

Mercado editorial

El libro, en la cuerda floja

Las cifras de ventas no son malas, pero podrían ser mejores. En España no se lee, pero se compran libros, aunque los datos pueden cambiar rápidamente como consecuencia de nuevas realidades como el libro electrónico. La industria editorial capea el temporal como puede

TEO PALACIOS

Más de 355 millones. Ese es el número de libros que se editó a lo largo del año 2007. Esta cifra se ha ido superando año tras año, aumentando en más de 25 millones desde el año 2002 hasta la fecha. El valor de las ventas de libros fue, durante 2007, de 3.125 millones de euros.

Las pocas cifras presentadas sirven para comprender que el mundo editorial parece gozar de buena sa-

lud, y que es una tendencia que se ratifica un ejercicio financiero tras otro. Sin embargo, desde hace años se habla en los círculos literarios sobre la crisis del sector editorial. ¿Cómo es posible? ¿Está el mundo del libro realmente en recesión o incluso en franca crisis, como insisten algunas voces?

Un simple ejercicio matemático demuestra que, ciertamente, algo extraño sucede. Si durante el año 2002 el porcentaje de ventas sobre los libros editados se situaba por encima del 82 por ciento, en el año

2007 ese porcentaje había descendido hasta el 70 por ciento. Esto quiere decir que más de 107 millones de ejemplares quedaron sin venderse, provocando una pérdida total de más de mil doscientos millones de euros, si se tiene en cuenta el precio medio señalado por libro. Una cantidad lo suficientemente importante como para poner en crisis a cualquier sector.

De hecho, hay editoriales que aseguran que son deficitarias. Carlos Alonso, editor de Pàmies, explica por qué a algunas editoriales les



sucede esto: “El negocio editorial es complicado, eso está claro. Nosotros intentamos que nuestro punto de equilibrio esté en el 50 por ciento de la tirada o un poco más abajo. Lo que ocurre es que muchas veces no llegas a esas cifras; es frustrante. Luego, los pocos lectores que compran esos libros te envían correos entusiastas para que sigas publicando a ese autor... Es un

ventas. Carlos Alonso, sin embargo, desestima esa idea: “Cada una tiene su público objetivo, y eso es lo que tiene que buscar. Creo que las editoriales fracasan porque no saben conectar con el que sería ese público objetivo propio; el que lo consigue, puede llegar a vivir muy bien, aunque es complicadísimo”.

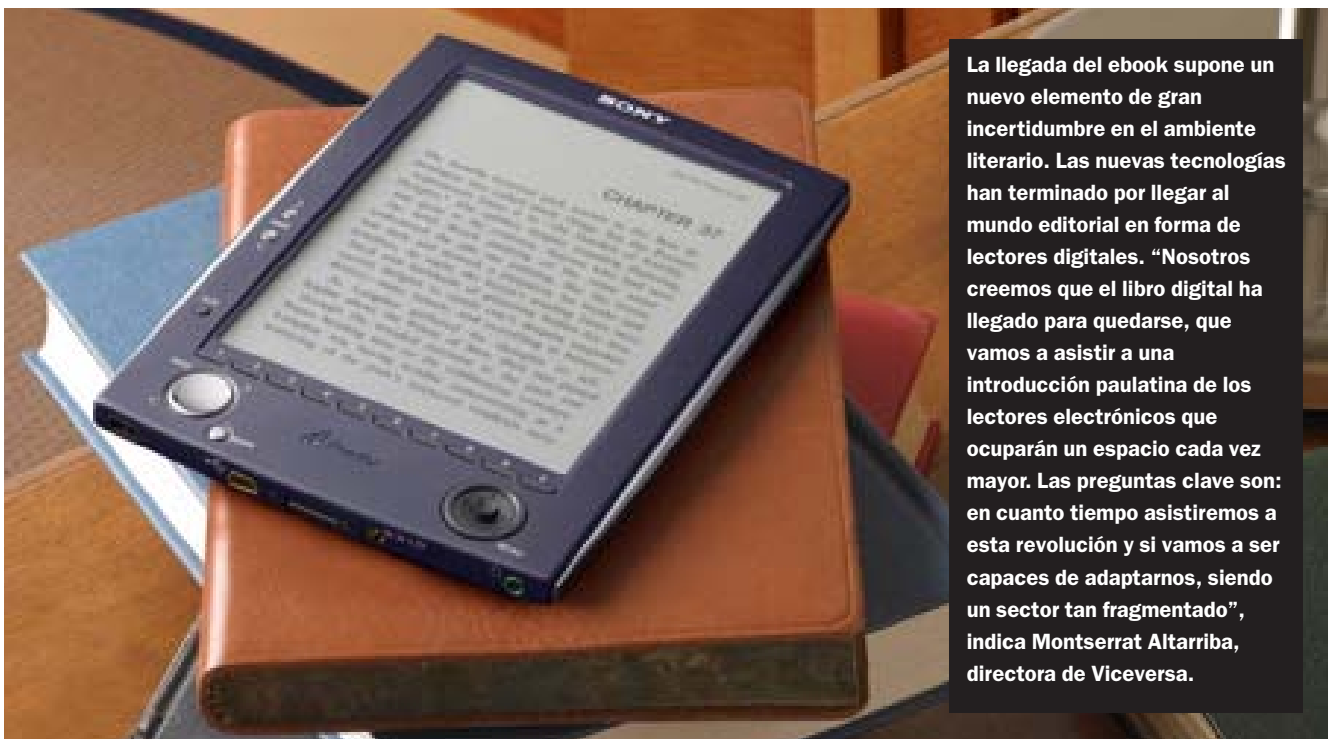
A pesar de ello, incluso con semejante panorama hay personas

