

FORUM

**E**ditat

**BARCELONA**

## III Encuentro anual del libro y la edición

«La energía de la innovación»

# CRÓNICA

Universitat Pompeu Fabra.  
Barcelona School of Management.  
4, 5 y 6 de julio de 2018

[www.editabarcelona.com](http://www.editabarcelona.com)

---

## Miércoles, 4 de julio de 2018

---

Apertura oficial

### LA ENERGÍA DE LA INNOVACIÓN

Patrici Tixis Padrosa

---

**“El libro tiene grandes oportunidades en una sociedad con más tiempo para el ocio”**

---

La tercera edición del Forum Edita fue inaugurada en el Saló de Cròniques del Ayuntamiento de Barcelona con un discurso de Patrici Tixis Padrosa, presidente del Gremi d'Editors de Catalunya, entidad organizadora del encuentro internacional, junto a la Universitat Pompeu Fabra, y su Máster en Edición.

Diversas autoridades dieron la bienvenida al foro. Joan Subirats, comisionado de Cultura del Ayuntamiento, destacó la importancia de que Edita acoja toda la cadena del mundo del libro. “Estamos en un momento especialmente difícil en el mundo de la cultura, estamos ante un cambio de época, no solo es una crisis, lo que hace falta es cambiar las preguntas”, dijo el político, citando al recientemente fallecido Jorge Wagensberg.

“El Forum Edita es una oportunidad de oro para seguir trabajando junto a los editores”, insistió Subirats.

Jaume Casals, rector de la Universitat Pompeu Fabra, dijo sentir una gran admiración por el trabajo del editor, quien, según expresó, hace posible que el conocimiento llegue al lector. De hecho, Casals acaba de publicar un libro, *¿Qué sé yo?*, que indaga sobre la figura de Montaigne, y cómo la escritura puede servirnos para ser, actuar, viajar o pensar.

El rector de la Universitat Pompeu Fabra sostiene que, pese a lo que normalmente se cree, “en el mundo de los libros el conservadurismo se ha transformado en progresismo”.

Patrici Tixis, que ha dirigido Edita junto a Javier Aparicio Maydeu y Sergio Vila-Sanjuán, recordó que la civilización, tal y como la entendemos hoy en día, cabalga a lomos de la innovación desde que en Mesopotamia, en el año 3.500 A.C., se inventó la escritura.

“La innovación no nos asusta”, recordó el presidente del Gremi d'Editors de Catalunya.

Tixis cree que la innovación aporta simplificación y ahorro en tiempo y energía. “La tecnología e Internet son nuestros grandes aliados, pero cuando vemos que la mitad

---

del tráfico no es atribuible a personas sino a máquinas, cuando vemos que la piratería sigue siendo una lacra difícil de erradicar en países como el nuestro, cuando vemos que la ciberseguridad sigue siendo un problema grave y que la seguridad jurídica que hemos construido para el mundo analógico no sirve para el mundo digital, o cuando el sistema impositivo actual produce agravios comparativos con un modelo de negocio digital basado en el cruce de datos, es cuando debemos abordar qué marco le queremos dar a este nuevo mundo digital”, explicó el presidente.

“Debemos ser muy conscientes de que la innovación debe estar asociada a valores como el respeto al ser humano, a su privacidad y a las reglas de juego”, defendió Patrici Tixis.

El presidente del Gremi definió el trabajo de los editores como “constructores de la realidad cotidiana” y, citando a Bertrand De Chartres, expuso que el objetivo es “maniobrar como enanos cabalgando a hombros de gigantes”.

El tiempo de ocio tiende a crecer y cada vez hay una oferta más variada para llenar este espacio, dijo Tixis, aunque se lamentó que “la inversión que realiza este país en educación es de las más bajas de Europa”. “Nuestros índices de lectura están todavía muy alejados de lo que nos correspondería como cuarta potencia económica de la Unión Europea”, añadió.

Sin embargo, Patrici Tixis se mostró optimista respecto al futuro. “La tecnología nos permite luchar por ampliar la base de lectores, y el papel sigue siendo la opción preferida mayoritariamente”. En lo que toca trabajar aún más y mejor, según el presidente del Gremi, es en “convencer a los que todavía no leen” porque, según defiende, “la lectura es el mejor ocio que existe en el mercado: entretiene, forma y mejora, casi sin darte cuenta, tus habilidades de expresión, de comprensión y de análisis crítico”. Además, es una actividad “extraordinariamente económica frente a otras formas de ocio que hay en el mercado”.

El presidente del Gremi d’Editors de Catalunya repasó algunas de las cuestiones que Edita quería plantearse en esta edición: cómo afrontan el futuro las librerías, las bibliotecas, las grandes editoriales o las editoriales emergentes, y, además de otras cuestiones, el estado del mercado editorial en América Latina, las nuevas formas de lectura, y de qué manera países como Francia protegen su industria cultural.

Patrici Tixis acabó citando a Pablo Picasso, quien decía que las computadoras son inservibles porque solo son capaces de dar respuestas. El reto de la tercera edición del Forum Edita, centrado en la innovación, era lanzar, precisamente, las preguntas más precisas y útiles para un futuro que ya está aquí. ●

---

Diálogo

## ¿CUÁLES SON LOS EJES DE LA INNOVACIÓN EN EL MUNDO DEL LIBRO?

Markus Dohle conversa con Sergio Vila-Sanjuán

---

### “El sector vive el mejor momento de los últimos cincuenta años”

---

¿Qué hace un ingeniero industrial al frente de una fábrica de libros como lo es el grupo Bertelsmann?, le preguntó Vila-Sanjuán a Markus Dohle, en el mismo Saló de Cròniques del Ayuntamiento de Barcelona. El alemán, que actualmente trabaja desde Nueva York, explicó que lleva 25 años en el sector, y que, aunque comenzó en la distribución, ha pasado por todas las cadenas del oficio, algo que le ha ayudado a tener una visión de conjunto.

Penguin Random House es un gigante de la edición. Tiene 250 sellos editoriales y publica cada año 15.000 nuevos títulos.

Dohle, quien dijo ser un “fan” de Sant Jordi, porque “es la fiesta del libro más maravillosa del planeta”, conoce bien Barcelona. El ingeniero se mostró muy optimista, llegando a afirmar que “el sector vive el mejor momento de los últimos cincuenta años, tal vez de los últimos quinientos”. ¿Es exageradamente optimista?

