

Edita

BARCELONA

Foro Anual de Editores

«Viaje a 2030»

CRÓNICA

Universitat Pompeu Fabra.
Barcelona School of Management.
5, 6 y 7 de julio de 2017

www.editabarcelona.com

CRÓNICA

Viaje al año 2030

El Foro Edita, que se ha celebrado en Barcelona el 5, 6 y 7 de julio, ha ofrecido un debate sobre las tendencias que marcarán el futuro inmediato del mundo del libro. El encuentro, organizado conjuntamente entre el Gremi d'Editors de Catalunya y la Universitat Pompeu Fabra, a través de su Máster en Edición, ha titulado su segunda edición Viaje a 2030, con una clara vocación de analizar las grandes corrientes de fondo que dibujarán el panorama editorial en poco más de una década, con Hispanoamérica y la revolución del sector como puntos claves, centrándose tanto en los aspectos tecnológicos como en los contenidos.

Así lo explicaba ya Patrici Tixis, presidente del Gremi, en la rueda de prensa previa a las jornadas, analizando las grandes diferencias entre el sector europeo, donde Alemania, Francia y España centran su mayor actividad en libros literarios, mientras que Estados Unidos lo hace en contenidos relacionados con la tecnología. Algunas de las grandes preguntas que han inspirado el foro tienen que ver con cómo serán los planes de fomento de la lectura, si se encontrará un algoritmo capaz de desvelar el libro ideal para cada lector, cómo se transformarán los canales de distribución, qué formatos en papel serán los más demandados, y qué tipo de librerías nos encontraremos en poco más de una década.

Javier Aparicio Maydeu, director de Edita junto a Sergio Vila-Sanjuán y Tixis, explicó que el foro ha doblado el número de inscritos (alrededor de 350), ofreciendo más de 40 ponentes, ocho de ellos internacionales. Por ello, asegura que es especialmente interesante poner el acento en los nuevos intermediarios, además de los editores y los agentes, para intentar comprender un sector cuyos modelos de negocio se transforman a gran velocidad.

Que el Foro Edita se celebre en Barcelona no es casualidad, tanto por su actividad como por su tradición en el mundo editorial, y menos ahora que forma parte de la Red de Ciudades de la Literatura UNESCO. Por ese motivo, Jaume Collboni, teniente de alcalde de Empresa, Cultura e Innovación del Ayuntamiento de Barcelona, considera que “la ciudad ha de volver a pensar en grande y mirar lejos, sin dejarnos llevar simplemente por el día a día”.

“Hace 15 años estábamos acostumbrados a escuchar el mantra de que el libro electrónico acabaría con el papel, y hoy sabemos que la tecnología es un aliado, no un enemigo”, ha afirmado Patrici Tixis, quien también apuesta por buscar alianzas en otras industrias en las que el escritor puede ser, también, el máximo creador de contenido.

Edita arrancaba, de esta manera, en el Saló de Cent del Ayuntamiento de Barcelona. Durante la bienvenida, Pelegrí Viader, vicerrector adjunto al rector de la Universitat

Pompeu Fabra, explicó el caso del matemático Donald Knuth, quien inventó, en 1978, un sistema de tipografía al cual denominó TeX, y que intentaba ser el editor perfecto. Hoy la mayoría de investigadores lo usan editándose ellos mismos los textos científicos. ¿Los autores del 2030 serán como los matemáticos y tendrán la tentación de saltarse el proceso editorial?

“Nos interesan las corrientes de fondo que vendrán en los próximos años, tanto tecnológicas como de contenido”, insistía Tixis.

Fue Jaume Collboni, en la apertura oficial, quien reconocía que el Foro Edita “es un lugar privilegiado para debatir de forma global los retos del mundo del libro”. “Ésta es la ciudad de la literatura y de la edición, tanto en catalán como en castellano”. “Somos cuna de escritores y todo un ecosistema de conocimiento e información, donde la universidad y los editores son fundamentales”, añadía el teniente de alcalde. “Las librerías y las bibliotecas son grandes aliados prescriptores”, afirmó.

Ya el día siguiente, el jueves 6 de julio, el hasta hace pocos días conseller de Cultura, Santi Vila, flamante conseller de Empresa y Conocimiento, daba la bienvenida institucional en la Universitat Pompeu Fabra, sede de la Barcelona School of Management. “Es importante que los ciudadanos sepan que determinadas actividades, como la lectura, tienen prestigio”, explicaba. “Una sociedad que aspira a ser libre colectivamente necesita ciudadanos libres, y ahí el mundo del editor es imprescindible para garantizar el pluralismo”, reflexionaba. “En tiempos de posverdad, la verdad literaria tiene más valor que nunca”, defendió.

Fernando Benzo, secretario de Estado de Cultura, cerró institucionalmente el encuentro proponiendo un Pacto de Estado para la Cultura para afrontar los principales retos del sector y para luchar de manera eficaz contra la piratería. “Todos formamos parte de un mismo lugar, la comunidad del libro. Y el mejor sitio para hablar del libro es Barcelona, que es una gran capital cultural”, afirmó.

Patrici Tixis, presidente del Gremi d'Editors, destacó que en los últimos meses las administraciones públicas, Estado, Generalitat y Ayuntamiento, han entendido la importancia del sector editorial, poniendo en marcha medidas operativas, y se mostraba optimista respecto al futuro del mundo del libro.

Después de tres intensas jornadas, con múltiples mesas redondas y ponencias, el periodista cultural Sergio Vila-Sanjuán hacía balance de la segunda edición de Edita. “Hemos creado un horizonte de expectativas positivas que pueden ser útiles a todo el ecosistema y hemos tenido una visión internacional para conocer otras experiencias”, explicó, además de hacer un repaso por algunos de los temas tratados durante los debates. Con la voluntad y el deseo de que el foro “sea una joven tradición en Barcelona” anunció una tercera edición los días 4, 5 y 6 de julio de 2018.