Si durante 2002 el porcentaje de ventas sobre los libros editados se situaba por encima del 82 por ciento, en 2007 esa cifra había descendido hasta el 70 por ciento

problema de distribución, de que se vean tus libros, y eso es muy complicado con la cantidad de títulos nuevos que se publican cada año. Ahí sí que tenemos problemas los pequeños editores”.

Y eso pese a que algunos opinan que las pequeñas editoriales ofrecen una calidad literaria muy superior a la de los grandes super-

emprendedoras y entusiastas que apuestan por la cultura del libro. Además de Pàmies, otro claro ejemplo es el de Editorial Viceversa, empresa fundada en los últimos meses de 2008. Montserrat Altarriba, su Directora General, indica que lo que les llevó a fundar la editorial en un ambiente tan negativo fue “una ilusión: fortalecer la lectura



La llegada del ebook supone un nuevo elemento de gran incertidumbre en el ambiente literario. Las nuevas tecnologías han terminado por llegar al mundo editorial en forma de lectores digitales. “Nosotros creemos que el libro digital ha llegado para quedarse, que vamos a asistir a una introducción paulatina de los lectores electrónicos que ocuparán un espacio cada vez mayor. Las preguntas clave son: en cuanto tiempo asistiremos a esta revolución y si vamos a ser capaces de adaptarnos, siendo un sector tan fragmentado”, indica Montserrat Altarriba, directora de Viceversa.

como alternativa de ocio, como cultura y como negocio. Y surge de una vocación familiar que nos transmitió nuestro padre de amor por los libros”. Ella indica que pese a que la acogida por parte de librerías, agentes y distribuidores fue muy buena, eso no les ha privado de encontrar algunas dificultades.

Ilusión pese a todo

Una de ellas ha sido “la introducción de un nuevo sello editorial en un panorama ya sobrecargado de oferta”. Aunque tal vez las más importantes hayan sido “las derivadas de una venta que en estos momentos está floja para todos. Los últimos datos nos hablan de una caída en las ventas en torno a un quince por ciento, a la que además hay que descontar la magnífica venta que ha generado por sí sola el fenómeno Larsson”.

De modo que toda la ilusión del mundo no es suficiente para detener las cifras que, al fin y al cabo, mandan en todo negocio. Y, pese a que los porcentajes de venta siguen bajando, las editoriales cada vez

editan un mayor número de títulos. Podría decirse que en algún momento se inició una loca carrera por editar tanto como fuera posible, aún haciendo para ello ejercicios acrobáticos en la economía empresarial, con el fin de descubrir el best-seller de turno, ese libro que conecte con el gran público y del que se vendan cientos de miles o incluso millones de ejemplares. El libro de todos los