El directivo de Penguin Random House dio diversas razones para su entusiasmo. En primer lugar, porque el mercado internacional ha crecido en los últimos años. Además, según Markus Dohle, existe un modelo “estable” tanto para la distribución como para la producción. “El 80% de nuestros beneficios proviene de libros de papel. Eso ha estabilizado el sistema”, explicó. En tercer lugar, asegura que la cantidad de lectores aumenta cada año. “La población crece, y baja el analfabetismo”, añadió. Además se mostró muy satisfecho con las posibilidades que ha abierto el comercio electrónico, que permite vender libros durante las 24 horas del día. “Existe una futura generación de lectores, también los libros para niños y para jóvenes han crecido mucho”, señaló el alemán. Por último, y es algo que se escuchó durante todo el foro, puso el acento en los audiolibros, que, aunque no son aún demasiado populares en España, ya son un modelo de negocio consolidado tanto en Estados Unidos como en el norte de Europa, y, según el CEO, “nos permite revivir la experiencia primitiva de escuchar historias”.

Precisamente sobre ese equilibrio entre papel y digital, que ahora responde a un porcentaje del ochenta/veinte por ciento, le preguntó el periodista Sergio Vila-Sanjuán. “La amenaza no es cómo se consumen las historias”, contestó Dohle, quien insistió en la importancia de aumentar los ingresos adaptándose a los hábitos del consumidor.

Vila-Sanjuán le preguntó, también, sobre cómo estimular la lectura entre los niños, cuando la competencia con los teléfonos móviles cada vez es más evidente. También

---

---

aquí Dohle se mostró optimista, ya que, según el directivo, “los niños no leen tanto en digital porque todo el día tienen pantallas, y por eso vuelven al papel”. De todos modos, el responsable de Penguin Random House recalcó que es vital acercarse a la educación para crear complicidades entre editores y profesores. “Sabemos que leer y entrar en los personajes complejos nos hace más inteligentes y más empáticos, más humanos”, añadió.

¿Cómo aborda una multinacional las necesidades y los distintos intereses de los diferentes países donde trabaja? “Tanto Penguin como Random eran una comunidad de pequeños editores, y al juntarse nos transformamos en una gran comunidad de pequeños editores”, explicó Markus Dohle, quien apuesta por “participar en el discurso local de cada sociedad”.

“Damos poder a nuestros equipos para que hagan sus catálogos cada año”, aseguró Dohle. “Queremos apoyar la cultura local, y eso solo puede hacerse siendo muy descentralizados”, añadió, ya que, según sus propias palabras, “el mundo de la edición por naturaleza no es global, está vinculado a la cultura y al idioma”. Por eso prefiere el término “multilocal” al de “global”.

Sobre el trabajo de editor, el responsable de Penguin Random House dijo que no ha cambiado tanto como podría parecer. “Desde Gutenberg, los editores han apoyado a los autores y, al mismo tiempo, han intentado incrementar el número de lectores”. “Cada nueva obra es como una *startup*, en la que invertimos para que sea conocida ahora y durante las próximas generaciones”, explicó.

Amazon dice verlo como un desafío, reconociendo que ha aportado “mucho innovación” al mercado. Y, preguntado por la situación en España, Markus Dohle se mostró convencido de que “hay espacio para crecer en el mundo editorial”. Además, concluyó, “el castellano es una oportunidad en Estados Unidos”. ●

---

## Jueves, 5 de julio de 2018

---

Presentación de las jornadas  
**PANORÁMICA MUNDIAL DE LA EDICIÓN**  
Javier Aparicio Maydeu

---

**“La innovación no es una virtud para un editor,  
es una obligación”**

---

Javier Aparicio Maydeu, creador y director del Máster en Edición de la UPF, y codirector de Edita, adoptó una frase de Jorge Herralde (“Editar es ser un Sísifo feliz”) para dar la bienvenida institucional al Forum, junto a Carme Martinell, directora de la Barcelona School of Management.

“El mundo editorial es una gran familia”, aseguró el catedrático, quien desgranó el programa de la tercera edición de Edita como una panorámica mundial de la edición. Además reflexionó sobre la idea de la innovación en el sector, *leitmotiv* de las jornadas.

“La innovación no es una virtud para un editor, es una obligación”, dijo Javier Aparicio Maydeu, quien no considera que el editor sea conservador por naturaleza, como muchas veces se dice. “Innovar es arriesgado, y los editores siempre lo hacen, aceptando la posibilidad del error y aprendiendo de ello”, añadió el experto en literatura española.

Refiriéndose a los puntos claves del programa, como la prescripción o el viaje del contenido literario hacia nuevos formatos, Aparicio Maydeu bromeó sobre algunos aspectos que el Forum pretendía abordar. “Hablar de propiedad intelectual depende de qué sea considerado intelectual y de qué sea considerado propiedad”, señaló.

Citando a grandes editores de todos los tiempos, como Roberto Calasso, autor del ensayo *La marca del editor*, el codirector del Forum recordó que editar requiere dar respuestas, incluso antes de que el escritor sepa qué libro ha escrito y si éste encaja en un catálogo o representa un fenómeno aún por explicar. ●

---

Ponencia

## LA EDICIÓN EN EL MUNDO

Rüdiger Wischenbart

---

### “Las nuevas tecnologías han convertido la lectura en una actividad social”

---

Rüdiger Wischenbart, fundador de Content & Consulting, de Viena, impartió una conferencia durante la tercera edición del Forum Edita de Barcelona en la que matizó, con diversos datos, el entusiasmo mostrado por Markus Dohle en la sesión inaugural.

“El mercado está bajando aunque aumente la cantidad de nuevos títulos”, afirmó Wischenbart, quien calificó la situación del sector editorial como un auténtico “reto”. “Lee más gente en Francia que en toda India”, explicó el experto, que señaló la discrepancia entre “una industria conservadora y el comportamiento rápidamente cambiante de los consumidores alrededor del mundo”.

“No todos los mercados trabajan de la misma manera. En India o Brasil la no ficción, como los libros educativos, ocupan más del 50 por ciento de la facturación”. Mientras, según los datos portados por Wischenbart, “las novelas tienen un porcentaje muy pequeño, por debajo del 25 por ciento”.

“El mercado cae —apuntó— pero la producción de títulos crece”.

Además, según Rüdiger Wischenbart, “las nuevas tecnologías han convertido la lectura en una actividad social”, ya no se trata de una práctica realizada en la soledad del lector habitual.

