay muchas expectativas puestas y luego no se cumplen. Esto pasa no solo en el sector editorial, sino claro en muchísimos sectores, pero una de las cosas por las cuales los autores quieren publicar con una editorial, básicamente es para publicar el libro en papel y que llegue a las librerías porque quizá en algún canal digital es cada vez más fácil para un autor, e incluso si va a publicar en papel para un autor también es fácil porque está Lulu, Create Space, bueno también Bubok. Entonces lo importante es llegar a la distribución y a las librerías y ahí es donde entra, digamos, a tener un peso muy relativo e importante la editorial.

[An]: Claro porque en estas plataformas, en Lulu, en Create Space, etc., tienes el libro en papel, pero no te aseguras la distribución en librerías.

[Ma]: No. De la misma forma que se puede comprar un e-book, con un clic, se puede comprar el libro impreso con un clic y luego hay que esperar cuatro o cinco días, depende, y llega a tu casa, pero claro, no se encuentra en una librería.

El carácter de la cesión de derechos

[An]: Muy bien, pues vamos al sexto aspecto, el carácter de la cesión de derechos.

[Ma]: Sí, eso es algo que muchos de los autores de dicen “es que en el contrato me piden exclusividad” y tiene su lógica que tenga exclusividad porque si la editorial no pidiera exclusividad, imagínate que la editorial es una empresa, empecemos por ahí, la editorial es una empresa que tiene que vender libros para ganar dinero para pagar sueldos, para solventar, etc., etc., como cualquier empresa. Si edita o publica una obra en formato de libro y no tiene la exclusividad, podría encontrarse que a los tres meses otra editorial o el propio autor hace exactamente lo mismo, entonces tendríamos dos títulos de distintas empresas compitiendo en el mercado.

Es por eso que la editorial solicita la exclusividad, además, si hablamos de una editorial tradicional, la editorial lo que va a hacer es pagar un adelanto al autor, trabajar el libro, y claro, quiere tener los derechos exclusivos para poder trabajarlo con tranquilidad y no encontrarse luego con que el libro está publicado por otras empresas o por el autor. Es algo totalmente normal que se pidan los derechos en calidad de exclusividad.

Remuneración por los derechos cedidos

[An]: Muy bien, séptimo aspecto, la remuneración por los derechos cedidos, que ya has iniciado un poquito el tema.

[Ma]: Sí, aquí hablamos de dinero. Para el autor es "¿cuánto me van a pagar por dar yo permiso a que vosotros comercialicéis mi obra?". Básicamente es eso, hay una forma de hacerlo que lo nombre al principio que es a tanto alzado, ese tipo de remuneración por lo general es cuando se encarga un libro específico a uno o varios autores y bueno se les va a pagar tanta cantidad de dinero por escribir el libro, eso es un pago una vez y no hay derecho luego a royalties, es decir, a regalías, a cobrar por cada uno de los libros vendidos, que también se suele hacer bastante, o incluso lo que se hace es pagar un adelanto más interesante en el caso de las remuneraciones por porcentaje de venta y luego no hay reclamo alguno, se paga por el trabajo y punto.

El más habitual es el que se paga un porcentaje por el precio de venta al público. Siempre hablamos de precio de venta al público sin el IVA, entonces hay que siempre tener en cuenta que, en el caso del libro en papel, el IVA es del 4% y en el caso del libro digital el IVA es del 21%. Entonces, si nuestro libro sale en 10€ con unos céntimos para que nos quede el precio neto 10 euros, por cada modalidad de explotación se va a establecer un porcentaje.

Las modalidades de las cuales hablábamos hoy, por ejemplo, será un 10% para la modalidad de libro impreso en tapa dura, un 8% del precio de venta por un libro de bolsillo, el 25% de los ingresos en el caso de un libro digital, que aquí si es necesario marcar que por lo general se indica que siempre es el 25% de los ingresos netos.

Esto significa que es el precio de venta de un libro, una vez que se le ha descontado el porcentaje que cobra la tienda, el porcentaje que se queda el distribuidor es sobre ese 25%. Al final acaba siendo un 12, 13% aproximadamente del precio de venta al público.