El año 2030 está, pues, a la vuelta de la esquina. ●

Miércoles 5 de julio

Conferencia
UNA VIDA CON EDITORES

Eduardo Mendoza

“Los primeros editores que conocí tenían algo de artesanos, bastante de pícaros, y mucho de románticos”

“No hay lucha de clases entre editor y escritor”, afirmó Eduardo Mendoza, el flamante Premio Cervantes, durante la inauguración de la segunda edición del foro Edita Barcelona, que arrancaba oficialmente en el Saló de Cent del Ayuntamiento de Barcelona.

El autor de *La ciudad de los prodigios* ofreció un trayecto a través de su experiencia personal con el mundo del libro, y recordó que, pese a la masificación turística, “Barcelona es una ciudad intensamente literaria”. No hay que olvidar, nos decía el escritor, que “Don Quijote visita una editorial en Barcelona, y ahí Cervantes habla directamente sobre la edición apócrifa de sus aventuras. Ya entonces existían problemas entre editores y escritores”, bromeaba.

“Mi padre me decía que leyera los libros malos para aprender lo que no hay que hacer”, dijo Eduardo Mendoza, siempre con un sutil sentido de la ironía, que el público asistente agradeció durante la conferencia.

También quiso el escritor derrumbar algunos mitos. “El editor no es un empresario que gana dinero a costa del trabajo del escritor”, añadiendo que “solo la labor de los editores ha hecho que las grandes obras de la literatura nos hayan llegado casi de una forma milagrosa”.

De nuevo, Mendoza acudía a la experiencia personal, y a la anécdota, para ilustrar cómo ha evolucionado el sector. Recordó lo difícil que era conseguir un libro prohibido durante el franquismo, y el placer de leerlo pese a todas las dificultades.

“Antes de ser escritor, conocí a editores que ahora son mitos. Tenían algo de artesanos, bastante de pícaros, y mucho de románticos”, explicó Eduardo Mendoza, quien no quiso olvidarse de José Manuel Lara Hernández, quien en 1949 fundó Planeta, y sobre todo de su hijo, su amigo José Manuel Lara Bosch, fallecido en 2015. Dice el escritor que aún recuerda las palabras de éste poco antes de morir. No le habló de legados ni de patrimonios. Simplemente, haciendo balance, le reconoció que estaba contento de su vida porque había tratado personalmente a escritores que admiraba.

El autor de *La verdad sobre el caso Savolta* también quiso agradecer los años de amistad con su “querido, ilustre e incombustible” Pere Gimferrer, presente en el Saló de Cent, y que siempre ha sido su editor en Seix Barral.

Mendoza también apuntó algo que después se repetiría durante todo el foro, la distinción, tan extendida en el mundo anglosajón, entre el editor y el *publisher*, entre con quien uno trabaja el manuscrito y quien hace de eso, finalmente, un libro.

“La piratería actúa con plena impunidad. El escritor está aislado, y el editor le protege”, según el escritor.

Pero el momento culminante de la conferencia llegó, como no podía ser de otra manera viniendo de Eduardo Mendoza, cuando el escritor hizo gala de su inclasificable sentido del humor. Explicó cómo, después de firmar ejemplares durante su primer Sant Jordi, fue a cenar cerca de las Ramblas. El ambiente era convulso, y un policía entró en el lugar y disparó una bola de goma. Alguien de la editorial se interpuso entre la bala y Mendoza, ilustrando así cuál es en realidad la esencia de la relación entre un autor y su editor. Una relación de cuidado y de respeto mutuo. Más allá de los flashes y los focos. ●

Jueves 6 de julio

Conferencia inaugural

EDITAR: LA ENCRUCIJADA INFINITA

Javier Aparicio Maydeu

“No se puede trabajar únicamente con estadísticas porque no reflejan la complejidad de la realidad editorial”

Javier Aparicio Maydeu, creador y director del Máster en Edición de la UPF Barcelona School of Management, y uno de los coordinadores de Edita, aseguró durante la conferencia que abría la jornada del jueves que “el mundo del libro reclamaba a gritos, aunque fuera en silencio, un encuentro como éste”, un foro abierto, según sus propias palabras, a todos, “a jóvenes y a no tan jóvenes, a grandes editoriales y editoriales periféricas”.

No es casualidad que Aparicio Maydeu titulara su conferencia *Editar: la encrucijada infinita*, ya que editar, nos dice, es siempre una encrucijada, “un agujero negro que lo absorbe todo”. “Cualquier cambio en el mundo tiene consecuencias en nuestro sector”, añadía.

Por eso, el profesor y crítico literario cree que “es mucho más fácil destruir que construir”, y que precisamente el Foro Edita trata de evitar esas dinámicas. El sector editorial, asegura, es un sistema solar que consta de siete planetas: economía, *management*, gestión de contenidos, logística, tecnología, fiscalidad y comunicación. Pero apunta un octavo, “el planeta Ego”, el que hay que gestionar con sensibilidad e inteligencia.

¿Los autores, hoy, son *autores* o les hemos de llamar *productores de contenido* porque tienen más encargos y menos mundo interior? se pregunta. Y es que hay que tener en cuenta en la actualidad, también, el entorno, las múltiples plataformas, y lo que se ha llamado *coaching* literario.

Es curioso que, al igual que Mendoza, Javier Aparicio Maydeu recuerda cómo una de las mejores enseñanzas recibidas (en su caso, de la mano de Carme Balcells) es la necesidad de respetar las malas novelas.

Para hablar de Hispanoamérica, un vaso comunicante que ha funcionado como eje en Edita, abrió una nueva pregunta: ¿La demografía es un arma o una falacia? “No se puede trabajar únicamente con estadísticas porque no reflejan la complejidad de la realidad editorial”, insistía.

El profesor siguió haciendo un repaso por los temas fundamentales del encuentro, como la maquinaria del marketing contra el boca-oreja, el caso Amazon, del librero al logista, y cómo puede ayudar la realidad virtual a los libros ilustrados.

“El mundo editorial está basado en deseos, no en algoritmos”, afirma Aparicio Maydeu, quien considera que “los nichos sí se crean, y se transforman. Los editores son los que saben cómo se crea la tendencia, y hay que ser valiente”. Citó la relación entre Kafka y su editor, Kurt Wolff, como un ejemplo de cómo actúa un editor como intermediario entre el escritor y el lector.