En la misma línea, el consultor asegura que “cada vez hay más gente con acceso a las historias, y son una cohesión social, pero eso no siempre pasa a través de los libros”. De hecho, Wischenbart recuerda que “el ecosistema de Amazon sitúa en el mismo espacio a los libros y al resto de productos”.

Para el experto, lo más importante para afrontar esos cambios en el consumo, es construir una industria más allá del objeto mismo. Y puso como ejemplo el caso de J.K. Rowling, quien creó la página web de Harry Potter, construyendo así, “como hizo Disney”, toda una industria del entretenimiento a partir de un personaje.

En ese mismo sentido, puso como ejemplo plataformas como WattPad, que permite compartir lecturas entre una comunidad de millones de personas, quienes además pueden mostrar lo que escriben, sea literatura o trucos de bricolaje.

“Los libros forman parte de la producción de contenidos multimedia”, dijo Wischenbart, quien explicó que Netflix y Amazon trabajan “con mucha gente buscando historias para sus productos”.

---

---

Preguntado por el público, Rüdiger Wischenbart asegura que él no invertiría en libros, pero sí “en historias y en autores”. El consultor no cree que el libro en papel desaparecerá, lo que se tendrá que ver, durante los próximos años, es el equilibrio entre formatos que perdura. ●



---

Ponencia

## UNA VISIÓN DE LA EDICIÓN EN EUROPA

Luigi Spagnol

---

### “Un libro que no se vende es un libro que se queda en un asunto privado”

---

Luigi Spagnol, vicepresidente del Gruppo Editoriale Mauri Spagnol y Duomo Ediciones, explicó su experiencia en el sector a través de una estructura empresarial que, aunque tiene un origen familiar, ha conseguido grandes cifras en Italia, publicando alrededor de 1.500 libros anuales, vendiendo cerca de un millón de ejemplares, y apostando por unos 200 nuevos autores cada año.

“Nuestro modelo combina libertad y responsabilidad”, sostiene Spagnol, quien fomenta una organización empresarial que sea flexible y conozca todos los problemas y dificultades del grupo. “La dirección editorial tiene que tener acceso directo a todos los departamentos”, defendió durante su ponencia.

“Un libro que no se vende es un libro que se queda en un asunto privado”, dijo Luigi Spagnol, quien recuerda que una editorial es una empresa que, además de otras cuestiones, busca beneficios económicos. En ese sentido, explicó que el grupo se financia “únicamente” con los libros que venden.

Los editores quieren vender libros, sí, pero también los autores. “Nunca he conocido a un escritor que no quiera vender su libro”, explicó Spagnol, aunque reconoció que “no es la editorial la que hace los libros, son los libros los que hacen la editorial”.

Es por ello que el editor considera fundamental estar muy atento a lo que los lectores reclaman. “Construir la identidad de una editorial es como navegar a vela, es necesario saber hacia dónde vamos, pero también hay que aprender a seguir el viento”, sostiene. “Contra más pequeña es una editorial, más importante es tener una identidad clara”, insiste Luigi Spagnol.

“Hay una manera de entender los libros que es europea, donde el autor es el protagonista”, explicó el editor italiano. “Creemos más en el trabajo individual de los escritores que en la labor de los equipos creativos y en seguir recetas para el éxito”. Spagnol afirma que hay que dejarse llevar por la curiosidad y el entusiasmo, y no tanto por los grandes planes de explotación empresarial. “Toda la historia editorial se ha hecho con títulos impredecibles”.

En ese mismo sentido, con esa visión europea, afirmó que “la innovación en la industria editorial no la hacen los editores, la hacen los escritores”.

Sin embargo, Luigi Spagnol recordó que, aunque él forma parte de una segunda generación dedicada al sector, “no se nace editor, hay que aprender el oficio”, aunque “ayuda vivir toda la vida rodeado de libros”, matizó.

---

---

La audiencia le preguntó por el éxito que están teniendo los audiolibros en otros países, y si es extrapolable a Italia o a España. Spagnol se mostró favorable a estudiarlo en profundidad, aunque no duda en insistir en que “la lectura es una experiencia perfecta, a la que no le falta nada”. ●

---

Diálogo  
**LA EDICIÓN EN AMÉRICA LATINA**  
Ricardo Cayuela y Guillermo Schavelzon

---

**“Si Barcelona renuncia a la literatura en español como algo propio, cometerá un gran suicidio cultural”**

---

El periodista Toni Iturbe, encargado de presentar todas las mesas de debate, dio paso al diálogo entre Ricardo Cayuela, director editorial de Penguin Random House en México, y el agente literario Guillermo Schavelzon, quienes abordaron el estado de la edición en América Latina.

“Todo análisis depende no solo de la información, sino del punto de vista”, recordó Guillermo Schavelzon, para señalar que el 60% de los libros traducidos del mundo son de origen anglosajón y, desde esa perspectiva, “España no es un país central en el mundo editorial”.

Sin embargo, Schavelzon dijo que, si nos centramos en el mercado español, España se presenta como el gran protagonista del sector editorial. Según los datos del agente, ocupa el 65% del total, seguida por México (con un 14%) y Argentina (con el 11%). Entonces sí, “la presencia del libro español en América Latina es enorme” mientras, asegura, “la presencia de editoriales latinoamericanas en España es absolutamente marginal”.

La época de oro de la edición en Argentina o México, entre 1930 y 1950, “respondía a un efecto secundario (la dictadura de Franco), no a una estrategia editorial”, argumentó Guillermo Schavelzon, quien culpa a la inestabilidad política de las últimas décadas, “además de las restricciones a las divisas con las que comprar derechos de autor”, de la actual situación del mercado editorial latinoamericano.

Por su parte, Ricardo Cayuela considera que “los autores de América Latina no aceptan la neutralidad de otro país latinoamericano, por eso Barcelona puede seguir siendo capital del sector en lengua española. El mexicano jamás mira hacia el sur, y eso es su propia ceguera”.

Fue Cayuela quien sacó el tema más polémico, preguntándose si Barcelona quiere ser la capital editorial del libro en español, o prefiere, según sus palabras, “convertirse en un parque temático”.

Con una clara alusión al momento político que se vive en Cataluña, Cayuela, que es descendiente de Lluís Companys, lanzó una clara advertencia al auditorio: “Si Barcelona renuncia a la literatura en español como algo propio, será un gran suicidio cultural”.

