



**::: Entrevista a Javier Celaya con motivo de su participación en la Jornada Leer en pantallas- Edición sostenible en la Feria del Libro de Sevilla :::**

Del 30 de abril al 12 de mayo se celebrará la Feria del Libro de Sevilla, que este año esta dedicada a las culturas del Mediterráneo. Entre las muchas actividades de interés que se han realizado, cabe destacar que el día 7 de mayo, en la Sala Apeadero, se celebró la jornada Leer en pantallas- Edición sostenible" que versará en torno a las nuevas tecnologías y la edición. En ella se debatió en torno a los beneficios de la edición digital, la transformación del sector del libro, las tendencias en derechos de autor y el fenómeno del copyleft, y la posición de las bibliotecas en la web 2.0. eLcueNtahíOs ha realizado una pequeña entrevista a Javier Celaya, organizador de las jornadas, Socio-Director de Dosdoce.com y vicepresidente de la Asociación de Revistas Digitales de España (ARDE).

**eLcueNtahíOs: ¿Cómo ves el panorama del sector del libro en un momento en el que las nuevas tecnologías tienen un auge extraordinario?**

Javier Celaya: Ninguna entidad perteneciente al mundo del libro, ya sea una editorial, librería o biblioteca, tiene una hoja de ruta sobre cómo afectarán las nuevas tecnologías al modelo de negocio de las editoriales, cuáles son las tecnologías que perdurarán o cuáles son puro marketing. Ante este panorama, muchas entidades culturales deciden no tomar ninguna decisión a la espera de una mayor claridad, pero al menos varias de ellas están llevando a cabo proyectos de innovación para ir familiarizándose con el impacto de las nuevas tecnologías en la promoción y comercialización de sus libros en la Red y a la vez testar la dimensión actual del mercado de libros en formato digital.

Durante la última edición de la Feria del Libro de Londres, el pasado mes de abril, tuve la ocasión de charlar con los responsables de los proyectos de digitalización de las principales editoriales a nivel mundial (Harper Collins, Hachette, Random, etc.), y todos ellos están sorprendidos por el auge en 2007 de la venta de libros de creación literaria, ensayos y poesía en formato digital.

Las nuevas tecnologías sociales están modificando notablemente el modo en que las editoriales se comunican e interactúan con sus públicos (lectores, librerías, críticos literarios, suplementos culturales, etc.). En mi opinión, buena parte del futuro del sector editorial español depende en buena medida de su capacidad de crecimiento y despliegue en el terreno de las nuevas tecnologías.

Desde la celebración de la última feria del sector en España, Liber 07, en octubre del año pasado, hemos notado que hay más curiosidad, más interés que hace un par de años por conocer las ventajas que aportan las nuevas tecnologías. Se dan cuenta de que no hay marcha atrás, pero existe un recelo inicial, un miedo que yo considero humano y que entiendo. Las editoriales han trabajado hasta ahora con un modelo de negocio que les va bien y prefieren mantenerlo. Pero ese modelo de promoción y comercialización del libro está dejando de ser eficaz y llega una nueva forma de dar a conocer los libros y los autores, de vender los libros, de promocionarlos en la Red, etc.

Internet representa el principal desafío de las editoriales españolas a la hora de promover sus libros con el fin de atraer a nuevos lectores, así como definir sus modelos de comercialización del libro en la Red. Desafortunadamente, muchos profesionales del sector del libro (editores, libreros, bibliotecarios, etc.) no se sienten muy cómodos con el uso de las nuevas tecnologías. Las razones de este "rechazo" inicial se deben a una combinación de motivos personales y profesionales. Muchos de estos profesionales no tienen la formación necesaria para entender correctamente las ventajas que ofrecen estas nuevas tecnologías en la promoción del libro y el fomento de la lectura. Pero, principalmente, muchos de ellos no se animan a testar estas herramientas porque no saben por dónde empezar, cómo evaluar su eficacia y de qué forma fomentar la lectura y comercialización de sus libros en la Red. Es cierto que existe una gran incertidumbre ante el reto de Internet, pero no nos podemos permitir el lujo de frenar la innovación a la espera de que se despejen todas las incógnitas.