¿Se pueden editar las audiencias y no solo los libros? ¿Es necesario realmente hacer campañas de fomento de la lectura desde las instituciones? ¿O es más importante hacer un cambio de ley que invite a leer desde la Educación? son algunas de las cuestiones que también puso sobre la mesa. Para el crítico “prescriptores, leyes y fomento van juntos”, y “la tecnología ya la trae el niño a la escuela, lo que le falta es el contenido”. ●

Mesa redonda

TENGO 12 AÑOS Y HE DEJADO DE LEER

Iolanda Batallé, Sebas G. Mouret, Gemma Lienas y Care Santos

“Dejad que los niños no lean. El libro llegará”

La mesa redonda, dinamizada como el resto por el periodista cultural Toni Iturbe, debatió sobre cómo estimular a los más jóvenes para que perseveren en la afición de la lectura. Incluso cuando pasan de la infancia a la adolescencia, que es cuando la mayoría dejan de leer de forma habitual.

La editora de La Galera, Iolanda Batallé, hizo un ejercicio de memoria, y leyó un texto interpretándose a ella misma como si tuviera 12 años. Recuerda que sus padres siempre le repetían “que es importante leer para conocer el mundo y ser libre”. Para ser libre, dice Batallé, “tienen que dejarte en paz con eso de ser libres”.

“Leeré cuando me dé la gana”, se repetía. Y cita el gran descubrimiento: *Crónica de una muerte anunciada*, de Gabriel García Márquez. “Lo leí en una noche, a escondidas, y encontré refugio. Pasé de *la niña no lee a la niña lee demasiado*”, explica. “Han pasado muchos años y aún nadie me ha podido arrebatar la libertad de leer. Dejad que los niños no lean. El libro llegará”.

El joven Sebas G. Mouret, autor del canal de Youtube *El coleccionista de mundos*, en el que ha llegado a entrevistar a autores como Dan Brown, considera que hay dos etapas en el fomento de la literatura de los más jóvenes: la infancia (el primer contacto con la narrativa, que suele ocurrir sobre los cuatro años, donde descubren el

poder de la imaginación) y la adolescencia (una etapa “crítica” que suele llegar a los 12 años, cuando “los libros dejan de tener ilustraciones”).

Reconoce que el fenómeno Harry Potter le ayudó, ya que no leyó “casi ningún libro durante la Secundaria”. Por eso, y basándose en su propia experiencia, propone tres pasos para animar a leer. En primer lugar, es importante “desacralizar el objeto”. El niño tiene que tener libros en la mano desde pequeño. En segundo lugar, hay que “predicar con el ejemplo: si tú lees, el niño se va a dar cuenta de que le puede aportar algo”. Por último, considera que es fundamental “orientar sin imponer”. Según Sebas G. Mouret, es imprescindible acercar el libro al lector joven, escucharle. “Su opinión es importante”, nos dice. “Existe un elitismo extraordinario”, se lamenta.

La autora y editora Gemma Lienas, también diputada en el Parlament, explicó que “las neuronas espejo nos permiten ponernos en la piel del otro, también en la de los personajes. Vives más vidas cuando lees”. Además a esa edad (y a todas, en realidad) existe una proyección de futuro. “He viajado luego a muchos de los países sobre los que había leído de pequeña”. Además es estimulante leer porque perteneces “a una comunidad muy especial, y se puede ligar con la gente más interesante”, bromea.

Lienas considera que la lectura necesita de “atención, hábito y esfuerzo”, y uno de los retos es, precisamente, recuperar la capacidad de atención en una sociedad tan acelerada.

“Es terrible hacer un examen a los alumnos sobre el libro que les hemos obligado a leer. Tendríamos que llevar a Primaria y Secundaria varios libros y dejarles elegir, para entusiasmarlos. Cuando tengan un hábito lector, ya podremos *obligarles* a leer determinados clásicos”, propone.

Por su parte, la escritora Care Santos, autora de la serie infantil *Inseparables para siempre*, cree que “es normal que un adolescente deje de leer a los 12 años. Tienen un lío vital impresionante”. Pero no hay que desistir. “Hay que explicarles que el libro que no les dejará dormir existe. El papel de mediadores es muy importante. Los adultos a veces estorbamos en vez de ayudar. Nos ponemos terribles a la hora de recomendar”, afirmó.

Santos, madre de tres hijos, explicó en Edita Barcelona el experimento que realizó en casa para facilitar un hábito. Los domingos todos leían en la misma cama. Sólo existía una norma. Quien hablara durante la lectura, era penalizado con la expulsión durante unos minutos. Al final, todos compartían las historias. El juego, una vez más, es la mayor de las garantías. ●

DIÁLOGOS AUTOR/EDITOR

Javier Cercas / Daniel Fernández

“El éxito de un libro consiste en la coincidencia azarosa entre las obsesiones íntimas de un escritor y lo que necesita la sociedad en ese momento”

El autor de *Soldados de Salamina* conversó en Edita Barcelona con el presidente de la Federación de Gremios de Editores de España. El encuentro sirvió para ofrecer dos visiones contrastadas sobre el proceso que lleva de la imaginación de un autor a la presencia del libro en las manos del lector.

Javier Cercas explicó que nunca se había presentado a un premio literario. “Mi madre me presentó a la Bienal de Barcelona porque yo vivía en Estados Unidos, y ella quería que volviera”. Lo ganó, y gracias al galardón (medio millón de pesetas), pudo volver y comprarse un ordenador.

“Los escritores somos editores frustrados”, llegó a reconocer Cercas, quien se acordó de Jaume Vallcorba, alguien al que calificó de “fundamental”.

“Antes de mis 40 años sólo me leía mi madre”, bromeaba el escritor, quien afirma que tiene “una ignorancia oceánica” sobre el sector. Preguntado por Daniel Fernández, respondía con sinceridad: “Una cosa es la literatura y la otra la edición”.

“Nunca pensé en convertirme en un escritor profesional”, dijo. “Sin quererlo, nos transformamos en una empresa de nosotros mismos. Por eso, para organizarme, busqué agente literario. Hay una generación que no admitía ese tipo de injerencias”, aclaraba Javier Cercas.

