

En busca del lector perdido

Una veintena de expertos hacen balance en el Encuentro de Editores Iberoamericanos sobre la situación del sector y plantean estrategias para reinventar el modelo de negocio

WINSTON MANRIQUE SABOGAL
Madrid

El mundo del libro iberoamericano se ha vuelto a acordar del lector, tras un periodo interesado solo en vender. Ha caído en la cuenta de que él es el corazón de su negocio. Su vida. Me quiere, no me quiere..., me quiere, no me quiere... Varios años lleva el sector deshojando esa margarita en encuentros de todo tipo, ante la caída de ventas e irrupción del mundo digital que jubiló un modelo de empresa centenaria. Solo que había olvidado la pregunta principal: ¿qué he hecho, en verdad, por crear, mantener o conquistar la atención del lector? Porque este es quien sostiene el ecosistema del libro, si no hay verdaderos lectores no se venderán libros. Parte de la nueva declaración de amor y estrategias se acaba de dar en la Casa del Lector de Madrid en el Encuentro de Editores Iberoamericanos.

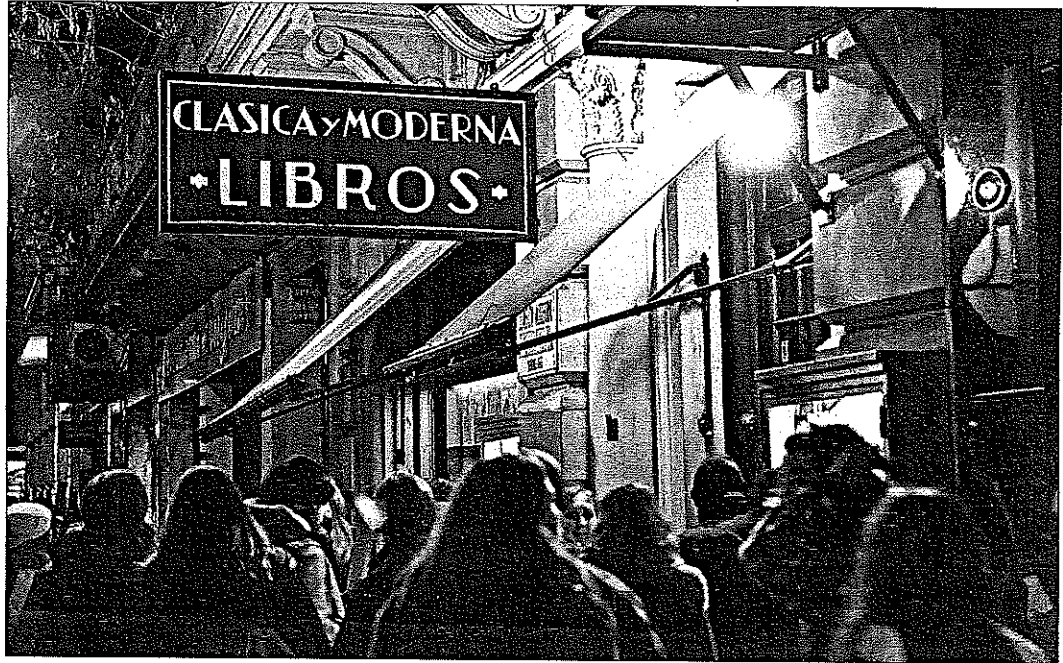
La industria editorial y los Gobiernos de Iberoamérica han fracasado a la hora de forjar nuevos lectores y planes de fomento de la lectura en el nuevo paradigma analógico-digital. Esa es una de las conclusiones del encuentro al que asistió una veintena de expertos que durante dos días ha debatido esa relación negocio-libro-lector. Diez de ellos crean un mosaico con dudas y preguntas, y sugieren un decálogo para mejorar la situación:

» **Un desafío.** Fernando Zapata (director del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe): "Modificar las políticas educativas y revisar las didácticas de lectura y escritura. Y enfocarse en los maestros para que dominen la cultura digital. Ellos llevan una de las peores partes en este cambio".

» **Una esperanza.** Xavier Maillafré (presidente de la Federación de Gremios de Editores de España): "La mejora de los índices de lectura, crear campañas de fomento acorde a los nuevos tiempos, mejorar el tejido de librerías y bibliotecas".

El encuentro coincide con Libber, la feria del sector editorial que este año, por primera vez, se abre al público. En Barcelona se presentarán oficialmente los datos del año pasado: 2.708 millones de euros facturados, tanto en el mercado interior como en el exterior. Es decir, una reducción del 9,7% con respecto al año anterior, 291 millones menos.

En Iberoamérica se editan al año 194.000 títulos; en España, esa cifra llega a los 76.000, lo que muestra el escenario y la atención de su desplazamiento hacia el otro lado del Atlántico. Pero ¿qué hacer para mantener o recuperar el corazón de los lectores? En su intervención en Casa del Lector, Teresa Lizaranzu, directora general de Política e Industrias Culturales y del Libro, aseguró que



Entrada de la librería Clásica y Moderna, en Buenos Aires. /RICARDO CEPPI

Causas de la caída en España

» Las cifras generales del sector indican que se editaron 76.434 títulos, con una tirada media de 3.223 ejemplares. La oferta editorial española cuenta con un catálogo de 524.213 títulos vivos, un 6,8% más que en 2012.

