

Libros, libros, libros...

SEPTEM EDICIONES



Septem Ediciones nació en el año 2000 de la mano de Marta Magadán. Con vocación de servicio al libro de texto universitario, en esta década larga de vida fue creciendo y desarrollándose hasta llegar a publicar también narrativa, poesía y ensayo. Hoy es un nombre imprescindible en el mundo editorial de Asturias.

Economista de formación, ¿soñó alguna vez con fundar y dirigir una editorial?

Sí. Muchas veces, al percatarme de que muchos de los trabajos de investigación que habíamos realizado otros compañeros y yo debían ser publicados en editoriales madrileñas o catalanas para tener un cierto impacto académico y que los investigadores e investigadoras de provincias, además, teníamos siempre más dificultades para acceder a publicar. Entonces pensamos ¿por qué no poner una editorial que publique ese tipo de trabajos desde Asturias? Ese fue el germen para una editorial de carácter universitario y científico que diese cabida a ese tipo de temas. Y así comenzamos en 2000, con más de dos lustros de vida a estas alturas.

¿Qué peculiaridades, frente a otras empresas presenta una industria cultural como es una editorial?

El libro en sí no solamente es un producto de consumo, como una silla o una mesa, sino que también tiene una transmisión de carácter cultural. Es un bien que perdura en el tiempo. Por eso hay que intentar equilibrar el componente económico con el cultural y social. Hay que lograr que el libro, como pro-

ducto, sea bueno y atractivo, y al mismo tiempo que la empresa editorial tenga las cuentas saneadas.

Parte del trabajo de muchas de las imprentas de la región, proviene del sector editorial. Pero junto a las imprentas, también se mueven las empresas de transporte y logística, las empresas dedicadas al diseño editorial, las librerías... Se mueve tal cantidad de colaboradores y de agentes alrededor de una editorial, que es una responsabilidad bastante grande. Hay que ser muy equilibrado.

Desde sus inicios de editorial universitaria y científica, fue abriéndose al campo más estrictamente literario, contando hoy en día con colecciones de narrativa, poesía y ensayo. ¿Esta diversificación vino dada por las circunstancias o fue algo pensado desde el principio?

Fue calculado y pensado desde los inicios del proyecto editorial. Solo hay una colección que nos falta por abrir, que es la destinada al libro infantil y juvenil. Teníamos previsto haberla iniciado en el 2009, pero en vista de las circunstancias económicas de crisis global lo hemos pospuesto para tiempos mejores.

Además, su editorial convoca dos premios literarios de narrativa, Premio Letras de Novela Corta y Premio de Novela Ciudad de Noega, este último en colaboración con la Universidad de Oviedo. ¿Qué plus aportan estas convocatorias a una editorial?

Fundamentalmente el poder identificar el valor literario y el talentos de los escritores y escritoras que se presentan a través de los premios y adquirir un *know-how* de cara a seleccionar otras obras que llegan al margen de los premios literarios. La concesión de un premio literario puede verse como un signo de prestigio, pero no perdamos de vista que el verdadero prestigio no lo otorga el premio en sí sino la calidad de quienes han sido merecedores del mismo. Por otra parte, desde Septem tenemos la profunda convicción de devolver a esa misma sociedad parte de lo que recibimos, como empresa, de ella. Y en este sentido pretendemos potenciar nuevos valores literarios ofreciendo una plataforma más desde la que lanzar el vuelo hacia la carrera literaria.

Fue usted presidenta del Gremio de Editores de Asturias, por lo que conoce perfectamente ese mundo. ¿Cuáles son los retos a los que se enfrenta una editorial pequeña y periférica?

Hoy en día hay dos retos: uno que sería la distribución y otro que sería el tecnológico. Aquella empresa editorial que no se posicione tecnológicamente ante los cambios tanto en la producción como en la distribución y la comunicación tendrá verdaderas dificultades para posicionarse en un mercado cada vez más competitivo y cada vez más global y abierto.

Las empresas editoriales, con independencia de su tamaño, se enfrentan a un gran desafío, que es su asentamiento de la edición en red, el progreso del comercio electrónico del libro, el recurso creciente a la impresión *just in time*, *kanban* o bajo demanda y la aparición de sencillos terminales de descarga, que incluso hacen innecesario el ordenador personal.

Otra gran preocupación para las editoriales independientes es el cambio que se está produciendo en los canales de comercialización: actualmente el volumen de ventas de libros en las grandes superficies, que supone el 20% del mercado. Esto implica que cada vez se vendan menos libros de fondo, ya que en este tipo de establecimientos solo hay espacio para los libros de alta rotación o de choque.

Además, el sector editorial no es ajeno a las crisis económica, en estos últimos meses están desapareciendo muchas edi-

toriales y librerías, pero a mi juicio, los grandes afectados están siendo los distribuidores.

En la cadena de creación-producción-difusión-venta del libro, ¿qué deficiencias ve? ¿Cuáles son los eslabones más débiles de la cadena?

La irrupción de las nuevas tecnologías ha roto la cadena tradicional del libro, de editor, distribuidor y librero, de modo que ahora la cadena puede ser directamente del editor al lector, o del editor al librero, siendo el eslabón más débil el distribuidor, pero el que nunca va a desaparecer es el editor independientemente en el formato que edite.