“Mi editora Beatriz de Moura creía que venderíamos cinco mil ejemplares de *Soldados de Salamina*. Me parecía que eso ya era ser como Hemingway”.

También contó Cercas cómo un día Jorge Herralde se le presentó muy preocupado, después del éxito, por si en Anagrama habían rechazado algún manuscrito suyo. “Es lo más halagador que me ha dicho un editor”, dijo.

“No comparto el cliché de que el editor es una especie de pirata. Necesitamos un editor porque no tenemos un entrenador. Lo primero que tiene que tener un editor es que crea en ti”, reflexionaba el autor de *Anatomía de un instante*.

“La respuesta de por qué funciona un libro es que no hay respuesta”, insistió durante la conversación con Fernández, con quien había coincidido en la Universitat de Girona.

Sin embargo, Javier Cercas sí que ofreció una buena definición del éxito editorial: “Es la coincidencia azarosa entre las obsesiones íntimas de un escritor y lo que necesita la sociedad en ese momento”.

Sobre el trabajo en el día a día, cree que “si alguien no deja que un editor mejore su texto es que es tonto”, aunque alienta a creer en uno mismo. “También hay pésimos consejos, los editores también se equivocan. Tienes que tener criterio, pero escuchar a alguien experimentado y que ve el texto desde fuera es fundamental”, concluyó. ●

Mesa redonda

VIAJE A 2030. UNA PERSPECTIVA HISPANOAMERICANA

José Calafell, Oriol Castanys, Ilya Pérdigo y Consuelo Sáizar

“Las fronteras artificiales están cayendo”

El idioma español permite acceder a un mercado siempre en expansión, pero es un panorama con constantes incertidumbres. Por eso Edita Barcelona invitó a conversar, siempre bajo la batuta de Toni Iturbe, a cuatro profesionales que conocen bien los retos y las dificultades de ese vaso comunicante que es Hispanoamérica.

José Calafell, responsable del Grupo Planeta en América Latina, vaticinó que “habrá una red de centros de la industria editorial entre Barcelona, Madrid, Buenos Aires o Ciudad de México, porque las fronteras artificiales están cayendo, no van a existir”.

Esa capitalidad editorial que ha ostentado Barcelona, pues, se transformará según las predicciones de Calafell: “en pocos años el mercado latinoamericano va a superar al mercado español”. Y eso, nos dice, “implica un cambio de paradigma”.

“No hay una América Latina, hay muchísimas”, advierte.

Oriol Castanys, de Anagrama, se queja de que hay demasiados proyectos de Hispanoamérica que tienen poca presencia en España por problemas de distribución. Por eso cree que “es imprescindible un mercado común del libro en español”.

También considera que, como apuntaba Calafell, “habrá un desplazamiento del centro”. “Pero en un mercado común deberá existir una comunicación común”, defiende, ya que “hay mucho desconocimiento entre nosotros”.

En la misma línea Ilya Pérdigo, de la Editorial Alrevés, cree que deben ir las editoriales independientes, potenciando la colaboración. “Podemos asociarnos: compartimos derechos, comunicación y promoción conjunta de autores. Hay que encontrar mecanismos”.

Pérdigo piensa que es importante, en este sentido, la ayuda institucional para la proyección internacional, y agradece tener un stand en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara en el que explicar los diferentes proyectos.

“También hay que aprovechar la parte digital”, dice el editor de Alrevés, porque “a veces parece que el único que gana es el transportista. La distribución tiene que ser un híbrido entre el *bajo demanda* y el sistema tradicional”.

“En España hay un encorsetamiento de nuestro mercado y necesitamos abrirnos más a Latinoamérica”, insiste Ilya Pérdigo.

Consuelo Sáizar, exdirectora de la editorial mexicana Fondo de Cultura Económica, asegura que el Foro Edita “es un referente internacional ya en su segunda edición”. Y se felicita por este tipo de encuentros, ya que “es indispensable pensar la industria que guarda la memoria y que transmite el conocimiento”.

Parafraseando a Borges, considera que “si nuestros problemas son un laberinto roto, juntos podemos imaginar salidas”.

“Una de las bestias negras que tenemos que domar es la distribución”, afirma. Lo llama punto nodal, y se lamenta de que los mexicanos no hayan sido capaces de crear en España una distribuidora que haga llegar con eficacia sus libros.

“Las nuevas generaciones podrán escoger entre papel y pantalla. Pero es una falsa disyuntiva. Hoy casi todo libro nace de forma electrónica, se hacen por ordenador. Y el WiFi llega a los poblados de México donde no llegan las librerías ni las bibliotecas”, ha destacado.

Para concluir, Sáizar ha resumido el oficio del editor como el que “transforma un capital simbólico en capital económico para, más tarde, transformarlo, de nuevo, en capital simbólico”. ●

Mesa redonda

¿POR QUÉ VENDE UN LIBRO QUE VENDE?

Juan Cerezo, Marcos Chicot, Ester Pujol y Núria Tey

“Todos queremos publicar una novela que nos trascienda”

¿Existe la estrategia de promoción perfecta? ¿Qué quiere decir ser creativo en la comunicación de una novedad editorial? Toni Iturbe arrancaba la mesa redonda recordando la fórmula del éxito de Ken Follett, una suerte de doble reloj compuesto por grandes relatos históricos y, a la vez, por la descripción de lo cotidiano.

El editor de Tusquets, Juan Cerezo, reconocía que nunca se sabe del todo por qué un libro vende o no. “Tiene algo que ver con la alquimia”, y ponía como ejemplo la novela *Patria*, de Fernando Aramburu, “un caso que nos ha sorprendido a todos”. “Podemos teorizar, pero siempre después. Todos queremos publicar una novela que nos trascienda”, admite.

“A los editores literarios nos cuesta más encontrar *best sellers*. La labor del editor es acompañar al escritor en su obra definitiva. Y promover un cierto grado de exigencia en el lector”, añadía Cerezo.