» El precio medio de los libros se ha reducido un 2,3% este año y se ha incrementado la oferta, ya de por sí muy competitiva, de los libros electrónicos, cuyas ventas alcanzaron 80,26 millones de euros (3,6% del total de ventas del sector).

» Los principales factores que incidieron en que continuara el descenso de las ventas de libros en España en un 9,7% en 2013 fueron, según el informe de la Federación de Gremios de Editores de España presentado en LIBER:

» La crisis económica.

» La ausencia de políticas educativas que conciencien a la sociedad de la importancia de proteger la creación intelectual.

» El aumento de la oferta ilegal de libros electrónicos.

» La elevada fiscalidad del libro digital, gravada con un IVA del 21% frente al 4% del de papel.

» La ineficacia de la Administración, a través de la Sección Segunda de la Comisión de la Propiedad Intelectual, en resolver denuncias contra las webs sin permiso de los autores.

» El descenso, cuando no supresión, de ayudas a las familias para adquirir los libros de texto.

» La reducción de las inversiones en fondos para bibliotecas públicas, escolares y universitarias.

"compartimentar la edición entre España y América es absurdo".

» **Un error.** Gabriela Adamo (exdirectora de la Feria del Libro de Buenos Aires): "No se puede considerar América Latina como una sola entidad. Somos 19 países hispanohablantes, más EE UU con una población hispana en crecimiento y Brasil, cada uno con sus características, sobre todo culturales, que han sido ignoradas. E incluso a las que se les envía los remanentes de España".

» **Una urgencia.** César Antonio Molina (director de Casa del Lector de Madrid): "Se deberían sincronizar las políticas gubernamentales entre España e Iberoamérica en torno a las buenas prácticas del consumo que eviten, por ejemplo, la piratería, se tome conciencia de la importancia de la propie-

dad intelectual y evitar trabas para la buena circulación del libro".

» **Una apuesta.** Jaime de Pablos (director de Vintage Español, Knopf Doubleday de Estados Unidos): "Hay que conocer y entender el tipo de lector al que se quiere llegar. Promover en las editoriales locales o subsidiarias de grandes grupos en los diferentes países la búsqueda de autores regionales para apoyar la creación y el mercado local".

» **Una medida.** José Tomás Henao (director editorial de Norma Carvajal, Colombia): "Crear textos indicados para la enseñanza y la educación con contenidos multiproducto y multidispositivo. Formar editores visuales sin sacrificar la calidad".

» **Un recordatorio.** Miguel Ba-

rrero (director de contenidos digitales globales del grupo Santillana, con presencia en España y América): "Lo digital debe ser una política educativa de los Gobiernos. Tener en cuenta que las grandes empresas como Apple, Google, Amazon o Samsung son nuevas en el mundo escolar. No se puede hablar de escuela digital si no hay acceso a Internet".

» **Una reivindicación.** Manuel Ramírez (editor de Pre-Textos): "Es fundamental reivindicar la figura del editor. Se necesita más que nunca para garantizar un buen producto, y no como mero intermediario, en un momento en que tienden a proliferar las ediciones poco revisadas y libros de dudosa calidad".

» **Un enigma.** Bernardo Gurbano (vicepresidente de la Cámara

Brasileña del Libro): "Brasil sigue siendo otro mundo. Las empresas deben encontrar sus propios códigos para llegar a los brasileños. En el mundo del libro, el negocio es en portugués, es allí donde hay que poner el foco. Hay que traspasar la frontera lingüística".

» **Una petición.** Marisol Schulz (directora de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, México): "Transitamos entre dos mundos, analógico y digital, sin que nos demos cuenta. Es una gran ventaja, pero corremos el riesgo de perdernos, por no saber cuál es la ruta correcta. El lector debe saber qué es bueno y tener elementos de valoración de una obra que ahora mismo en la Red se diluye y es un caos. El papel de los medios de comunicación es más relevante que nunca para establecer ese diálogo orientativo entre libro y lector".

Son varios los frentes abiertos, conocidos y desconocidos los competidores en un duelo en el cual todos saben que parte de su futuro se juega en el continente hispanohablante. Lo recordó José María Lassalle, secretario de Estado de Cultura, en la inauguración: "España será Iberoamérica o no será. España será cultural o no será". Y en ese contexto planteado por Lassalle, el papel del libro es protagonista, insistió, porque "es una defensa de la propia cultura". Cuando Europa se tambalea, agregó, Iberoamérica ofrece la potencialidad en cuyo espacio España puede desempeñar una labor cualitativa y promete que el país puede ser la esquina norte europea privilegiada. Lo que varios expertos describieron como "subirse ahora sí al carro".