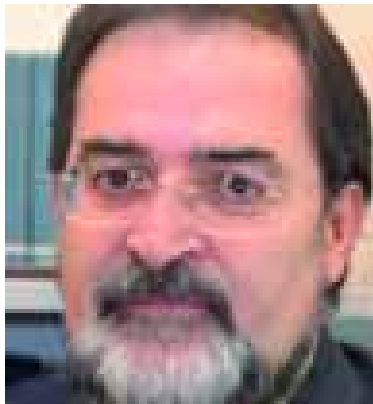


La presencia del libro español fuera de España

La presencia del libro español en los mercados extranjeros ha crecido de forma notable en las últimas décadas. El empeño de los editores de nuestro país por internacionalizar el mercado ha hecho que el sector se sitúe hoy entre los más importantes del mundo. España ocupa actualmente una de las posiciones principales entre las potencias editoriales mundiales. Los esfuerzos de editores e instituciones como CEDRO, unidos a la calidad de las obras de los autores, contribuyen a que la promoción exterior del libro español sea cada vez mayor.



Antonio María Ávila / *director ejecutivo de la Federación de Gremios de Editores de España*

Constantemente se dice que España es una potencia editorial. Es rigurosamente cierto. Si la cuota en el comercio mundial de mercancías de España (decimoséptimo) es un 2 %, en el libro es un 3,2 % (cuarta posición). La cifra total de la exportación de la industria editorial española ronda los 1.000 millones de euros entre comercio de mercancías y servicios (venta de derechos, etc.). Dos grandes áreas geográficas son nuestros destinos. Para el libro en soporte clásico, América, incluido Estados Unidos, se ha convertido en el segundo destino de nuestras exportaciones. El otro destino es la Unión Europea, donde predomina el fascículo, generalmente en el idioma del país de destino, aunque año a año gana posiciones el libro clásico. También estamos llegando a destinos tan infrecuentes como Australia o África del Sur. Los mercados exteriores son imprescindibles y nuestra presencia en ellos avalan el buen momento creativo de nuestros autores (y ello incluye a todos los iberoamericanos), pero no son mercados fáciles ni cómodos. Nuestra gente ha ido lenta pero tenazmente construyendo circuitos comerciales. Todos los años tenemos alguna sorpresa, pero no dejamos de insistir en nuestra presencia exterior.

© De la foto: F. Moreno



Mónica Fernández / *subdirectora general de Promoción del Libro, la Lectura y las Letras Españolas. Ministerio de Cultura de España*

El sector editorial español se sitúa hoy en un cuarto puesto mundial, detrás de grandes potencias editoriales como EE. UU.

El libro español parte de una situación interna positiva, consolidada hace décadas a través de la democratización de la vida política y cultural, del propio esfuerzo editorial y de la internacionalización de los mercados editoriales. Si en el ámbito interno, la diversidad lingüística propicia la diversidad editorial (aunque con el matiz de que más del 82 % de lo que se edita es en castellano), en el ámbito exterior el hecho de que la mayoría de los 400 millones de hispanohablantes no estén en España, sino en Iberoamérica, ha sido decisivo.

La Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas apoya las acciones en el exterior de la Federación de Gremios de Editores de España, fundamentalmente su presencia en ferias del libro. Asimismo, apoya la acción comercial de distribuidores y libreros en el exterior e incentiva la traducción de nuestras obras científicas o literarias a todas las lenguas extranjeras.

Este esfuerzo público, junto a la calidad de nuestras letras y nuestra edición contribuirán sin duda a hacer real la potencialidad del libro español en el mundo.



Javier Carretero Larrea / *director de Estudios y Consultoría del Grupo SM*

Debemos agradecer el esfuerzo que realiza Fedecali para poner a disposición el Comercio Exterior del Libro. Por medio de este instrumento podemos identificar una parte sobresaliente de la presencia del libro español en los mercados exteriores y observar comportamientos. El contenido del estudio representa la expresión tradicional de nuestro comercio exterior, si bien, especialmente en los últimos veinte años, las editoriales españolas han buscado oportunidades de negocio internacional con la creación de empresas en los mercados de destino. También se han adquirido editoriales consolidadas. Sin descuidar el sistema tradicional de exportación, es la implantación del sector por medios propios la estrategia que permitirá que el libro español luzca fuera de nuestras fronteras. Los grupos editoriales y emprendedoras empresas de tamaño mediano ya tienen aprobada la asignatura por lo que se refiere a Latinoamérica. Ahora deberían continuar la internacionalización las editoriales de menor volumen y estructura, siguiendo el ejemplo de alguna iniciativa exitosa de asociación, mientras las grandes podrían girar la vista y sus proyectos a Europa y Asia. Las administraciones públicas deberían mejorar sus estímulos a estos procesos.

© De la foto: Javier Calbet



Javier Gogeoascoechea / *presidente de la editorial Desclée de Brouwer y miembro de la Junta Directiva de CEDRO*

La promoción del libro español fuera de sus fronteras cuenta con un aliado: Centro Español de Derechos Reprográficos.

Parte de los fondos que destina nuestra Entidad a su función social, prevista en la Ley de Propiedad Intelectual y por la que tiene que destinar el 20 por ciento de la recaudación por copia privada a actividades de promoción, formación y asistencia para escritores y editores, está dedicada a apoyar acciones que revierten en hacer presente por todo el mundo el libro editado en España.

A través de distintas asociaciones y gremios de editores, CEDRO contribuye a hacer posible la presencia de los editores y sus catálogos en ferias internacionales y en misiones comerciales.

Por tanto, este apoyo es efectivo y supone un respaldo importante para la promoción exterior del libro y de los autores españoles. La ayuda de nuestra Entidad contribuye en gran medida a fortalecer y consolidar este sector y a que sea competitivo con el de otros países.

© De la foto: F. Moreno