Por su parte, el escritor Marcos Chicot, autor de *El asesinato de Sócrates*, finalista del Premio Planeta en 2016, explicó que, pese a tener un trabajo estable como psicólogo clínico, un día decide dejarlo todo para vivir sólo de la escritura.

Con su anterior obra, *El asesinato de Pitágoras*, decide acudir a Internet. Chicot consigue que su libro sea, desde 2013, el *ebook* en español más vendido del mundo.

“Era consciente de que la novela tenía que tener una trama, no una explicación, para que el lector aprenda sin esfuerzo”. Y es que colocar a figuras claves de la filosofía en su historia tiene un objetivo claro para el escritor: “Puedes entretener poniendo tu grano de arena para fomentar el pensamiento crítico. Hay una función social”.

Para Chicot hay tres factores imprescindibles para el potencial éxito del libro: que esté disponible, el boca-boca y el impulso promocional. “Necesitas el impulso inicial, una masa crítica”, dice. Pero para ello no puedes escribir de cualquier cosa. “Has de ser sincero con el lector”, asegura.

La editora Ester Pujol, de gran trayectoria en el sector, sostiene que “no hay que olvidar que es un oficio artesanal. Un libro se convierte en éxito de ventas cuando se transforma en tema de conversación”. Aunque admite que los editores trabajan con presión, porque “muchos puestos de trabajo dependen de cuadrar el presupuesto”, lo fantástico del oficio es que finalmente “depende del riesgo”.

Núria Tey, de Plaza & Janés, cree que lo importante para crear tendencia es ser el primero. Cita el caso paradigmático de Ildefonso Falcones, con *La catedral del mar*, que supo cumplir diversos requisitos: centrar la novela en Barcelona, y construir tramas que atrapan sin dejar de informar de una época.

Tey también cita el ejemplo de *Yo fui a EGB*. “Generamos un libro ilustrado, que creó una tendencia sobre la nostalgia”. “Son ciclos”, reconoce la editora. El gran secreto sigue siendo saber cómo crearlos. ●

Mesa redonda

LAS LIBRERÍAS EN EUROPA

Maarten Asscher, James Daunt, Antonio Ramírez y Nicolas Vivès

“Somos el corazón de nuestras comunidades”

La mesa redonda, dinamizada en este caso por Antonio Ramírez, de La Central, fue una oportunidad para interrogarse, desde diferentes perspectivas y contextos, sobre el oficio del librero en la actualidad.

Ramírez, citando *El gatopardo* de Giuseppe Tomasi di Lampedusa, se pregunta si todo será igual pese a que todo parece haber cambiado ya en el mundo de las librerías. O al revés: si aunque parece que nada cambie, todo se ha transformado para siempre con la llegada de Amazon y “la manera en la que los lectores eligen sus lecturas”. “Todo depende de la confianza”, defiende.

Maarten Asscher, de la Athenaeum Boekhandel, en Ámsterdam, que acaba de celebrar los 50 años de su establecimiento con un documental, explicó que acaban de abrir tres librerías más, sobre todo de libros académicos, aunque ya venden un 30% *online*.

La transformación de las librerías no puede interpretarse sin observar, al mismo tiempo, la transformación de las ciudades europeas. “A veces los turistas son un obstáculo para alcanzar los lectores que buscamos. Una librería debería ser una isla de intelectualidad, pero no un circo, ni una merienda de locos”, afirma.

“Hemos de vender de una manera mucho más personalizada. Hemos de defender nuestro ADN, ser nuestra propia universidad”, apuesta Maarten Asscher.

James Daunt es uno de los libreros más conocidos. La cadena que regenta en Londres, Waterstones, es la mayor de toda Europa, con más de 200 establecimientos. Pero no siempre lo han tenido fácil. Daunt explica que en Gran Bretaña no existe la ley del precio fijo, y “Amazon puede vender, sin ninguna restricción, libros hasta un 50% más baratos”.

“En 2010 vivimos el infierno”, reconoce. “Desaparecían todas las librerías y entramos en bancarrota. Tuvimos que hacer frente al Kindle con los valores tradicionales del librero, ser eficaces, excelentes”. Superaron los números rojos y ahora la cadena goza de buena salud. ¿Cómo lo consiguieron?

“Las librerías sólo pueden competir con Amazon con personalidad y excelencia”. “Somos el corazón de nuestras comunidades”. Como Ramírez, considera que el epicentro está en generar confianza en el lector.

Daunt también explicó cómo trabaja una cadena de esas características que, a su vez, apuesta por la personalidad de cada librería. “Podemos centralizar las facturas,

y otras gestiones, pero cada librería tiene su selección. Cada librero es responsable de sus decisiones”, aclaró.

Nicolas Vivès fue la persona encargada de explicar el caso de la mítica Librairie Ombres Blanches, de Toulouse. Francia es un mundo aparte. Allí la Ley Lang, que establece un precio fijo en los libros, funciona desde 1981.

“Nuestra generación quería recuperar la confianza del lector, ser elitistas para todos. Ofrecer un margen virtuoso, no por descuentos”, explicó, además de advertir de que “no podemos entrar en la tiranía del tiempo, debemos aumentar la curiosidad y el conocimiento, con independencia total”.

Por eso en Toulouse organizan un club de lectura una vez al mes, donde “discutimos con los lectores y les descubrimos autores que no conocen”. “Nada puede sustituir el vínculo que existe entre un lector y su prescriptor”, concluye. ●

Mesa redonda

¿LO MÁS NUEVO? REALIDAD AUMENTADA, ALGORITMOS Y OTRAS TENDENCIAS

Marisol López, Pere Roset y Marc Santandreu

“Tenemos tecnología de sobra, pero nos falta creatividad”

Toni Iturbe abrió la mesa de debate recordando que la tecnología, cuando evoluciona lo suficientemente rápido, es indistinguible de la magia. Y de eso habían venido a hablar, de cómo la tecnología puede ponerse al servicio del lector, los expertos invitados.

Marisol López, directora del Área Digital del ICEC, mostró algunos ejemplos de nuevas experiencias audiovisuales, en los que la narratividad es parte fundamental del juego, poniendo el acento en cómo se está trabajando con el *blockchain* en la música. Se trata de “una manera de controlar quién es el autor del tema”, a partir de una base de datos distribuida de tal forma que el usuario publica su creación sin que otro pueda manipular quién es el creador original.

