

PROFESIONALES

## “Los editores llevamos unos cuantos años anclados en el crecimiento cero”

### Entrevista

Javier Cortés

PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE EDITORES DE MADRID

Juan Manuel Barberá

MADRID. Javier Cortés es el director general de ediciones SM y el nuevo presidente de la Asociación de Editores de Madrid. Preocupado por la situación del sector en general, no piensa que el libro digital sea un enemigo, sino otro soporte con el que hay que convivir –ya se hace, de hecho– y que está cambiando no sólo el marketing, sino la relación con los clientes. No obstante, y aunque reconoce que hay que cambiar la forma de contactar con el público más joven, Cortés es de los que piensan que el poder de las redes sociales no es tan grande.

**P ¿Por qué cree que las redes sociales no son tan poderosas como se publicita?**

**R** Creo que, en general, el mundo de la Red está un poco sobrevolado y las redes sociales también. Pero esta afirmación no es excluyente; muy al contrario, yo creo que los dos mundos representan realidades sinérgicas.

**P ¿Cree usted que hay dos generaciones, una analógica y otra digital, que son incompatibles?**

**R** Las nuevas generaciones se han incorporado a la lectura desde lo digital. Esto es importante y supone un reto aún mayor para quienes nos dedicamos a la edición de literatura infantil y juvenil. Pero no creo que la digitalización afecte a todos los libros por igual. Hay sectores en los que supone una ventaja evidente como en el mundo de las enciclopedias, pero lo importante es mantener el hábito de lectura entre la población.

**P ¿Usted piensa que el libro de papel va a morir?**

**R** Creo que el mundo digital lo que ha traído son nuevas experiencias, una ampliación a otro soporte, pero no creo que el papel vaya a morir. De hecho, en muchos colegios se sigue fomentando la lectura y, desde luego, la textura del papel transmite sensaciones que otros soportes no pueden. Incluso la venta de libros de literatura infantil y



elEconomista

**Propiedad intelectual:** “Hay políticos que, atendiendo a un falso progresismo, han presentado a Internet como un lugar donde conseguir cultura gratis”

**Digital:** “Los editores no nos oponemos al mundo digital, es más, estamos preparados para asimilarlo. El problema es que no se respetan las leyes”

juvenil ha crecido. Pienso, en todo caso, que los chicos van a combinar ambos soportes y esto es lo más globalizador.

**P ¿Cuántas editoriales agrupa la asociación de Madrid y cuál es su facturación?**

**R** En total son 316 –285 de Madrid y 31 de otras comunidades– y la facturación durante 2008 fue de 1.338 millones de euros, lo que representa el 42 por ciento sobre el total del sector a nivel nacional. En cuanto a las exportaciones, éstas alcanzaron los 106,5 millones de euros en ese mismo año.

**P Y eso traducido, ¿significa que el sector editorial crece o, por el contrario, está estancado?**

**R** El sector editorial está en crecimiento cero desde hace algunos años. La cifra de facturación anual de 3.000 millones de euros –unos 500.000 millones de pesetas– lleva sin alterarse muchos años. Nuestra gran ventaja es el mercado Latinoamericano, donde aún tenemos cosas que decir.

**P Hablemos un poco de hábitos de lectura en España, ¿es cierto**

**que leen más las chicas que los chicos y las mujeres que los hombres?**

**R** Éste es un fenómeno universal. Hasta la adolescencia, chicos y chicas van de la mano en cuanto a lectura, pero a partir de entonces ganan ellas.

**P ¿Conoce alguna receta eficaz para inculcar hábitos de lectura?**

**R** Un método es plantear la lectura como una diversión y no como una obligación. A los niños se les debe inculcar en el placer de profundizar en la lectura frente a la superficialidad de Internet. Este es el gran antídoto y el mensaje puede ser “te voy a contar una historia que te va a interesar”. Pero, repito, no son mundos opuestos como parece que se nos quiere presentar y los editores estamos preparados para la transformación digital desde hace años.

**P Un problema de la Red es comercializar sus contenidos, ¿por qué todo el mundo piensa que Internet debe ser gratis?**

**R** Apple, con iTunes, y Amazon, han demostrado que se puede cobrar por los contenidos y ganar dinero. Esto de que la gente no quiera pagar por lo que busca en la Red es un problema español. Algunos políticos, desde una postura pseudoprogresista, se han lanzado a la piscina presentando cultura para todos y gratis en Internet.

**P Pero es que en España la cultura nunca se ha visto como negocio, ¿no?**

**R** Ésa es la cuestión clave. Para los políticos la cultura no es negocio y nunca se ha traducido en ingresos. Por eso, entre otras cosas, hoy somos uno de los países más piratas del mundo. Hasta Obama le instó a Zapatero a que pusiera freno a las descargas ilegales. El problema es que como en nuestro país no se vive de la creación, no se hace caso de la propiedad intelectual y, además, esto se ha visto favorecido por ciertas decisiones políticas erróneas y muy lesivas.

**P La pregunta final obligada es si aún estamos a tiempo de salvar esta industria.**

**R** No lo sé, pero está claro que lo pagaremos. Es inaceptable que se paguen a las Belén Esteban de turno, que embrutecen a la sociedad, y no por la propiedad intelectual. Pero, que quede claro, que no nos oponemos al mundo digital, nuestro miedo viene de que no hay nada regulado y no se respeta la ley.

**@ Más información** relacionada con este tema en [www.eleconomista.es](http://www.eleconomista.es)