La remuneración por los derechos cedidos es eso, que también en todos los contratos debe estar, por cada una de las modalidades se debe especificar un porcentaje, una forma de remuneración.

[An]: Mari, esos porcentajes que has dado tú, más o menos el 10, el 8 o 25% para el tema digital, son bastante habituales ¿Podemos considerar más o menos una media?

[Ma]: Sí, son los estándares. En algunos casos y en los últimos años, debido a la crisis y sobre todo al cambio de modelo que eminentemente en el sector editorial en un momento se va a tener que hacer porque las cosas han cambiado, no están como hace 10 años y mucho menos como hace 20; el 10% para algún autor que todavía no ha publicado y es inédito puede que baje al 7 u 8% y en el caso del bolsillo al 6%.

Eso también es un punto que se puede negociar con la editorial, hay autores que prefieren, por ejemplo, un anticipo menor de dinero y aumentar los porcentajes, o a la inversa, una anticipo mayor y que los porcentajes sean un poco más bajos.

Incluso se estila a ser escalado, es decir, por ejemplo, en un libro normal, el que conocemos todos, las ediciones que más salen de tapa dura o cartoné, un 8% hasta vender 5 mil ejemplares, un 10% hasta los 20 mil y un 12% hasta los 50 mil porque eso significa que si están vendiendo esa cantidad de ejemplares, están todos ganando, entonces ya la editorial no tiene ningún problema, ni tampoco va a afectar a sus cuentas pagarle más al autor porque en realidad también está ganando más dinero, porque allí siempre hay que tener en cuenta, yo sé que estos porcentajes pueden parecer muy bajos, pero aquí la editorial no está cobrando al autor porque aquí hay que hacer una diferencia muy grande entre las editoriales tradicionales y las empresas de co-edición.

Yo siempre digo a los autores de plano que reciban un contrato de edición de una editorial, le digo "¿Te están pidiendo dinero?", "Sí", entonces es una empresa de co-edición o es una editorial de co-edición, no es una editorial de las de toda la vida, porque la editorial de toda la vida, como las conocemos desde hace años, paga al autor por publicar y es una apuesta por el libro, en cambio, el otro tipo de editoriales publican los libros que el autor pague, no hay una línea editorial, no hay una selección de títulos, sino que publican, lo que tienen son clientes, o sea es un trabajo como cualquier otro, pero siempre le digo a los autores que sepan distinguir entre una editorial tradicional y una editorial de co-edición porque son cosas muy distintas, se generan expectativas distintas y conozco varios casos problemáticos.

[An]: Claro, porque muchos se pueden limitar a ser básicamente una imprenta, que te imprime los libros y ya está ¿no?

[Ma]: Sí, de hecho tengo una entrada en mi blog preparada para septiembre que hablo de la falsa distribución de las editoriales de co-edición donde en muchos casos dicen que distribuyen un libro y lo único que hacen es facilitar el contacto al autor para distribuir el libro pero es el autor el que tiene que darse de alta en la distribuidora, es el autor el que tiene que llevar los libros y, al final, el libro no está en una librería física expuesto a lo largo de [...] una editorial, lo que está es, como el caso de Create Space o de Lulu, está expuesto en la página web de Casa del Libro o de Fnac y se compra y es impresión bajo demanda, entonces el autor lo que tiene que ser es muy consciente de esto, de que él se va a tener que encargar al final de la distribución, de que la editorial lo que le ha facilitado es su nombre, un ISBN y un depósito legal, pero que el trabajo de distribución lo va a tener que hacer el autor.

[An]: De distribución y de promoción.

[Ma]: Ah, sí, sí. ¡Todo lo demás! Promoción siempre.

La representación de agencia

[An]: Eso siempre yo creo. Mari y el último aspecto, el número 8, sobre la representación de agencia.

