

Concertamos una cita para hablar de la Asociación de Editores de Madrid pero nos pudo la presión de la actualidad y nuestro tema estrella fue el libro electrónico. Aún así también quedó claro que el nuevo presidente, Javier Cortés, va a emprender grandes reformas en la estructura de la Asociación como ya lo hizo en SM cuando cogió las riendas hace ya varios años. ► TERESA M. PECES

Javier Cortés

Presidente de la Asociación de Editores de Madrid

– Estamos ahora en un periodo de muchos cambios en el mundo del libro ¿cómo pueden afectar éstos a los editores madrileños?

– Los editores madrileños somos casi el 44% de los editores españoles por tanto lo que nos afecte a nosotros es lo que afecte al sector editorial. Estos cambios pueden influir en todos los elementos de la cadena de valor. Desde el propio formato del contenido hasta la relación con el cliente, por tanto también repercute en la comercialización. No hay ningún sector que no se vea modificado por este mundo digital.

– ¿Cuáles serán estos cambios...? ¿va a modificarse algún eslabón en la cadena tradicional del libro?

– Depende, porque el mundo digital no va a irrumpir de una forma tan inmediata, todo es un proceso y, por tanto, los profesionales han de ir reaccionando poco a poco a los nuevos espacios que se van abriendo. En realidad, el mundo digital lo que trae es una multiplicación de las experiencias lectoras, no es una sustitución. No es lo mismo leer una novela, que buscar información o leer un periódico digital, son experiencias distintas de lectura. ¿Cuál es el peligro? Que la diversidad de las experiencias lectoras en el mundo digital impida a los jóvenes la lectura reposada e íntima de introducirse en el mundo de la narración. Es un reto.

– ¿Los editores están realmente preparados para afrontar este reto? Se necesitan

“El mundo digital trae una multiplicación de las experiencias lectoras”

nuevos conocimientos y una gran inversión ¿lo tienen previsto?

– El sector editorial español, y el de Madrid incluido, es la cuarta potencia mundial de edición, esto no hay que olvidarlo. Por tanto somos un sector competitivo. A lo largo de los años, la edición española se ha hecho mayoritaria en Latinoamérica. Las empresas han sido capaces de afrontar un mercado ¿qué quiero decir con esto? que los editores españoles tenemos un gran dinamismo, tenemos una enorme competencia, hay empresas de todos los tamaños altamente competitivas y por tanto el sector está preparado para ello. ¿Qué se puede hacer? Pues cada uno tendrá que hacer lo que le corresponde. Hay elementos fundamentales como la protección de la propiedad intelectual –que corresponde al Gobierno, principalmente– mediante una regulación fiscal seria, adaptada al nuevo

entorno. Los editores necesitamos una práctica seria por parte de las autoridades. Desgraciadamente en este país los editores hemos tenido que actuar frente a autoridades de diferentes niveles de la Administración por prácticas poco respetuosas con la propiedad intelectual. Es un problema grave. Nosotros no somos, ni queremos ser, un sector subvencionado queremos ser un sector protegido como el sector cultural y con unos entornos legales que nos permitan actuar. Es gravísima la intromisión que algunas administraciones tienen en la construcción de algunos entornos digitales o en la remuneración de algunos mercados como puede ser el mercado escolar.

– Desde la Asociación de Editores de Madrid ¿cómo se ayuda a los editores asociados a abordar este proceso de digitalización?

– La Asociación ha presentado un programa en cuatro puntos que expusimos en la última Asamblea. Uno de los focos de esos cuatro puntos es acompañar a los editores en todo lo que tiene que ver con esta transformación. Esto lo hacemos colaborando estrechamente con la Federación. También estamos preparando el Plan de Formación que se va a dotar con varios miles de euros y que estará orientado al mundo digital.

– ¿Hay recepción por parte de todos los editores, no sólo de los grandes?