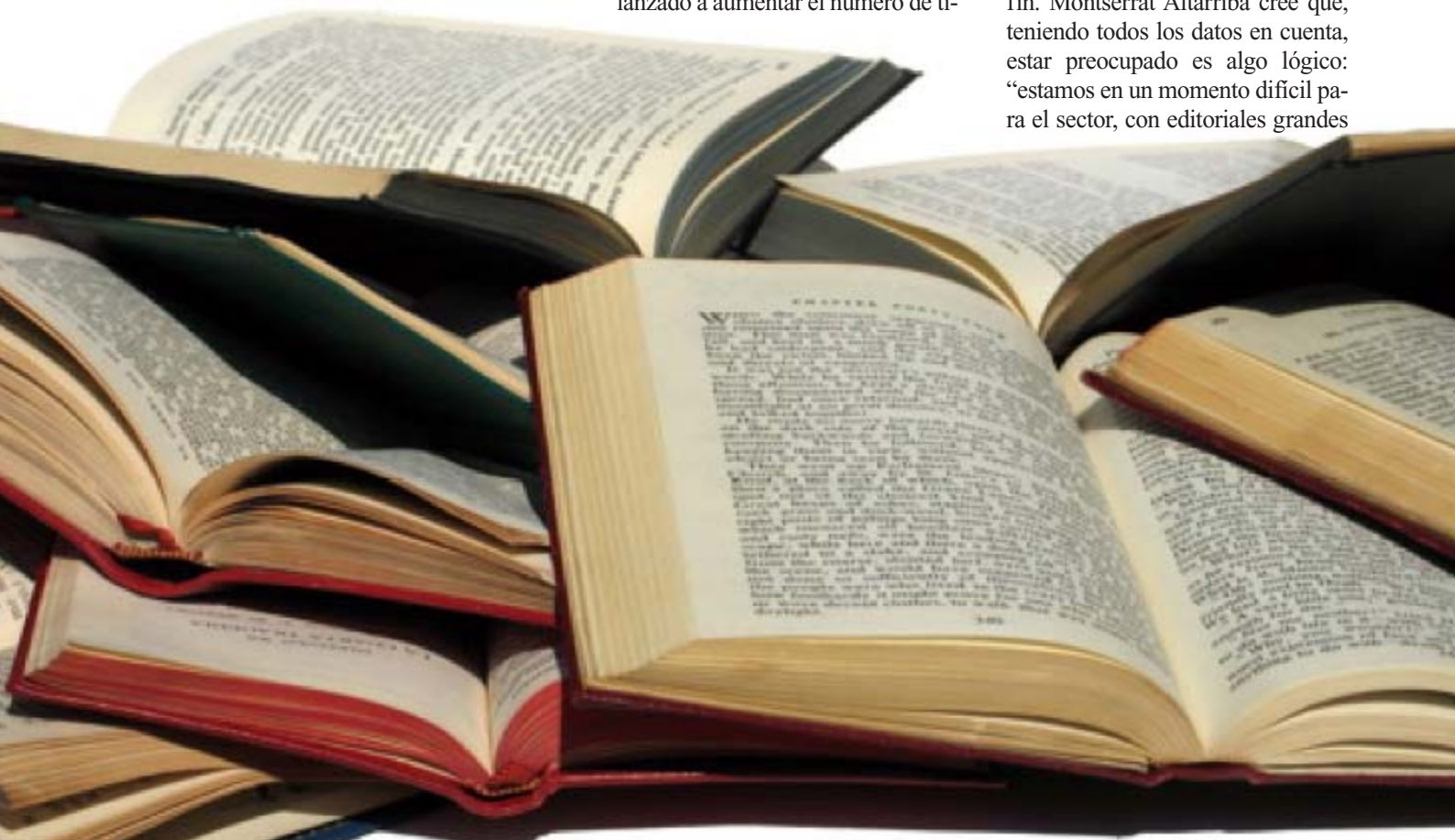
títulos publicado, intentando así generar la misma venta”.

Por supuesto, esa actividad conlleva riesgos y consecuencias. Una de ellas es la alta cifra de libros devueltos, con la consecuente pérdida económica anteriormente citada. Otra, que las tiradas son cada vez más pequeñas. De hecho, durante 2008 la tirada media de los libros editados fue la menor de los últimos