[Ma]: Sí, en este caso hay editoriales que les interesa también representar a los autores, entonces lo que hace es de agente literario. Conocemos la figura del agente literario y la misma editorial puede hacer de representación y agente, de agente literario, para promover al autor en otros mercados**.**

Es habitual que las editoriales acudan a Frankfurt, a la feria del libro de Frankfurt, o la feria del libro de Londres, a la feria del libro de Guadalajara, en América Latina, que son las más importantes y vendan los derechos.

Se habla de vender y de comprar derechos, aunque como tal no existe, en realidad lo que se hace es ceder los derechos, no comprar y venderlos, pero bueno por una cuestión de facilidad se dice "compramos los derechos para tal libro", "vendimos los derechos para otro". Al menos en este caso sí, para la editorial es necesario cederle más derechos, porque claro va a ir representándote y es la forma de que puedan dar, por ejemplo, la obra para que sea traducida al inglés, chino, al japonés, al polaco, al alemán, al francés y al idioma que se le ocurra y ahí también entramos otra vez en las áreas lingüísticas porque claro no es lo mismo ceder, por ejemplo, el francés para Francia, que el francés para Canadá.

Aquí ya podemos empezar a hacer otra vez partecitas, se puede ceder los derechos para una editorial de Francia, para publicar en Francia, en el territorio de Francia, porque puede ser que haya otra editorial que es local en Canadá y que también quiera publicar tu libro. Le puede interesar publicar en francés pero con dos editoriales distintas, en dos áreas geográficas distintas.

¿Cómo detectar un contrato de edición abusivo?

[An]: Muy bien. Tienes una entrada en tu blog interesante, incluso un ebook que se llama "¿Cómo detectar un contrato de edición abusivo?". Ya has mencionado aquí y has mencionado en las cláusulas los aspectos, las partes del contrato donde el autor tiene que prestar especial atención, pero yo no sé si puedes aportar algo en relación con contratos abusivos y qué debe hacer el autor, en qué se debe fijar.

[Ma]: Sí, mira, son estos puntos que no he mencionado, son los puntos más importantes que incluso están en el e-book, también está lo que hemos comentado aquí básicamente está en una entrada en mi blog, así que alguien lo puede consultar, son entrada libre para todo el mundo. El e-book es esta misma entrada pero extendida donde incluso hay un ejemplo de un contrato de edición donde se indican aquellos aspectos que son más o menos abusivos.

Todos juntos llevados al extremo hacen que un contrato de edición sea abusivo, siempre digo fijarse sobre todo en la cantidad de modalidades de edición que cedemos, que no cedamos 20 modalidades de edición a una sola editorial porque significa que nos podemos estar cerrando la puerta para otras editoriales, la cantidad de idiomas y si es para todo el mundo o para algún país o área geográfica específica, los años de duración del contrato y ver si realmente el autor quiere o no que su editorial también sea su agente literario porque, si se le cede ese poder a la editorial y dentro de dos años, mientras está durando el contrato, quieres un agente literario, podría haber conflicto de intereses.

[An]: Perfecto.

[Ma]: Entonces, estas cosas es importante fijarse. Yo siempre a los autores les aconsejo que lean, o sea un contrato de edición es negociable, totalmente negociable, por lo cual no tienen por qué aceptar el contrato que les envía la editorial tal cual se los envían.

Es simplemente mandar los puntos, aquello que no se entiende buscarlo en Internet, hay muchísima información, hay un libro que se llama Manual Práctico de Propiedad Intelectual, que es de un abogado especialista en propiedad intelectual, Pascual Barberán, es un libro súper práctico, ahí se explican todos los derechos que hay que fijarse, qué no fijarse, qué establece la ley, etc., etc. Y ante la menor duda, antes de firmar, asesorarse.