Schavelzon defiende, a su vez, que “el conflicto catalán no puede paralizar Barcelona como capital de la edición en español” porque, según el agente, “lo que pierda Barcelona no se lo llevará Madrid, se lo llevan los chinos”.

---

---

Ricardo Cayuela recuerda que fue Carmen Balcells quien “se inventó el oficio de agente mientras lo practicaba” y, junto al olfato de Carlos Barral, ayudó a descubrir a los autores latinoamericanos, también, en América Latina.

“La innovación no puede llegar sin un gran conocimiento de la tradición”, concluyó Schavelzon. ●

---

Conversación

## LA MIRADA DE LA AUTORA

Almudena Grandes conversa con Toni Iturbe

---

### “Un editor es fundamental para un escritor porque nuestro trabajo es muy solitario”

---

Antes del almuerzo llegó el turno de Almudena Grandes, quien conversó con Toni Iturbe sobre su relación con los libros y los editores. Durante la entrevista, la autora recordó la primera lectura que le creó un gran impacto, una edición para niños de la *Odisea* que le regaló su abuelo para su primera comunión. “Sentí por primera vez que yo era la protagonista”, dijo la autora de *Atlas de geografía humana*.

“Todos nos hemos sentido solos, desarmados, y hemos querido volver a casa como Ulises. Es de una gran modernidad”, añadió Almudena Grandes, que considera que de esa lectura le viene el interés por los héroes que dudan y tienen miedo.

Almudena Grandes, hablando de su formación como lectora, también defendió los valores éticos de las novelas de aventuras, desde Robert Louis Stevenson pasando por Julio Verne, y cómo constituyen una gran herramienta para los adolescentes. “El territorio de la literatura es la emoción”, insistió la escritora.

La relación con los editores, en el caso de Grandes, es realmente inusual. La autora ganó el XI Premio La Sonrisa Vertical con su primera novela, *Las edades de Lulú* (1989), que luego sería llevada al cine por Bigas Luna. A partir de esa primera publicación jamás cambiaría de editor, publicando todos sus libros con Tusquets, en una relación que ha mantenido durante treinta años, primero con Antonio López Lama-drid y, más tarde, con Juan Cerezo.

“Un editor es fundamental para un escritor porque nuestro trabajo es muy solitario”, explicó Almudena Grandes, quien afirma que el editor acompaña al autor en los momentos de más incertidumbre, cuando necesitas, según explicó, tener alguien al otro lado del teléfono.

“La lealtad es una pista de dos direcciones, entre escritor y editor, pero también entre editor y escritor”, respondió Grandes cuando le preguntaron por su inusual fidelidad a un mismo sello.

Sin embargo, no dudó en criticar lo que padecen otros compañeros, y los escritores más jóvenes, que demasiadas veces ven cómo sus derechos son vulnerados. “En España aún hay muchos autores que cobran menos del 10%”, se lamentó.

También abordó Almudena Grandes la relación del feminismo y la literatura, hoy en el punto de mira de editoriales y periodistas. Aunque reconoce que es un buen momento en ese sentido, considera que “hay una tendencia enorme a rescatar escri-

---

toras del pasado” cuando, al mismo tiempo, en los catálogos de las editoriales más importantes no hay demasiadas escritoras actuales.

“Los escritores innovamos sin darnos cuenta”, contestó Almudena Grandes a una pregunta del público, y bromeó con la posibilidad de llevar a la gran pantalla su serie de novelas *Episodios de una guerra interminable*. “El capitalismo español no está muy por la labor de hacer series con mis libros”, dijo. ●

---

Ponencia

## DISRUPCIÓN CREATIVA, LIBROS Y BULLIPEDIA

Ferran Adrià

---

### “El *Darth Vader* de la innovación, el lado oscuro del que nadie quiere hablar, es la eficacia”

---

El plato fuerte de la tarde llegó con la ponencia realizada por el prestigioso cocinero Ferran Adrià, quien ocupó el auditorio de la Barcelona School of Management para hablar de creatividad, innovación y modelos de negocio.

El de l'Hospitalet de Llobregat, quien cerró en 2011 su restaurante para convertir El Bulli en una fundación, explicó que a lo largo de su carrera ha publicado más de 40 títulos, y que él mismo se formó con un clásico de los manuales de cocina, un libro titulado *El práctico*.

“Adaptar un modelo de negocio que funciona no es innovar, la innovación tiene que abrir caminos” repitió en varias ocasiones el cocinero, ahora también docente en la Universidad de Harvard, quien considera que uno mismo ha de preguntarse sobre qué es lo que está buscando con su trabajo. “El noventa por ciento de negocios son adaptaciones, y eso es negativo. Uno tiene que saber qué quiere hacer”, insistió.

Adrià habló de las diferencias entre crear e innovar. “La mayoría de patentes no sirven para nada. Ideas tenemos todos. Lo difícil es que alguien te las compre. Las recetas mágicas no existen”, afirmó, además de defender que “no se tiene que regalar nada”. “Ese es el gran error que cometió la prensa, y aún está pagando las consecuencias”, añadió.

“Si alguien quiere saber qué es la innovación tiene que ir a Japón, un mundo extraterrestre para nosotros”, dijo Adrià.

“El *Darth Vader* de la innovación, el lado oscuro del que nadie quiere hablar, es la eficacia”, afirmó Adrià, quien sostiene que “ofrecer calidad y ser eficiente es lo primero”. Según el reputado cocinero, “no somos eficientes porque no estamos conectados. El ego y la vanidad nos lo impiden”.

Adrià ha supuesto un cambio de paradigma en la cocina catalana, española, europea y mundial. Sin embargo, recuerda que ser el más innovador tiene sus riesgos, y hay que aceptarlos si se toma esa determinación. “La vanguardia es quien va primero en la guerra y está dispuesto a que lo maten para que otros tengan un camino más amable”, llegó a decir de su experiencia en El Bulli.

“La primera actividad humana es la cocina, lo dicen todos los antropólogos”, definen de Ferran Adrià, que hizo un repaso por su singular bibliografía, desde su primer libro publicado en 1993 (ahora de culto, con un valor en Internet que supera los 1.500 euros), *El Bulli, el sabor del Mediterráneo*, pasando por *Los secretos de El Bulli* (1998) o

---

---

los cuatro tomos que conforman el proyecto editorial *elBullibooks* (2002), compuesto por más de siete mil páginas.

