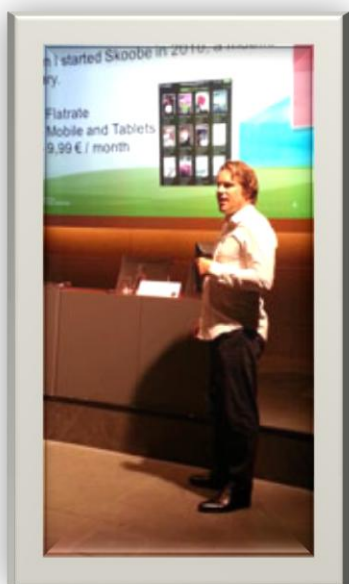


‘EL AUTOR EN EL NUEVO MUNDO DE LA EDICIÓN’, UNA JORNADA PARA LA REFLEXIÓN

La Asociación de Escritores de Euskadi / Euskadiko Idazleen Elkartea organizó el pasado 20 de septiembre una jornada para debatir sobre el presente y el futuro de la edición.

En el espacio de la Alhóndiga de Bilbao la [AEE/EIE](#) propuso realizar un amplio análisis de la situación y relación actual entre la escritura y la edición, para determinar las oportunidades creativas y/o de negocio derivadas de estos nuevos tiempos. Por las opiniones de los protagonistas de las mesas redondas y las ponencias parece que se consiguió. Han resaltado la actualidad del debate y la visión de conjunto que se ofreció entre todas las opiniones, incluidas

las del público. Con esta jornada la AEE/EIE ha aportado información de primera mano, proveniente de escritores y también de especialistas en empresas e iniciativas punteras en las nuevas formas de edición literaria.



Tras la presentación por parte de María Eugenia Salaverri, presidenta de la AEE/EIE, tomó la palabra Christian Damke, socio de [Open Publishing](#), plataforma que ofrece servicios a autores, editores digitales, agentes y traductores en la producción, distribución, comercialización e incluso la publicación de libros. Damke contó su experiencia sobre las nuevas formas de edición. “El papel se va a quedar y convivirá con lo digital”, dijo y afirmó también que “la autoedición ha llegado para quedarse”. De la situación en su país, Alemania, apuntó que “un 51% de los autores que

editan en papel también lo han hecho en formato digital”. Cree que la edición digital es imparable y por eso “cada vez es más fácil editar lo que los autores escriben, en dos años los libros digitales superarán a los editados en papel”. Respecto a las tiendas electrónicas aseguró que “son mejores que las tradicionales, el cliente puede seleccionar entre cientos de miles de libros y recibir la compra en cualquier lugar y con rapidez”.

Respecto a la edición digital, Damke aseguró que “cuenta con unos plazos muy cortos y los gastos son menores, se puede vender más barato y ganar más”. El precio del libro digital es un elemento esencial, tal como muchos participantes en la jornada señalaron. Damke aportó el dato de que en “en el top 10 de Amazon el precio medio de venta de un libro es de 2,87 euros”. Las ventajas de la edición incluyen también que “los autores pueden contactar con sus lectores, intercambiar mensajes con ellos. Y, por poner un ejemplo, se puede enviar información de un nuevo libro a la gente que te ha leído antes”.

¿ADAPTARSE O MORIR?

Llegó después la mesa redonda 'El mundo de la edición hoy'. Moderados por el escritor Gonzalo Garrido, participaron Sergio Mejías ([Bubok](#)), Jesús Ortiz ([Milrazones](#)), Andrés Fernández ([Gremio de editores de Euskadi](#)) y Pepe Verdes ([Manuscritics](#)). Mejías dijo que "estamos en un sector en cambio y nadie sabe dónde posicionarse". Para Jesús Ortiz "el problema ahora es saber separar lo importante de lo que no lo es", y añadió que "hace tiempo que ha llegado la tendencia de que sean los que tienen interés en comunicar los que pagan", haciendo referencia a que son los escritores quienes asumen cada vez más los costes de la edición.