Yo sé que en un contrato de edición tal vez el peso no es tan importante como en el caso de una hipoteca, pero lo suelo usar de ejemplo, yo creo que nadie firma a ciegas una hipoteca, un papel que te da el banco, bueno en muchos casos se ha hecho (risas), es una inconsciencia, entonces primero asesorarse porque claro uno no sabe de estas cosas, de hecho yo me puse a estudiar y a buscar y a rebuscar todo esto, no sabría si decirlo por un timo, porque yo también me he dejado engañar, yo he sufrido un contrato abusivo y a partir de eso hice clic y dije “no quiero que a nadie más le pase lo mismo, no quiero que esté en la misma situación que estoy yo que ahora no puedo mover un dedo” entonces me puse a investigar este tema y que los autores hagan lo mismo, que investiguen, que pregunten y que si no busquen incluso un abogado en propiedad intelectual.

Yo no soy abogado lo digo, pero me he interesado en este tema justamente por lo que comentaba y porque también me apasiona saber, conocer... Pero que se asesoren siempre, que no firmen nunca un contrato de edición sin entender todo el contrato de qué trata, y que luego decidan qué es lo que les conviene, no les conviene y que están dispuestos a negociar y qué no con la editorial.

Conclusiones y consideraciones

[An]: Está muy bien todos estos consejos que nos das Mariana porque saber que el contrato puede ser negociable y quizás el que se enfrenta por primera vez a ese papel no lo sabe, o no se atreve, o tiene muchas dudas, o sea, ese consejo me parece importantísimo y luego pues con todo el detalle que nos has de las partes en las que te tienes que fijar especialmente y qué opciones

tienes, creo que con esta información, los autores van a poder negociar un contrato que sea justo para ambas partes ¿No?.

[Ma]: Sí y también hay una cosa que me gustaría agregar Ana, que es que los términos y condiciones de las plataformas como Create Space, Amazon, Kobo, Apple, etc., tienen carácter también legal, es decir, son como un contrato de edición, que siempre son larguísimos, no los leemos, pero también se ceden derechos en los términos y condiciones.

De hecho, si leemos el punto 5.5, si no recuerdo mal, donde sale el carácter de la concesión de derechos en Amazon KDP, ahí estamos cediéndole a Amazon el derecho de reproducción de distribución, de comunicación pública, incluso de almacenar nuestro libro , bueno, hay muchos tipos de derechos ahí incluidos, las diferencias son dos, que en el caso de las plataformas el carácter no es exclusivo, lo que significa que por eso se pueden publicar con varias plataformas a la vez, por lo menos, en el caso de Amazon, mientras no se aplique a KDP Select, lo puedes publicar en varios lados, y que el contrato de edición aquí tiene un punto a favor, que es el que hablábamos antes, que el contrato de edición es negociable, los términos y condiciones de las plataformas no, o lo tomas o lo dejas.

Aquí el punto a favor es que si eliges dejar de publicar, dejas de tener una relación contractual, no hay años a priori para decir "bueno, voy a publicar con Amazon, con Apple…"

[An]: O sea, que en el momento que dejas de publicar se acaba la relación, eso es interesante saberlo.

[Ma]: Exacto, sí porque también hay todo un intríngulis de propiedad intelectual detrás.

[An]: Bueno Mariana, pues, ¿dónde podemos encontrarte en Internet?

[Ma]: En Internet es fácil encontrarme porque mi página web es www.marianaeguaras.com y si no se sabe muy bien como se escribe el apellido que por ahí suena un poco extraño, escribir lo que suena en Google y seguro aparecerá, ahí me encuentran.

[An]: Incluso, si pones contrato de edición, aparece entre las primeras diez posiciones de Google, aparece un artículo tuyo del blog.

[Ma]: Exacto, y a través de ese artículo se puede ir a visitar otro porque he escrito tres o cuatro entradas referente a los contratos de edición, así que no es muy difícil encontrarme, por suerte.

[An]: Vale Mariana, pues un placer, muchas gracias por desgranarnos estos temas tan arduos pero que son tan importantes para todos nosotros.

[Ma]: Muchísimas gracias a ti Ana, por invitarme una vez más y que los autores sepan siempre leer muy bien los contratos de edición y entenderlos antes de firmar.

[An]: Perfecto, muchas gracias y un abrazo.

[Ma]: Un Abrazo.