En algún momento se inició una loca carrera por editar tanto como fuera posible, sin importar demasiado las consecuencias, con el fin de descubrir el best-seller de turno

libros. Montserrat Altarriba explica esta corriente: “La tendencia de estos últimos años, y esto se ha acentuado con la crisis, es que la venta se concentra en unos pocos títulos, lo que lleva a dispersar y reducir tanto la tirada como la venta de todas las demás novedades. Las editoriales que necesitan facturar para cubrir gastos de estructura se han lanzado a aumentar el número de tí-

diez años. Esto supone que la competencia por un sitio en los anaqueles de las librerías es feroz, la vida media de los libros cada vez más corta —se comenta que apenas sobreviven más de quince días—, y las posibilidades de venta de los nuevos títulos se reduce de manera alarmante. Como suele decirse, un círculo vicioso que parece no tener fin. Montserrat Altarriba cree que, teniendo todos los datos en cuenta, estar preocupado es algo lógico: “estamos en un momento difícil para el sector, con editoriales grandes



y pequeñas amenazadas en sus cuentas de resultados, y con la amenaza de una revolución tecnológica brutal, la llegada del ebook”.

La llegada del ebook es ciertamente un nuevo elemento de gran incertidumbre: las nuevas tecnologías han terminado por llegar al mundo editorial en forma de lectores digitales. “Nosotros creemos que el libro digital ha llegado para quedarse, que vamos a asistir a una introducción paulatina de los lectores electrónicos que ocuparán un espacio cada vez mayor. Las preguntas clave son: en cuanto tiempo asistiremos a esta revolución y si vamos a ser capaces de adaptarnos, siendo un sector tan fragmentado”, indica la directora de Viceversa.

Al abordaje del libro

Precisamente la piratería literaria es algo que preocupa especialmente a las pequeñas editoriales. Ya en 2003, un grupo de pequeños editores realizó un manifiesto común denunciando la falta de atención del gobierno, el gravísimo problema que causaba el fotocopiado de libros, la escasa atención a la importancia de la lectura, etc... Carlos Alonso dice que “el tema de internet sí es un problema. Pongo un ejemplo: a la semana de sacar uno de nuestros títulos, éste ya estaba pirateado en la red y tenía trescientas descargas, cifra que podía significar un quince por ciento de nuestras ventas, ¡a la semana de publicarlo! Es decir, alguien se había comprado el libro y se había molestado en pasarle un OCR página a página para subirlo a la red. Estoy temblando con el ebook”.

Aunque todavía siguen sin tener una gran implantación en el mercado, cada vez aparecen más modelos de lectores de tinta electrónica. De hecho, las grandes superficies y tiendas especializadas se frotaron las manos con la llegada de las compras navideñas, pues la previsión era que el lector digital podría



Carlos Alonso, director de la editorial Pàmies, explica que, para enfrentarse a los ‘megaventas’, una editorial pequeña “tienes que llamar la atención del lector poco a poco: sacando títulos de calidad con cubiertas atractivas, acertando con los temas de tus novelas”

convertirse —y así ha ocurrido— en uno de los regalos estrella. Ante ese panorama, las editoriales comienzan a concentrar esfuerzos en digitalizar sus fondos editoriales. Roca, por ejemplo, ya ha anunciado que a primeros de año tendrá disponibles los primeros títulos en este formato. Si bien todavía no hay un catálogo digital de libros de una gran profundidad, no puede pasarse

por alto que la Feria del Libro de Frankfurt, considerada la más importante del mundo en este sector, ha tenido un marcado interés por el futuro del libro. Viceversa indica que también están empezando a moverse en ese sentido: “gestionando la cesión de los derechos digitales de los libros que publicamos. Y siendo como somos una editorial todavía muy nueva, aprendiendo

En 2003 un grupo de pequeños editores realizó un manifiesto común denunciando la falta de atención del gobierno ante el grave problema de la piratería literaria

cada día, estando muy atentos a las iniciativas que están tomando los grandes grupos editoriales que son los que van marcar las reglas”.

Precisamente el hecho de que las grandes editoriales no se hayan posicionado de forma clara en este sentido provoca que, por ahora, se observen más preguntas que respuestas: ¿cuál será el precio medio de los nuevos textos digitales? ¿Cómo se efectuará el pago? Algunas editoriales se plantean un modelo de “tarifa plana”, en que el que el usuario pagaría una suscripción para tener acceso a todo el catálogo. Otras prefieren micropagos, e incluso pago por capítulos. Algunas voces mantienen que los precios deben ser superiores al de los libros tradicionales, aunque la mayoría opina que debe ser inferior. Pero incluso aquí las posibilidades son innumerables, y se propone un descuento en cuanto al precio del formato clásico de entre un diez y un treinta por ciento. Muchas incógnitas que vienen a sacudir un poco más la convulsa realidad del mercado del libro.