“Tal vez estamos ante el final de las sociedades de gestión”, afirmó López. Aunque reconoce que “no sabemos hacia dónde iremos. La velocidad es rápida, pero hay que estar muy atentos a lo que pasa para saber qué funciona y qué no”.

Por su parte, Pere Roset, de Aumenta Solutions, también considera que aún “no sabemos cómo accederemos a la información, ni cómo leeremos en el futuro. No sabemos cómo afectará la realidad aumentada al mundo de la ficción”, pero deslumbró al público con algunos ejemplos en 3D, asegurando que hoy “podemos animar casi cualquier objeto”.

Estamos, pues, ante la cuarta revolución industrial. “La realidad aumentada es añadir elementos sintéticos al mundo real. Hace años que muchas tecnologías se han creado, pero ahora están eclosionando. Los cambios que llegarán serán estructurales. También en la industria cultural”, añadió.

“Tenemos tecnología de sobra, pero nos falta creatividad”, cree Roset.

Marc Santandreu, de Tekstum, también afirma que “lo más importante son los contenidos”. “Pero al final de la cadena está el lector. Para cuidar al lector hemos de conocerlo. Los algoritmos pueden ayudar a entender qué piensa y qué siente. Podemos ofrecer información cualitativa, más allá de la estadística de ventas, gracias al *Big Data* y a la inteligencia artificial”.

Eso es lo que hacen en su empresa. “Vamos a las diversas plataformas donde el lector comparte su experiencia, en blogs y redes sociales, e identificamos palabras claves tanto positivas como negativas. Transformamos los datos (también la geolocalización) en emociones, y eso nos servirá para recomendar mejor.”

“Vendemos experiencias, no libros. El sector puede adoptar la tecnología. No tenemos que tenerle miedo”, sostiene Santandreu. ●

Mesa redonda

VIAJE A 2030. PERSPECTIVAS DE DISTRIBUCIÓN

Patxi Beascoa, Mónica Díaz, Arantza Larrauri y Joachim Schulte

“El precio fijo hay que mantenerlo por el bien de todos”

Es imposible obviar que la distribución es uno de los temas cruciales, y también polémicos, del sector editorial. De su eficacia y sostenibilidad depende muchas veces el éxito o el fracaso de un libro o de un sello.

Patxi Beascoa, de Penguin Random House, recuerda que la distribución es un tema mucho más complejo que el simple transporte de libros. “Hay una nueva perspectiva, que atiende a todo el proceso, desde que se piensa un libro hasta que está en manos del lector”.

La sombra de Amazon –cuyos representantes fueron invitados a participar pero declinaron– está presente en esta mesa como en tantas otras. “Su obsesión por el servicio al cliente nos ha cambiado a todos. Has de ser rápido, pero también rentable”, señala. Y ahí sí que se muestra contundente: “El precio fijo hay que mantenerlo por el bien de todos”.

“La clave es el servicio y la disponibilidad. Es un aspecto estratégico. La logística deja de ser un coste, es una inversión”, añade Beascoa. “En las farmacias, si el me-

dicamento no está por la mañana, por la tarde te lo traen. Tenemos que hacer lo mismo con el libro sin dejar de ser productivos”, afirma.

Por parte de UDL, Mónica Díaz también recuerda que “la distribución no es un almacén. Pocos son conscientes de que la parte más valiosa de nuestro trabajo es la comercialización”. De hecho, logística, comercialización y administración son las tres patas de una misma línea de negocio.

“El alma de un distribuidor es su equipo de ventas, formado por lectores apasionados”, asegura la responsable de UDL, quien incluso defiende que, en realidad, “la logística ha de ser invisible”.

“Cada vez somos más tecnológicos. Los hábitos de consumo están cambiando y los servicios de entrega cada vez son más rápidos. El reto es conseguir visibilidad para los libros que representamos. Es muy importante trabajar con antelación”, añade.

“Hay que traducir la información literaria a una información más comercial. Y tenemos que apostar por la transparencia, ahora los editores ya pueden consultar todo el trayecto de sus libros”, ha explicado.

Arantza Larrauri, de Librandia, la distribuidora digital creada en 2010, explica su función como “proveedores de servicios logísticos” y se atreve a enumerar cuatro retos para los próximos tres años. En primer lugar, contrarrestar la concentración en los canales. En segundo lugar, “que el libro en papel destaque en digital. Trabajar mejor los metadatos para que el lector encuentre sus libros en los buscadores”. El tercer reto consiste en “invertir constantemente en la plataforma de distribución, para dar información al instante al editor”. Y, por último, “animar a los editores a que tengan todo su fondo *online*, para poder, así, reimprimirlo localmente”.

“Bajo demanda ningún libro estará muerto”, insiste, y también admite que la llegada de Amazon, en realidad, ha ayudado a que la competencia mejore.

Joachim Schulte aporta la experiencia alemana y explica la forma de funcionar de la distribuidora Arvato SCM Solutions. “Trabajamos toda la cadena de valor en la venta al mayor del libro”.

“Gestionamos los envíos de diferentes editoriales a través del *bundling* (los agrupan), y aprovechamos la economía de escala”, explica, para aumentar la eficiencia en el mercado.

“Nosotros podemos llegar a la masa crítica a la que las editoriales pequeñas no podrían llegar por sí solas”, afirma. “Las editoriales tienen que elegir: o competir con calidad o competir con eficiencia, y nosotros podemos hacerlo eficientemente por ellas, ya que invertimos en automatizaciones constantemente”.

“Se puede aumentar la eficacia mejorando las formas de entender la logística. No podemos trabajar como hace 20 años”, ha defendido el alemán. ●

Viernes 7 de julio

Conferencia

VIAJE A 2030. UNA PERSPECTIVA FRANCESA

Teresa Cremisi

“Como editores hemos de recordar que la calidad se paga”

“La revolución digital no ha afectado en nada el oficio de editor”. Así de contundente se ha mostrado Teresa Cremisi, la que fue directiva emblemática de Gallimard o Flammarion, que ha analizado el sector durante la última jornada del Foro Edita Barcelona.