Flotaba en el ambiente la dificultad para adaptarse a los nuevos tiempos por parte de todos los agentes que intervienen en la edición. "El mundo editorial no siempre sabe gestionar los cambios", opinó Pepe Verdes, que nombró a "dos ganadores" en este nuevo panorama: "El autor y el lector". Y a un perdedor: "La industria tradicional que no sepa adaptarse. El sector editorial no está en crisis, la crisis es del modelo tradicional".

Para el representante del Gremio de Editores, Andrés Fernández, "la irrupción de lo digital podría ser la salvación del sector editorial". También señaló que "la autoedición no es algo nuevo, lo que cambia es la tecnología", y no olvidó en resaltar la piratería "como el gran problema".

Sergio Mejías se sumó al debate diciendo que "el problema es que siempre echamos la culpa a los demás. Espero que no desaparezcan las editoriales, pero tendrán que cambiar para sobrevivir". Jesús Ortiz vaticinó que "el libro tradicional sobrevivirá" y puso como prueba de ello "el incremento en el uso de las bibliotecas". Respecto a quién gana y quién pierde, dijo que "la palabra ADSL nos da una pista sobre los ganadores".

Pepe Verdes, que mencionó la contradicción de que "aumentan los lectores, pero en ventas en España estamos con cifras de 2003", destacó la labor de los editores: "No estoy de acuerdo con que no son necesarios, parte de su trabajo no lo está haciendo nadie". Respecto a la industria editorial aseguró que "la globalización demuestra que el tamaño de las empresas importa. Amazon está trastocando el negocio, está forzando al editor a bajar los precios".

Sobre la autoedición, Mejías afirmó que "hay libros autoeditados que son mucho mejores que algunos de los que sacan las editoriales. En la red al final el libro bueno y subido en condiciones es el que más vende".

LOS AUTORES A ESCENA

La siguiente mesa redonda, 'Esta es mi experiencia', reunió a los escritores [Fernando Aramburu](#) y [Mercedes Pinto](#), y al [librero Javier Cámara](#). Hizo de moderadora la escritora Ana Galdós. Abrió el fuego Pinto, que tuvo dos títulos entre los diez más vendidos de España, Alemania, Francia e Inglaterra (uno de ellos año y medio en el Top 100 de Amazon). "Al escritor no le define si es un autor independiente o no, lo hace su obra", dijo la escritora



granadina, al tiempo que aconsejaba “la autoedición para los autores que empiezan, pero no de cualquier manera, hay que cuidar el producto”.

Fernando Aramburu, uno de los narradores más destacados en lengua española, autor de tres libros de relatos y de más de media docena de novelas merecedoras de numerosos galardones, recordó que “la autoedición no la ha inventado internet, en 1981 mi primera obra

me la edité”. Sobre el debate si publicar en papel o en digital su opinión es que “la cuestión para el autor es cómo hacer que te lean”.

Javier Cámara, de la bilbaína [librería Cámara](#), cree que “el que se autoedita es porque quiere contar una historia y no sabe cómo llegar a una editorial tradicional”. Sobre las editoriales remarcó que “ha nacido un movimiento paralelo de editoriales independientes y en las librerías estamos apostando por ellas porque nos dan calidad. El principal problema que tenemos los libreros es poder seleccionar entre todo lo que nos llega, por eso me fío más de las editoriales independientes, porque en general apuestan por la calidad más que por la cantidad”.

Otro de los temas que más discusiones provocó fue el del gran esfuerzo que los autores han de hacer con la promoción, incluso a veces por encima del que exige la propia creación. “La promoción es el mayor problema que tenemos, yo quiero dedicarme a escribir, pero ahora tienes que estar dos o tres horas en las redes para llegar a los lectores”, aseguró Mercedes Pinto, quien contó su mala experiencia con algunos editores poco preocupados en apoyar a sus autores. Aramburu reconoció que “en las promociones de los libros a uno lo pastorean”, pero alabó la relación con su editorial, donde se siente “muy bien tratado”.

