



FEDERACIÓN DE GREMIOS
DE EDITORES DE ESPAÑA

Clausura del XXIII Encuentro sobre la Edición Universidad Internacional Menéndez Pelayo:
“Los retos actuales de la edición de libros: oferta, demanda y canales de distribución”

LOS EDITORES INCORPORAN MASIVAMENTE Y SIN TEMOR LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS, UTILIZAN LOS NUEVOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y SE PREPARAN PARA LOS NUEVOS SOPORTES DIGITALES

- *La diversificación de los nuevos contenidos editoriales y los nuevos nichos de consumidores serán claves para afrontar los cambios*

El sector de libro no sólo no ha vuelto la espalda a las nuevas tecnologías sino que ha iniciado su incorporación de forma natural; utiliza los nuevos canales de distribución y de acceso a los lectores, confía en que los nuevos soportes digitales abran nuevas perspectivas de negocio y ensaya nuevos contenidos editoriales para llegar a nuevos nichos de consumidores, según las conclusiones del XXIII Encuentro sobre la Edición que clausura hoy en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP), la Vicerrectora de Ordenación Académica, Mari Cruz Díaz Álvarez.

Durante los tres días del curso *Los retos actuales de la edición de libros: oferta, demanda y canales de distribución*, los editores se mostraron contrarios al traspaso del ISBN –el número de identificación de los libros-, a las Comunidades Autónomas y pidieron su privatización para evitar que se fragmente. Además, el sector reiteró su preocupación por la vulneración de los derechos sobre la propiedad intelectual y pidió marcos legislativos claros.

En la tercera y última jornada dedicada a analizar como encaran las editoriales el lector del futuro y las nuevas posibilidades tecnológicas para la difusión de contenidos, Javier Pérez Dolset, Consejero Delegado de LaNetro, abrió el turno de exposiciones con una ponencia sobre *La promoción y difusión de contenidos a través de teléfonos móviles*. Dolset señaló que “desde el punto de vista de la distribución la tecnología supone una gran ventaja frente al papel” y que en la cadena de producción hay que tener en cuenta “los derechos de propiedad intelectual”.

El libro, dijo, “va a ser insustituible por comodidad, pero también por que los nuevos dispositivos electrónicos para leer son desagradables. Hoy nos enfrentamos a un lector que lee poco y que quiere mensajes contundentes de menos de 40 palabras y que necesita mayor contenido audiovisual”. Dolset abundó en la idea de que será difícil cambiar “la percepción del todo gratis en Internet”. En este sentido destacó la importancia del tráfico de datos en los móviles que “es un tráfico remunerado y a diferencia de lo que sucede en Internet la gente sabe qué cuesta y está dispuesta a pagar por productos y servicios para móviles”.



Juan Carlos Franquet, Director General de Thomson-Aranzadi, centró su ponencia en la promoción y difusión de contenidos a través de Internet y dijo que “el sector de la información es un sector que afronta constantemente retos porque se enfrenta siempre a cambios tecnológicos que le obligan a adaptarse. Hoy día interesa mucho la comunidad de usuarios; la información actualizada al instante y los contenidos digitales”.

El representante de Thomson-Aranzadi afirmó que la “tecnología esta haciendo que los valores añadidos diferenciales sean más fácilmente replicables” y que en este camino hacia las nuevas tecnologías “algún atropello es inevitable”. Así –explicó- de la misma manera que “las compañías dominantes en determinados niveles se verán afectados por los buscadores, el modelo de negocio tradicional está en riesgo”.

Franquet aseguró que reto de los proveedores de información para profesionales es renovarse en dos líneas, la primera “integración de información con el flujo de trabajo” y la segunda “innovación en el desarrollo de funcionalidades”.

Otro de los ponentes, Mikel Lejarza, Director General de la División de Televisión de Antena 3, dedicó su intervención a analizar *La Adaptación de libros a la esfera audiovisual*. Lejarza dijo que a la televisión siempre se le ha acusado de “prestar poca atención a los libros” y se refirió a esta como “un cadáver muy vivo que nació de un montón de innovaciones, inventó un nuevo medio de comunicación, un lenguaje propio y una forma propia de hacer las cosas”.

Hoy –añadió- lo que ha cambiado es “el modelo de hacer las cosas, la televisión ya no es sólo una plataforma para vender publicidad” aunque será uno de sus pilares fundamentales. Para encarar el futuro, Lejarza, auguró tres caminos “la televisión tiene que crear familias de canales para llegar a nichos de consumidores; tendrá que suministrar una oferta multinacional en su programación” y, por último, “la televisión tendrá que crear negocios en su entorno y diversificar productos para no depender de la publicidad”.

El directivo de Antena 3 aseguró que el mercado audiovisual “ha dejado de ser un mercado de masas para convertirse en un mercado de nichos” y terminó su intervención haciendo un repaso entre la estrecha relación entre el libro y la industria audiovisual: “los grandes títulos del cine tanto de taquilla como de crítica o de audiencia han salido de grandes novelas como *El padrino*, *Lo que el viento se llevó*, *El señor de los anillos*, *Harry Potter* o *El Capitán Alatriste*. La lista es muy amplia”

El escritor Javier Moro cerró el debate y coincidió con sus compañeros de mesa en la importancia de la adaptación a los nuevos canales y soportes tecnológicos.

Moro, salpicó de anécdotas su intervención e incidió en los nuevos nichos de negocio y rentabilización que ofrecen los medios audiovisuales para los autores, aunque a veces el camino para adaptar las obras literarias es difícil.

En España, la industria editorial mueve anualmente cerca de 4.000 millones de euros, un 0,7% del PIB, y da empleo, directo e indirecto a más de 30.000 personas. Las 776 empresas editoriales agrupadas en la FGEE representan cerca del 95% del sector y a lo largo de 2006 editaron más de 338 millones de libros y una cifra próxima a los 70.000 títulos con una tirada media por ejemplar de más de 4.900.