– Precisamente la Asociación sirve para ase-



gurar que este tipo de servicios llegue a todos. Nuestro objetivo es que no haya ninguna editorial que se quede fuera de este proceso de reflexión. Hay una gran comunicación y receptividad por parte de todos. Dos casos concretos: ANELE está desarrollando un portal con todos los editores, Librandia también se ha abierto a todos los editores que lo deseen. También está ENCLAVE. En el sector editorial todo se hace abierto y yo creo que hay que recuperar el liderazgo de la Federación.

– ¿Por qué, hay demasiado protagonismo por parte de algunos gremios?

– Yo creo que ha habido algunos desencuentros entre algunos gremios y la FGEE, pero eso ha ocurrido de vez en cuando y en la historia. Creo que ahora se ha restablecido la conexión, la comunicación porque son momentos en los que tenemos que trabajar juntos y mirar hacia fuera.

– Es curioso que, justo en esta época tan complicada, están surgiendo muchos pequeños editores con apuestas arriesgadas e incluso novedosas, y fuera de los territorios habituales de la edición en España

¿qué lectura se le puede dar a esto?

– Hay una primera lectura y es que en tiempos de dificultad, normalmente, aumenta también la creatividad porque se abren espacios para los que, a lo mejor, los agentes que estaban ocupando ese mercado anteriormente tienen menos actividad. Ésta es una primera característica, no sólo positiva, sino fantástica. Es importante que las personas se animen a emprender nuevas aventuras editoriales en momentos de cambio, porque es cuando todos tenemos que cambiar y se pueden abrir nuevos espacios. En segundo lugar, creo que la edición española no ha perdido vitalidad, ni mucho menos, y se ha demostrado que pequeñas editoriales pueden pervivir en el tiempo sin la ansiedad de llegar a ser grandísimas editoriales, no todo el mundo tiene que crecer desorbitadamente. No tienen por qué desaparecer, el entorno permite que vivan. No es éste el momento en el que los grandes grupos fagocitan a los pequeños.

– Volviendo al tema digital ¿será Librandia el punto de inflexión que todos esperan para la comercialización de los e-books?

– Punto de inflexión no, es un instrumen-

to imprescindible. El punto de inflexión lo marcará siempre el mercado. Los editores evidentemente movemos el mercado, pero en las cuestiones del mundo digital hay una circunstancia que se nos escapa a los editores y que antes no existía y es que son los tecnólogos los que marcan el ritmo, si no hay un Amazon o un Kindle, yo puedo tener todos mis libros en posibilidad de descarga, pero si no existe ese aparato, o existe pero no llega a los que compran libros, yo no voy a vender. En el caso de iPad sucede lo mismo, se ha creado un nuevo tipo de aparato que requiere nuevas necesidades de contenido. El papel de los editores, claro que es importante, pero tenemos una dependencia tecnológica. El mundo digital aporta un elemento muy importante que es muy ambivalente y puede ser muy peligroso y es que es la tecnología la que marca. Si Amazon no construye un aparato asequible y que llegue al mercado, por muchos contenidos que yo tenga, eso no va a funcionar. Librandia es un instrumento imprescindible porque pondrá a disposición del lector un montón de contenidos en posibilidad de descarga, pero ahora dependerá del mercado.

– ¿Está la sociedad preparada? Ahora en la escuela se trabaja más con medios digitales, los niños poco a poco se irán convirtiendo en usuarios digitales, pero ¿y los padres? ¿están preparados?

– Como siempre coincide que los niveles sociales donde hay un mayor nivel cultural, que no económico, están más preparados para los cambios. La tarea de la escuela es fundamental pero, insisto, no se debe plantear la llegada del mundo digital como una contraposición, sino como una ampliación. La escuela tiene que iniciar en el mundo digital pero también tiene que iniciar en la lectura. Por eso, la escuela debe asumir el mundo digital como un elemento al que tiene que llevar al niño, pero contemporáneamente la escuela tendrá que hacer descubrir al niño el valor de la lectura sea en el soporte que sea. Y en esto la escuela tiene que avanzar un poco más. El nivel de informatización, de conexión en España es muy bajo todavía, más, incluso, que en algunos países latinoamericano y no ha avanzado en este sentido tanto cómo se esperaba.