Su último proyecto es el filme *El Bulli, historia de un sueño*, un documental realizado a partir de centenares de horas de grabación, y en el que se narra cómo el lavaplatos de un restaurante desconocido se convirtió en el cocinero más influyente del mundo.

Adrià considera que plataformas como el Google Arts & Culture son un buen reflejo de lo que se puede hacer con las nuevas tecnologías. Desde la fundación que lidera, están intentando responder a la pregunta sobre cómo se ordena el conocimiento. De ahí nacen proyectos como *Sapiens*, una web que mezcla la teoría del pensamiento sistémico, el método Montessori, la teoría del Bloom, o la inteligencia artificial.

“Para volver a crear quería comprender, y eso se hace conectando conocimiento, replanteando el *statu quo* y las propias creencias”, afirma Adrià. Y vuelve al tema de la eficacia. “Hay que vender contenido. Para encontrar la forma de monetización hay que salirse del sistema”, insiste.

El público, a través de correo electrónico, le preguntaba a Ferran Adrià cómo hacer sostenible un modelo de negocio basado en la innovación. El cocinero más famoso del mundo, irónicamente, respondió que “el problema no son las preguntas, son las respuestas”. ●



---

Mesa redonda

## EDITORIALES EMERGENTES

Eugènia Broggi, Montse Ingla y Diego Moreno

---

### “Hemos transformado el marketing en complicidad”

---

La siguiente mesa redonda del Forum Edita convocó a las catalanas Eugènia Broggi, propietaria de L'Altra Editorial, Montse Ingla, directora de Arcàdia, y al madrileño Diego Moreno, responsable de Nòrdica Libros.

Abrió el debate Eugènia Broggi, quien, acudiendo a una de sus primeras experiencias laborales, explicó que ser lectora editorial de Anagrama le sirvió “para distinguir entre el gusto y el criterio”.

Broggi, que luego trabajaría para grandes sellos en catalán, fue contundente con la forma en la que algunas editoriales intentan vender sus libros. “El concepto de plan marketing es, en realidad, una falacia”, sostuvo. “La pasión es importante para los editores pequeños. El verdadero marketing es la convicción”, defiende la responsable de L'Altra Editorial.

“No se puede trabajar con apriorismos con según qué libros”, dice Eugènia Broggi. Algo parecido piensa Montse Ingla, quien comenzó su andadura independiente, después de muchos años trabajando para grandes grupos, publicando en Arcàdia *La idea d'Europa*, el libro de George Steiner, una conferencia de menos de 50 páginas que fue todo un éxito editorial.

“Hemos transformado el marketing en complicidad”, dice Ingla, quien sostiene que su labor se parece mucho a la artesanía, “porque tocamos con las manos todo el proceso”.

“La artesanía es lo más innovador que tenemos”, insistirá la directora de Arcàdia.

Por su parte, Diego Moreno explicó que Nòrdica tiene ya 12 años de vida y que acumulan 300 títulos. “Además de pasión se necesita conocimiento, y la formación debe ser teórica y también práctica”, argumenta el joven editor.

“Una editorial es una empresa, y no hay que olvidarlo”, reconoce Moreno. “Tenía claro que la promoción tenía que ser directa, y recorrí las principales librerías del país”, explica el responsable de Nòrdica, quien se muestra optimista respecto a un sector que considera de gran calidad. “En pocos sitios se trata tan bien el objeto, el libro, como en España”, sentenció. ●

---

Diálogo

## EL FUTURO DE LAS BIBLIOTECAS

Lluís Agustí, Ramon Bosch y Carme Fenoll

---

### “Las bibliotecas tienen que estimular la creatividad y facilitar el trabajo en equipo”

---

La vida del libro está formada por muchos agentes. El siguiente debate se centró en el papel de las bibliotecas. Ramon Bosch, gerente de Biblioteques de Barcelona, explicó que en la capital catalana se están construyendo, ahora mismo, tres nuevos centros, y que existe un plan de innovación tecnológica para modernizar todos los espacios.

“Los modelos de bibliotecas se hacen por agregación, no hemos dejado de hacer lo que hacíamos, pero hemos añadido proyectos”, explicó Bosch, quien reconoce que las nuevas tecnologías ya forman parte de las bibliotecas y, por ello, “tenemos que pensar cómo sumarlas a nuestra oferta”.

Esa transición que la revolución digital ha impuesto a las bibliotecas, según Bosch, obliga a los responsables a “garantizar la formación de los bibliotecarios y facilitar las herramientas necesarias para que los usuarios acceden al conocimiento”.

Ramon Bosch aprovechó la ocasión para explicar el proyecto de BiblioLab, una suerte de laboratorio que cada biblioteca de Barcelona pondrá en marcha según su especialidad. “Tenemos que estimular la creatividad y facilitar el trabajo en equipo”, insistió el gerente, aunque reconoce que se equivocarían si entraran en una competencia con los centros cívicos.

Carme Fenoll, exdirectora del Servei de Biblioteques de la Generalitat de Catalunya, considera que “las bibliotecas escolares deberían estar mejor dotadas porque son el primer contacto con los libros”.

El uso de las bibliotecas, indiscutiblemente, se ha transformado mucho en los últimos años. “Hace 20 años el silencio era la norma, hoy hemos superado muchas prohibiciones”, explicó Fenoll, quien llegó a decir que, para llegar a nuevos públicos, “tal vez tendríamos que haber construido más bibliotecas cerca de zonas comerciales, y con bares dentro”.

“Hasta que los jóvenes no sean los protagonistas de sus bibliotecas, algo estará fallando”, insistió Fenoll.

El profesor y director de la Escola de Llibreria de la Universitat de Barcelona, Lluís Agustí, considera que “tenemos demasiado miedo cuando hablamos del futuro de las bibliotecas”. “El futuro lo tenemos detrás, y solo desde el pasado podemos hacer una cierta proyección”, considera.

---

---

Agustí explicó que en Texas ya hay dos bibliotecas sin libros. Por eso, como Bosch, cree que hay que preguntarse sobre la función actual de cada entidad, y las ventajas y peligros del paso del uso cultural al uso social. “La biblioteca es un lugar de acogida. Pero no se puede confundir con un centro cívico”, añadió.