Bien ante la crisis

Sea como sea, lo cierto es que, al menos por el momento, el sector editorial parece estar capeando con solvencia la crisis mundial. Durante la feria del libro de Madrid 2008, su director, Teodoro Sacristán, declaró que habían superado las cifras de ventas del año anterior y que la crisis no se había hecho notar. Hace tan sólo unas semanas, José Manuel Lara, presidente de Planeta, indicaba que en un año tan complicado como el actual en sentido económico, el mundo del libro estaba resultando de los menos afectados.

Y no parece que los últimos grandes lanzamientos vayan a sufrir demasiado. *El Símbolo Perdido*, la última novela de Dan Brown, tuvo una primera edición, para Canadá, Inglaterra y Estados Unidos, de más de seis millones de ejemplares,



Aunque todavía siguen sin tener una gran implantación, cada vez aparecen más modelos de lectores electrónicos

si son ciertas las noticias que se publican. En España la cosa tampoco parece ir demasiado mal para los megaventas. El famoso Carlos Ruíz Zafón vio como publicaban un millón de ejemplares de *El juego del ángel*, su última obra hasta la fecha. Ildefonso Falconès, por su parte, colocó en el mercado su segunda novela, *La mano de Fátima*, con medio millón de libros.



Publicar un libro no significa que éste llegue a las mesas de novedades de las librerías.

Pero esa es una realidad bien distinta a la tirada media, que apenas supera los cuatro mil ejemplares. Una cosa son las grandes empresas, y otra las pequeñas editoriales, que suministran cientos de nuevos títulos semana a semana.

El editor de Pàmies explica cuál es su sistema para enfrentarse con esos megaventos: “Tienes que llamar la atención del lector poco a poco: sacando títulos de calidad con cubiertas atractivas, acertando con los temas de tus novelas, dejándote mucho tiempo para promocionar tu sello, creando un vínculo con los agentes literarios para no ser el último de la fila a la hora de que te llegue un manuscrito de calidad, culti-

el sector del libro debe competir por su porción dentro del mundo del ocio. Según indica su Directora General, “parece un gran desafío. Pero desde Viceversa sí que estamos convencidos de que el camino del futuro está en buscar alianzas entre esas distintas alternativas de ocio con la lectura”. Y dando ejemplo sobre esto, lanzaron su premio literario As de Picas, en colaboración, nada menos, que con el gigante de la diversión: Playstation. Montserrat Altarriba explica que con esa iniciativa quieren “significar la unión entre estos dos mundos que se han dado la espalda hasta ahora, la lectura y el videojuego. Encontrar fórmulas imaginativas de cru-



A pesar del auge del libro electrónico, muchos defienden el formato tradicional.

vando la relación con los librereros. Hay mil cosas por hacer. Se pelea con creatividad. Aunque es cierto que las ventas se están concentrando cada vez más en pocos títulos. Al lector se lo comen con las brutales campañas de publicidad que hacen los grandes”.

Carlos Alonso añade que, para superar todos estos problemas y permanecer a flote, el secreto es “apretar los dientes, y sobre todo, tomarte el negocio de forma fría (que es lo más complicado), aunque eso suponga que proyectos maravillosos se vayan al traste”.

Editorial Viceversa propone que

ces entre las aficiones tanto de jóvenes como de adultos nos parece una buena manera de intentar fomentar la lectura”.

Visto lo visto, y considerando todos los elementos, se puede afirmar que son, desde luego, y pese a lo que las cifras puedan indicar, tiempos difíciles para el sector editorial. Carlos Alonso no puede ser más gráfico al resumir la situación: “Hablemos claro: me encanta mi trabajo, pero tenemos que vivir de esto, como vive cualquier hijo de vecino de su profesión; nosotros también tenemos una familia detrás”.



**Secretariado de Misiones
SELVAS AMAZÓNICAS**
C/Carle Cerdà, 111 - 4º - 28004 Madrid
www.selvasamazonicas.org



Una institución de ayuda a los misioneros en la selva peruana. Nuestro trabajo conduce a esos pueblos hacia la plena liberación de la marginación, el etnocidio y la esclavitud. Nuestra fuerza es su generosidad. Ayúdenos

Deposita su donativo en:
Banco de Santander CCC:
0049 3160 76 2993012381
Caja Madrid CCC:
2038 1007 01 6001091902
Caixa Catalana CCC:
2013 0735 11 6200443742