– Volviendo a la Asociación de Editores de Madrid, en estos cuatro años que dure su presidencia ¿qué pretende conseguir de la Asociación?

– Presentamos un programa de cuatro puntos. El primero es participar, e incluso liderar –por qué no, ya que somos una parte muy importante de la edición española– la necesaria transformación de los órganos del sector. El sector editorial tiene actualmente una estructura de diferentes organismos que proceden de la Transición y tiene unos estatutos que se han ido reformando pero no responden a la realidad actual. Es imprescindible acometer una reforma del sector que considere cuáles son las estructuras que necesitamos. Este primer punto tiene que ver con la relación con la Federación porque pensamos que éste es un reto que hay que abordar entre todos.

El segundo, acompañar a los editores en este momento de transformación, sobre todo a nivel digital, centrando todos los planes de formación en esa cuestión.

El tercero tiene que ver con la comunicación interna de la Asociación, se ha elaborado ya un plan para cambiar la estructura de la página web, cambiar la estructura de la comunicación entre la Junta y los propios asociados que se desarrollará a lo largo de este año. Hemos elaborado también un plan de comunicación interna y externa que no existían.



“Hay que recuperar el liderazgo de la Federación”

El cuarto tiene que ver con el propio funcionamiento de la Asociación. Creemos que tiene que cambiar la estructura de la Secretaría de la Asociación, funciona muy bien, pero tiene que tomar todavía un poco más de protagonismo y separar los elementos de gestión diaria de los elementos de la Junta porque en esta Asociación ha habido hasta la fecha demasiada presencia de la Junta en la gestión diaria.

– ¿Ha habido acuerdo general en estos puntos?

– Sí, todo el mundo ha apoyado el plan.

– ¿Cuántos socios hay en la AEM?

– Empresas agremiadas 316, domiciliadas en Comunidad de Madrid 285. La facturación en el sector en Madrid es de 1.340 mi-

llones de euros (datos de 2008) y la exportación también es importante porque supera los 100 millones de euros.

– ¿Qué tipo de empresa predomina en Madrid?

– Hay tres grandes grupos, además de una parte de Grupo Planeta (Espasa, Temas de hoy y Casa del Libro), entre 30 y 40 editoriales consideradas medianas, el sector jurídico es muy importante en Madrid, y hay además muchísimas editoriales pequeñas y muy pequeñas que representa una gran riqueza para la producción cultural. Está, en general muy estabilizado, sólo hay cambios en el entorno de las pequeñas ya que algunas crecen y otras desaparecen.

– ¿A qué se refiere en concreto cuando habla de una transformación en los órganos del sector?

– En este momento el sector del libro tiene diversos organismos, FGEE, FEDECALI, ANELE, Cámara del Libro, Gremios, un montón de comisiones (religiosos, jurídicos, pequeños...) toda esta amalgama habría que ordenarla un poco, porque la estructura ha ido creciendo y hay que poner un poco de orden para no ralentizar mucho la gestión.

– ¿Cómo ve el presidente de la Asociación de Editores de Madrid el futuro del libro en España, y en Madrid en concreto?

– Hay elementos del mundo digital que se van a imponer, sin ningún tipo de duda. El acto creativo del autor, por medio de los editores, llegará a diferentes soportes y en función de éstos habrá diferentes relaciones con los clientes. Eso ya se está produciendo y se va a producir más. Se irá desarrollando en la medida que se ajuste la oferta con la demanda, como siempre ha ocurrido, pero creo que éste es el futuro. En este momento, en contra de lo que piensa la gente, hay más oferta que demanda porque hace falta un lector que apueste por tecnología con capacidad adquisitiva y que se introduzca en el mundo lector. El editor tendrá que evolucionar para dar este servicio a los autores que ahora van a tener más posibilidad de que sus contenidos estén al alcance del público lector.

– ¿Cómo le gustaría que le recordaran en su paso por la presidencia de la Asociación de Editores de Madrid?

– No sé cómo me van a recordar. Cuanto más desapercibido pase el presidente mejor, lo importante es hacer las cosas que tenemos que hacer; ésa será la mayor satisfacción **D**