Javier Cámara puso sobre la mesa una afirmación que llegó a sorprender: “Son los editores de libros de texto los que en España tienen la sartén por el mango, ellos toman las decisiones sobre la política editorial”. Y añadió otro disparo: “Los departamentos de marketing son los que hoy tienen más peso en las editoriales”. Sobre librerías anunció que “se van a quedar como espacios bohemios, desaparecerán cuando se deje de estudiar en papel”.

CÓMO VENDER UN LIBRO

José Antonio Muñoz, periodista cultural especializado en libros y editor de la revista digital [‘Viaje a Ítaca’](#), abrió la sesión de la tarde con una charla titulada ‘Cómo y dónde vender mi libro’. Fue desgranando toda una estrategia para los autores consistente “en la necesidad de marcarse objetivos de promoción a corto, medio y largo plazo”. Y dio muchas e interesantes pistas para hacerlo. “Se puede aprovechar un suceso, una noticia que se relacione con nuestro



libro, aunque este lleve tiempo editado, para relanzarlo. Esto es mucho más fácil hacerlo si es un libro digital”.

Como periodista especializado recordó que tanto él como todos sus colegas reciben “una cantidad desproporcionada de libros” y por eso los autores tienen que ser cuidadosos a la hora de relacionarse con los medios. “Por ejemplo, no respondiendo de malas maneras si te han hecho una mala reseña”. Puso la

atención sobre los ‘booktubers’, vídeos hechos por gente muy joven que cuelgan en Youtube. Parece que crean tendencia y son objeto de deseo de las editoriales. “Las hay que quieren que entren en la promoción, pero lo normal es que muchos de estos jóvenes no estén interesados por libros que no tienen nada que ver con su forma de vida y sólo hablan de lo que les apetece”.

Sobre el uso de las redes sociales para la promoción, para Muñoz no es buena idea “publicar en ellas a todas horas ni hablar siempre de lo mismo, tampoco hay que repetir el mismo mensaje en todas las redes porque tienen públicos diferentes. Y es importante ser generoso con otros autores, no hablar todo el rato de lo buenos que somos”. Mientras tanto, desde los asientos del público, Gonzalo Garrido tuiteaba: “Yo no lo llamaría promoción en las redes sociales, sino interacción con los lectores”.

Ya acabada la jornada, Muñoz escribió en la etiqueta de esta jornada [#autoryedicion](#) lo siguiente: “Me queda la sensación de que los autores, en especial los que se autopublican, están muy indefensos, y hay que cuidarles”.

¿QUÉ SABEMOS DE DERECHOS DE AUTOR?

La última parte de la Jornada corrió a cargo de Javier Díaz de Olarte, experto en derechos de autor y jefe del Departamento Jurídico de [CEDRO](#), entidad dedicada “a defender los legítimos intereses de autores y editores de libros y publicaciones periódicas, facilitando y promoviendo el uso legal de sus obras”. Olarte comenzó recordando que “el autor tiene el derecho sobre su obra desde el momento que la crea”. Recomendó a los autores que “para gestionar sus derechos debe informarse y pelear antes de firmar un contrato, es conveniente que un especialista lo lea y vea si todo está en orden”. Sobre los numerosos datos que radiografían la industria editorial aseguró que “es un sector tan dinámico que esos datos ya no valen de un año para otro”. Cuando volvió a surgir el tema de la piratería, Olarte comentó que “se compra el ordenador y se paga la conexión a internet, pero luego no queremos pagar el libro y se descarga ilegalmente. Si compramos un libro adquirimos el soporte, pero no la obra. Hay que dejarse de eufemismos, piratear es robar”.

La presidenta de la AEE/EIE cerró la jornada con la satisfacción por el interés de todas las intervenciones y, tras hacer reír a los presentes con una anécdota sobre Pedro Muñoz Seca, puso una nota de optimismo: “Nos ha tocado vivir en un mundo muy complejo, pero cualquier tiempo pasado fue peor”.