En muchos casos para algunas editoriales, dada su especialización, su principal salida es la biblioteca. Pero dados los importantes recortes presupuestarios que está sufriendo el sistema bibliotecario del país es de esperar que muchas de esas editoriales tengan que replantearse su línea editorial o verse abocadas al cierre. Lo que es un importante perjuicio no solo de carácter económico y de aportación al PIB sino también la pérdida de riqueza cultural y preservación del patrimonio lector. De ahí, la necesidad de un mayor compromiso por parte de las Administraciones públicas con las bibliotecas públicas y con el fomento a la lectura, sobre todo, entre los jóvenes.

¿Qué puede aportar el libro electrónico al mundo editorial?

Una nueva forma de vender el valor creativo. No es, desde mi punto, de vista una fórmula sustitutiva del papel sino complementaria. Lo que se producirá será una reestructuración del sector con adaptación a los nuevos tiempos. Sin embargo, hay productos editoriales que encajan muy bien en el concepto de libro electrónico como puede ser la obra poética que tiene muy baja demanda en el mercado o determinadas obras científicas, que por su caducidad en el tiempo requieren un formato más volátil. Sin embargo, hay otras que son de fondo que pueden tener un uso a más largo plazo sí pueden requerir la nobleza del papel. Los dos formatos van a convivir durante mucho tiempo.

Cuando hablamos de libro electrónico y libro en papel hablamos de productos diferenciados y complementarios. Hay documentos que pueden encajar perfectamente en el concepto de libro electrónico y otros que solo pueden ser apreciados desde el tacto y el olfato del papel. Para nosotros es un mercado más, una oportunidad que venimos explotando desde hace años. No se trata de elegir entre formato papel o electrónico, sino de una nueva línea de negocio.

Frente a países como EE UU, en los que la venta del libro digital alcanza ya un porcentaje estimable en el total de transacciones, en España es un negocio a menos de medio gas, que no acaba de despegar, ¿Cuál cree usted que es el motivo?

El motivo tiene que ver muchísimo con la situación que tenemos en España por la legislación en internet. Hace pocos días que Amazon ha iniciado su andadura en nuestro país y, por el momento, solo venderá libro en formato papel, lo que nos indica que en España las cosas no se están haciendo bien en cuestiones de internet. Además la comparación es odiosa, ya que EE UU siempre ha ido a la cabeza en los avances tecnológicos en internet y con el comercio electrónico. España tiene un *lag* tecnológico que no puede superar en el corto y medio plazo. Por otra parte hay una resistencia por parte del sector editorial de qué manera se va a repartir y distribuir las ganancias derivadas de ese comercio. Porque lo que no se puede dar es un cheque en blanco a una plataforma tecnológica perdiendo el editor –y el

CUANDO HABLAMOS DE LIBRO ELECTRÓNICO Y LIBRO EN PAPEL HABLAMOS DE PRODUCTOS DIFERENCIADOS Y COMPLEMENTARIOS

autor– el control, las garantías de protección de las copias que se venden o el respeto por los derechos de propiedad intelectual.

También existe otro problema: mientras el libro en papel tiene un 4% de IVA, el libro electrónico entendido como el que se descarga directamente desde la red está gravado en un 18%; el tipo super-reducido solo se aplica al libro electrónico entregado en soporte físico CD-ROM, memorias USB, etc, pero no a los archivos de internet.

También se encuentra obsoleta en términos digitales la Ley de Propiedad Intelectual, ya que no queda claro si para el *e-book* debe tratarse como contrato de edición o como comunicación pública. Si es lo primero, tenemos fecha de caducidad pero en el segundo caso podría entenderse como ilimitado.

Al final el problema del libro electrónico es un problema de tasa de velocidad de adopción por el mercado. Un mercado adopta mejor o peor una innovación en función de diversas variables bien conocidas por los expertos en marketing. Y el ciclo de penetración de este tipo de innovaciones ya fue estudiado por expertos como Everett Rogers mostrando el modo en que se consolida un producto innovador en el mercado.

En España las ventas de *e-book* se situaron este pasado año en el 2,68 % del total de los libros y en Estados Unidos, no alcanza aún el 5 %. Es cuestión de tiempo que el libro electrónico vaya cuajando, pero no lo hará a costa del libro en papel.

A todo ello, le tenemos que sumar la piratería en internet que afecta sobre todo a los libros científicos y académicos y que no es más que la evolución de la fotocopia ilegal, una práctica que genera importantes pérdidas al sector. Actualmente se escanean los libros, se suben a internet y se permite que se bajen sin autorización ninguna.

Para reducir la «brecha» con otros países es necesario que desde la propia Administración se fuerce a respetar la propiedad intelectual y se luche contra la piratería, que en muchos casos se realiza en los propios centros públicos, también hay que mejorar las fórmulas de tributación para el libro electrónico, fortalecer a las bibliotecas públicas y, establecer mecanismos de ayudas para digitalizar los fondos antiguos.

Para terminar, el binomio mujer-editorial, ¿se lleva bien? La cuestión de género, ¿resta suma o no altera el producto?

Lo que puedo decir que la condición de mujer en el mundo empresarial en general y en el editorial en particular en unos casos suma, en otros casos resta y en algunos otros multiplica. Todavía falta mucha visibilidad de la mujer en el mundo de la empresa. El número de mujeres que se encuentran al frente de empresas sigue siendo muy bajo, en el caso de las editoriales ese porcentaje en bastante reducido, sirva de ejemplo que de la casi treintena de empresas editoriales que existen en Asturias, solo cuatro mujeres estamos al frente de ellas, no llegamos al 14 por 100 ■

Esther Prieto