“La biblioteca sobrevivirá sólo si tiene un sentido y, para encontrarlo, hay que contagiar el virus de la lectura”, según Lluís Agustí, quien reconoce que cada usuario tiene una necesidad diferente, y el reto es adecuarse a todas las demandas. ●

---

Mesa redonda

## NUEVAS LIBRERÍAS

Eva Cosculluela, Montse Serrano y Jesús Trueba

---

### “El placer del lector ha de comenzar cuando entra en la librería”

---

“La personalidad de un librero se demuestra en la selección de novedades”, eso es lo que piensa Eva Cosculluela, responsable de la librería Los Portadores de Sueños, de Zaragoza, quien junto a Montse Serrano, de +Bernat (Barcelona) y Jesús Trueba, de La Buena Vida (Madrid), conversaron sobre los retos de competir con las grandes cadenas.

Los Portadores de Sueños, que abrió al público hace 13 años, tiene un fondo de 15.000 títulos y ofrece una amplia programación cultural, entre exposiciones y presentaciones de libros. “El placer del lector ha de comenzar cuando entra en la librería, un lugar en el que pasen cosas”, explica Cosculluela.

“Los editores independientes hacen bien de no dejar la promoción de sus libros en manos de nadie, es un buen consejo para alguien que comienza”, añadió la librera, preguntada por el público.

Por su parte, Montse Serrano explicó su experiencia al frente de la librería +Bernat desde que en 1978 se hizo cargo de este establecimiento de barrio justo cuando estaba acabando sus estudios de periodismo.

“El libro se vende uno a uno, y el cliente se hace uno a uno”, asegura Serrano, que, desde la intuición, lo primero que hizo al quedarse la librería fue poner dos sillas para que los clientes se sintieran a gusto consultando las novedades. Ese ambiente de tertulia, que nace en ese momento, es lo que ha marcado un local que se ha convertido en emblemático.

También quiso destacar la importancia de atender con una sonrisa. “Vamos a comprar a las contentas”, cuenta que decían algunos clientes.

En plena crisis económica, en 2009, decide ampliar el negocio con un local vecino, que era el de un sex shop que había cerrado. “Es la primera vez en la historia que un negocio del libro desplaza a un negocio del sexo”. Incorpora, también, una cafetería. La ampliación de socios (entran 55 pequeños inversores) da un vuelco a la librería, sobre todo cuando una de las socias, la periodista Mercedes Milá, comienza a promocionar la librería en televisión. Hoy, esas dos sillas se han convertido en 80 asientos en los que tomar un té mientras ojeas las novedades editoriales.

Poco después de la reapertura, el escritor Enrique Vila-Matas se traslada al barrio (+Bernat está situada cerca de la plaza Francesc Macià, en la calle Buenos Aires) y convierte a Montse Serrano, literalmente, en un personaje de ficción en su novela

---

---

*Aire de Dylan.* “+Bernat, desde entonces, también es un lugar de peregrinación de lectores vila-matianos”, explica la librera.

Jesús Trueba, que tiene su librería en el centro de Madrid, afirma que “cada librero independiente es un loco, y eso hay que ponerlo en valor”, aunque reconoce que “el sector tiende a unificar, y es difícil mantenerse como algo diferente”.

“Cuando las pequeñas librerías solo nos centremos en el valor cuantitativo, como si fuéramos grandes cadenas, estaremos empezando a aceptar la derrota”, argumenta el responsable de la librería La Buena Vida. ●

---

Cena

## UNA EXPERIENCIA DIFERENTE

Alfons Cornella

---

### “El gran reto es decidir cómo educamos para diferenciarnos de las máquinas”

---

La segunda jornada del Forum Edita terminó con una cena muy especial. El maestro de ceremonias fue Alfons Cornella, fundador y presidente de Infonomía, especializado en la gestión inteligente de la información.

La cena, servida por los jóvenes restauradores de Privat Events, fue elaborada en torno a cuatro palabras que, según Cornella, están cambiando ya el mundo.

El primer concepto escogido por Alfons Cornella fue el de *complejidad*. “No es lo mismo ser complejo que ser complicado. Significa no ser predecible. Y hoy todo está relacionado con todo, pero pocas cosas son predecibles”, argumentaba el experto en innovación, quien ha escrito más de 20 libros sobre ciencia y tecnología.

¿Qué es ser humano?, se pregunta el consultor. “El gran reto es decidir cómo educamos para diferenciarnos de las máquinas”, insistirá durante la cena Cornella, quien asegura que está desapareciendo la relación de causa y efecto.

“El precio de la certidumbre se basa en la cesión de libertad”, según el creador de Infonomía.

La segunda palabra escogida por Cornella fue *generaciones*. El consultor apuesta por una necesaria hibridación entre personas de distintas edades para aprovechar mejor el conocimiento, y puso en valor la idea de mentor, ya que “las nuevas generaciones necesitan alguien con experiencia”.

Esas nuevas generaciones, desde los millennial a los zeta, se diferencian por su libertad de movimientos, ya que muchos de ellos no están ligados a hipotecas, y porque consideran a sus amigos como su familia.

Cornella propuso *Asia* como la tercera palabra de la noche, ya que será el continente capaz de “crear una nueva forma de democracia” en un futuro no muy lejano, según el consultor. Mientras Occidente no ha mantenido una relación de confianza con sus órganos de poder, desde el gobierno a los medios de comunicación, Oriente puede reinventar otro tipo de relaciones con sus autoridades.

Alfons Cornella cerró la velada con el término *experimento*, palabra clave para entender la actualidad. “Lo que define la ciencia es el experimento”, insistió, en un mundo que nos invita, según el consultor, a “pensar con las manos”. ●

---

## Viernes, 6 de julio de 2018

---

Ponencia  
**LA EXCEPCIÓN FRANCESA**  
Vincent Monadé

---

### “Amazon es un destructor de valores”

---

Una de las ponencias más esperadas del Forum Edita fue la de Vincent Monadé, presidente del Centre National du Livre, algo así como un Ministerio del Libro en Francia. El gestor cultural francés, autor de *Cómo hacer leer a los hombres de tu vida*, explicó cómo durante la Resistencia se empezaron a crear, ya, las redes de apoyo a la cultura que hoy en día marcan una agenda política proteccionista que es la envidia del sector en España.

Fue en 1981, sin embargo, cuando la legislación cambiaría las reglas de juego de verdad. Con la Ley Lang se establece el precio único del libro, algo copiado después en muchos otros países, y que ha impedido la destrucción de las librerías.

“Amazon es un destructor de valores”, señaló Monadé, quien sostiene que el Estado está obligado a proteger a todos los protagonistas de la cadena del libro para que el sector mantenga una buena salud. Incluso cuando el gobierno ha de enfrentarse a sus socios europeos. “Nuestro apoyo al libro digital, que tiene un IVA del 5%, supone un conflicto abierto entre Francia y la Unión Europea”, explicó.