“El editor es como un coleccionista, que ensarta perlas en un collar, y el conjunto conforma un cuadro que después influirá en otros campos del arte y del pensamiento de un país”, ha dicho la editora.

“La edición es el hijo ilegítimo y turbulento del espíritu, porque tiene que ver, al mismo tiempo, con cultura y con comercio, y debe respetar a ambos padres”, según Cremisi, que ha explicado que el propio Gaston Gallimard era muy mercantil, pero construyó un proyecto editorial de indiscutible calidad con más de un siglo de trayectoria.

Cremisi dice que en Francia el de editor es un oficio respetado. “Ha entrado en el espíritu de la población. Por eso ha sido protegido por la política. El precio fijo del libro (la llamada Ley Lang, creada en 1981 y aún vigente) ha ofrecido una columna vertebral al sector”.

Hay 6.000 librerías de todos los tamaños en Francia. Cada población tiene su ayuntamiento, su panadería y su librería, en un paisaje difícilmente comparable con otro país cercano. El entorno favorable, según la editora, ha permitido la buena salud del sector editorial y la buena salud de los distribuidores.

“La edición casi no ha quedado tocada por el ámbito digital. La mutación es muy moderada. Lo que sí se ha incrementado es la compra *online*”, ha insistido. “En soportes físicos, el libro es claramente el líder de los productos culturales en Francia”.

“Como editores hemos de recordar que la calidad se paga”, defiende Teresa Cremisi, que recuerda que en Francia el libro literario aún es fundamental, superando el 40% de las ventas. ●

Mesa redonda

NUEVAS TENDENCIAS DE LA FICCIÓN

Jordi Muñoz, Aniol Rafel, Elena Ramírez y Pilar Reyes

“Buscamos obras que nos permitan entender las incógnitas del presente”

La narrativa sigue siendo lo más demandado por el lector pero, sin embargo, cada nueva tendencia supone una transformación. Jordi Muñoz, director de la Escola d'Espectura de l'Ateneu Barcelonès, la más importante de Europa, explica que han detectado un aumento de la autoficción, así como de géneros híbridos que afectan a la no ficción, desde la literatura de viajes al ensayo de diversos tipos.

La Escola d'Espectura, explica Muñoz, se basa en cuatro columnas: la lengua como herramienta principal, la técnica para construir historias y personajes, el bagaje como lector, y la voluntad para potenciar la creatividad, facilitando la mirada sobre el mundo y el estilo propio.

“Nunca hemos querido tener un sello editorial propio. Lo que hacemos es orientar al alumno en el mundo de la edición y el marketing”, ha explicado, aunque, como todos los participantes, dice ser consciente de que el boca-oreja también funciona.

Por su parte, Aniol Rafel, de Edicions del Periscopi, asegura que la incertidumbre social se traslada a la literatura. “La oralidad ha vuelto a la narrativa, nos permite ponernos los unos junto a los otros, la escritura ya no es percibida como algo hecho desde la lejanía. Necesitamos proximidad en un momento complicado”, sostiene.

“Buscamos obras que nos permitan entender las incógnitas del presente, modificando el espacio de aquello que es posible”, añade el editor, que pone el ejemplo del éxito de *Ánima*, de Wajdi Mouawad, “porque nos volvemos a preguntar sobre la identidad”.

“Es importante no dejarse llevar por las tendencias, hay que tenerlo en cuenta sin ser prisioneros, es más importante dar personalidad a un sello, que se sepa qué tipo de libro encontrarás”, ha defendido.

La editora Elena Ramírez, de Seix Barral, ha comenzado su intervención acudiendo al diccionario, recordando la tercera acepción de la palabra tendencia: “Idea religiosa, económica, política, artística, etc., que se orienta en determinada dirección”.

En ese sentido, nos dice Ramírez, “un editor literario está atento a voces que están en el aire”. También cree que la autoficción ha pedido paso los últimos años. “¿Y quién nos iba a decir que los poetas urbanos iban a ser tendencia?”, se pregunta.

Elena Ramírez ha recordado un almuerzo con José Manuel Lara Bosch, en el que el editor reunió a todo su equipo. “No me digáis lo que quiere leer la gente, contadme qué queréis que lea”, les reclamó.

El mundo del libro ha cambiado más en los últimos cinco años que en los últimos 50, insiste Ramírez, quien considera que “crear tendencia es cambiar el imaginario del lector para siempre”.

Pilar Reyes, de Alfaguara, ha compartido cinco conjeturas posibles para la ficción que se leerá en 2030. En primer lugar, afirma que “una editorial no puede tener como límite la imaginación del editor, sino la del escritor. Los grandes libros buscan sus propios lectores.” En segundo lugar, cree que “las mujeres seguiremos siendo las mayores lectoras, y eso afectará a los personajes”. Por ello, y como tercera conjetura, avisa de que “las protagonistas tendrán otros referentes: televisión, videojuegos... Es posible que el diálogo sea la forma más frecuente, incorporando el guion”. Y, por último, intuye que “parte de la ficción se basará en la edición de textos ya existentes”, en su combinatoria. El escritor podrá dedicarse a la re-mezcla, como si fuera un *disc-jockey*”. ●

Mesa redonda

DEL LIBRO A LA PANTALLA

Agustín Díaz Yanes, Mikel Lejarza y Xavier Marcé

“Una sociedad que no fomenta la diversidad desaparece culturalmente”

Es un hecho que el mercado de las adaptaciones literarias para televisión y cine está en auge. Por eso, el director Agustín Díaz Yanes, responsable de la versión cinematográfica de la saga de *El Capitán Alatriste*, de Arturo Pérez-Reverte, cree que en 2030 “los jóvenes tendrán que lidiar con textos literarios”.

Interpelado por Toni Iturbe sobre la relación entre autor y director, Díaz Yanes afirma que “cada escritor es un mundo. Ellos viven aislados. El cine es una actividad absolutamente colectiva, que está llena de filtros”.

