



FEDERACIÓN DE GREMIOS
DE EDITORES DE ESPAÑA

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

EL SECTOR DEL LIBRO AUGURA UNA GRAN OPORTUNIDAD DE NEGOCIO EN LOS NUEVOS SOPORTES DIGITALES

- *Brian Murray de Harper Collins señala que la estrategia pasa por crear una infraestructura digital propia para controlar el acceso sobre los fondos editoriales y proteger la propiedad intelectual*
- *Diego Delclaux de MSN Microsoft afirma que hay que estar atentos a la reacción de las audiencias ante los nuevos formatos en Internet*
- *Francisco Cuadrado de Santillana pide un marco legislativo global de mínimos entre los gobiernos para evitar dificultades en la llegada de libros a los consumidores*
- *Rüdiger Salat de Holtzbrink propone que hay que cambiar la percepción de que todo es gratis en la Red*
- *Richard Charkin de Macmillan asegura que los nuevos soportes digitales no son ninguna panacea*

Los contenidos editoriales y los canales de acceso a los lectores en respuesta a los cambios de mercado y la evolución previsible del marco de la propiedad intelectual han centrado el debate de la primera de las dos mesas redondas, de la segunda jornada del XXIII Encuentro sobre la Edición que concluirá mañana viernes en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP).

El presidente de la editorial estadounidense Harper Collins, Brian Murray, abrió el debate con un repaso del escenario cambiante que ha afectado al sector editorial desde el año 2005 en que “empezó una carrera por digitalizarlo todo, incluso los libros, capitaneada por buscadores como Microsoft y Google”. Este cambio que calificó de “positivo para la industria también “acarrea problemas y confusión” ya que se “digitalizaban los libros sin permiso y era difícil encontrar estándares comunes para proteger la propiedad intelectual”.

El editor americano hizo una amplia descripción de la experiencia de Harper Collins para adaptarse a los nuevos tiempos en los que es ineludible “la pujanza de un consumidor digital al
Jefe de Prensa: Inma Moscardó - Teléfono: 915765250 – Movil: 619 23 3305 Correo electrónico: prensa@fge.es



que hay que llegar de manera directa”. La estrategia editorial de Harper en la digitalización de libros pasó, explicó Murray, por desarrollar un proyecto en el que la primera premisa fuera “crear una infraestructura digital propia, un almacén de libros en la red”, en el que Harper tenía el acceso y control sobre su fondo editorial con un doble objetivo controlar y proteger la propiedad intelectual de los autores y alcanzar la mayor difusión posible.

A la hora de pronosticar el abanico de oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías, Murray dijo que el primer paso es “crear una infraestructura digital propia, establecer estrategias de marketing nuevas y enfocadas a cada público objetivo, optimizar el suficiente tráfico en la red y elaborar nuevos productos editoriales que dejen beneficios”. Las editoriales, dijo, “no van a tener muchos más ingresos hasta que no desarrollen nuevos productos editoriales pero hay una gran oportunidad de negocio digital”.

El director de contenidos del portal MSN de Microsoft Ibérica, Diego Delclaux coincidió con Murray en que “el canal de Internet es imparable y puede ser muy importante para el editor. Es un canal en el que está todo por hacer, en el se están ensayando formatos y hay que estar atentos a como los recibe la audiencia”.

Delclaux aseguró que “el libro es una invención única” y que “el modelo de propiedad intelectual está cambiando” pero este cambio debe hacerse desde “el más absoluto respecto al copyright del autor”.

El tercero en tomar la palabra, Francisco Cuadrado, Director General de Santillana, dijo que como sector hacen “un gran esfuerzo por llevar el libro a nichos de consumo diferentes, prácticamente se puede decir que se hacen libros personalizados”. El portavoz del Grupo Santillana explicó que precisamente esos nichos de consumo obligan a comunicar las novedades de forma diferente a la tradicional, a través de Internet, de blog o de buscadores como Google” y por eso el primer paso a tener en cuenta es “acercarse a los consumidores”.

Cuadrado dijo que los soportes digitales han traído un lector con un perfil nuevo “que da mucha importancia a lo inmediato y que si no lo consigue en el momento en que lo demanda deja de interesarle”. De cara al futuro afirmó que nos vamos a encontrar con “catálogos muy amplios que no se van a reducir. El libro en papel va a permanecer por que tiene tradición y belleza aunque los formatos van a seguir diversificándose, aparecerán nuevos soportes pero convivirán con los tradicionales y las editoriales tiene que estar en todos”.

El Director General de Santillana dijo que en este contexto va a ser muy importante en que “ámbito legal de propiedad intelectual vamos a convivir” y reclamó “un marco legislativo global” que calificó de “mínimos entre los gobiernos para no dificultar la llegada de libros al consumidor”. Cuadrado terminó su intervención diciendo que es “muy posible que este nuevo modelo de soportes y formatos implique también un nuevo modelo de propiedad intelectual y con él cambie el modelo de remuneración a los autores”.



FEDERACIÓN DE GREMIOS
DE EDITORES DE ESPAÑA

Los últimos en intervenir al alimón fueron Richard Charkin, Chief Executive de Macmillan y Rüdiger Salat, Chief Executive Officer de Holtzbrink, que se refirieron a los cambios que afronta el sector como “el largo y curvilíneo camino”. Explicaron que “en la era global el tiempo que dedican los consumidores a Internet ha superado ya a la lectura –salvo en un país, India- en todas las franjas de edad”.

Salat explicó que los editores tienen que desarrollar su propio modelo y que no se puede dejar que los libros estén digitalizados sin más. Hay que cambiar la percepción de que todo en Internet es gratis”.

No obstante, Salat se mostró optimista sobre el camino a recorrer donde habrá “oportunidades y amenazas”. Entre las primeras “una mayor visibilidad de los libros, múltiples canales de acceso, mejora de las ventas, acceso directo a los lectores” y entre los segundos, y quizás la más importante “una mayor debilidad para los derechos de autor”

Charkin terminó su intervención diciendo que los nuevos soportes digitales hoy por hoy “no son ninguna panacea: “está comprobado que leer en una pantalla no es una experiencia grata y todos sabemos que lo que se baja de Internet se imprime y la única tecnología que se usa para evitar que las páginas se descoquen es una vieja grapadora”.

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.