Francia ha llegado a aprobar una Ley Anti-Amazon para regular la gratuidad de los gastos de envío de la compañía estadounidense y garantizar, así, que no está haciendo una competencia desleal a las librerías pequeñas y medianas del país.

Para combatir ese desafío, más de 300 librerías de París han lanzado una aplicación móvil con la que, con un simple clic, puedes consultar el stock de cada establecimiento y reservar el libro en la librería.

En todo caso, Monadé sostiene que “el reto de los libreros no es ser la competencia de Amazon, sino ganar terreno alrededor de sus lectores”.

Monadé se defiende de aquellos que acusan a Francia de ser dirigista en sus políticas culturales. “El mercado funciona, nuestra intervención como mucho es keynesiana, y sirve únicamente para apoyar las partes más vulnerables de la cadena”, añadió.

De hecho, dice Vincent Monadé que la intervención en el mercado “se basa en implementar las buenas prácticas”. Además, la gran red de festivales a lo largo del

---

país, que en un 90% son financiados por los municipios, ayuda a que los autores puedan vivir de su oficio, escribir. “Los autores han de cobrar por su participación en los debates, no son actos de promoción”, aseguró, explicando que existe una tarifa regulada para ello.

El político explicó que se está estudiando la forma para que el autor cobre, también, por las ventas de los libros de segunda mano, tal vez a partir de un impuesto especial.

Pese a la alabada política cultural francesa, el presidente del Centre National du Livre dijo que el futuro del libro en Francia también está en peligro. En primer lugar, por la presencia desafiante de Amazon, pero también porque se están perdiendo los grandes lectores (“los que leen más de 20 libros al año”). Pero, sobre todo, el riesgo está en la innegable transformación en las formas de ocio (“con Internet, las series y los videojuegos, cada vez hay más competencia”) y en que “la facultad de concentración ha bajado”.

“Internet es una revolución copernicana, y el libro está en peligro”, asegura. El futuro del libro es sombrío para Monadé pero, a su vez, las diferentes partes de la cadena se retroalimentan, conscientes de la importancia de que ninguna se quede atrás. “Los grandes grupos editoriales están apoyando económicamente a las librerías”, dice el político francés, en un país en el que ya hay más de 2.500 establecimientos dedicados a la venta directa de libros.

“Tener libros en Francia es señal de éxito social”, dice Monadé, quien considera que, en esa línea, “la librería necesita convertirse en una zona de experiencia”. “Si pensáis que la cultura es cara, probad la ignorancia”, concluyó el presidente del Centre National du Livre. ●



---

Mesa redonda

## MERCADO ÚNICO DIGITAL Y PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELLECTUAL

Daniel Fernández, Luis Elías y Enrico Turrin

---

### “El mundo de la cultura tiene como base el derecho de autor”

---

Luis Elías, secretario general del Grupo Planeta, y Enrico Turrin, subdirector y economista de la Federación de Editores Europeos, protagonizaron una mesa redonda, moderada por Daniel Fernández, presidente de la Federación de Gremios de Editores de España, que trató la necesidad de proteger el derecho a la propiedad intelectual.

El debate estuvo marcado por la negativa de los europarlamentarios a la propuesta de reforma de la directiva europea sobre derechos de autor. La propuesta de reforma rechazada había generado una gran polémica a partir de dos artículos concretos, el 11 y el 13, los cuales abordaban cuestiones como el derecho de los editores de medios a ser pagados cuando se emplean fragmentos de sus publicaciones y la creación de un filtro frente a la agregación de contenidos que violen los derechos de autor.

Daniel Fernández se mostró contundente después de conocer la decisión de los parlamentarios de no reformar la legislación vigente: “En Europa hemos sido masacrados por la demagogia”, e insistió en que hay que hablar “de robo, no de piratería”.

“La izquierda europea está defendiendo el monopolio americano”, sostuvo Fernández, quien recordó que el Convenio de Berna, que fue adoptado en 1886, ya protegía las obras y los derechos de los autores. Un acuerdo que para el editor, ahora, se está rompiendo.

Muy de acuerdo con Fernández está Luis Elías, quien afirma que “Google es un parásito que se aprovecha del esfuerzo ajeno”. “Lo que pedimos es justo, hemos perdido una batalla, no la guerra”, dijo el secretario general de Planeta, además de lamentar que las legislaciones se centran más en las excepciones que en los derechos a defender.

“Estados Unidos ha impuesto una manera de consumir cultura que se basa en el monopolio”, insistió el editor. “Los europeos no estamos defendiendo nuestra forma de ser y de vivir”, llegó a afirmar.

Enrico Turrin fue el que dijo que “el mundo de la cultura tiene como base el derecho de autor” y también se quejó de que “la cultura ha perdido el apoyo de la izquierda”.

“Son los editores quienes están defendiendo la libertad, no las grandes empresas tecnológicas”, señaló el economista, quien sostiene que los *grandes guerrilleros* de la libertad en Internet hacen “el trabajo sucio a los monopolios tecnológicos”.

---

---

Refiriéndose a la reforma que Europa ha rechazado, asegura que los artículos polémicos, el 11 y el 13, lo que buscaban era poner un cierto control al poder que tiene Google News y Youtube, proyectos que, en realidad, beben de contenidos financiados por editores y productores musicales. ●

---

Mesa redonda

## DE LA NOVELA A LA SERIE

Pilar Blasco, Aitor Gabilondo y Ana Liarás

---

### “Nunca ha habido tanta avidez por el contenido como ahora”

---

Pilar Blasco, CEO de Endemol Shine Iberia, ha explicado en el Forum Edita que todos los autores sufren con las adaptaciones, “porque el proceso es muy diferente al del libro, hay muchas versiones y todo el mundo participa”.

Sin embargo, la productora apuesta por trabajar, si es posible, con el autor, ya que “nadie mejor que él para saber cómo los personajes pueden crecer”. Blasco, que ha producido la serie anime *Virtual Hero*, de El Rubius, un *gamer* con 30 millones de seguidores en redes, considera que “están cambiando más los modelos de negocio que las series”.

Pilar Blasco sostiene que “nunca ha habido tanta avidez por el contenido como ahora”, y el desafío es saber cómo vender ese contenido a un público audiovisual.