Dice trabajar siempre, en toda adaptación literaria, con tres rotuladores; uno rojo para marcar lo más importante, otro verde para lo menos interesante, y otro naranja para lo anecdótico. Esto último, a veces, es lo que funciona mejor en pantalla.

“El sistema cinematográfico español está plagado de locuras”, se lamenta. “Tenemos una lengua común de 500 millones de personas y nunca hemos logrado aprovecharlo”.

Mikel Lejarza, de Atresmedia Cine, responde con una comparación abrumadora. Los 30 millones que cobra anualmente Leo Messi es igual a todo el dinero que hay para el cine español durante un año. ¿Cuál es la prioridad social? se pregunta.

Lejarza propone a los asistentes una suerte de decálogo para entender cómo funcionan los dos lenguajes, el audiovisual y el literario. “Las novelas son palabras y el cine es imagen en movimiento”, “la novela se compone aproximadamente de 200 a 300 páginas, el guion de 100 (una página por minuto)”, “el cine muestra, no se explica. La primera imagen de la película centra la trama, no se extiende. No hay tiempo para la descripción detallada”, “la cámara son los ojos del público. En la novela, es el lector”, y “el cine se presenta siempre en tres actos, en la novela la estructura puede cambiar”. También nos dice que “en el cine se imponen las tramas, mientras que en las novelas es la historia, el cómo se sienten los personajes”. “La novela funciona mejor para historias psicológicas, y final ambiguo”. “El cine es un medio para directores, la televisión para guionistas, y la novela para escritores”. Y añade que “una novela describe directamente lo invisible, mientras que en la película es justo a la inversa”, y concluye el listado afirmando que “en el cine una acción dice más que mil palabras, los personajes se describen por lo que hacen, no por lo que dicen”.

El economista y gestor cultural Xavier Marcé cree que “la etapa del demiurgo del autor ha pasado, y hoy manda el distribuidor”. Lo que estamos viviendo, sostiene, es “un gran debate sobre las hegemonías culturales de un país”.

Destaca una paradoja existente, mientras “el mundo tiende a los grandes oligopolios, a la concentración, se fomenta la diversidad desde las políticas culturales”. “Una sociedad que no fomenta la diversidad desaparece culturalmente. Pero hemos de aportar calidad, no únicamente cantidad. No se trata de gestionar simplemente las singularidades”, afirma.

“En este país hay un potencial enorme si somos capaces de poner en relación el sector editorial y el audiovisual”, defiende Marcé. ●

Mesa redonda

FOMENTO DE LA LECTURA Y LUCHA CONTRA LA PIRATERÍA: ¿EFICACIA O HUMO?

**Valentí Oviedo, Marta Rivera de la Cruz,
Óscar Sáenz de Santa María y Joaquim Torrent**

**“La lucha contra la piratería
también es una batalla moral”**

El gerente del Institut de Cultura de Barcelona, Valentí Oviedo, considera que “las artes en vivo van a tener más importancia mientras la tecnología crezca” y añade que “la interacción a través de la tecnología, entre el consumidor y el creador, será cada vez mayor”.

“Leer requiere un esfuerzo intelectual. Pero la ley del mínimo esfuerzo y la pereza ha producido un neoanalfabetismo. Queremos suggestionar y dar placer. Eso es el verdadero fomento de la cultura. Es esencial crear alianzas y comunidad. Conectar todos los agentes”, según Oviedo.

“El papel de las familias es fundamental en este proceso”, dice el gerente del ICUB, quien ha explicado algunos proyectos pioneros como *Residencias*, en los que un autor trabaja durante un año en un instituto. “En Barcelona la red de bibliotecas ha hecho un trabajo ingente, eso es la base del fomento de la lectura”.

Marta Rivera de la Cruz, presidenta de la Comisión de Cultura del Congreso de los Diputados, reclama para 2030 “un país que sea consciente de su potencial cultural y económico”.

“Hemos hablado demasiado de cultura gratuita, que no es lo mismo que la cultura accesible. La cultura es un bien y tiene un valor”, insiste Rivera.

“En España somos líderes en piratería”. Según la también escritora, se puede luchar desde la escuela, desde la concienciación social (“hay que darle la vuelta, no se puede criminalizar al escritor que quiere cobrar por sus libros”), y desde la batalla legal, dotando de más recursos a la Administración.

“El 48% de gente que baja contenido ilegal no cree hacer nada mal”, dice Rivera, aunque considera que la llegada de las plataformas de pago cada vez mejor desarrolladas, como *Netflix*, ayudará a frenar la piratería.

Óscar Sáenz de Santa María, director general de Industrias Culturales y del Libro del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, afirma que la ley española “es de las más avanzadas contra la piratería. Nos hemos adelantado a lo que regula la Unión Europea”. Pero, dice, “la lucha contra la piratería también es una batalla moral. Es una lacra”.

“No nos han tumbado judicialmente ninguno de los bloqueos de webs”, ha explicado, y cree que “muchos eliminan contenido ilegal, por miedo, antes de que actuemos”.

“Tenemos que trabajar para que la piratería sea algo anecdótico”, ha insistido, y en el plano del fomento de la lectura, afirma que “hay que conseguir que el 40% de gente que no lee ningún libro en un año, lo haga”.

Joaquim Torrent, director general de Creació i Empreses Culturals del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, cree que hay que avanzar en la concienciación contra la piratería como se hizo con la ecología.

“Con los planes de lectura, estamos saliendo del humo y entrando en la eficacia”. Y es que, según su punto de vista, “no se puede hacer un plan de lectura sin relato. Teníamos que integrar todas las competencias en un único ente de gestión”, y por eso crean desde la Generalitat la Dirección General del Libro. “El plan tenía que contar con un presupuesto asociado, medida por medida. La credibilidad se gana así”, explica.

“Sabemos que los que son lectores van más al cine y escuchan más música. Sin lectura no hay cultura, es la puerta de entrada a otros sectores”, concluye Torrent. ●

Organizan:



Máster en Edición de la
Universitat Pompeu Fabra

Con el apoyo de:



Con la colaboración de:



Con la participación de:



ATRESMEDIA