**eC: ¿Crees que editores y escritores pueden aprovechar las nuevas redes sociales (*myspace, facebook, twitter, etc.*)?**

J.C.: Aquel contenido cultural que tenga o conlleve un elemento electrónico tiene asegurado un interés inicial por parte de los jóvenes y adolescentes. En vez de pasarnos todo el día diciendo que las nuevas tecnologías reducen el lenguaje y alejan los libros de los chavales, ¿por qué no utilizamos los medios electrónicos para atraer

su curiosidad hacia el contenido de los libros y para fomentar el placer de leer?

Estamos viviendo un cambio de época donde la manera de transmitir el conocimiento, que tradicionalmente estaba basado casi exclusivamente en los libros y la cultura escrita, empieza a complementarse con nuevos soportes y canales de comunicación debido a la irrupción de las nuevas tecnologías sociales (blogs, redes sociales, wikis, podcast, etc.).

A las nuevas generaciones les encanta crear vídeos caseros y colgarlos en la Web, descargarse música para escucharla en su MP3, intercambiar fotografías en redes sociales como Flickr o Picasa y escribir sobre sus experiencias personales en redes sociales como Myspace o Facebook. Estas herramientas electrónicas hace ya mucho que han dejado de ser tan sólo un pasatiempo, al convertirse en los principales canales de comunicación e información de las nuevas generaciones. ¿Por qué no ayudamos a los chavales a crear un vídeo con los personajes de un libro con los que se puedan identificar y de esta manera atraer su atención? ¿Por qué no grabamos el primer capítulo en un archivo MP3 para que puedan descargarlo en la Red y compartirlo con sus colegas? ¿Por qué no fomentamos conversaciones sobre libros en blogs y redes sociales? A través de estas tecnologías podemos crear espacios de lectura y escritura más cercanos a su manera de comunicarse, lo que motivará su placer por leer en el futuro todo tipo de textos en todo tipo de soportes.

Aunque el 99% de las editoriales españolas cuenta con una página en Internet, el 88% de estos sitios no aprovecha adecuadamente los beneficios derivados de las nuevas tecnologías. Desgraciadamente, la mayoría de las editoriales gestiona su presencia en la Red a través de unos sitios web muy tradicionales con nula interacción con el lector, no permiten establecer una conversación en Red sobre sus libros, no posibilitan leer ni descargar el primer capítulo de un libro, no enlazan con las páginas web de sus autores ni con las librerías que venden sus libros, no mencionan ni enlazan con las reseñas publicadas sobre sus libros en prensa escrita y suplementos culturales, etc.

En mi opinión, las editoriales deberían añadir a su modelo de promoción del libro algunas de estas aplicaciones (Facebook, Myspace, Twitter, etc.) con el fin de convertir sus webs en puntos de información y encuentro participativos y así fomentar el intercambio de opiniones sobre libros, autores, etc. Las conversaciones sobre libros serán, cada vez más, procesos abiertos y colaborativos entre diversos colectivos de lectores a través de estas redes sociales, substituyendo al actual modelo de promoción del libro basado en reseñas en suplementos culturales.

**eC: ¿Cómo crees que afecta al sector editorial el fenómeno del *copyleft*? ¿Cuál crees que va a ser el modelo de gestión de derechos imperante?**

J.C.: Hay cierta preocupación sobre este tema en el sector. Internet es un "tsunami" muy creativo que transforma todos aquellos modelos de gestión que no se ajustan al nuevo modelo de economía digital. La actual transformación que el sector editorial está sufriendo tiene un gran ganador: el autor. El modelo de derechos de autor basado exclusivamente en el tradicional Copyright también se verá afectado por este tsunami creativo.

Algunas editoriales tienen ya en sus contratos algún tipo de acuerdo sobre la explotación de los derechos digitales de las obras de sus autores, pero muchas editoriales tendrán que renegociar estos derechos con sus autores. Y el problema radica en que nadie sabe cuánto pagar por los mismos puesto que todavía no hay un modelo de negocio definitivo.

Pocas editoriales están dispuestas a pagar adelantos por algo que aún no saben cómo explotar y rentabilizar en el mercado, pero tampoco quieren que se les escapen algunos de sus autores clave. Muchos temen que se abra una nueva etapa de compra y reventa de derechos en formato digital.

Las nuevas tecnologías permiten a los autores ampliar las posibilidades de elegir los derechos de autor que más les convenga para publicar sus contenidos. Todo autor tiene derecho a publicar su obra bajo el modelo tradicional de copyright, pero ahora podrá exigir mayores contraprestaciones por la cesión de los derechos de edición en formato digital dado que se eliminan muchos intermediarios y costes, como también puede elegir publicar a través de las diferentes fórmulas de derechos flexibles que nos ofrece el modelo de Creative Commons. Por ejemplo, la editorial Harper Collins ha creado un nuevo sello que no dará anticipos a los autores pero recibirán hasta el 50% de los ingresos de explotación de sus obras en formato digital.

Las editoriales deberán asumir que van a tener que redefinir el modelo de derechos de autor compartiendo más con sus autores, así como buscar nuevas vías de ingresos y explotación.

**eC. ¿Qué tipo de avances se están desarrollando en la transmisión de contenidos literarios a través de móvil?**

J.C.: Pocas editoriales ofrecen hoy en día sus contenidos a través de plataformas WAP para que puedan ser disfrutados en móviles. Las editoriales deben entender que esta primera fase de transformación

los lectores leerán en todo tipo de pantallas digitales. El lector decidirá si quiere leer un libro en su ordenador portátil y continuar la lectura en su móvil mientras va al trabajo o en un soporte de lectura como Kindle, Iliad o Papyre mientras espera un avión o lee en la cama. A medio plazo, los estudios de tendencias y usabilidad indican que vamos hacia una convergencia de la tecnología en un único terminal: el móvil.

Las primeras iniciativas en móviles fracasaron puesto que se adelantaron a los tiempos y no reflejaban los hábitos de lectura en pantalla. Los futuros e-books en formato móvil serán más cómodos para leer y hojear a través de la pantalla del móvil, con una amplia memoria para llevarnos casi toda nuestra biblioteca personal de viaje. Podremos escuchar la voz del autor, ver imágenes de los lugares que nos describen en la novela,... en fin, que sólo veo beneficios.

### **eC: Finalmente, ¿cómo crees que va a evolucionar la edición digital en los próximos años?**

J.C.: El negocio está aún en el formato en papel, pero parece ser que el lanzamiento del soporte de lectura Kindle de Amazon, con más de 110.000 títulos digitalizados, ha hecho que el mercado digital empiece a ser considerado como una realidad. Por ejemplo, una editorial con un fondo de libros tan clásico como Penguin Books ha manifestado que en los tres primeros meses de este año ha vendido más libros en formato electrónico que en todo 2007; por otro lado, las ventas de libros digitales en las cuentas de Hachette representan ya un 6% del total. Otras fuentes señalaron ventas en Estados Unidos por valor de 67 millones de dólares en 2007.

Ninguna editorial duda ya que el futuro del sector está en el formato digital. Varias editoriales están apostando por la digitalización de su fondo como eje central de su nuevo modelo de negocio. Todos coinciden en que ésta es la clave del futuro: cómo digitalizar el fondo, con qué tecnología, cómo distribuirlo y qué costes conlleva toda esta nueva etapa de transformación.

Esto no quiere decir que el libro de tapa dura o de bolsillo vayan a desaparecer en pocos años, todavía hay mucho dinero y negocio en este formato, pero todos ellos son conscientes de que las ventas en formato digital serán una parte importante de sus cuentas de resultados en pocos años.

Javier Celaya es socio-fundador del Portal Cultural Dosdoce.com