Por su parte, Aitor Gabilondo, que con Alea Media ha producido la versión audiovisual de *Patria*, la novela de Fernando Aramburu, cree que “la serie tiene que funcionar por sí misma, no solo para los lectores del libro”.

El caso de *Patria*, reconoce, es paradigmático, ya que normalmente buscan argumentos con muchos personajes y conflictos, y el texto de Aramburu los ofrece, aunque también se ponen en valor ideas y tramas.

Gabilondo comenzó a adaptar la novela antes de la publicación y, por lo tanto, antes de convertirse en un gran éxito editorial. “Empecé adaptando un libro, y he acabado por empezar un fenómeno”.

Ana Liarás, editora de *La catedral del mar* en Penguin Random House, la primera novela del abogado y escritor español Ildfonso Falcones, explicó que el libro ha vendido ya más de seis millones de ejemplares.

“El autor recibió varias propuestas de adaptaciones. Pero tuvo paciencia y supo esperar a la mejor oportunidad”, dijo Liarás. Además, ha asegurado que “Ildfonso Falcones ha entendido bien que el guion es otro lenguaje, con otros tiempos”.

Los tres participantes en el debate han recordado en Edita que las cifras hablan por sí solas. Mientras los españoles dedicamos de media 20 minutos a leer al día, estamos unas tres horas frente a la televisión.

Ana Liarás cree que todo suma. “Si la adaptación es buena, te remite al libro, y aumenta la curiosidad por la historia”, ha concluido. ●

---

Mesa redonda

## NUEVAS MANERAS DE LEER

Javier Celaya, Arantza Larrauri y Ángel María Herrera

---

### “La piratería se soluciona con modelos de negocio, no solo con leyes”

---

La última mesa redonda de Edita ha estado dedicada a los nuevos formatos de la edición. Joaquim Álvarez de Toledo, director general de editoriales especializadas e innovación del Grupo Planeta, que hacía de coordinador de la conversación, sostiene que “en el sector existe mucha hambre de innovación”.

“Los que experimentan con otros formatos llevan años ayudándonos a los editores a estudiar nuevos mercados”, ha recordado Álvarez de Toledo. Javier Celaya es una buena muestra de ello, ya que tras muchos años asesorando al sector, ahora es el director general de Storytel en España y América Latina, una de las plataformas más potentes de audiolibros.

Aunque reconoce que no es un producto nuevo, Celaya se muestra convencido de que “el audiolibro va a ser el formato que más va a crecer en la próxima década”. En ese sentido, afirma que “la piratería se soluciona con modelos de negocio, no solo con leyes”.

“Somos el Netflix de los audiolibros”, ha dicho Celaya, quien ha pedido al sector no cometer los mismos errores que se cometieron, a su entender, con el libro electrónico. “Podemos crear nuevas plataformas de mercado, y escuchar audiolibros es leer de otra manera”, afirmó en el auditorio de la Barcelona School of Management. “No sustituye nada, complementa”, añadió.

Arantza Larrauri, directora general de Libranda, ha explicado que su empresa nació en 2010 como distribuidora de libros digitales, pero que se ha ido adaptando a las necesidades del mercado.

“Tenemos la oportunidad de compartir una misma idea en diversos formatos”, defiende Larrauri, quien considera que todos los editores tendrán que poner especial atención a los contenidos para el móvil, potenciando los transmedia.

“Todo el mundo quiere compartir en redes sociales, es muy importante para el nuevo lector poder socializar”, sostiene. En esa línea presentó *Vivlium*, una plataforma que “une a los que quieren enseñar con los que quieren aprender”.

Ángel María Herrera, socio fundador de Leemur!, una plataforma que fomenta las *chat stories*, cree que “lo importante es generar comunidad alrededor del autor”, sea a partir del universo del libro o publicando precuelas o material adicional de la novela.

“Cada vez vamos a ver más historias que están a medio camino entre una novela y un videojuego”, sostiene Herrera, quien, siguiendo el lema de la tercera edición del Forum Edita, cerró la mesa diciendo que la energía de la innovación a veces consiste en algo tan complicado como “hacer lo mismo justo al revés”. ●

---

---

Clausura

## BALANCE DE LAS JORNADAS

Sergio Vila-Sanjuán

---

### “En Barcelona se han discutido las cuestiones más punteras del sector”

---

El Forum Edita ha finalizado su tercera edición con un gran éxito de participación, superando los 2.000 asistentes, y albergando a 28 ponentes nacionales e internacionales.

La clausura de Edita la han realizado Sergio Vila-Sanjuán, codirector del Forum —junto a Patrici Tixis y Javier Aparicio—, y Daniel Fernández, presidente de la Federación de Gremios de Editores de España.

Vila-Sanjuán ha señalado que esta edición de Edita ha supuesto la consolidación del encuentro, que pretende “aportar conocimiento sobre los últimos retos y tendencias el mundo del libro”. Antes de repasar las frases más interesantes que se han escuchado durante tres días, ha anunciado que el próximo año se celebrará la cuarta edición durante los mismos días de julio, y ha puesto el acento, también, en la buena acogida por parte de los estudiantes, que “representan el futuro del sector”.

“En Barcelona se han discutido las cuestiones más punteras de la edición actual”, ha dicho el periodista y escritor.

Daniel Fernández, presidente de la Federación de Gremios de Editores de España, ha cerrado el foro diciendo que los políticos españoles tendrían que haber escuchado la intervención de Vincent Monadé. “Me produce envidia saber que en Francia, cada año, se invierten 250 millones de euros en el mundo del libro”, ha afirmado; para continuar, bromeando: “Recomendaría a nuestros políticos que se pasearan con un libro bajo el brazo de forma habitual. Esto ayudaría a recordar la importancia de la lectura... y al menos, si no pueden leerlo, igual se les pega algo...”.

Fernández ha recordado que la lectura es uno de los fenómenos más enigmáticos y fascinantes en los que se puede sumergir el ser humano, y que la capacidad de imaginar historias nos hace más libres en un mundo en el que parece que todo viene dado.

El presidente de la Federación de Gremios de Editores de España considera que, en medio de la revolución del sector en la que estamos inmersos, “la voz interior que siempre tuvimos los lectores ahora se ha convertido en algo diferente”. Sin embargo, ha concluido recordando que “las palabras son el material del que están hechos los sueños”. ●

---

Organizan:



**Máster en Edición de la  
Universitat Pompeu Fabra**

Con el apoyo de:



Con la colaboración de:



Con la participación de:

